



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES,  
JURÍDICAS Y ECONÓMICAS  
Escuela de Sociología

*Seminario para optar al grado de Licenciado en  
Sociología y al Título de Sociólogo.*

---

*“Estudio sobre la actividad deportiva del fútbol  
espectáculo como una nueva forma de expresión  
religiosa en la sociedad chilena actual.”*

*Autor: Giacomo Paolo Eurolo Arce.  
Profesor Guía: Justino Gómez de Benito.*

*Institución: Universidad Católica Raúl Silva Henríquez.*

*Santiago Chile, de 2013.*

*“No existen pues, en el fondo, religiones falsas.  
Todas son verdaderas a su modo:  
Todas responden, aunque de maneras diferentes,  
a condiciones dadas de la existencia humana” (Durkheim, 2003; Pg.27).*

## Índice.

<b>RESUMEN.....</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>8</b>
1.1TEMA.....	8
1.2 ANTECEDENTES Y PLANTEAMIENTOS DEL PROBLEMA.....	8
a) <i>Fútbol Espectáculo.....</i>	<i>8</i>
b) <i>La Nueva Ley.....</i>	<i>10</i>
c) <i>Asistencia al Estadio.....</i>	<i>12</i>
d) <i>Barras Bravas.....</i>	<i>14</i>
e) <i>La Televisión y el Espectáculo.....</i>	<i>16</i>
f) <i>La Crisis Económica y la llegada de las Sociedades Anónimas.....</i>	<i>17</i>
g) <i>Función Ideológica y Enajenación.....</i>	<i>18</i>
h) <i>Influencia y Poder Político.....</i>	<i>21</i>
i) <i>Identidad futbolera.....</i>	<i>22</i>
j) <i>Espectáculo Popular.....</i>	<i>23</i>
k) <i>Cultura e Idiosincrasia Futbolera.....</i>	<i>24</i>
l) <i>Nueva realidad religiosa en Chile.....</i>	<i>26</i>
m) <i>El fútbol como manifestación religiosa popular.....</i>	<i>30</i>
1.3 RELEVANCIA SOCIOLÓGICA.....	33
1.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	34
1.5 INTERROGANTES.....	34
1.6 OBJETIVO GENERAL.....	35
1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	35
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>36</b>
2.1 RELIGIÓN Y SOCIEDAD.....	36
2.1.1 <i>Religión.....</i>	<i>36</i>
2.1.2 <i>Lo Sagrado y lo Profano.....</i>	<i>41</i>
2.1.3 <i>Secularización y Modernidad.....</i>	<i>45</i>
2.1.4 TRANSFORMACIONES Y CAMBIOS DE LA RELIGIÓN INSTITUCIONAL EN CHILE.....	48
2. 1.5 RELIGIÓN POPULAR.....	52
2. 1.6 <i>Mercado Religioso y Global.....</i>	<i>55</i>
2.2 EL FÚTBOL ESPECTÁCULO Y LA CULTURA.....	58
2.2.1 ORIGEN DEL FÚTBOL.....	58
2. 2.2 <i>El fútbol, el espectáculo y su masificación.....</i>	<i>61</i>
2. 2.3 <i>Fanáticos, Hinchas y Barras del fútbol.....</i>	<i>63</i>
2. 2.4 <i>Los Ídolos.....</i>	<i>68</i>
2. 2.5 <i>El ritual del fútbol.....</i>	<i>71</i>
2. 2.6 <i>El Ocio como práctica cultural en la sociedad.....</i>	<i>72</i>
2. 2.7 <i>La búsqueda de la emoción en el ocio.....</i>	<i>75</i>
2. 2.8 <i>Análisis de las actividades realizadas en el tiempo libre.....</i>	<i>77</i>
<b>MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>81</b>
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	81
3.2 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	81
3.3 ETAPAS DE INVESTIGACIÓN.....	82
3.4 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	83
a) <i>Observación Participante.....</i>	<i>83</i>
<i>Pasos Previos a la Observación participantes.....</i>	<i>84</i>

b) <i>Entrevista Semi - Estructurada</i> .....	85
c) <i>Informantes Claves</i> .....	85
3.5 PAUTA DE ENTREVISTA.....	86
ESTRUCTURA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	86
3.6 RIGOR CIENTÍFICO.....	90
3.7 PROCESO DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA.....	90
<b>SISTEMATIZACIÓN DESCRIPTIVA DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA.....</b>	<b>91</b>
4.1 DESCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	91
4.2 CARACTERIZACIÓN DE LOS HINCHAS Y DEL CONTEXTO NACIONAL.....	93
A) <i>ELECCIÓN DE LA INSTITUCIÓN DE LA CUAL ES HINCHA</i> .....	93
B) <i>PORTAR LA CAMISETA</i> .....	94
C) <i>ASISTIR AL ESTADIO DE FÚTBOL</i> .....	95
D) <i>HINCHA</i> .....	96
E) <i>FANÁTICO</i> .....	96
G) <i>ESTADIO SEGURO</i> .....	99
H) <i>LAS CONSECUENCIAS EN LA VIDA DE LOS HINCHAS Y FANÁTICOS</i> .....	100
4.3 ANÁLISIS DE LOS CÁNTICOS DE LAS BARRAS Y SUS SIGNIFICADOS.....	101
5.4 ANÁLISIS SEMIÓTICO DE DOCUMENTALES Y REPORTAJES SOBRE LAS BARRAS DEL FÚTBOL CHILENO.....	106
<b>DISCUSIÓN TEÓRICA DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>118</b>
5.1 RELIGIÓN, SECULARIZACIÓN EN LA SOCIEDAD CHILENA ACTUAL.....	118
5.2 LA HIEROFANÍA DEL FÚTBOL SAGRADO Y PROFANO.....	120
5.3 LOS FANÁTICOS, LOS HINCHAS, LAS BARRAS Y SUS RITUALES.....	122
5.4 EL FÚTBOL Y LA MODERNIDAD.....	124
5.5 ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	125
<b>CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.....</b>	<b>127</b>
SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES.....	131
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>133</b>

## Resumen.

El siguiente estudio surge de la idea de conocer una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena. En Chile, el fenómeno del fútbol espectáculo ha ido en aumento en la última década, transformándose en un país consumidor de entretenimientos deportivos, principalmente los que tienen relación con el fútbol. A raíz de esto, hay situaciones que se desarrollan con el fenómeno del fútbol espectáculo, donde el tema de la creciente demanda por canales deportivos, se transforma en un elemento necesario para los nuevos fanáticos del fútbol, ya que como es sabido, esta es una nueva forma de consumir deporte. Al mismo tiempo la asistencia a los estadios y la implementación de la nueva ley de estadios seguros, ha traído consecuencias a los fanáticos del balompié.

La investigación está aplicada a través del enfoque cualitativo, donde se recoge la información por medio de una entrevista realizada a integrantes de los tres principales clubes del país. Como lo son Colo- Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile. Fanáticos que cumplían con características específicas, como la asistencia al estadio y una vida que gira en torno a su equipo, así mismo se realizaron entrevistas a periodistas deportivos. Para esto fue necesaria la asistencia a los estadios, específicamente en los estadios Santa Laura y San Carlos de Apoquindo. Y de revisar documentales, reportajes y diarios referidos al fútbol espectáculo.

A través de estas entrevistas, se puede dar cuenta de la experiencia de los fanáticos, en torno al fútbol espectáculo, el proceso ritual y la forma de sentir el fútbol que ellos viven, además permite conocer diferentes aspectos positivos y negativos que reportan durante su transcurso. Es importante también dar cuenta de la experiencia que tiene el fanático que vive su experiencia en torno al fenómeno televisivo, para así obtener una visión más amplia acerca de la expresión de los fanáticos del fútbol espectáculo en la sociedad chilena.

Palabras claves: Fanáticos, Fútbol Espectáculo, Religión.

## Introducción.

En sus orígenes el fútbol se inscribe en la lógica de un proceso global de transformación de los países Latinoamericanos ocurrido;

“En las últimas décadas del siglo XIX y que es expresión, a su vez, de la irrupción, con una forma y contenidos específicos, del modo de producción capitalista, con características y ritmos que ofrecen importantes diferencias entre un país y otro” (Santa Cruz, 1999. Pg. 14)

Esto desencadenó que el fútbol sufriera una fuerte mutación, transformando una actividad deportiva, en un deporte espectáculo. Es bajo esta premisa que nace el fútbol espectáculo, el cual se ha convertido en un fenómeno cada vez más recurrente a nivel global. Chile no es la excepción, y en los últimos años este fenómeno ha ido en ascenso, especialmente por la mediatización y las nuevas tecnologías con las que se cuenta actualmente.

El fenómeno del fútbol espectáculo ha tenido implicancias económicas, sociales, políticas, entre otras. Cuando se habla sobre fútbol, se hace sobre una base sustentada acerca de lo que se rebate, como diría el escritor uruguayo Eduardo Galeano, el fútbol es la única religión sin ateos.

La religión institucional, ha tendido a ir a la baja en los últimos 6 años, tal como lo demuestra la última encuesta Adimark – UC del año 2012, donde se refleja una disminución porcentual de un 11 %. La iglesia evangélica ha incrementado un alza de un 4 %. El panorama religioso en Chile, ha experimentado cambios ostensibles desde fines del siglo XX y comienzos del XXI.

Es en esta realidad, donde el fútbol se desarrolla como una nueva expresión de religiosidad, en la cual los fanáticos se amparan, para manifestar sus emociones y frustraciones. En Latinoamérica, los medios de comunicación y los periodistas deportivos son parte importante del proceso de transformación del fútbol, en fútbol espectáculo. Esto se da, ya que su experiencia es significativa, pues son actores principales de este fenómeno.

Ahora bien, la conclusión, no definitiva, puede que sea, que se dé una especie de metamorfosis: la religión no se crea ni se destruye, se transforma. (Cachán – Fernández). Es en esta mutación, donde el fútbol toma relevancia, dado que existe una nueva arista de carácter religioso. Esta realidad religiosa, es producto de la crisis económica, política y social que posibilitó que el fútbol se transforme en una nueva expresión religiosa.

El objetivo de esta investigación es él; “Estudio sobre la actividad deportiva del fútbol espectáculo como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena actual.” Para llevar a cabo lo anteriormente mencionado, se realizará un acercamiento a los hinchas y fanáticos del fútbol, mediante el análisis bibliográfico, salidas a terreno y la realización de entrevistas a hinchas – fanáticos e informantes claves.

## Capítulo I

---

### Problema de Investigación.

#### 1.1 Tema.

*Estudio sobre la actividad deportiva del fútbol espectáculo como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena actual.*

#### 1.2 Antecedentes Y Planteamientos del Problema.

##### **a) Fútbol Espectáculo.**

Existen diferentes perspectivas para entender el fenómeno generado por el fútbol, y el por qué este genera comportamientos irracionales en los fanáticos, lo que conlleva a grandes muestras de emocionalidad y de pasión, puesto que en los deportes, y en particular el fútbol ha sido uno de los fenómenos más explotados por la industria del entretenimiento. Estando presente en la vida cotidiana de todas las personas de las sociedades occidentales. Esto es producto de la profunda mercantilización que han sufrido un sin número de deportes desde las últimas décadas del siglo XX hasta nuestros días. Principalmente se ha vislumbrado este fenómeno en el fútbol.

No es para nadie un misterio que el balompié mueve millones y millones de dólares a causa de los derechos de transmisión de partidos, empresas que buscan auspiciar los clubes, los campeonatos nacionales y torneos internacionales. Así también se transan millonarias sumas de dinero por la venta de la indumentaria oficial y todo lo que contenga la insignia del club y que pueda ser puesto en el mercado.

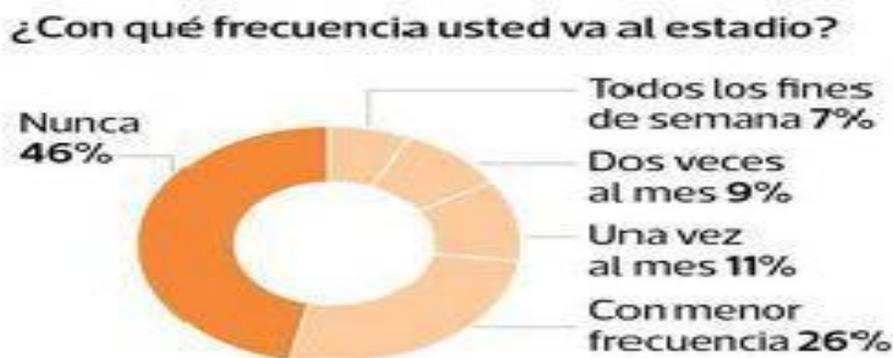
Esto no ha sido ajeno en el fútbol chileno profesional donde se manejan cifras estratosféricas a la hora de negociar los derechos de transmisión de partidos y uso de imagen de cada institución. En efecto “La televisión genera una distancia en el espectador que desacraliza el fútbol, convirtiéndolo en una producción orientada hacia la entretención de consumo efímero, análogo a cualquier otro de sus programas.” (Santa Cruz, 1998; Pg.168). Ejemplo de esto es lo que ocurre con el Canal del Fútbol (CDF). Donde su parrilla programática está estructurada en torno al

fútbol espectáculo, con programas realizados en gran parte solo por hinchas como lo que ocurre con el show de goles por nombrar un ejemplo y otros realizados por periodistas, donde las temáticas están solo limitadas al fútbol y sus consecuencias. Ahora bien se debe tener en consideración que el efecto provocado por la televisión tiene dos aristas claramente definidas. Por un lado la llegada de los poderes económicos que rodean al espectáculo deportivo, el cual queda evidente por;

“El predominio cada vez más manifiesto de la total mercantilización del fútbol encuentra un instrumento central en la TV y en el acelerado desarrollo de las tecnologías que le sirven de soporte. Como es sabido, el modelo de TV imperante lo transforma todo en espectáculo; este formato es fundamentalmente efecto y pirotecnia, aunque lo principal es que plantea una determinada relación de lectura por parte del receptor, caracterizada por la delegación de atención y pérdida de protagonismo real, travestida de una interactividad que no es sino un rol específico en la fórmula de producción” (Santa Cruz, 1998; Pg.168).

Y en segundo lugar la baja asistencia de los hinchas a los estadios, como queda de manifiesto en la encuesta realizada por el centro de estudios de La Tercera.

1



Apenas un 7% de la población asiste a los estadios, lo que merma no solo la calidad del espectáculo, sino también desacraliza el rito propio que trae consigo mismo el

<sup>1</sup> <http://diario.latercera.com/2012/07/22/01/contenido/deportes/4-114371-9-el-exito-azul-no-merma-la-popularidad-alba.shtml>.

asistir a un estadio de fútbol. Se puede afirmar que ver el partido en la casa también contiene un carácter sagrado para los hinchas, dado que;

“El crecimiento de la oferta televisiva tiene como uno de sus productos fundamentales el espectáculo futbolístico. Ello significa no solo recibir en cualquier fin de semana encuentros de diversos países del mundo, sino que las propias dirigencias del fútbol local vean en la televisación del fútbol el instrumento básico para el financiamiento de la actividad en los niveles que exige el mercado futbolístico mundial, pasando a ser secundaria la asistencia a los estadios de los hinchas”  
(Santa Cruz, 1998; Pg.168)

Con esto queda en manifiesto en gran parte el hecho de la no asistencia al estadio por parte de los hinchas. No es fácil competir con la parrilla programática del canal del fútbol, que transmite siete partidos de Primera División y uno de Primera División B (Segunda División) semanalmente, con los seis mil o siete mil pesos que cuesta una entrada de galería en cualquier partido del fútbol nacional, claramente la competencia es desigual.

#### **b) La Nueva Ley.**

En el último tiempo se ha justificado la ausencia de los hinchas y sobre todo de las familias en los estadios. Por la violencia exacerbada que se aprecia en los recintos deportivos y sus alrededores. La promulgación de la Ley de Estadio Seguro, y de la campaña “Hincha Seguro”, son la prueba empírica de la participación de los poderes fácticos en el espectáculo llamado fútbol.

Los esfuerzos del gobierno de Chile, son materializados por la Intendencia de la Región Metropolitana cuya cara visible se vio materializada en la ex intendenta Cecilia Pérez, quien incluso llegó a ser amenazada de muerte producto del impacto de la ley en las barras bravas y sus prácticas. La ley cuenta además con la colaboración del Ministerio del Interior, Carabineros y la Asociación Nacional de Fútbol Profesional, por erradicar la violencia del fútbol y sus derivados.

La Ley N° 20.620 que reemplaza la antigua Ley N° 19.327, fija normas para la prevención y sanción de hechos de violencia en recintos deportivos con ocasión de

espectáculos de fútbol profesional, cuyo objetivo principal es erradicar a aquellos que perjudican el espectáculo, como son las barras bravas producto de sus luchas de poder por quienes lideran a la barra, además de disputas por el territorio, por nombrar algunos sucesos.

Como en toda Ley no son pocas las consecuencias que ha traído su promulgación. La consigna es que vuelva la familia al estadio, tal como era en las décadas pasadas. Para esto se han promulgado una serie de prohibiciones que se deben cumplir a la hora de asistir al estadio, por ejemplo ya no se pueden ingresar banderas, bombos, lienzos y una serie de elementos que hacían del partido una fiesta más allá del espectáculo deportivo.

Han sido numerosos los esfuerzos por parte de la autoridad de gobierno y la ANFP por erradicar la violencia de los estadios de fútbol. Aun así no toda la población ha recibido con buenos ojos esta nueva ley, algo que queda demostrado en el estudio realizado por Imaginación Consultores y Radio Cooperativa en el mes de octubre de 2012.

2



Se manifiesta que la población no tiene la mejor evaluación sobre el plan Estadio Seguro. Las notas claramente no son satisfactorias para un plan cuyo objetivo es hacer volver a las familias a los estadios, pero que encuentra detractores en aquellos

<sup>2</sup> Encuesta Cooperativa Imaginación. Miércoles 11 de Octubre de 2012.

que consideran que se está matando el espectáculo más que estar resguardando la seguridad de los hinchas.

3



El plan no ha logrado ser captado con el éxito deseado por la población, pues no supera un promedio general de nota 38, lo que es muy bajo para una política pública que busca resguardar el orden y la seguridad de aquellos que semana tras semana asisten a los estadios de fútbol.

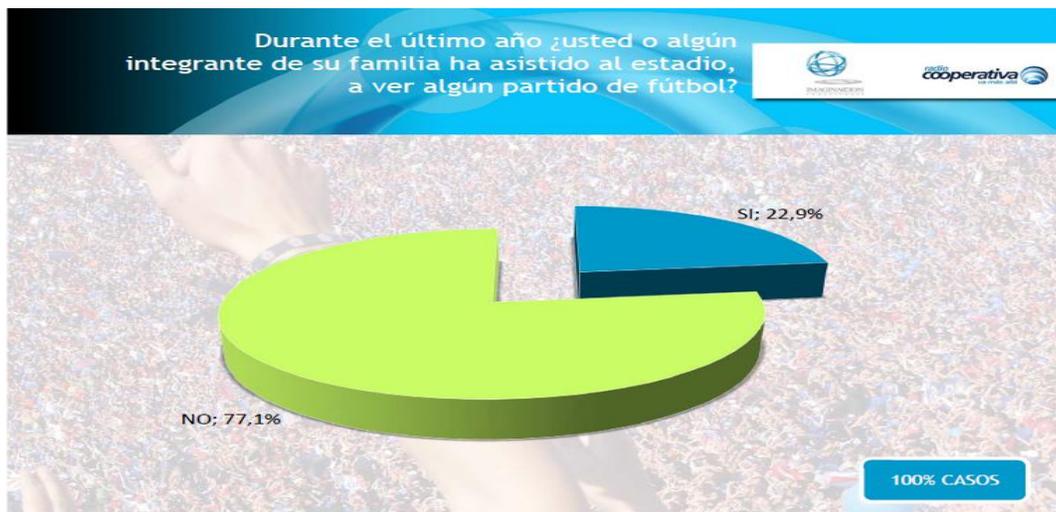
La mayor crítica que se puede realizar al respecto es la excesiva rigidez con la que se lleva a cabo la ley, donde aquellos que no hacen desórdenes son tratados con más rudeza que aquellos que provocan los alborotos, tanto afuera como adentro del recinto deportivo. Por ello la gran mayoría rechaza ir al estadio, prefiriendo ver el espectáculo por televisión, algo que claramente tiene día a día más adeptos en nuestro país, con la llegada de los cable - operadores y la expansión de la internet.

### c) Asistencia al Estadio.

El objetivo de la nueva ley de Estadio Seguro, es incentivar a la familia chilena a que vuelva a los estadios de fútbol. Tal como acontecía un par de décadas atrás, donde el balompié era una fiesta de carácter familiar. Con el tiempo esto, ha cambiado producto de la comodidad del hogar y de la violencia ocurrida domingo tras domingo en los recintos deportivos.

El fútbol ha perdido masividad en la asistencia de público al estadio. Tal como queda graficado en la siguiente tabla.<sup>2zq</sup>

<sup>3</sup> Encuesta Cooperativa Imaginación. Miércoles 11 de Octubre de 2012



En el estudio que radio Cooperativa e Imaginación realizaron en el mes de abril del año 2012, se logra apreciar que la asistencia al estadio llega tan solo a un 22,9%. Esto desencadena un alza en los precios de las entradas, para así poder costear el espectáculo sin verse perjudicado el producto. Al mismo tiempo la llegada de canales que por bajos precios nos ofrecen semanalmente una veintena de partidos, no es un escollo fácil de saltar, por aquellos que producen y entregan fútbol profesional.

Un 77,1% de los encuestados, dice no haber asistido al estadio, ni menos sus familias, lo que claramente representa una gran mayoría. Dentro de las posibles causas se encuentran la violencia de las barras bravas, el ver el espectáculo por televisión o simplemente no le gusta el fútbol. En el siguiente gráfico se muestran las principales causas de la ausencia de familias en el estadio.



<sup>4</sup> Encuesta Cooperativa Imaginación. Martes 17 de Abril de 2012.

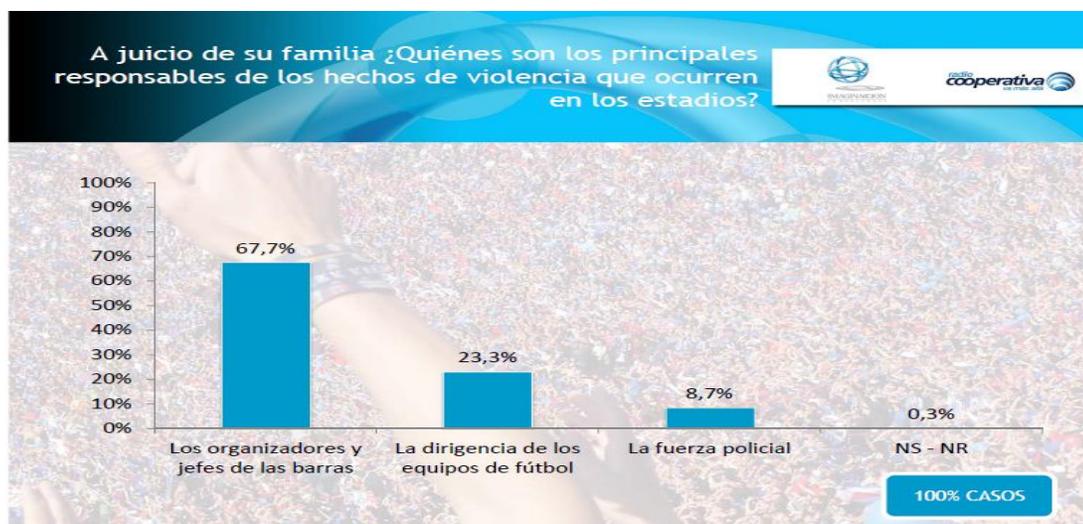
<sup>5</sup> Encuesta Cooperativa Imaginación. Martes 17 de Abril de 2012

Es debido a estas cifras, que el gobierno implementó el plan de Estadio Seguro, para así poder proporcionar seguridad y calidad al espectáculo deportivo

#### d) Barras Bravas.

Las barras bravas han sido sindicadas por el gobierno, como los causantes de los desórdenes y la violencia en torno al fútbol. Su presencia ha mermado la asistencia del público al estadio a observar el espectáculo deportivo. Para algunos son réplicas de un fenómeno que se ha desarrollado en Argentina, donde algunas barras bravas emblemáticas como la número 12, correspondiente a la del club deportivo Boca Junior, son sindicadas como una mafia, por parte del poder judicial del vecino país. Violencia, drogas, alcohol y robos, son sinónimos de un barra brava, algo que se desea extirpar con la promulgación de la nueva ley de Estadio Seguro. La no asistencia al estadio de fútbol, es atribuida a los jefes de las barras. Las barras están organizadas y no han nacido al azar.

6

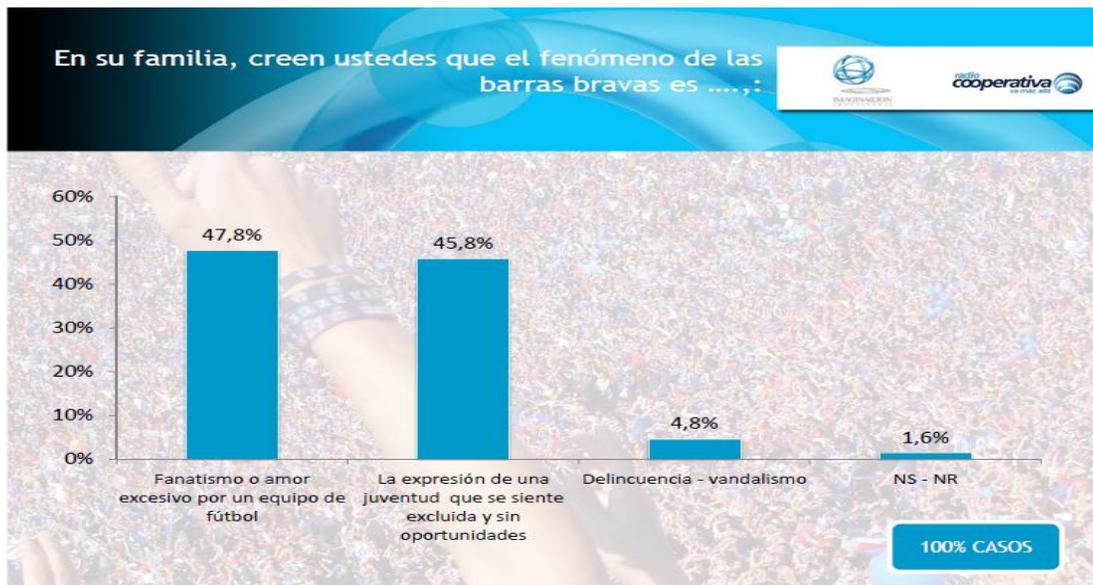


Un 67,7% de los encuestados que no asiste al estadio, lo atribuye a los jefes de las barras bravas. Quienes han llegado a ser figuras públicas, gracias a su exposición mediática. Figuras como “Pancho Malo”, líder de la cuestionada “Garra Blanca”, pertenecientes al club Colo – Colo y el “Kramer”, líder de Los de Abajo, barra de la Universidad de Chile. Se les indica como dos líderes negativos, pues no entregan valores apropiados para la sociedad y al mismo tiempo son las caras visibles de las dos hinchadas con más seguidores en el país.

<sup>6</sup> Encuesta Cooperativa Imaginación. Martes 17 de Abril de 2012

Nuestra sociedad ha creado estereotipos en torno al fenómeno de las barras bravas, las cuales la mayoría de las veces son provistas de valores negativos. Lo más llamativo es la denominación de fanatismo, que la mayoría de los encuestados otorga a las barras bravas.

7



Un 47,8% de los encuestados define a las barras bravas por su fanatismo o amor excesivo a un equipo de fútbol. Lo llamativo es la distinción que se hace sobre hincha y fanático. Esta distinción es sobre los excesos y las demostraciones irracionales para algunos y llenos de simbolismos para los otros.

Un punto que no puede ser ignorado es la definición de barra brava como la expresión de una juventud que se siente excluida y sin oportunidades, que asciende a un 45,8% de los encuestados del estudio de radio Cooperativa e Imaginación. Sobre este punto se amparan los sindicalizados como barras bravas, que sienten que el nuevo plan de seguridad implementado por el gobierno, es para que los asistentes a los estadios de fútbol se comporten como lo harían los hinchas europeos. Ante esto la crítica plantea que para eso no solo habría que cambiar el fútbol, sino también la educación, la economía y la salud. Bastones de una sociedad moderna en pleno desarrollo.

<sup>7</sup> Encuesta Cooperativa Imaginación. Martes 17 de Abril de 2012

### e) La Televisión y el Espectáculo.

El espectáculo del fútbol televisado en Chile, tiene nombre y apellido. Es el Canal del Fútbol (CDF), el cual fue fundado en abril del año 2003. Pertenece en un 80% a la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP), y en un 20% a Jorge Claro, director y fundador del mismo. No es casualidad que sea el canal Premium con más abonados en nuestro país, tal como lo demuestra la cuenta pública del año 2011, entregada por el CDF.

8



Las cifras son evidentes al referirnos a la masificación del fútbol espectáculo y como éste se ha ido transformando, para así dar un mejor servicio a quienes consumen el producto. Ya no basta con tener el Premium, sino que este debe ser ahora en HD (Alta Definición), es decir la tecnología a disposición del espectáculo deportivo.

El Canal del Fútbol es el gran sustento económico con el cual cuentan los equipos de fútbol en la actualidad, tal como queda de manifiesto en el Anexo Numero 1.

Claramente no da lo mismo pertenecer a un club de Primera División, en comparación a uno de segunda división (Primera B). Pero lo más notorio es la diferencia marcada que generan los tres llamados grandes del fútbol chileno, quienes se llevan aproximadamente el 25% de las utilidades. Los quince equipos restantes de Primera División se repartirían el 57% y los catorce equipos de Segunda División deberían dividirse el 18% restante (Fuente Ciper Chile).

Este dato es relevante pues deja de manifiesto dos principios fundamentales. En primer lugar queda en claro que no somos un país futbolizado, pues la atención

<sup>8</sup> Cuenta Pública del Canal del Fútbol año 2011.

mediática y económica se concentra en tres equipos (Colo - Colo – Universidad de Chile – Universidad Católica) y en segundo lugar la desigualdad al repartir las utilidades desencadena en un fútbol cada vez menos competitivo a nivel nacional e internacional. El título obtenido por la Universidad de Chile en la Copa Sudamericana, es tan solo una escaramuza de un éxito obtenido por una sociedad anónima que invirtió millones de dólares en contrataciones y en la instalación deportiva más moderna de Sudamérica. Algo que claramente no es replicable en las demás instituciones de nuestro balompié nacional.

#### **f) La Crisis Económica y la llegada de las Sociedades Anónimas.**

Los éxitos deportivos de los tres grandes del fútbol chileno, se vieron diezmados por la crisis económica de finales de los noventa, la llamada crisis asiática y en gran parte al mal uso del presupuesto que trajo consigo la contratación de jugadores que salían de todo cálculo y al mal manejo por parte de sus dirigentes, lo que conllevó a una rotunda crisis donde instituciones tan populares como lo son Colo Colo y la Universidad de Chile, estuvieron a punto de desaparecer del fútbol profesional. Siendo declaradas en quiebra y pasando a ser administradas por un síndico.

Esto desencadenó la llegada de las sociedades anónimas al fútbol profesional chileno, donde Colo Colo pasó a ser administrada por Blanco y Negro Sociedad Anónima, la Universidad de Chile, por Azul Azul Sociedad Anónima, lo que trajo consigo que el equipo estuviera a punto de cambiar de nombre, pues dejaba de pertenecer a la casa estudiantil de Bello. La Universidad Católica pasó a ser administrada por Cruzados Sociedad Anónima. Por nombrar casos emblemáticos de nuestro balompié nacional, esto es en gran parte consecuencia del fútbol espectáculo y de la mercantilización del mismo. Esto queda resumido en; “La expresión orgánica de este tipo de fútbol es la empresa productora de espectáculos futbolísticos: la transformación de los clubes en sociedades anónimas” (Santa Cruz, 1998; Pg.166). Algo que no sólo es observable en nuestro país, sino en todo el mundo, donde cada vez es más común ver sociedades anónimas, algo que no solo ocurre en el fútbol, sino también en el básquetbol, el rugby, por nombrar otras ramas deportivas.

En los últimos años, los mismos clubes de fútbol han sido llevados a la bolsa para ser transados en el mercado financiero, casos como la Lazio y la Roma en Italia, Y de

Colo - Colo, Universidad de Católica en Chile, por nombrar algunos casos emblemáticos de nuestro balón pie nacional. Cuestión que está empezando a ser común y que ha llevado a convertir a los clubes de futbol, de asociaciones deportivas sociales, en asociaciones privadas. Esto no es de extrañar si pensamos que en 1996, el presidente de la federación internacional de futbol, Joseph Blatter, abrió la caja fuerte de los secretos y dijo que la FIFA mueve más de 200 mil millones de dólares al año en el mundo, suma que aumento a 700 mil millones de dólares en 1999, y a 800 mil millones de dólares en el 2000” (Eloy .2008). Tanto capital económico hace que en la actualidad, los deportes como el fútbol sean una actividad económica cada vez más importante, considerada como una de las cuatro grandes industrias de la contemporaneidad, junto al petróleo, la industria automovilística y las comunicaciones. Es una empresa transnacional atípica productora de espectáculo y entretenimiento (Eloy .2008).

Esta característica, provoca sospecha y resquemor por parte de muchos intelectuales y pensadores sobre los espectáculos deportivos y al mismo tiempo en los fanáticos que los disfrutan, pues se comienza a percibir al público fanático del futbol como un público consumidor, que es a quien se dirige todo el espectáculo deportivo, para convertir a todos los habitantes del planeta tierra en fanáticos del deporte, para que se detengan frente a un televisor a contemplar atentamente todos los mensajes latentes y manifiestos difundidos en el espectáculo deportivo, de manera tal que afecte decisivamente su conducta como consumidor (Eloy .2008). Y a la misma vez, para lograr distraer a las personas en temas, como las desigualdades sociales, los problemas económicos, la actividad política.

#### **g) Función Ideológica y Enajenación.**

Se ha destacado también que el deporte cumple funciones ideológicas, en tanto puede contribuir a la reproducción del poder dominante, mediante la socialización de los sectores populares en los valores tanto éticos, como estéticos modernos, como son el éxito económico, la competitividad, la importancia de la individualidad aun en los equipos, etc. Es decir;

“Se transformó de una práctica recreativa en un fenómeno social y cultural, donde simbólicamente se expresan conflictos, esperanzas, frustraciones y sueños, individuales y colectivos. Así, el fútbol pudo

ser instancia de asociación y reconocimiento; expresión y espacio de construcción de identidades clasistas, regionales o nacionales; lugar de encuentro para una estructura social en proceso de heterogeneización y bruscas transformaciones” (Santa Cruz, 2003.Pg. 199).

Esto convierte al deporte en un instrumento de poder, el cual logra confundir y controlar a las masas. Esto es desarrollado por autores de la sociología crítica, quienes buscan denunciar los males del fútbol, y liberar a sus fanáticos. Aquí tenemos entonces una denominación del fanatismo por el fútbol, como una víctima, el cual debe buscar emanciparse o mirar con repudio por consumir dichos espectáculos.

La presencia de un fanático se ha constituido en gran parte por decisiones tanto económicas y políticas, pero no tan solo a nivel regional, sino más bien es parte de un proceso global, que paulatinamente va cambiando la práctica deportiva, desvirtuando el origen de la misma.

Por último cabe mencionar el carácter fundamental que recae sobre los hinchas y seguidores del fútbol. Múltiples cánticos en torno a su equipo, banderas con las insignias de sus equipos, sudaderas con los colores y el escudo que lo representan. Todo esto va determinando al hincha en sí, el cual va mutando sus conductas. Por ejemplo podemos hablar de un hincha, que compra su entrada o paga una mensualidad a su cable operador para ver a su equipo, aquel que es inmune si el equipo gana o pierde, aquel que disfruta del espectáculo. También existe aquel hincha que puede ser tomado en cuenta como un fanático, ese que contra viento y marea apoya a su equipo, que no le importa el lugar en la tabla de posiciones , el clima , ni menos su situación económica, aquel que vive en torno al futbol y sus consecuencias.

Ejemplo de esto es lo descrito por Karl Marx, para quien la enajenación característica de la sociedad capitalista, donde los seres humanos pierden relación y dominio sobre su trabajo y sus vidas, donde existe una desconexión de las personas consigo mismo. En la época contemporánea, se han desarrollado nuevas formas de enajenación, donde las personas son víctimas de instrumentos tecnológicos y de entretenimiento masivo que permite un mayor control social. Uno de estos mecanismos de enajenación moderna sería la del fútbol. El fanatismo de millones de personas por el fútbol se debería, en gran medida, a la profunda enajenación que este deporte logra producir, haciendo que los individuos se sientan partícipes y comprometidos con el juego y de esta manera abandonando su realidad, remplazándola por la realidad del fútbol.

El concepto de enajenación puede ser utilizado para describir a los hinchas violentos del fútbol por parte de los periodistas y entendidos de la materia. Esta definición del término va vinculada a su concepción psicológica, les ayuda a describir a estas personas y así poder entender y catalogar sus actos irracionales. Pero estos actos irracionales, entendidos como ilegales o fuera de lugar en el contexto de lo que será el fútbol, solo se subscriben a los hinchas más violentos y no a la mayoría de las personas que participan como espectadores, puesto que sus actitudes son tomadas como normales y naturales. Sin embargo la enajenación del fútbol llega a provocar que la mayoría de las personas ligen su vida con el acontecer del club que siguen, abandonando parte de su ser. No es de extrañar que penas y alegrías en la vida cotidiana de muchos fanáticos se deba en mayor medida al marcador final de un partido, por citar un ejemplo de lo que representa este deporte. Donde se presente el llanto, la frustración, o la alegría incontrolable y desbordada de una muchedumbre por un resultado futbolístico, nos encontraremos con masas de personas enajenadas de su vida y viviendo a través de los avatares del fútbol.

Toda enajenación tiene como característica de ser provocada externamente, así es entendido en Marx el concepto de enajenación. Donde el producto del trabajo que sufrían los obreros se debe a la sociedad capitalista, la cual creaba las condiciones para lograr que las personas separen su labor con el producto final que ayudan a realizar. Esto a través de la producción en cadena que se impuso en todas las fábricas en la revolución industrial.

En la enajenación del fútbol vemos como los medios de comunicación bombardean a las personas con cientos de horas de transmisión de fútbol, donde las personas conviven sus vidas en contacto ineludible a esta realidad impuesta, donde las sociedades sudamericanas son totalmente futbolizadas y se vive con tanta pasión un partido, donde los ciudadanos se comienzan a dividir por colores de camiseta y se toma más en serio estas diferencias que otras más profundas en la sociedad. El fútbol sería el gran engaño de nuestro tiempo, donde la conciencia del ser de cada humano se disuelve en las camisetas y el pensamiento es obligado a bajar de la cabeza hacia los pies por un sistema que impone el espectáculo del fútbol y logra que se incruste en la vida de la mayoría de las sociedades modernas

Es este sujeto en cuestión que vive su vida en torno al fútbol espectáculo el que nos da aristas de que este pueda ser tomado en cuenta como una religión;

“El problema no es el desarrollo de la dimensión de espectáculo que tiene el fútbol, sino si el sentido de éste se complementa o articula con otros sentidos incluidos en y ligados a la dimensión ritualista y simbólica” (Santa Cruz, 2003. Pg. 202).

Con esto se clarifica que el actuar del fanático en sí, es de carácter individual. Solo él y ella sabrán que pasa cada vez que ven a su equipo triunfar, perder o empatar. Pero esa representación la hace en conjunto con más seguidores que adoptan una forma de hablar, vestir y expresar lo que los hace representar su equipo de fútbol y sus ídolos que desarrollan esta disciplina.

#### **h) Influencia y Poder Político.**

El carácter político del fútbol no es un misterio, esto queda en manifiesto, pues por ejemplo en Argentina, Perón era hincha de Racing, equipo al que se dice ayudó a salir campeón, con la influencia y poder que él contaba en el minuto como el Presidente de la Republica. En Italia por ejemplo Mussolini organizó el Mundial de fútbol de 1934, en el cual el anfitrión salió campeón, con gran ayuda de los poderes fácticos. El Gobierno necesitaba el apoyo popular, y el apoyo popular se encontraba en el balón. Para los fascistas el fútbol era algo más que un deporte, ya que «permitía concentrar en un espacio propicio para la puesta en escena a considerables muchedumbres, ejercer sobre ellas una fuerte presión y alimentar los impulsos nacionalistas de las masas. Esto ayudó en gran parte a mostrar al mundo, cómo funcionaba el régimen fascista y dotar de gran honor a sus ciudadanos, los cuales valoraban el hecho de la victoria, la defensa del país y once gladiadores defendiendo a su nación.

En España, el Real Madrid es vinculado al gobierno de Franco, por citar un ejemplo. Situaciones que ocurren en países donde el futbol es tan popular y masivo que logra ser visto como un medio por el cual se puede manejar e influenciar a las masas. En el país, por ejemplo se dice que el Colo- Colo finalista de la Copa Libertadores de América en el Año 1973, retrasó el golpe militar, producto de la gran masa que este movía en su minuto y dado que la atención estaba en el futbol.

El principal recinto deportivo del país, el Estadio nacional Julio Martínez Pradanos, fue el mayor centro de detención del país en el golpe militar. El mismo Pinochet es

puesto en la palestra como quien ayudó a financiar el Estadio David Arellano de Macul, más conocido como el Monumental, pues en sus inicios se pensó en ser un estadio para 100.00 personas, como su homónimo de Brasil.

### **i) Identidad futbolera.**

En el fútbol se van construyendo identidades, que nacen como la disputa simbólica, de los diferentes sectores sociales, que buscan imponer sentidos y valores, respecto de unos y otros. Esta identidad permite plantear un principio de diferenciación. Esto puede ser;

“Tanto positivo y negativo; todo posee un sentimiento de identidad fruto de múltiples pertenencias a los diversos grupos en los cuales nos identificamos; nos reconocemos como hombres, mujeres; tenemos una identificación política; a las personas nos unen intereses comunes, proyectos, experiencias, valores; construimos un sentimiento de apego al propio grupo ya sea en función del idioma, herencia cultural, territorio. Todo ello genera personas únicas e irrepetibles, ya que la identidad radica en la existencia de la diferencia; yo no existo sin el otro” (Zambaglione, 2008; Pg.102)

Esta identidad queda marcada en la existencia de hinchas y fanáticos en torno al fútbol. Dependerá del grado de apropiación y uso de los símbolos creados, su significancia y el cómo estos lo expresan en la sociedad.

En Latinoamérica, el fenómeno del fútbol y sus fanáticos ha comenzado a estudiarse como fenómeno cultural y su importancia en la conformación de identidades. Es así que en 1999, la CLACSO organizó un grupo de trabajo sobre el tema “Deporte y Sociedad”, donde comenzó a preguntarse sobre la capacidad que tiene el fútbol para crear fenómenos socio-culturales, sean “Identidades de pertenencia” identidades territoriales-regionales, locales,(post)nacionales-, genéricas, generacionales, de clase, etc.), o sean identidades de rol (hinchas, jugadores, etc” (Villena. 2002).

Es de esta manera que se ha comenzado a dejar atrás los estudios de vertiente marxista y se comienza a buscar la importancia para las personas del fútbol, y cómo ellas ayudando a comprender la pregunta ¿quiénes somos? Cuestiones referentes a la

problemática de identidad de la persona que lo apoya, como el club define su personalidad, los valores que busca identificar y adueñarse para su construcción identitaria.

La identidad se trasunta en la conformación de comunidades y redes sociales, donde personas que son desconocidas pueden encontrar un lazo rápido de unión si comparten los “mismos colores de camiseta”. Son los fanáticos del equipo aquellos que de acuerdo a su construcción social van adquiriendo conductas que son diferenciadoras de aquellos que son catalogados como hinchas. Es por este motivo que se debe decir que;

“Los fanáticos son aquellos que poseen como marca registrada, la fidelidad a su club, a sus colores, se encargan de demostrarlo y fundamentalmente de decirlo: “no te vi el domingo pasado, sos un localista” (Zambaglione, 2008; Pg.105)

El fanático es la persona que adorna el espectáculo del fútbol. Con su demostración de fidelidad no hace más que mostrar al mundo que su pasión y su fanatismo no tiene límites esperados. Donde ciertos elementos, tienden a manifestar compatibilidad con la construcción social y popular de la religión, en la cual se vislumbra una adaptación de sus símbolos y ritos.

#### **j) Espectáculo Popular.**

Se ha propuesto en la tesis abarcar al fútbol espectáculo como una religión constituida en sí misma, más que considerarlo como un deporte. Ahora bien debemos tener en consideración, al fútbol como la representación de un fenómeno social y a la vez cultural que abarca en sí mismo tendencias de carácter económico – sociales, como al mismo tiempo puede verse influenciado por tendencias políticas.

Es así como se define la experiencia social y deportiva del fútbol, que empezó como una práctica deportiva, pero que con el paso de los años se fue profesionalizando, convirtiéndose en una rama no solo deportiva, sino al mismo tiempo con una función social, económica y política.

El fútbol espectáculo en sí ha dado cabida a la sospecha aquí expuesta, de cómo un deporte tan popular, puede ser más que la mera práctica deportiva, convirtiéndose en una religión civil. Entendida como la sacralidad de lo mundano, donde se da un carácter religioso a corrientes no oficiales, pero que se articulan bajo los parámetros del clero religioso, es decir se diferencia en que esta puede renegarse de sí misma en su punto más exacerbado, puesto el carácter mundano que la compone. Esto lo podemos afirmar con la explicación de que; “Pocas manifestaciones masivas tienen la carga simbólica y ritual que se condensa en el fútbol” (Santa Cruz.1998, Pg. 157)

Esto pues queda de manifiesto ya que es una rama deportiva que nace en el amparo de las clases populares, es posteriormente tomado por aquellos que dominan no solo lo económico sino también lo cultural y lo político, pues;

“Con el afán de mantenerse en el sector dominante, la élite capitalista, ha aprovechado las condiciones de la clase trabajadora para permear sobre ella su ideología capitalista. El trabajo de la clase obrera al ser mecanizado y dividido en tiempos, hace un espacio para la relajación y recuperación del individuo llamado tiempo libre” (González Miguel ,2007. Pg1).

La práctica del fútbol sobrepasa los noventa minutos que dura el espectáculo, el tiempo libre es usado para hablar de este, para llorar si se ha perdido, para alegrarse con los triunfos, para sentirse parte de un deporte que es desarrollado por once atletas pero que es disfrutado por millones;

“Ya sea por los triunfos posibles, por demostrar ciertas características especiales (como habilidad y virtuosismo o derroche de amor propio y pujanza), por la capacidad de asumir la representación de cierto sentimiento colectivo, o por la combinación de estos factores, se van generando a su alrededor círculos cada vez más amplios de hinchas y seguidores” (Santa Cruz, 2003. Pg. 200).

#### **k) Cultura e Idiosincrasia Futbolera.**

En la cultura e idiosincrasia futbolera de Chile, se encuentran las barras de fútbol, esto queda de manifiesto con el crecimiento de subdivisiones existentes dentro de las mismas barras que deben sus nombres ya sea a la comuna en la que residen o buscan

sus apelativos de acuerdo a algún significado que realce el nombre de su club. También está la creación de nuevos equipos de fútbol, de nuevas formas de verlo y sentirlo. Es tan masivo este deporte que no existe excusa para no seguirlo o no conocer nada sobre esta práctica deportiva. Práctica deportiva que ha sido tomada y estudiada desde una mirada religiosa. Dos realidades que levantan tanta pasión, admiración y recelo en la sociedad.

En Latinoamérica las prácticas deportivas y religiosas tienen una manera de expresarse, que claramente lo diferencian de Europa. Esto se puede explicar pues;

“La sociedad Latinoamericana atraviesa por un proceso de pluralización cultural y religiosa, más por efecto de la transformación del campo religioso y de la dinámica social e histórica de los actores sociales que como consecuencia directa de una estructura social que se moderniza en un sentido clásico” (Parker; 1996. Pg.128)

Existe una transformación cultural y religiosa en Latinoamérica que es propia de la idiosincrasia latinoamericana, que conlleva no solo efecto de carácter social, político y económico, sino también en un componente tan central y a veces olvidado como es el papel de la religión. No solo por el carácter ético –moral que esta desempeña en la sociedad sino más bien por el papel de adaptación de las culturas populares y sus nuevas formas de creencias. En el nuevo milenio es importante el nuevo rol que adopta la cultura popular; “Pues, es, aquella amplia producción cultural de las clases y grupos subalternos de la sociedad” (Parker; 1996. Pg.58)

No se trata de dejar en el olvido las formas de relaciones sociales y culturales que se imponen en la sociedad chilena. Más bien se trata de la nueva adaptación que hacen los estratos sociales de carácter popular, sobre la cultura y las prácticas religiosas.

## **l) Nueva realidad religiosa en Chile.**

Académicos y estudiosos mantienen que no es solo una mala apreciación aseverar que la religión y sus formas de expresión han perdido feligreses. No se puede negar que la iglesia católica ha perdido fieles, pero esto se debe en gran parte a la extensa oferta que existe en el mercado religioso. Por consiguiente;

“La nueva oferta esotérica encontró un espacio de cohabitación con las culturas tradicionales, compartiendo rituales y saberes y conformando nuevos hibridismos en contacto con las prácticas tradicionales y populares de la medicina herbolaria, del espiritismo (la práctica del channelling es muy usada) de la religión católica y de las creencias y las prácticas mágico-religiosas” (De la Torre, 2008; Pg.62)

Es decir ocurre una multiculturalidad entre las religiones. En gran parte es el vacío de la sociedad, que busca respuesta que pocas veces son respondidas con el éxito que se desea y por otro lado está la expresión de carácter popular que tiene la fuerza necesaria para modificar los ritos agregando vertientes propias del mundo popular al servicio de todos aquellos que buscan de una trascendencia no resuelta.

En la sociedad actual, las religiones tradicionales están perdiendo cada día más importancia y sentido para los sujetos. Proceso que se ha materializado históricamente con la separación Estado-iglesia, la desmitificación de los discursos religiosos por medio de los avances de la ciencia, y la actual crisis de la iglesia católica con su cuerpo de sacerdotes involucrados en delitos sexuales aberrantes como la pedofilia, por nombrar un ejemplo.

En síntesis estamos frente a una crisis que es parte de una sociedad que mira con cierta cautela a las instituciones religiosas. Un sector amplio de la población profesa alguna religión. Tal como queda de manifiesto en el siguiente gráfico de la encuesta bicentenario realizada el año 2012, por la Universidad Católica y Adimark GFK



Los círculos indican las diferencias estadísticamente significativas.

La religión Católica sigue siendo la que tiene más adeptos en nuestro país, con el 59%, lo que es una gran mayoría de chilenos. No obstante ha experimentado un descenso de un 11% en los últimos seis años, lo que es una cifra a tener en consideración.

La iglesia Evangélica cuenta con un 18% de fieles en nuestro país, lo que representa un crecimiento de un 4%, en los últimos seis años.

Quienes se declaran ateos llegan a un 19%, subiendo un 7% en los últimos seis años. Lo que es una cifra a tener en cuenta, para futuros estudios.

Se puede hablar de un cambio en la forma de concebir la religión por parte de la sociedad chilena. La cual experimenta un proceso multicultural y secular, que desencadena en una crisis de pertenencia en la religión institucional, la cual se ve marcada por el avance capitalista y materialista que claramente afecta las formas de creencias de los chilenos. Pues;

“Crisis de fe no es lo mismo que desaparición del sentido religioso. Si lo que desaparece es la fe en un Dios personal y trascendente, el sentido religioso inherente al espíritu humano encuentra otros centros, que se absolutizan: se sacralizan elementos terrenos que proveerán las bases para religiones sustitutivas.” (Fazio, 2003; Pg.3)

<sup>9</sup> Encuesta Nacional Bicentenario Universidad Católica – Adimark 2012. Pg.67.

Esta definición que abarca elementos no tocados por la religión institucional y que son integradas a esta nueva expresión religiosa, donde el fútbol tiene un papel preponderante, más allá de la actividad deportiva netamente tal. Ya no se trata del equipo de fútbol en sí, también se trata de las prácticas y rituales que adornan al espectáculo deportivo en su conjunto. Con esto queda en evidencia, que;

“No existe un campo religioso fijo e inamovible. Por el contrario sus límites son flexibles, cuestionados y en disputa permanente por actores estatales, societales, oficialistas o de oposición que, salvo excepciones, no niegan lo religioso sino que discuten cual debe ser su presencia y accionar simbólico e institucional” (Mallimaci, 2000; Pg. 24)

Esta problemática de carácter religioso está en una constante discusión teórica, donde van surgiendo nuevas prácticas secularizadoras que nacen en el amparo de las clases sociales desposeídas, pero que no son ajenas a las clases sociales dominantes. No es menor pensar al fútbol como una religión popular que tiene su origen claramente influenciado por la concepción capitalista de una sociedad que vive una continua mutación en sus creencias de carácter epistémicas – religiosas y en los paradigmas de sentir y expresar lo social. Los valores se han trastocado y la sociedad busca respuestas que en la religión institucional no logran tener respuestas. Esto puede ser explicado desde una mirada en la que;

“El hombre no puede vivir en un mundo sin puntos de referencia sólidos. De ahí que esta dinámica de absolutización de lo relativo o de sacralización de lo temporal obedezca a una necesidad antropológica: si no podemos habitar más en la casa que ofrecía el sentido trascendente de la vida, debemos construir barracas que puedan al menos ofrecer la apariencia de una cierta habitabilidad” (Fazio, 2003Pg.4)

Es la búsqueda de un ser divino que esté dotado de virtudes que van más allá de nuestro alcance personal, donde las frustraciones tengan escondite y las peticiones sean concebidas. Esto es explicado por la necesidad de tener un referente, que sea capaz de mantener un cierto orden, ante una sociedad que se ve enfrentada a una

crisis valórica y que busca trascender. Esto lleva a un vacío en los cuales la falta de vida religiosa, de creencias compartidas por un grupo humano e interiorizado.

La historia señala que no existe sociedad sin que está cuente con un sistema religioso que la identifique y sea parte fundamental de sus características. Desde la antigüedad, cada civilización ha creado y recreado a sus dioses, ritos, creencias sobrenaturales, cosmovisiones que le han ayudado a entender el mundo y a entenderse a sí mismos, además de buscar la salvación en este mundo o en el otro (Durkheim). Por ende, creemos que la sociedad actual no esta falta de vida religiosa, sino que esta se ha escondido transformando, otras formas, y quizá adecuándose a los nuevos tiempos ha llegado a cristalizarse en una nuevas formas de expresión como lo sería el fútbol.

Es por este motivo que debemos tener en consideración que;

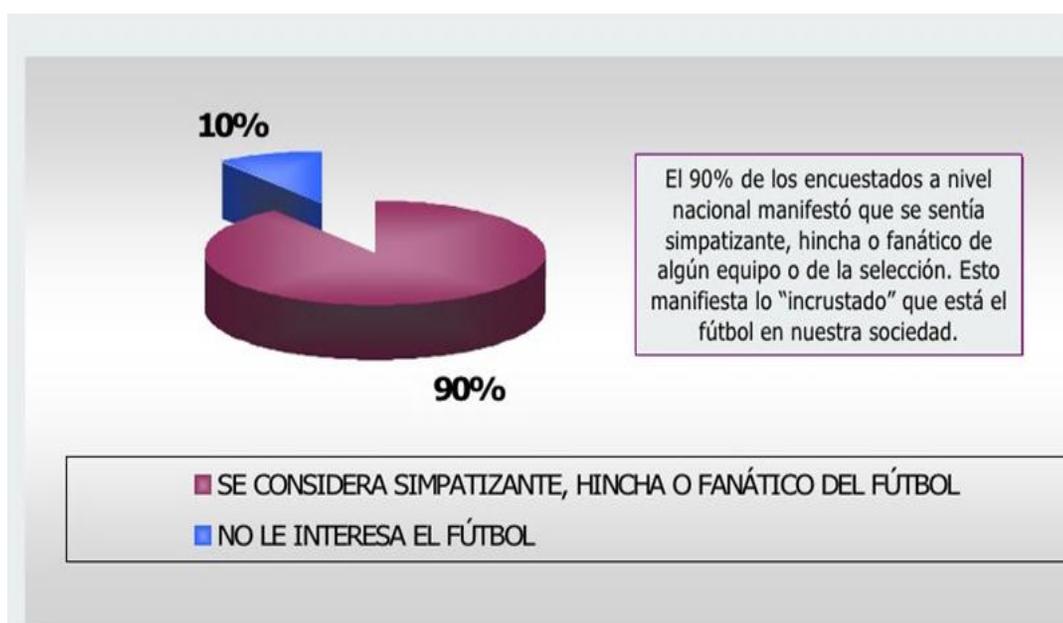
“Sin duda, cuando sólo se considera la letra de las fórmulas, esas creencias y esas prácticas religiosas parecen a veces desconcertantes y podríamos inclinarnos a atribuirles a una especie de aberración radical. Pero, bajo el símbolo, hay que saber alcanzar la realidad que él representa y que le da su significación verdadera. Los ritos más bárbaros o los más extravagantes, los mitos más extraños traducen alguna necesidad humana, algún aspecto de la vida individual o social. Las razones que el fiel se da a sí mismo para justificarlos pueden ser, y son aún lo más frecuentemente, erróneas; las verdaderas razones no dejan de existir; es tarea de la ciencia descubrirlas” (Durkheim; 2003. Pg.27).

En base a esta explicación la investigación está orientada, a mirar la crisis de la religión institucional en Chile, tomando en cuenta otras expresiones populares que pueden ser consideradas religión, lo que estaría representado por el fútbol espectáculo y todas sus matices que hacen suponer que la práctica deportiva de la misma, puede ser abarcada e interpretada como una nueva expresión religiosa en la sociedad chilena actual.

### m) El fútbol como manifestación religiosa popular.

En la actualidad existe una multiplicidad de manifestaciones religiosas, donde el fútbol podría ser una más. Su continua exposición con los medios de comunicación, hace que tenga más notoriedad. Los símbolos y la significancia que los hinchas y fanáticos hacen sobre el fútbol, permiten repensarlo como una nueva expresión religiosa. Según un estudio de Adimark – GFK, realizado en el año 2010, en nuestro país el 90 % de los encuestados se considera como simpatizante, hincha o fanático.

10

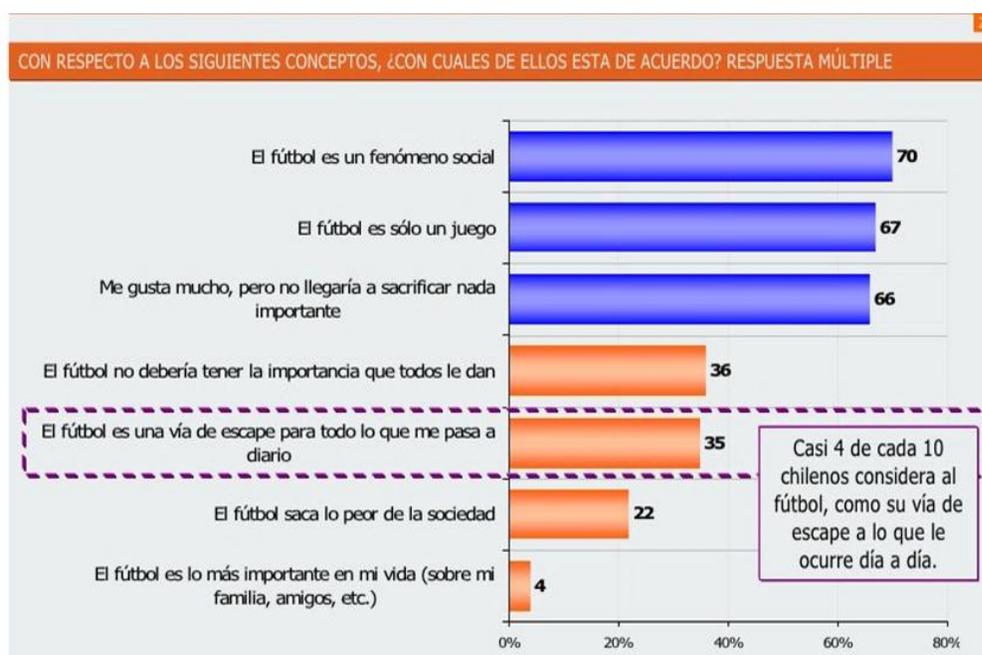


El siguiente gráfico muestra que el fútbol es uno de los deportes más populares y multitudinarios en el país. Por más que se le critique el hecho de no ser el deporte más ganador, ni representativo de Chile.

Los datos de la encuesta Adimark – GFK, realizada en el año 2010, producto del mundial de fútbol, jugado en Sudáfrica. Hacen pensar que el fútbol puede ser considerado como una religión, producto de la sociedad moderna y capitalista.

Por ejemplo, el 35% de los encuestados considera que el fútbol es una vía de escape para los problemas, esto equivale a 4 de cada 10 chilenos.

<sup>10</sup> Encuesta de Estudios Gfk Adimark. 2010. Para la marca Guillet.



La siguiente gráfica demuestra que el fútbol representa los deseos y frustraciones del diario vivir. Su trascendencia radica en apaciguar las penas y alimentar las alegrías. Por el fútbol se sufre, se ríe, se llora, por nombrar algunas emociones. Es por este motivo que un deporte como este, puede transformarse en una religión de carácter popular, pues cuenta con ciertas directrices, que llevan a considerarlo como tal.

La dimensión fútbol -espectáculo es la que ha convertido a este deporte en una forma de religiosidad popular, pues nace en los sectores desposeídos, que ven a este deporte como una escapatoria a sus problemas cotidianos en la economía, la educación y la política, por nombrar algunos.

Para un hincha y fanático, es necesario el carácter ritualista y de expresividad de la religión, en la que se ha convertido el fútbol. Ante la pregunta si sacrificarías algo importante por ver un partido. De un 100% de los encuestados, solo un 29% de estos, estaría dispuesto a realizarlo. Lo que demuestra que ser fanático o hincha, radica en los sacrificios que se esté dispuesto hacer, por el equipo. Los verdaderos adeptos a esta “religión” no son la mayoría.

<sup>11</sup> Encuesta de Estudios Gfk Adimark. 2010. Para la marca Guillet.



El cuadro señala que el 71% de los encuestados, no está dispuesto a realizar un sacrificio importante por el fútbol. En parte esto explica, que los hinchas y fanáticos, sean enjuiciados por la sociedad.

El fútbol es una actividad deportiva, que ha vivido fuertes cambios en la última mitad del siglo XX. En gran medida es por la influencia de la FIFA que ha convertido al deporte en un espectáculo masivo. Los problemas políticos, sociales y económicos, han influenciado los cambios que ha experimentado esta actividad deportiva.

<sup>12</sup> Encuesta de Estudios Gfk Adimark. 2010. Para la marca Guillet.

### 1.3 Relevancia Sociológica.

La religión ha sido tema de debate social para académicos y estudiosos de la materia. No podemos negar que por ella se han producido guerras y al mismo tiempo se han evitado otras. Es por esto que la religión se vuelve central en la producción de lo social, de lo político, lo económico por nombrar algunas aristas. Es este poder de resolución y los conflictos que afloran en esta temática, que hace a la religión tan interesante para estudiar y abarcar desde las ciencias sociales.

Los clásicos como son los padres de la sociología, desarrollaron un cuerpo teórico que estudia y explica la religión desde diferentes perspectivas. Desde Emile Durkheim con su obra “Las formas elementales de la vida religiosa”, pasando por Max Weber con sus “Estudios sobre la sociología de la religión” y, Karl Marx quien si bien no profundiza sobre religión, vincula algunos aspectos religiosos en sus trabajos sobre la realidad social - capitalista de su época.

Hoy en día, los sociólogos actuales, también centran muchos de sus trabajos en estudiar las formas en las que se expresa la religión en la sociedad, observando y analizando cómo estas se han transformado en el tiempo, las crisis que las afectan, y los tipos de creyentes que se han expresado.

Este estudio tiene una relevancia vital, pues no solo orienta su mirada a la religión institucional, sino que busca descubrir una nueva forma de expresión religiosa, no explorada, ya que busca estudiar en profundidad las nuevas formas de expresión religiosa, en la sociedad contemporánea.

Es en el fútbol donde buscaremos una forma de expresión religiosa, donde pondrá en juego los significados de esta y la comprensión que tiene la sociedad, sobre este tema en la actualidad. Estudiar al fútbol como una nueva expresión religiosa, no solo puede ser relevante por el enfoque del trabajo mismo, sino que también puede abrir el camino para que en trabajos futuros pueda ser buscado lo religioso en otros y nuevos fenómenos, invitando a desplegar y expandir las fronteras de las formas de creencias del hombre y la mujer.

En este trabajo, se busca entender y comprender nuevas alternativas de mirar la teoría sociológica de la religión, poniendo en juego las teorías más tradicionales como son las elaboradas por Emile Durkheim y William James (Las formas elementales de la vida religiosa – Las variedades de la vida religiosa) y otras corrientes contemporáneas

como las expuestas por Eduardo Santa Cruz y Norbert Elías (Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile Actual - Deporte y ocio en el proceso de la civilización). Aplicándolas a un nuevo fenómeno, cuestionándonos si estas aún son válidas para responder a las formas en que la sociedad se expresa.

Se busca poner en tensión una forma de entender y saber, una que ha estado construyéndose y dirigiendo el entendimiento de lo religioso. Ante este cometido, cobra vital importancia este punto, pues la teoría siempre se debe estar cuestionando para poder renovarla y validarla. Tenemos la obligación de conocer nuestros saberes y mirar con mayor libertad a la sociedad, sin esto las ciencias sociales se atrofiarían y quedarían como un compilado de teorías que con el tiempo no responderán a las necesidades de la sociedad actual.

#### 1.4 Pregunta de Investigación.

¿El fanatismo por el fútbol se puede entender como una nueva forma de expresión religiosa, en la sociedad chilena actual?

#### 1.5 Interrogantes

Las interrogantes aquí planteadas, surgen como base de los objetivos específicos de la investigación. Son preguntas que son respondidas en el transcurso de la tesis, con las entrevistas realizadas a los hinchas y fanáticos del fútbol. Al mismo tiempo, encuentran sustento en la bibliografía utilizada para construir el marco teórico.

¿Qué es lo sagrado y lo profano para los fanáticos del fútbol?

¿Pueden atribuir un sentido religioso los ritos y ceremonias futbolísticas de los hinchas del fútbol?

¿Qué elementos de la sociedad actual ayudarían a comprender que el fútbol se experimente como expresión religiosa?

## 1.6 Objetivo General.

- Comprender el fenómeno del fanatismo en el fútbol y su relación con la religión, en el contexto de la sociedad chilena.

## 1.7 Objetivos Específicos.

- Conocer los valores y la identidad propia a través de la representación de si en los fanáticos del fútbol.
- Identificar los símbolos con los que adhieren los fanáticos del fútbol y su significación religiosa.
- Analizar e interpretar los ritos y prácticas que realizan los fanáticos en torno al fútbol espectáculo como expresión religiosa.

## Capítulo II

---

### Marco Teórico.

#### 2.1 Religión y Sociedad.

##### 2.1.1 Religión

La religión es la fuente de toda significación ética, moral y valórica, puesto que se rige como principio legitimador de toda sociedad, que se desarrolla en una incierta y precaria realidad, para el desarrollo y el bienestar de la religión. Autores que han estudiado el fenómeno religioso enfatizan el factor funcional de la religión; “Precisa de la comunidad como de un todo para que sus miembros puedan adorar a una las cosas sagradas y sus divinidades, y la sociedad necesita la religión para el mantenimiento de la ley y el orden moral.” (Malinowski, 1948; Pg.18). Enfoque funcionalista utilizado por el autor Malinowski, para definir lo que es el concepto de religión.

En el mundo, lo religioso se manifiesta en la constitución del campo simbólico de la sociedad. El carácter primario con el que cuenta la religión se cimenta en la socialización primaria que se produce con la transmisión de los valores por parte del seno familiar. En la actualidad, estudiosos del fenómeno religioso, desde un enfoque funcionalista siguen una;

“Crisis en la socialización religiosa, debido al quiebre de la tradición, con la consiguiente amenaza de pérdida de la memoria creyente. Esta crisis tiene su razón de ser en las transformaciones que se están operando en el seno de la familia y en la función socializadora de las creencias religiosas cumplidas por las instancias de parentesco (madre, abuelos, tradiciones familiares, etc.). Esto explica que el ateísmo vaya dejando lugar a la desafección hacia lo religioso desde el núcleo familiar.” (López, 2005; Pg. 131)

La crisis de la socialización, afecta a la religión y a la familia como instituciones sociales fundamentales dentro de la sociedad. Las cuales han sufrido una transformación tanto en su función como en su concepción. Autores como Mardones (1994), explican los motivos por los cuales la religión ya no está en el centro de la

sociedad. Ahora más bien, este centro de producción de relaciones sociales lo ocupan otras aristas sociales, como son la economía, la educación y la política.

Enfoque diferente es el planteado por el autor William James, el cual plantea que el elemento principal de la religión tiene que ver fundamentalmente con las emociones, con la cuestión subjetiva de los individuos, puesto que sus estudios están vinculados a comprender el cómo vive la religiosidad la persona y no estudiar el fenómeno religioso desde las instituciones religiosas propiamente tales. Se parte de la base que toda institución religiosa nació de un sujeto o grupo de sujetos que experimentó un acontecimiento que cambió su vida y le dio el valor de divino. Por ende, según esta mirada, para comprender lo religioso debería estudiarse; “Los sentimientos, los actos y las experiencias de hombres particulares en soledad, en la medida en que se ejercitan en mantener una relación con lo que consideran la divinidad.” (James. 1994, Pg. 18). La religión entonces es, básicamente una cuestión que nace de un sentimiento que liga a la persona con aquello que emocionalmente experimenta como divino.

Las emociones en este aspecto son consideradas como fundamentales, producto de que no toda emoción puede ser considerada una emoción religiosa. Además, existen diferentes grados de emociones, y a los cuales debemos separar para determinar cuál es realmente una expresión religiosa. Por este motivo es que se debe comprender;

“La esencia de las experiencias religiosas, como aquello por lo que las deberíamos juzgar, en última instancia, debe ser ese elemento o cualidad suya que no podemos encontrar en ningún otro lugar. Y esta cualidad será, naturalmente, más señalada y fácil de percibir en las experiencias religiosas más unilaterales, exageradas e intensas” (James. 1994, Pg. 21)

Por este motivo se puede afirmar que los sentimientos que fluyen más fuertemente están asociados con la religiosidad. En este sentido los sentimientos religiosos no deben ser expresados de manera fría o débil, puesto que se hace muy difícil saber si aquellos son resultados de una experiencia que se conecte y transforme en una acción que se vincule, con alguna forma de divinidad. Es más los sentimientos banales de este tipo deben ser dejados a un lado, para así concentrarse en aquellos sujetos que

experimenten emociones más fuertes y por esto fáciles de pesquisar y estudiar. Es aquí donde la religiosidad puede ser encontrada y estudiada.

La emoción religiosa es significativa en su expresión y valor emotivo, pues no logra establecerse como tal, sino que debe tener un valor más elevado, para así poder comprenderla como única. Primeramente se debe señalar que el sentimiento o emoción religioso debe ser acompañado de una seriedad con lo experimentado. “La divinidad, para nosotros, significará aquélla realidad primaria a la que el individuo se siente impulsado a responder solemne y gravemente, y no con un juramento o una broma.” (James. 1994, Pg. 21). Al observar todo acto religioso, se logra apreciar que es tomado con un total cuidado de las formas. Pues no son simples acciones llevadas a la suerte o la ironía por los sujetos. Los sentimientos religiosos son siempre fuertes y expresivos, pero esto nunca significa que se pierda la seriedad. Este hecho hace que el sentimiento religioso siempre sea solemne y de total respeto.

Por último, debemos añadir que la emoción religiosa es un sentimiento de gozó, un sentimiento que supera al corporal, pues hace que los sujetos se eleven y hagan vibrar sus espíritus, donde incluso los dolores puedan ser entendidos emocionalmente como parte de la emoción religiosa.

“En tal estado de ánimo lo que más temíamos se convirtió en la morada de nuestra seguridad, y la hora de nuestra muerte moral se convirtió en el día de nuestro nacimiento espiritual. Se acabó el tiempo de tensión de nuestra alma y ha llegado el de la tranquilidad feliz, el del respirar profundo y tranquilo, el del presente eterno sin tener que preocuparse por un futuro desacorde.” (James. 1994, Pg. 25).

Es sin duda un sentimiento que supera a la realidad fría y que tiene el poder de ver el universo de manera positiva y esperanzadora, es el sentimiento o emoción solemne y divina que salva al sujeto por medio del gozo experimentado.

Esta forma de entender la religiosidad podría ser encontrada en una diversidad de formas o maneras, sin importar a lo sumo si es producido por un delirio o una patología mental. Además “Las funciones más simples de la vida fisiológica puede producir emociones religiosas. Todo aquel que conozca un poco los místicos persas

sabe que el vino puede ser contemplado como un instrumento religioso.” (James. 1994, Pg. 26). Siempre y cuando esa emoción se experimente y logre ser comprobable. Dada estas condiciones, es que se puede llegar a encontrar una forma de vida religiosa en los individuos, lo que haría que una actividad como el fútbol pueda ser estudiada desde esta perspectiva. Pues es un deporte que genera tal desborde de pasión por muchos de sus seguidores, que no sería extraño encontrar algunas de las propiedades antes descritas en la forma individual de vivir y sentir el fútbol.

En contra posición de lo expuesto por Williams James, el autor Charles Taylor, plantea que en primer lugar corresponde distinguir; “Entre la experiencia religiosa viva, que es la del individuo, y la vida religiosa, que es derivativa porque es algo adoptado por influencia de una comunidad o iglesia” (Taylor, 2003; Pg.16). Es decir según Taylor, la religión tiene dos formas de expresarse. En primer lugar está se expresa de acuerdo al ámbito de lo emotivo y lo personal, donde cada uno se expresa según sus emociones religiosas. En segundo lugar está la expresión colectiva, enmarcada en ritos y símbolos, que son compartidos por todos, en un lugar y tiempo específico.

Es por este motivo que; “Debemos ir en busca de las experiencias originales que sirvieron de modelo para toda esta masa de sentimientos inducidos y conducta imitativa” (Taylor, 2003; Pg.17). La historicidad religiosa, debe ser tomada como un punto de inicio válido por parte de quienes profesen la religión. Pues es donde se han creado e instaurado símbolos y expresiones que han sido invalidados y revalidados de acuerdo a las necesidad propias de la sociedad moderna.

La religión está dotada de distintos símbolos y ritos, que son compartidos por aquellos feligreses, que dan significado y expresan su fe. No todas las religiones están concedidas de los mismos signos, expresiones y cultos. Existe una amalgama de religiones, para todos los gustos y necesidades. En gran parte este factor se debe a la secularización latente en nuestro continente, donde se expresa que ésta es una tendencia provocada por la religiosidad popular, que ha abierto el mercado a nuevos cultos no institucionalizados.

Lo colectivo por parte de la religión ha quedado diezmado por acciones individuales que han sido tomadas como propias de los cultos religiosos. En primera instancia el

error de generalizar las expresiones y significados religiosos, que son más bien de carácter personal. El segundo error es tomarse en serio la religión, lo que significa tomarla de una forma personal, devota e interna, pues aquí lo primordial es el compromiso de aquellos que son parte de la religión.

Taylor señala que la variedad y las expresiones religiosas, existentes en la sociedad moderna no son solo frutos del;

“Declive de la fe y de la práctica religiosa ya que han impuesto un mayor grado de reflexión y compromiso en las personas que la mantienen. Este proceso tal vez se haya hecho evidente en tiempos más recientes. Se trata más bien de que la propia tendencia hacia una religión personal ha sido parte del impulso que ha animado algunas facetas del proceso secularizador.” (Taylor, 2003; Pg.25)

El proceso secularizador de la sociedad moderna, ha desencadenado que la religión pierda influencia colectiva, acrecentando lo personal en torno a la fe y a las expresiones religiosas existentes. El nuevo creyente postula Mardones; “Tiende a vivir la religión desde su individualidad, subjetividad y necesidades personales. Se da un cierto uso pragmático de la salvación religiosa. La relevancia y autenticidad religiosas se evalúan desde la experiencia emocional”. (Mardones, 1994; Pg.42). Lo emocional como sustento de la una religión que se expresa en una sociedad, donde los valores capitalistas y de consumo, son pilares del desarrollo económico, político y social, en la cual los valores propios de la religión son dejado a un lado.

Ante esto Hervieu – Leger (2005), postula que existe una evidente fragmentación de lo religioso en la sociedad moderna. Aunque es indudable que la religión aun es importante en la sociedad, la diferencia radica en que simplemente ya no se expresa, ni menos habla, en lugares donde se espera lo haga. La religión ahora se presenta de manera difusa, implícita en otros ámbitos como son lo económico, lo científico y lo político por nombrar algunas aristas de carácter social. En la sociedad moderna; “Si bien la religión deja de ser el lenguaje de toda la experiencia humana, continúa siendo un elemento necesario de la sociedad del futuro” (Hervieu – Leger, 2005; Pg. 47).

Los símbolos y las formas de rendir culto, han sufrido ciertos cambios, los cuales han sido influenciados por la sociedad moderna. Esto producto de que; Los símbolos

religiosos, como una cruz, una medalla, se transforman en adorno (Mardones, 1994; Pg.33). Es decir ya no expresan los valores con los cuales se construyeron, por lo que su necesidad en la vida moderna se ve diezmada. La conclusión, no definitiva sobre la transformación de la religión, es que se da una especie de metamorfosis, la religión no se crea, ni menos se destruye, simplemente se transforma.

### 2.1.2 Lo Sagrado y lo Profano.

Las creencias religiosas para Emile Durkheim, son representaciones que expresan la naturaleza de las cosas sagradas y el cómo estas se relacionan con las cosas consideradas como profanas. Para comprender la idea de lo sagrado y lo profano el autor sostiene que las cosas sagradas; “Son consideradas como superiores en dignidad y poder a las cosas profanas y particularmente al hombre, en el caso de que éste no sea más que un hombre y, en sí mismo, no este sacralizado” (Durkheim.1992, Pg.33). Es decir, lo sagrado es aquello con características elevadas y con un valor considerado como superior, el cual es determinado por los hombres y sus ritos sacralizados, con los que expresan su devoción. Lo profano se expresaría en las cosas consideradas como ordinarias en el mundo, es decir aquellas que no están provistas del sentido sagrado y que por ello no contienen un valor simbólico.

Para Durkheim, la diferencia entre lo sagrado y lo profano, radica en la exclusión y apropiación de los símbolos y de la representación por parte de lo sagrado. El autor habla de una metamorfosis de las expresiones consideradas profanas, producto del contagio de estas, con lo que es considerado sagrado. Lo sagrado en cambio no pierde su valor simbólico, producto de la no banalización de sus prácticas. En síntesis; “La cosa sagrada es, por excelencia, aquella que el profano no debe, no puede tocar impunemente” (Durkheim, 2003; Pg. 79). En esta idea recae la concepción moralista de que lo sagrado está superpuesto o añadido a la experiencia y realidad social, lo que va en contra posición de lo profano, a lo cual la sociedad le da un valor y expresión diferenciadora. Lo que no significa que estén conectados, puesto que son dos experiencias diferenciadas, producto de las expresiones y los símbolos de distinta índole, tiempo y espacio.

En último caso es sagrado todo aquello que en la sociedad tiene algún vínculo con el misterio o con el sentido. Es decir todo aquello que es provisto de un valor propio, por parte de los individuos, que comparten y se expresan en torno a lo sagrado. Las

expresiones religiosas pueden pasar de ser profanas a sagradas, pero hay que entender que para esto se necesita de una metamorfosis del elemento básico que lo compone, ya sea la expresión o el valor que se le asigna por parte de los individuos.

Pasar de una concepción a otra equivale a nacer nuevamente como símbolo con carácter social y divino, ya que se obtiene otra significancia, diferente de la profana. Durkheim lo explica en su libro “En las formas elementales de la vida religiosa”, con los ritos de iniciación, en los cuales los jóvenes para poder pasar a la adultez, mueren y renacen en nuevos seres para sus tribus. En contra partida Hervieu – Leger, menciona que estas expresiones religiosas, como los ritos, las creencias y las comunidades, no son más que manifestaciones derivadas y en algunos casos limitadas de la experiencia religiosa que se confunde con la experiencia emocional de lo sagrado.

La articulación entre la idea de lo sagrado y lo profano, es profundizada por Mircea Eliade, en su libro “Lo sagrado y lo profano”, en el cual define elementos que ayudan a advertir el tiempo y el espacio religioso, que es destinado a la comprensión tanto de lo sagrado, como de lo profano. Para el hombre religioso el espacio es cualitativamente diferente, existen diferencia insalvables en el espacio que habita o conoce, pues existe un espacio elevado, significativo para su vida. Éste espacio significativo es el de carácter sagrado ya que es; “El único que es real, que existe realmente, y todo el resto, la extensión informe que lo rodea” (Eliade. 1998, Pg.21). En palabras de Mircea Eliade, el espacio sagrado es fuerte y significativo, tanto en su construcción como en su significación para los individuos. En contraste del espacio profano, el cual es carente de consistencia, tanto significativa, como de expresión, lo que lo transforma en un espacio amorfo.

Esta manifestación del espacio sagrado tiene; “Un valor existencial para el hombre religioso: nada puede comenzar, hacerse, sin una orientación previa, y toda orientación implica la adquisición de un punto fijo.” (Eliade, 1998. Pg.22). Como son los símbolos que son provistos de un valor que lo define como sagrado, así como la expresión de los mismos. Un punto fijo que sirva como conector entre lo divino y lo mundano, y que permita expresar la experiencia y la significancia que le dan los individuos en torno a lo sagrado y lo profano.

La separación del espacio no solo se remite a la transformación de las significancias de los individuos, puesto que el espacio sagrado además es aquello que orienta al hombre. Este espacio se constituye en el eje central de toda significancia. La homogeneidad del espacio constituye un punto de referencia indiscutido.

Por eso el mito, según Eliade, está expuesto en las religiones más primitivas encontradas en nuestros días, donde la mitología nos habla que la divinidad al cual le rinden culto, creando al mundo a través del demonio o ser maligno que venció y mato, usando su cuerpo para construir el espacio y de esta manera entregar a los hombre el cosmos en que habitan, espacio sagrado que les da orientación y orden en su mundo, salvándolos del caos, aquello desconocido y que es el espacio profano.

En el espacio sagrado es posible encontrar la idea de tiempo sagrado, puesto que para el hombre el tiempo tampoco es homogéneo ni continuo. El tiempo tiene distintas naturalezas y se dividen por su importancia religiosa que le entrega. Esta naturaleza la podemos observar en los periodos de tiempos destinados y regidos por un calendario, es decir son periódicas, es el tiempo de las fiestas o el de ritualidad. Este tiempo es diferente al ordinario, el tiempo común y corriente que o cuenta con significado religioso, al cual el autor menciona como, el tiempo profano.

El tiempo sagrado además se diferencia; “Por su propia naturaleza reversible, en el sentido de que es, propiamente hablando, un tiempo mítico primordial hecho presente” (Eliade. 1998, Pg. 53). Es decir, que este tiempo se distingue del profano por no agotarse, sino porque siempre está vigente y que por lo tanto puede recrearse como si fuera vivido nuevamente. Por ende toda fiesta religiosa está hecha para reactualizar un tiempo significativo, un tiempo inagotable revivido cuantas veces se quiera y sin perder su naturaleza originaria. Así podemos entender que toda fiesta o rito sagrado no es la simple recreación de un pasado, sino que es el tiempo vivido nuevamente, el original, con los sucesos y acontecimientos revividos tal y como sucedieron. Para los cristianos por ejemplo, el rito de la crucifixión no es una teatralización de ese suceso, sino que es la crucifixión vivida nuevamente, donde ese tiempo permanece eterno para ser revivido cuantas veces se quiera.

“No solo el tiempo es revivido, sino que también los creyentes son transformados por ese tiempo, ya que existe un renacer que se experimenta al experimentar la sacralidad. El tiempo sagrado al no

poder agotarse está siempre presente y nunca podrá sufrir cambios, no es lineal y con desgaste como el tiempo profano, pues al celebrar ese tiempo se regresa a los inicios y con esto además se permite que las personas sean renovadas por ese tiempo, salvadas del desgaste propio producido por el tiempo sagrado, el cual las personas viven mayormente”.

Es el tiempo entonces una instancia de vivir lo sagrado y, al igual que el espacio, permite a las personas tener un punto de referencia y apoyo ante sus vidas divididas por lo sagrado y lo profano de sus vidas. Vivir en un espacio y tiempo con valores elevados de sacralidad, permite que los creyentes puedan ordenar y dar significado a sus vidas, renovarse del desgaste de la misma y poder encontrar puntos de vida en las cuales estas cobran un significado mayor y de importancia, al común de cómo son vividas sus vidas.

La religión vista desde el enfoque de lo sagrado, es entendida con su relación con lo divino y; “Lo divino significa una realidad trascendente a este mundo.” (Rosales, 2012; Pg. 167). Trascendencia entendida como la relación con lo sagrado más allá de la muerte. Tal como es explicado por la religión católica, como el paso esencial del límite existente entre la vida y la muerte. La trascendencia es abarcada como un símbolo dotado de esperanzas para los feligreses, es al mismo tiempo algo que está más allá de las fronteras de lo natural. Esta concepción religiosa de la trascendencia, se encuentra en una continua lucha con el desencantamiento propio de la sociedad moderna. Donde el orden imperante ya no sería propiedad de Dios sino de los agentes sociales.

En palabras de Hervieu – Leger, lo sagrado es; “Todo aquello que, en dichas sociedades, tiene algún vínculo con el misterio, o con la investigación del sentido, o con la invocación de la trascendencia, o con la absolutización de determinados valores” (Hervieu – Leger, 2005; Pg. 78). Lo que es común a lo sagrado es que se expresa en espacios que han sido liberados en la religión institucional.

Esta es la división del mundo en dos esferas separadas entre sí y que determinan el carácter de religioso. Lo sagrado y lo profano está en la base de toda religión, pues se ve expuesta en todo rito, mito, dogmas, leyenda y creencia que conlleve la separación del mundo en estos conceptos. Los cuales en palabras de Mardones (1994), son un

modo de ordenar el espacio, el tiempo, el trabajo y el ocio. Es decir es un modo de ordenar y dar sentido a la vida humana en los aspectos fundamentales de la misma.

### 2.1.3 Secularización y Modernidad

El termino secularización históricamente ha sido abordado por teólogos, sacerdotes y estudiosos del fenómeno religioso. Se puede afrontar desde dos aristas totalmente opuestas, pero que interactúan constantemente. Por un lado la influencia que la religión ha inducido en la cultura, la política y la economía, ha provocado un resquemor y recelo en una sociedad, que criticaba el hecho de que una institución que debía velar por el bien común de todos, tuviera real injerencia en las decisiones tomadas por unos pocos, que en el nombre de Dios, mataron y robaron, por nombrar dos ejemplos ocurrido a lo largo de la historia. En síntesis;

“Este proceso de secularización y su efecto concomitante de desencantamiento del mundo han supuesto para la comunidad sociológica de nuestros días un foco de debate permanente en el que, por lo general, ha primado la tesis de la paulatina pérdida de influencia de la experiencia religiosa en la sociedad moderna.”  
(Sánchez, 1998; Pg.170)

Según Parker el descontento social, al que se ve afrontado la religión, corresponde en gran medida a; “La poderosa influencia que sobre las masas proletarias ejercían ideologías secularizantes que anteriormente habían roto con el marco simbólico – religioso que asentaba y legitimaba el Ancien Régime” (Parker, 1996. Pg.111). La raíz del termino secularización ha sido identificada en el término siglo nuevo y mundo nuevo, de ahí el surgimiento de lo mundano como contraposición de lo referido a lo religioso. Algunos teólogos han catalogado que la pérdida del poder eclesial que paso a manos del poder civil, ha sido un cambio negativo, ya que produce caos en una sociedad, que pierde el horizonte de lo divino, por impulsos y ritos de carácter profano, que nacen producto del desencantamiento de lo sagrado y de la idea de un único Dios para toda la sociedad. Es por este motivo que autores como Casanova (2007), postulan que la secularización es producto de la decadencia de las prácticas y las creencias religiosas en las sociedades modernas.

Ante esto Cristián Parker sostiene que; “El proceso de secularización provino del cambio en las condicionantes de una estructura social y cultural en rápida mutación a causa de las modernizaciones introducidas por la industrialización y la urbanización” (Parker; 1996. Pg.111). Este proceso desencadenado en el enjuiciamiento de la sociedad a la religión oficial, donde la influencia de los avatares de la sociedad son puestos en juego. Provocando cambios no solo en la cosmovisión de lo sagrado, sino también en la construcción de lo social. Lo cual ha conllevado un descontento general por parte de una población, que ha buscado nuevas formas de sentido religioso, expresadas a lo largo de Latinoamérica.

Este fenómeno en gran parte puede ser explicado, como consecuencia del desarrollo acelerado de una sociedad moderna en continuo cambio político, económico y social. Al respecto Hervieu – Leger, sostiene que; “El origen de la secularización de las sociedades modernas está marcado por desajustes en el tejido social en el que la religión constituía la base, la trama misma” (Hervieu – Leger, 2005; Pg. 47). Es decir la religión ha perdido influencia en una sociedad que busca expresarse en otras instituciones como son la política, la económica y la educacional.

El proceso secularizador, surge como una respuesta a los cambios y al caos producido por la modernidad, en un mundo en el que la religión ha dejado de ser la base. Esto ha provocado que; “Las alternativas de cosmos sagrados se multipliquen. El pluralismo hace que una religión encuentre difícil mantener su estructura de plausibilidad y se abre la puerta del surgimiento de diversos sistemas de legitimaciones del orden social.” (Parker; 1996. Pg.117). Con ello la sociedad se seculariza, provocando que se pluralice la religión volviéndola un objeto de elección personal, en el cual se constituyen fuentes parciales de símbolos de los cuales los hombres toman lo que necesitan para reconstruir su propio orden simbólico significativo. Es indudable pensar que la secularización fragmenta la hegemonía religiosa y, aunque no reduce su impronta en la vida en sociedad, si afecta su estructura.

En la sociedad moderna la religión ha perdido el papel protagónico, que ostentaba en la esfera social. Esto es producto de la transformación de la religión, la cual provoco en palabras de Fazio (2003), un divorcio entre la cultura y los valores que está realiza en la religión. Para Mardones (1994), la sociedad moderna provoca que las manifestaciones se vuelvan pálidas, encubiertas, fragmentadas y rotas de lo sagrado.

La sociedad moderna tiene su sustento en el desarrollo económico, como pilar del posterior cambio político e ideológico. En la actualidad se convive con el dualismo provocado por estas dos formas de expresar las creencias por parte de una sociedad, que abre sus necesidades más allá de lo impuesto por la religión oficial. Divinizando situaciones y objetos de carácter social, que décadas atrás, no hubiesen tenido cabida en una conceptualización religiosa. Esto se debe en gran medida al;

“Eje del pensamiento ideológico, comporta una visión optimista del futuro de la humanidad. Las ideologías, en cuanto religiones sustitutivas, son también escatologías secularizadas, es decir, prometen la felicidad propia del paraíso celestial, pero en esta tierra.”  
(Fazio, 2003. Pg.9)

Una característica que es propia de la sociedad moderna, es la inmediatez con la que se deben resolver los problemas sociales, surgidos de la economía, la política, la educación y la salud. Esto producto de la pérdida de los valores religiosos, los cuales ya no son el centro de la sociedad. Al respecto Mardones señala que; “Las religiones de la modernidad difícilmente puedan ser captadas de otra manera que como formas degradadas de las religiones en el pleno sentido de la palabra” (Mardones, 1994; Pg.49). Es decir la religión ha sufrido una metamorfosis, tal como lo señala Hervieu – Leger, producto de;

“La desestructuración de las formas de solidaridad del pasado Y el desmoronamiento social de los ideales religiosos son dos procesos que se incluyen mutuamente: la religión decae porque el cambio social merma la capacidad colectiva de crear ideales; la crisis de los ideales deshace los vínculos sociales. Sin embargo, lo que resulta de este doble movimiento no es el fin de la religión, sino su metamorfosis”  
(Hervieu – Leger, 2005; Pg. 47)

La metamorfosis de la religión es producto de la separación de los fenómenos modernos de la creencia y del desvanecimiento del vínculo social religioso, en el cual se cimentó una cultura religiosa que afectaba aspectos de la vida social en la sociedad en su conjunto. Estas son dos caras del proceso de secularización, el cual se confunde con los procesos que son propios de la modernidad. Este desencantamiento; “Del

mundo moderno con su pluralismo y aun fragmentación cosmovisional, y el funcionalismo dominante en las prácticas sociales, no supone necesariamente una desaparición de lo sagrado” (Mardones, 1994; Pg.42). Esto dado en el contexto; “De la civilización occidental moderna, la racionalidad formal está presente en la esfera de las actividades sociales” (Gomez de Benito, 1995; Pg. 57). Es decir lo religioso ha sido opacado, por un proceso racional, en el cual las ciencias sociales, son más relevantes que el pensamiento religioso. Se puede hablar de una racionalización de la cultura occidental, la cual está ligada al crecimiento y al desarrollo político, económico y social. Así la función de la ciencia moderna y de la estructura del pensar científico, encuentran sustento en el proceso secularizador.

#### 2.1.4 Transformaciones y Cambios de la religión institucional en Chile.

La crisis de la religión institucionalizada en Chile; “Se trata específicamente de un fenómeno de transformación de la experiencia religiosa, no necesariamente de su debilitamiento.” (PNUD, 2002; Pg.239). Esto se debe en gran parte a las transformaciones culturales y valóricas propias de una sociedad en continuo cambio, como consecuencia de la globalización social y económica. La religión institucionalizada se debilita significativamente como fuente de sentido. Modificando su imagen y el significado que la gente le otorga a sus contenidos y función en la vida social.

La religión institucionalizada no tiene inferencia en los grado de representación, expresión y significancia de los símbolos, con los cuales demuestran su fe en la sociedad. Esta aseveración de enjuiciar a la religión institucional, se ve reflejado en las últimas encuestas de Uc – Adimark (2012), que permiten presumir sobre la pérdida de adeptos en el país.

En contraposición un Estudio realizado por el International Social Survey Programe (ISSP), en el año 2002, el cual comparó las orientaciones religiosas de los habitantes de cuarenta y un países de diversos continentes y con distintos niveles de desarrollo socioeconómicos. Entre ellos Chile, se encuentra en el séptimo lugar de mayor porcentaje de creyentes en Dios, lo que es diferente a pertenecer a una religión institucionalizada. Ahora bien, en Chile las manifestaciones personales de los fenómenos religiosos son múltiples, dado que son; “Declaraciones explícitas, prácticas públicas y privadas, interpretaciones, sentimientos, procesos inconscientes”

(PNUD; 2002, Pg.234). Esto se manifiesta en las caminatas al Santuario de Los Andes y La Caminata del Padre Hurtado, por mencionar dos ejemplos multitudinarios de expresiones religiosas en el país. Al mismo tiempo las miles de animitas encontradas en las calles y carreteras, las cuales constan de variados feligreses, como también la asistencia a misa y la creación de múltiples templos que con el paso del tiempo han ido creciendo de forma paulatina.

La mutación de la religión institucional en Chile se debe en gran medida al debilitamiento de los imaginarios tradicionales, así como de la necesidad de la sociedad de diseñar por sí mismos identidades y proyectos de vida. Los cuales han afectado los vínculos de las personas con la religión y con sus expresiones institucionales. La necesidad de creencia en un ser superior o tan solo el hecho de buscar respuestas no encontradas en la sociedad, desencadenan en la posibilidad de que existan múltiples interpretaciones y manifestaciones de la fe. Sobre el debilitamiento de la religión institucionalizada, Fortunato Mallimaci , sostiene que ;“La crisis permanente abrió espacios para nuevas legitimidades de los grupos religiosos, buscados más por sus amplias respuestas sociales a la misma –simbólica, emocional, relacional, material– que por sus dogmas y programas de convicción doctrinal” (Mallimaci, 2008; Pg.125). La crisis puede expresarse por los cambios en las tendencias religiosas, propias de la modernidad en la que estamos insertos y por la pérdida del eje central de un Dios único, que tiende a ser reproducido y replicado en otras imágenes de carácter mundano.

La sociedad chilena cree masivamente en la existencia de Dios, lo cual ha quedado graficado en el estudio del International Social Survey Programe (ISSP). Lo que podría explicar la búsqueda de nuevas creencias en una sociedad que por sus propias necesidades infrahumana, tal vez necesite buscar ciertas respuestas en otros tipos de manifestaciones, mundanas pero con una fuerte representación religiosa. Las creencias que surgen en la sociedad se vuelven bienes preciados. Explicado en la base de que; “Cualquier actor que hoy busque presencia e impacto social deberá no sólo decir que es creíble sino demostrarlo. Pero la llamada crisis de representatividad y crisis de credibilidad no afecta por igual a todos los actores e instituciones” (Mallimaci; 2008: 123). Apoyado por el auge de las ciencias modernas y de una nueva concepción de un mundo desacralizado de sus creencias pasadas.

Por otro lado la no representatividad, es una de las críticas que se le hace a la religión en su conjunto, amparada en el hecho de que sea una doctrina , con escasa renovación , que según sus críticos ya no representaría los deseos y necesidades de la sociedad actual. Fazio, postula que en; “La época moderna hay una crisis de fe que se manifiesta en la desmitificación y racionalización del mundo, en la creciente pérdida de toda trascendencia que reenvíe más allá de lo visible y aferrable” (Fazio, 2003 Pg.3). Esto provoca la aparición de nuevas formas de expresión de la religiosidad en la sociedad actual y la metamorfosis de las religiones institucionalizadas.

Fortunato Mallimaci (2008) explica que América Latina es también un caso especial diferenciado de Europa y Estados Unidos. Producto de la actual recomposición de las creencias no significa que las otras creencias son eliminadas sino que conviven unas con otras. Es un cambio de diversidad cultural, económica y sobre todo religiosa, la cual se diferencia de los otros continentes. Una de las causas que posibilitan estas diferencias son el efecto de la economía de mercado y el hecho de la creciente expansión de la globalización, la cual ha cambiado la forma de pensar , sentir y desarrollar sociedad en Chile el cual ha vivido cambios profundos en otras instituciones sociales, como son la educación, la política y la religión.

Latinoamérica se caracteriza por las múltiples formas de expresar y sentir lo religioso. Esto es explicado porque se encuentra en época de cambios culturales en medio de los cuales las formas convencionales de creencias ceden paso a las formas heterodoxas, sincréticas y neomágicas. Sobre lo mismo Parker (2008), menciona que es debido a un período de tránsito de época, iniciando el nuevo milenio, las iglesias cristianas ven amenazada su tradicional hegemonía sobre el campo de las creencias y rituales, precisamente por discursos y prácticas que ellas califican de neopaganismos. Este cambio generacional de las formas de expresión religiosa, han afectado a la religión institucional. La cual si bien ha caído en popularidad, aún sigue siendo la institución religiosa con más adherentes en Chile.

La crisis valórica y de representación de la sociedad en conjunto, trae consigo el derrumbe de las formas clásicas, con la que se expande y rinde culto a la religión. No se debe obviar el hecho de “Que lo religioso es una realidad al mismo tiempo institucional, social, cambiante, histórica y simbólica.” (Mallimaci, 2000; Pg. 25). Lo que claramente provoca que las nuevas tendencias sean participes en las nuevas formas de expresión religiosa y que al mismo tiempo se expandan nuevos cultos. Esto

puede ser concebido por medio de; “La subjetivación de la religión y el consecuente distanciamiento práctico de sus formas institucionales va acompañado de un nuevo discurso sobre las iglesias.” (PNUD, 2002; Pg.239). Discurso empapado del nuevo sistema político y económico del cual no es ajeno una institución con vocación social y con injerencia en una sociedad, donde más del 50 % profesa la religión católica. (Encuesta Bicentenario Adimark – UC 2012). Lo que deja en evidencia, la importancia y legitimación con la que cuenta la religión institucional en el país.

Ante este nuevo escenario de la religión en la sociedad, hay autores que sostienen que;

“Para quienes estudiamos el fenómeno religioso en el presente, ya no basta con que visitemos los templos y peregrinemos a los santuarios de mayor tradición, sino que tenemos que estar atentos a la religiosidad que se ofrece en la televisión, la radio, o navegar por los sitios que ofrecen nuevas experiencias religiosas en el Internet.” (De la Torre, 2008; Pg.52)

Los autores sostienen que debido a la movilidad que ofrece el mercado religioso, que ya no es inamovible, sino que peregrina y cambia de acuerdo a las necesidades de la sociedad. En gran medida este cambio es favorecido por la masividad de los medios de comunicación, que claramente son un canal válido, para mostrar la problemática latente en la sociedad, la cual se convierte en un desafío para las religiones institucionalizadas, las cuales deben adecuar y acomodar sus estilos, para así estar presentes en la sociedad moderna.

No es menor que por este mismo motivo, las religiones institucionalizadas se estén abriendo a los nuevos mercados comunicacionales, haciendo cada vez más notoria su modernización en estos medios, ejemplo de esto son las misas vía la internet y la forma de difundir sus eventos por los dos medios de comunicación más utilizados en el mundo, como lo son Facebook y Twitter. Esto puede ser denominado e instaurado en el campo de los espacios considerados como profano, puesto que no se respetan las tradiciones, cayendo en la facilidad que entregan los medios de comunicación masivos municionados anteriormente.

En la sociedad moderna según Parker;

”Estas nuevas formas de creencias no oficiales, religiosas, semi-religiosas, espirituales o simplemente extra sociales obedecen no a una prédica sistemática y constante de agentes religiosos especializados, tampoco a la simple y temprana socialización religiosa de personas nacidas en una determinada cultura religiosa (católica o protestante), sino que son el resultado de la particular forma en que las personas del pueblo interpretan, reinterpretan, innovan y gestan nuevas creencias sincréticas a partir de los discursos y tradiciones que encuentran a su disposición en diversos medios” (Parker, 2008. Pg.345).

Por este motivo los estudiosos del fenómeno religioso sostienen que para las religiones es primordial el hecho de renovarse, para así mostrarse a la población, como un actor social actual y que no se quedó en el pasado. Es verdad que en los últimos años las religiones se han apoderado de las nuevas tecnologías, para difundir sus ideales y tener más fieles. Pero esto no ha impedido el hecho, que en los últimos años las religiones institucionalizadas tengan una disminución en sus feligreses; “La modernidad en América Latina no es un proceso homogéneo y lineal sino que se ha ido construyendo de avances y retrocesos. El “beneficio” de la modernidad ha brindado oportunidades desiguales para el conjunto de la ciudadanía” (Mallimaci, 2000; Pg. 24).

### 2. 1.5 Religión Popular

La religión popular es una expresión de fe, que encuentra mayor adeptos en los estratos sociales más desposeídos, que generan identificaciones y credos, con elementos sagrados y profanos. Algunos teóricos como Parker señalan que;

“Estas religiones populares son manifestaciones colectivas que expresan a su manera, en forma particular y espontanea las necesidades, las angustias, las esperanzas y los anhelos que no encuentran respuesta adecuada en la religión institucional o en las expresiones religiosas de las elites y clases dominantes” (Parker; 1996. Pg.61)

Según Parker, la religión popular está compuesta de símbolos y ritos, producto de la cotidianidad social y cultural propia de las clases populares, que son divinizados y

sacralizados en una sociedad, con necesidades, que deben ser respondidas a la brevedad. En contra partida el autor Fernández postula que;

“Esta religiosidad asume el modo cultural predominante en la mayoría de la población latinoamericana, y en este sentido se la llama popular. Más que la palabra y el análisis, privilegia el símbolo, la acción, el rito, lo mítico, el movimiento, el beso, el canto, la música, los silencios elocuentes, los bailes, las velas y las flores, etc” (Fernández, 2004; Pg. 1).

La religión popular está prevista de valores que son situados y entregados a la sociedad en su conjunto, para producir nuevas formas de expresión religiosa. Esto ocurre en toda América Latina, donde símbolos y rituales que son asociados a la religión institucional, son tomados y cambiados a usanza de aquellos, que adoptan y refiguran las nuevas creencias.

Es la expresión y la apropiación de los símbolos y de las creencias institucionales. Pensar que por este motivo desaparece o se desvanece la fe, es no comprender que esta nueva forma de religiosidad va más allá, de las fronteras de los cleros institucionales. Los cuales;

“En realidad la piedad popular latinoamericana no requiere signos demasiado vistosos y llamativos. En las imágenes religiosas los pobres no adoran un pedazo de materia. De hecho, van más allá del escaso valor estético de la imagen, porque perciben otro misterio invisible y bello que los atrae. Sabiéndose amados por Dios a través de la Madre del cielo se sienten seguros, respetados, valorados en su dignidad sagrada” (Fernández, 2004; Pg. 1).

Haciendo un paralelo con la práctica deportiva del fútbol y su devenir en la sociedad, es la reivindicación no solo de la población popular, como puede ser el ejemplo de Colo -Colo en nuestro país, sino más bien es la confirmación de que esta realidad, a veces lejana y mirada en menos, es la expresión máxima de los valores y creencias de la sociedades de escasos recursos. En las nuevas formas de religiosidad, no solo se representan las alegrías, es también el sufrimiento y la exaltación de ciertos símbolos, reivindicados en espacios sociales y físicos determinados, como lo son los estadios de

fútbol, donde se desarrolla la actividad misma y al mismo tiempo es la exacerbación representada en los ídolos, que semana tras semana defienden el equipo de tus amores, divinizando y sacralizando a la institución y su conjunto. Con los colores, la camiseta, el escudo y todo aquello que este arraigado en el equipo, con sus penas y alegrías.

No puede negarse que; “La presencia consistente y multiforme de la figura de Dios en la religión popular de los latinoamericanos parece ser el hecho más sobresaliente de ésta” (Parker; 1996. Pg.160). La imagen de la figura suprema encarna y representada en Dios, no ha sido cuestionada, al contrario esta se ha fortalecido, transformándose y refigurándose en distintos momentos y circunstancias de la sociedad. Su forma, dependerá en gran parte, del aquí y el ahora, del favor y la circunstancia determinada.

A diferencia de las religiones institucionales, la religiosidad popular está en continuo cambio y movilidad. En gran parte esto se explica por las necesidades de una sociedad que está en una constante traslación de sus ejes articuladores de sentido. Lo sagrado se manifiesta en distintas formas, dotadas de sentido y expresividad. La oferta es amplia, por lo que cada expresión debe reconfortar a sus feligreses, que son exigentes y creadores de sentido con la religiosidad popular.

Esta nueva expresión religiosa que contiene todos los matices de la religión institucional, trae consigo la venida de nuevos santos, que nacen en el amparo de las clases sociales más desposeídas, que encarnan sus sueños y frustraciones en estos nuevos mártires de la sociedad. En el futbol espectáculo esta dualidad es expresada en los ídolos. Un ejemplo de esta realidad, es Garrincha, elegido por la Federación Internacional de Historia y Estadística de Fútbol (IFFHS) como el octavo mejor jugador de la historia del siglo XX. La Estrella Solitaria o el Ángel de las Piernas Torcidas (Por su marcada desviación en ambas piernas), como era conocido, fue campeón del mundo en 1958 y 1962, además de goleador de la competencia en el mundial disputado en nuestro país. Ídolo del Botafogo, que murió a los 49 años de edad, en el olvido y la miseria absoluta, muere de cirrosis, producto de su adicción al alcohol.

Esta es la clara esencia de la religión popular, donde la forma y el trasfondo no son juzgados, ni moralmente ni menos éticamente. Esto se debe a la búsqueda de respuestas, que claramente no serían contestadas en la religión oficial. Lo importante es determinar que el fútbol es o no una religión popular, ante lo que cabe la

posibilidad que sea afirmativo. Su origen popular, su arraigo en los simbolismos y espacios profanos, que son sacralizados por la sociedad en su conjunto, hacen determinar, de que el fútbol, puede cumplir con todos los elementos para constituirse como religión en sí y más en una religiosidad popular.

### 2. 1.6 Mercado Religioso y Global.

En América Latina, la religión ha tenido un rol preponderante en la construcción social y civil de sus pueblos. Es innegable no mencionar la herencia cultural propia de Latinoamérica y el como la concepción de sociedad ha sido moldeada. Algunos autores mencionan que estamos frente a;

“El camino “irresistible” de la pre modernidad (rural) a la modernidad (industrial) y hoy a la posmodernidad (mediática e informática). Ella ha sido, en cada momento histórico, fruto de conflictos, negociaciones y enfrentamientos que han dado características propias a la región donde, por ejemplo, la distribución de la riqueza es totalmente desigual, permitiendo así que convivan excluidos, vulnerables, empobrecidos y precarizados junto a sectores sociales “enriquecidos” con los mismos parámetros de consumo que en las ciudades de alto desarrollo” (Mallimaci, 2000; Pg. 24)

En efecto la influencia económica no solo afecta a la sociedad en su conjunto, sino también la construcción física, laboral y política, con la que la región se ha ido desarrollando. En Chile este proceso fue latente a finales del siglo XIX y mediados del siglo XX, con la migración campo ciudad. La caída de las salitreras y la esperanza de nuevas oportunidades laborales, provoco esta masiva llegada desde la periferia al centro del país. Es un proceso paulatino de apropiación de los espacios físicos por parte del obrero, que provoco cambios en la construcción de la ciudad, así como de las costumbres sociales, la política y la economía. La llegada al poder del Presidente Pedro Aguirre Cerda en el año 1938 bajo el lema “Gobernar es Educar”. Conocido popularmente como “El Presidente de los pobres” por su apego a los sectores populares y sus políticas públicas que buscaban fomentar la mejora en las condiciones sociales de los sectores más desposeídos. La expansión del mundo popular se vio reflejada en la creación del equipo de fútbol Colo - Colo, conocido como el “Popular”, gracias a su arraigo en el sector social más desposeído. La religión también se vio afectada con la creación de nuevos cultos y ritos populares, producto

de las tendencias que se iban instaurando en el país. Esto se desarrolló durante mediados de la época del 30 y que se vio frenado con el golpe militar de 1973.

El Frente Popular se instauraba en nuestro país como un eje articulador de nuevas reformas que buscaba mejorar las condiciones de vida existentes. La educación, la salud, vivienda y el sistema laboral. La sociedad iba cambiando de acuerdo a sus necesidades propias y a las impuestas por el mercado. Toda este ajeteo social, no solo era plausible en temas políticos y económicos, sino también hacían participe a la religión, como un actor social al servicio del pueblo, que era protagonista de este cambio social y que ayudaba en pro de las mejoras en las condiciones de vida de los ciudadanos, en la década del 60 y bajo arzobispado de monseñor Raúl Silva Henríquez, la Iglesia tuvo un papel preponderante en la lucha de la igualdad, la pobreza y los derechos humanos.

Todo este camino se vio truncado con el golpe militar de 1973. Donde lo social quedo diezmado producto de la represión y el cambio de mentalidad. Nuestro país se abrió al mercado global, cambiando su visión de sociedad y la Iglesia centraba su lucha en el respeto sobre los derechos humanos. Esto provocó que la lucha social, se fragmentara y polarizara en nuestro país. Los cambios en la producción económica y social, trajo consigo cambios en la educación, trabajo y vivienda. Al mismo tiempo la religión fue afectada por la secularización existente, tomando un papel secundario en las decisiones importantes del país. Su influencia fue bajando, producto de los hechos negativos que salieron a la luz pública, como son los abusos sexuales a menores, por nombrar un ejemplo. En la religión estas dinámicas producen efectos de transversalización, mediante el flujo de bienes y significados de la cultura “global” que atraviesa desde distintos puntos a las culturas fijas a sus territorios locales y a las formas de organización tradicionales de las religiosidades nativas y populares.

Esto es producto de la cultura global y local que interactúan cotidianamente. Provocando un intercambio en la producción de identidad religiosa. Esta nueva identidad se ve influenciada por el estado, la economía y otras aristas de producción social como son la educación y la ciencia. Puesto que estas; “Desarrollan su propia autonomía en lo institucional, sus propias dinámicas funcionales y sus propios discursos y metáforas de referencia, la religión pierde la centralidad social que poseía en sociedades pre modernas.” (López, 2005; Pg. 127). Provocando el nacimiento de

nuevas expresiones, que son producto de una sociedad que perdió el centro divino, polarizando sus necesidades.

Esta nueva relocalización de lo global se refiere a que;

“En el contexto de la globalización, elementos simbólicos circulan «libremente» por circuitos mercantiles y tecnologías de la comunicación, a la vez que los buscadores espirituales constantemente encuentran asidero y legitimación de sus menús creyentes mediante procesos de relocalización y reanclaje en las religiones tradicionales o populares capaces de proporcionar linaje y memoria, símbolos de arraigo emotivo y pertenencia territorial.” (De la Torre, 2008; Pg.50)

No se trata solo de la creación de nuevos ritos y símbolos por parte de la sociedad. Pues al mismo tiempo es la resignificación de los mismos, que se ven influenciados por la pérdida identitaria, por parte del continente, influenciado con la mercantilización de la fe y su posterior desarrollo en las sociedades modernas. Esta relocalización de las prácticas religiosas transversaliza lo local y lo;

“Conecta con circuitos y redes globales, resignifican los usos y maneras de experimentar la religiosidad popular y conforman nuevos hibridismos religiosos, producto de la interacción entre las culturas populares (magia, santería, nativismo, paganismo, espiritismo, aparicionismo, limpias, etc.) y las culturas de la sobre modernidad (orientalismos o “neoindianismos”, pseudo-ciencia, tecnología de la información y cultura de masas, ancestralidades ficcionalizadas, neo magia y neo esoteria, técnicas terapéuticas y de superación personal, contacto con extraterrestres, etcétera).” (De la Torre, 2008; Pg.51)

Estas nuevas ofertas esotéricas encontraron un espacio de cohabitación con las culturas tradicionales, compartiendo rituales y saberes. Conformando nuevos hibridismos religiosos, en contacto con las prácticas tradicionales y populares de la sociedad.

Este efecto de la mundialización sobre el campo religioso es; “Precisamente, recordarle a todo creyente que su forma de nombrar la trascendencia no es la única.” (López, 2005; Pg. 125). Esto es producto de la variada oferta existente en el campo tema religioso. La población sigue usando a la religión para darle;

“Sentido al aparente vacío de los modernos estilos de vida de la sociedad de consumo. Pero la gente latina está también empleando los simbolismos religiosos para expresar alegría y tristeza, o como terapia para subsanar la sofocante y estresante vida urbana y sus contradicciones socioculturales en el capitalismo latinoamericano reciente.” (Gumucio, 2008; Pg.351)

Lo que tiene consecuencias en los estilos de vida de los ciudadanos, que ven como la creciente sociedad moderna, infiere tanto directa como indirectamente, en todos los ámbitos articuladores de sentido de lo social.

## 2.2 El Fútbol Espectáculo y La Cultura

### 2.2.1 Origen del Fútbol.

En sus inicios el fútbol, era considerado como un deporte de elite, nacido en; “Inglaterra a lo largo del siglo XIX, y su difusión geográfica se inicia hacia el último cuarto del mismo siglo, favorecida por el empuje comercial e industrial del imperio inglés” (Villena, 2001; Pg.258). El poderío de los ingleses en el siglo XIX, podía verse en el poder político, social y económico, que era latente no solo en gran parte de Europa y África, sino también en Latinoamérica.

En el origen del fútbol de Sudamérica, es posible encontrar un;

“Patrón común: al principio, “cosa de gringos”, luego, juego y entretenimiento de jóvenes aristócratas, para pasar en un corto tiempo a ser apropiado por las masas populares, extendiéndose de esta forma por el conjunto del cuerpo social, hasta integrarse a la cotidianidad colectiva” (Santa Cruz, 1999. Pg. 13)

En nuestro país los primeros equipos de fútbol se fundaron en sectores donde el crecimiento económico, trajo consigo el desarrollo industrial y la posterior expansión urbana. La herencia de los ingleses, se ve reflejada en la apropiación de los nombres, de las primeras instituciones deportivas de nuestro país. Como por ejemplo el Santiago Wanderers de Valparaíso, Everton de Viña del Mar, Santiago Morning, entre otras instituciones. En Argentina y Uruguay, también se puede ver la herencia en los nombres de sus instituciones, como por ejemplo River Plate de Argentina y el Liverpool de Uruguay. Por citar algunos casos.

Se entenderá al fútbol no tan solo como un deporte corporal y de entretenimiento, el fútbol sino también un;

“Enorme factor económico, configura estilos de vida y ha tenido relevancia política desde sus comienzos hasta nuestros días. A ojos de muchos aficionados es la última pasión verdadera. Expresado de una manera menos patética, el fútbol es seguramente uno de los mecanismos de movilización social más eficaces de nuestros días”  
(Rinke, 2007; Pg. 85)

El fútbol no pasa desapercibido en la sociedad en su conjunto, pues tiene resonancia en ámbitos políticos, económicos y educacionales, por nombrar algunas de sus implicancias en el desarrollo social. Un deporte que comenzó en la elite, pero que se masificó con el transcurso de los años ayudado por el desarrollo económico, que provocó migraciones de Europa hacia América Latina. Autores como Stefan Rinke, postulan que no solo se logró masificar por el auge económico, sino también se basa en tres factores fundamentales.

El primer factor fundamental es;

“Su sencillez: el fútbol se puede jugar en cualquier lugar. No es necesario un equipamiento caro ni siquiera una pelota. Las reglas del juego son en general tan sencillas que hasta un niño de cinco años puede entenderlas sin problemas” (Rinke, 2007; Pg. 85)

Esto en parte explica su popularidad, pues es un deporte tan singular y fácil de practicar, que no es necesario tener los elementos esenciales para su ejecución,

ejemplo de esto es que se puede cambiar el arco por un par de piedras, la pelota por una tapa de algún envase o por papeles envueltos con scotch, la cancha puede ser cualquier espacio que sea plano y para jugarlo tampoco se necesita ser un gran experto, ni tener talento para hacerlo.

En segundo lugar; “Su énfasis en lo corporal: con esto se hace referencia a determinadas imágenes e ideales de masculinidad” (Rinke, 2007; Pg. 85). Si bien, este es un principio que ha ido cambiando con el tiempo, pues el fútbol también ha pasado a ser jugado por mujeres, las que también lo realizan de forma profesional. Incluso la imagen de masculinidad ha cambiado producto del desarrollo social y del cambio cultural.

Y el tercer fundamento radica en;

“El entusiasmo y la emoción que provoca: esto se expresa sobre todo en la vivencia de la masa, la cual puede ser interpretada como una gran vivencia de comunidad. Al mismo tiempo, el fútbol, en la acepción de espectáculo que le da Elías, tiene también una función de válvula de escape para el exceso de agresividad”. (Rinke, 2007; Pg. 85)

El gran mérito del fútbol, radica en que se presenta como un deporte que posibilita una vía de escape para las problemáticas propias de una sociedad de mercado. Es un juego y para otros una forma de vida. Escritores como Eduardo Sacheri han sugerido que; Hay quienes sostienen que el fútbol no tiene nada que ver con la vida del hombre, con sus cosas más esenciales. Desconozco cuánto sabe esa gente de la vida. Pero de algo estoy seguro: no saben nada de fútbol (Sacheri, 2005).

Autores como Sergio Villena, postulan que la difusión del fútbol, es producto de una expansión;

“Tanto geográfica como social, la cual gana ímpetu en los años ‘30, cuando se celebra el primer campeonato mundial y llega a su máxima expresión con el desarrollo de las tecnologías comunicativas audiovisuales, sobre todo con la televisión color por satélite y microondas” (Villena, 2001; Pg.258)

El fútbol ha vivido un continuo cambio económico, político y social según lo planteado por Villena, desde la década del 30 con la celebración del primer mundial de fútbol. Es decir desde principios del siglo XX, el fútbol ha sido preso de la evolución global, que lo transformo en lo que en estos días es conocido como fútbol espectáculo. Para Eduardo Santa Cruz, esto puede ser explicado en qué; “El fútbol condensa simbólicamente las nuevas características que la modernización imprime a nuestras sociedades” (Santa Cruz, 1998; Pg.168). Dentro de estas nuevas características adoptadas pueden nombrarse el negocio de la televisión, de las marcas deportivas y la creciente oferta de la indumentaria oficial.

### 2. 2.2 El fútbol, el espectáculo y su masificación.

En los últimos años el concepto de fútbol ha mutado, gracias a los profundos cambios sociales y culturales que se han experimentado en el mundo. En esta dinámica es que el autor Sergio Villena, trabaja el concepto de Globalización, el cual explica el impacto de la globalización en el fútbol. Como son la mercantilización del mismo y los cambios introducidos, que transformaron al fútbol en el denominado fútbol espectáculo. Esto se explica con los conceptos trabajados por Flores, los cuales dejan en claro que;

“El fútbol se ha convertido en algo más que un deporte. La gente dedica su tiempo de ocio a distintas actividades como puede ser la práctica o el consumo de fútbol. Para algunos es una profesión y debe observarse desde dos perspectivas, la del aficionado y la del profesional” (Flores, 2005; Pg1)

Esta nueva dinámica dentro del fútbol se debe a la expansión del poder económico y a la apertura de las fronteras, producto de la globalización y el auge del fútbol espectáculo, que encontró gran difusión en la FIFA, se ha empezado a notar un cambio en la profesionalización del fútbol y el cómo este es vivido por parte de los aficionados.

Los poderes económicos han influenciado al fútbol y sus prácticas, la implementación del pago por ver, la creación de las sociedades anónimas y la expansión del mercado en torno al fútbol (camisetas, pelotas, fotos y juegos de videos); por nombrar algunos

casos, son en gran parte las causales de esta nueva forma de constituir y sentir a este deporte tan popular a nivel mundial.

Es en esta dinámica en la cual el fútbol ha comenzado a masificarse, en gran medida gracias;

“A la entusiasta –e interesada– labor de los medios de comunicación masiva, el espectáculo futbolero, entendido como el conjunto de actos escénicos y actos de habla que tienen lugar dentro y fuera del estadio, se constituyó en una fundamental esfera o arena pública, en mucho ritualizada, en la que se (re) producen contenidos y principios generativos de percepciones y representaciones” (Villena, 2001; Pg.259)

La masificación de los medios de comunicación ha provocado un cambio en la construcción de esta nueva industria de la cultura, producto de; “La configuración del fútbol como "el deporte del pueblo”, qué no hubiera sido posible sin la invención simultánea de un producto genuinamente novedoso, la prensa popular deportiva” (Cachán – Fernández, 2008; Pg. 233). El fútbol se ha masificado gracias a; “Los medios de comunicación, especialmente la TV, los que han convertido, la celebración del fin de semana en un rito seguido por millones de personas”. (Mardones, 1994; Pg.94). Es en este medio donde semanalmente la; “Retransmisión deportiva, futbolística, reúne ante el “altar doméstico” de la televisión a los fieles que buscan la ración de emoción y entusiasmo colectivo semanal” (Mardones, 1994; Pg.94)

Esto también se produce en la radio, medio de comunicación que contiene un grado mágico, donde el radio escucha imagina y arma un mundo paralelo al espectáculo. Es por este motivo que;

“La radio permite mantener la dualidad presencia / ausencia; por esa vía crea en el oyente la inquietud de la verdad que transmite. Dicho de otra manera, la radio todavía mantiene en el hincha-oyente las vinculaciones afectivas, la adhesión cuasi-religiosa” (Santa Cruz, 1998; Pg.168)

Con esta dualidad mágica que solo un espectáculo tan masivo y representativo logra promover por medio de la popularidad de la radio, la cual no ha socavado esfuerzos, ni menos se ha visto obsoleta con el incremento de la demanda televisiva. Es verdad que ha cambiado su manera de afrontar las nuevas generaciones, con mejor tecnología, pero el poder de sus relatores que logran construir un metarrelato y la fe ciega de quienes siguen sus programaciones, son los pilares fundamentales de este medio de comunicación.

### 2. 2.3 Fanáticos, Hinchas y Barras del fútbol.

El significado de la palabra fanático deriva; “Del latín fanum, templo o lugar sagrado. Por consiguiente, la palabra fanaticus pasó pronto a significar sagrado o perteneciente a la divinidad” (Ovetero, 1997; Pg. 155). Es decir el concepto de fanático, se entiende como supremo, dada las características que dotan a los fanáticos, a los cuales; “El fanatismo les proporciona una identidad personal y social, así como una autoestima y una autodefinición positiva, además de la firme sensación de seguridad que les da la reafirmación colectiva que viven a diario” (Ovetero, 1997; Pg. 158). Esta es una de las principales diferencias con los hinchas, los cuales no expresan sus ideales y pensamientos de manera tan radical, como si lo hacen los fanáticos, quienes; “Son singularmente radicales y despiadados porque alegan no tener motivaciones personales y creen estar cumpliendo un deber sagrado, actuando al servicio de una causa colectiva” (Ovetero, 1997; Pg. 155). Esto explica que los fanáticos siempre buscan personas que compartan sus ideales y los expresen de forma social, algo que no ocurre con los hinchas.

En palabras del autor Anastasio Ovetero; “El pensamiento del fanático no se ajusta a las necesidades de la realidad, sino a sus propias necesidades, de tal manera que sus pensamientos son casi siempre racionalizaciones” (Ovetero, 1997; Pg. 158). Esto explicaría que los fanáticos sean personas muy exaltadas y firmemente convencidas de poseer la verdad absoluta. Ahora bien no se puede pensar que el fanatismo, es un concepto producto de la modernidad imperante del siglo 21, más bien;

“El fanatismo es de todos los tiempos y se deriva de cualquier idea o doctrina. El fanático ha de ser ingenuo, con razonamientos suficientes para justificar a la defensa de su creencia por medio de la agresión; sigue una lógica inflexible en que trata de demostrar el por qué valora

superior y exaltadamente la teoría que hecho suya. De ahí su intransigencia para aceptar consejos y modificaciones” (Menéndez, 2003; Pg. 4)

Esta concepción del fanático que no escucha, ni menos acepta consejos se puede radicar en que estamos en presencia de un sujeto crédulo, con nula autocrítica y que no logra diferenciar entre la verdad y el error, al mismo tiempo; “Supeditando la justicia y la moral sociales a sus propias ideas, producto de la alucinación sentimental que ciega el entendimiento y que, con irresistible empuje, le forja una voluntad inquebrantable” (Menéndez, 2003; Pg4).

Para los fanáticos sus actividades sobrepasan los noventa minutos que dura el espectáculo deportivo. El fútbol es su vida y por lo tanto deben demostrar que ellos están presentes más allá de los campeonatos del torneo nacional o internacional. Esto según Zambaglione, se debe a que;

“Estos fanáticos ofrecen además del día mismo del encuentro futbolístico, muchas horas al club, generalmente se nuclean en filiales, organizan fiestas para juntar dinero y así solventar sus viajes de campaña futboleras. También, organizan actividades solidarias, solicitando por medio de la voz del estadio, alimentos o juguetes para ser entregados a instituciones” (Zambaglione, 2008; Pg.106)

El fanatismo sobrepasa a la actividad deportiva del fútbol espectáculo, haciendo que la vida de estos fanáticos gire en torno al fútbol y sus derivados. El comportamiento irracional y a veces violento de los fanáticos se traduce en palabras de Ovetero; “En una intolerancia hacia el enemigo, un fuerte afán combativo por imponer las propias ideas, con frecuencia sin parar en la utilización de la violencia, es decir un proselitismo sin límite conocido y entusiasta” (Ovetero, 1997; Pg. 155). Una de las características de las personas fanáticas es que siempre comparten sus ideales con sus correligionarios, dadas estas características propias de los fanáticos es que; “Muchos de estos grupos, se han transformado en Barras Bravas por su comportamiento agresivo en los escenarios deportivos y fuera de ellos” (García, 2009; Pg. 2). Es uno de los focos de discusión de los distintos autores, a la hora de hablar de fanáticos e hinchas, pues se confunden los términos. Para autores como Castro la diferencia radica en que; “Los hinchas, de las hinchadas o de las barras bravas en el fútbol se da

por el seguimiento masivo y, en su mayoría, masculino de estos encuentros, caracterizados por actos festivos, carnavalescos, agresivos y violentos protagonizados en diversos campos”. (Castro, 2010; Pg. 133).

Esta problemática generada en fanáticos e hinchas, producto de la violencia, tiene distintas aristas en la sociedad y en el mundo, ejemplo de esto es que; “En Inglaterra llamaron a estos hinchas “hooligans”; en Italia, “tifosi”; en España, “ultras”; en Brasil, “torcidas”, y en América Latina, “barras bravas”. (Castro, 2010; Pg. 133). Todas definiciones que se dan por la violencia exacerbada de los hinchas y fanáticos.

En síntesis para entender el fenómeno de las barras bravas, se debe considerar el hecho de que las barras; “Utilizan diferentes formas de comunicación o expresión para formar parte del espectáculo o para ser el protagonista: su forma de vestir, sus banderas, cantos y coreografías, sentimiento de pertenencia y representación de una guerra contra sus rivales y violencia” (García, 2009; Pg. 2).

Sobre la definición de la palabra hincha, no existe mucha bibliografía, es por esto que el autor colombiano John Castro postula que;

“La palabra hincha se utilizó por primera vez en América Latina en Prudencio Miguel Reyes, quien se encargaba de inflar o hinchar los balones, con la fuerza de su pulmón, para el equipo Club Nacional de Football de Montevideo, Uruguay” (Castro, 2010; Pg. 133).

Se le llamaba hincha, a este personaje, dado que alentaba y gritaba desde el borde de la cancha para animar y dar aliento tanto a los jugadores como al equipo. El concepto de hincha ha mutado a lo largo de la historia, pues los hinchas; “Han pasado de espectadores pasivos a actores principales, ya que sus comportamientos han desbordado la pasividad del asistente y ahora son protagonistas vitales del deporte” (Castro, 2010; Pg. 133). Los hinchas han pasado a constituir parte fundamental del espectáculo deportivo, en el cual se ha transformado el fútbol. Producto de su forma particular de vivir y sentir el espectáculo, en el cual han incorporado patrones de la cultura popular, como son los canticos, las animitas hechas para recordar a los hinchas fallecidos en riñas con otras hinchadas.

Los hinchas, según lo señalado por Castro (2010), pueden ser determinados por dos aspectos, por un lado el hincha es incondicional de un equipo y por otro lado es seguidor de un jugador específico. El hincha también se caracteriza por; “La efervescencia con la cual atiende las actividades de su conjunto y hace lo necesario para que este se entere de que está presente y le apoya, es decir, se hace visible ante los demás”. (Castro, 2010; Pg. 133). Es fundamental para el hincha demostrar que está presente para el equipo cuando este lo necesite y más aun no pasar desapercibido en el espectáculo.

Los medios de comunicación forman parte importante en el imaginario colectivo y en la percepción que la sociedad tiene sobre los hinchas. Los cuales; “Son presentados por la televisión o los diarios impresos de dos formas: una bastante emotiva, que es celebrando una victoria o llorando una derrota; y otra salvaje, en la cual inadaptados y bárbaros participan en hechos violentos” (Castro, 2010; Pg. 133). Es decir se construye una tipificación de lo que es un hincha o fanático y lo que es un sujeto perteneciente a una barra brava.

Dentro del cotidiano de los espectadores del fútbol espectáculo, se pueden encontrar los hinchas, las barras bravas y los fanáticos. Son estos últimos, los más fanáticos los que dedican su tiempo a la planificación de;

“Los aspectos festivos del partido, lo que ellos denominan “la fiesta de la popular”. “Ponerle color” a la tribuna implica exhibir los elementos del ritual: globos, banderas, cintas con los colores del club. Los hinchas inscriben en sus banderas, o “trapos”, el nombre del barrio de pertenencia o frases alegóricas de ese sentimiento incondicional (“todas las rutas me llevan a vos”, “amor, pasión, locura”). Caracteriza a estos hinchas el empeño en la organización de las tareas vinculadas al festejo y al traslado a otras ciudades cuando el equipo es visitante y, además, el interés que demuestran en la realización de trabajos de mantenimiento del estadio y de la sede social, en la programación y planificación de celebraciones conmemorativas (aniversarios del club, día del hincha, conquista de un título)” (Alabarces-Zucal-Moreira, 2008; Pg.2)

Estos rituales son producto del fútbol espectáculo, el cual ha permitido que los hinchas y fanáticos, busquen nuevas formas de expresar su sentimiento incondicional

de lealtad y amor hacia su equipo en los estadios y fuera de estos (barrio, espacios público, etc...) En estos rituales cada uno cumple un rol de vital importancia para el normal desarrollo, del mismo. Es así como los hinchas y fanáticos se preocupan de los cánticos, las banderas y los globos que adornan el espectáculo deportivo en tanto las barras se preocupan que en; “La fiesta popular sus integrantes lleven decenas de banderas y usen bombos para acompañar los cánticos que ellos mismos dirigen desde el centro de la tribuna” (Alabarces-Zucal-Moreira, 2008; Pg.3). El trabajo en conjunto de hinchas, fanáticos y la barra, es el resultado que se vive en las tribunas de los estadios de fútbol.

Una de las diferencias que existe entre los hinchas y los fanáticos, radica en lo que ellos llaman aguante. Término con el cual explican la pasión exacerbada con la que siguen al equipo sin importar la distancia ni menos los resultados deportivos del mismo. Es por este motivo que el accionar de los fanáticos, se asimila al de los barristas, la diferencia debe enmarcarse en cuando estos son barras y cuando son barras bravas. Para los autores Alabarces, Zucal y Moreira (2008), ser miembro de la barra, brinda a quienes pertenecen a estos, lazos y nexos con los cuales acceden a contactos y gente que piensan y sienten como ellos. En síntesis; “La pertenencia a la hinchada es una manera de volverse conocido y (re)conocido” (Alabarces-Zucal-Moreira, 2008; Pg.8).

Es este tipo de aguante, el que define a los fanáticos pertenecientes a las barras de fútbol y quienes son parte de las denominadas barras bravas. Se habla de un aguante que se;

“Confirma día a día en los sacrificios que estos fanáticos realizan en nombre del club cuando tienen que recorrer extensas distancias geográficas para “alentar al equipo aunque no se juegue nada” y “sea un partido en la Antártida”; cuando alientan al equipo más allá de los resultados porque el fanático con aguante es el que sigue y apoya al equipo sin importar si éste gana, pierde o empata; cuando postergan y abandonan compromisos personales y soportan en la tribuna las inclemencias del clima” (Alabarces-Zucal-Moreira, 2008; Pg.3).

Para los fanáticos existe una regla inquebrantable, el aguante es mayor ante la mayor adversidad atravesada tanto por el cómo por el equipo. Esto es expresado en las;

“Decenas de cánticos que ponen de manifiesto estos aspectos de un aguante basado en la fidelidad y el fervor: “te vamos a seguir, a donde quieras ir”, “ganes o pierdas te sigo igual, un sentimiento inexplicable, que se lleva adentro, no puedo parar”, “muchas veces nos bancamos la lluvia, los palos de la yuta y todo eso por vos”. (Alabarces-Zucal-Moreira, 2008; Pg.3).

El aguante se vuelve la expresión máxima, del sentimiento y apego que los hinchas, fanáticos y las barras, tienen hacia su equipo de fútbol. Es también la acción que define los comportamientos y las razones de los hinchas y fanáticos.

#### 2. 2.4 Los Ídolos.

En el balompié internacional y por supuesto en nuestra idiosincrasia nacional, los ídolos han estado siempre presentes. Algunos con cualidades que sobre salen del resto y otros simplemente destacando solo por sus personalidades. En la actualidad; “El icono se ha vuelto una camiseta.” (Maffesoli, 2008; Pg.43). En gran parte esto es la definición del fútbol y la mercancía, donde, no solo sobresale el virtuoso con los pies. También tienen cabida los que no lo son. Ejemplo de esto es David Beckham, quien es criticado por su forma de juego, pero es considerado un icono, por todos aquellos que compran sus mercancías y siguen sus equipos.

Los ídolos surgen producto del fenómeno de los fan, el cual en palabras de Busquet, se ha transformado en un hecho social, el cual surge; “En el contexto ordinario de la vida cotidiana de muchas personas que, en determinados momentos, viven de manera apasionada y obsesiva su afición y que organizan buena parte de su actividad diaria en función a ella”. (Busquet, 2012; Pg. 23). Estos fan del espectáculo deportivo desarrollan vínculos de lealtad con respecto a los colores de su equipo, los cuales van más allá de la admiración que estos tengan por los jugadores.

El fenómeno de los ídolos es un resultado del proceso de la construcción social. Las funciones y características que determinan lo que es un ídolo, se han renovado con el paso de la historia. Esto se entiende en palabras de los autores Moscoso y Pérez;

“Cada época ha requerido de un tipo de ídolo diferente, aunque es común a todas que el verdadero sentido de los ídolos está en el ámbito de lo imaginario y que su significación social trasciende de otras intencionalidades humanas. En este sentido, se trata de un proceso social que se eleva sobre la producción de categorías del lenguaje –de las cuales se desprenden sentidos y significaciones sociales–, que encuentran en el mito la mejor vía de expresión”. (Moscoso y Pérez; 2012; 121).

Dentro del imaginario social de los hinchas y fanáticos del fútbol, los ídolos cumplen una función que representa los sueños y frustraciones de aquellos, que viven y sienten de una manera diferente el espectáculo deportivo.

Ahora bien en lo estrictamente deportivo, se encuentran distintos tipos de ídolos. Los que van desde sus orígenes, hasta nuestros días. Estos son definidos de acuerdo a; “La moralidad que predomina en cada época y a las funciones sociales, políticas y económicas, que prevalecen en la sociedad” (Moscoso y Pérez; 2012; 122). Es decir, el ídolo actual se forja de acuerdo a las influencias económicas, políticas y sociales predominantes. El contexto, es el que determina quien es ídolo y quién no. Una función social que; “No en vano, en los últimos años, a la hora de ganar reconocimiento en el mundo del deporte, parece que la componente económica y mediática está desbancando a la estrictamente deportiva” (Moscoso y Pérez; 2012; 125). Con esto queda de manifiesto que el deporte, ha pasado a un segundo plano, tomando una mayor relevancia el ámbito económico y la masividad de los medios de comunicación.

El desarrollo de los nuevos ídolos del fútbol espectáculo, produce una diferencia marcada, entre el deportista que gana títulos para el éxito de su equipo, en contra posición de aquel deportista que crea una imagen sobre sí mismo, para su propio éxito. Este proceso se ve influenciado por el auge de la televisión, la radio y la prensa escrita. El fenómeno de los medios de comunicación explica que en el mundo del deporte, se encuentren ciertas personas; “Que Sin necesidad de ser los mejores en sus respectivas disciplinas deportivas, o al menos no más brillantes que otros, han adquirido una enorme popularidad, convirtiéndose en auténticos mitos” (Moscoso y Pérez; 2012; 125). Esta es una de las mayores diferencias entre un ídolo del siglo XX y otro del siglo XXI, donde ser un ídolo, es un camino con menos obstáculo y

exigencias deportivas aparentes. Los autores Moscoso y Pérez (2009), lo sintetizan con la frase; “Antes, los ídolos ofrecían un camino biográfico a imitar”. Existe una metamorfosis en la concepción de ídolo y en el cómo estos se constituyen y tratan por parte de los hinchas y fanáticos del fútbol.

En relación a los medios de comunicación, estos necesitan de los ídolos para, “Hacer atractivos los productos audiovisuales del deporte, y por ese motivo los produce. Es eso lo que contribuye en cierta medida a que un deportista se convierta en un ídolo” (Moscoso y Pérez; 2012; Pg. 129). El espectáculo deportivo se ha transformado en una mercancía, para aquellos que manejan ciertos aspectos, como son los derechos televisivos y la imagen de los deportistas, por nombrar dos aristas que son parte de la práctica y la expresión del fútbol espectáculo, en el cual;

“La producción mediática de los ídolos del deporte, lejos de difundir la práctica deportiva, ha generado justamente lo contrario. Su efecto se ha limitado a intensificar la industria publicitaria y de productos deportivos, es decir, más que deportistas han creado consumidores” (Moscoso y Pérez; 2012; Pg. 131)

La práctica deportiva ha pasado a un segundo plano en el espectáculo deportivo, pues este se ha construido de productos y mercancías, que van más allá del deporte mismo. Esto desencadena, de que los nuevos ídolos, no sean necesariamente los mejores en su área, sino simplemente que sean capaces de vender la mercancía. El caso emblemático es el de David Beckham, jugador inglés, símbolo del fútbol espectáculo.

Los ídolos para la sociedad son un buen ejemplo producto del; “Apoyo que dan a poblaciones desfavorecidas o modelando los roles de género en nuestra sociedad, valores de tolerancia, igualdad y justicia social” (Moscoso y Pérez; 2012; 140). Es decir, los ídolos se transforman en ejemplos para una sociedad, que busca un rol positivo y valores, que solo observan en ellos. Por esta razón, es que los ídolos pueden ser efímeros, producto de un mal manejo de la fama y de la exposición.

En palabras de Castañer y Camerino (2012), los ídolos son frágiles como las estrellas fugaces e interesan mientras se mantienen vigentes y no decepcionen, producto de acciones desafortunadas, que atenten contra los valores propios de la cultura del deporte.

### 2. 2.5 El ritual del fútbol.

El carácter de ritual en el fútbol se debe en palabras de Rinke (2007), a las repeticiones semanales de partidos, así como también a la asistencia de los hinchas y fanáticos a los estadios de fútbol. Seguir los torneos, crear canticos y vestir la camiseta, no hace más que estandarizar las conductas y expresiones colectivas de los seguidores. Estas manifestaciones van; “Más allá de la superstición y la irracionalidad, ya que tienden a generar sentidos. Se trata de la “consagración de lo profano, propia de lo moderno”. (Cachán – Fernández, 2008; Pg. 230).

La expresión del fútbol espectáculo, como ritual, tiene aristas diferentes, de acuerdo al continente en el que estas se desarrollan. Autores como Sergio Villena, Pablo Alabarces, mencionan el contexto social y cultural, característico de América del Sur, en el cual los hinchas y fanáticos, piensan y sienten de una manera diferente el espectáculo futbolero El chileno Eduardo Santa Cruz, postula al respecto que;

“En Sudamérica por el fútbol se ríe, se discute, se crean amistades y complicidades fugaces, se vive y a veces también se muere. Un resultado, e incluso una incidencia en el juego, puede influir y conmover (y de hecho así ha ocurrido) al orgullo y el honor nacional, revivir viejas y antiguas querellas y rivalidades. Pocas manifestaciones masivas tienen la carga simbólica y ritual que se condensa en el fútbol” (Santa Cruz, 1999. Pg. 8)

Se debe considerar que el fútbol es un deporte que nace en el contexto de la revolución industrial, en Inglaterra. Su expansión se debe al crecimiento económico y al auge de las inversiones británicas en América Latina. En torno al fútbol el hincha y fanático latinoamericano, desarrolla una serie de expresiones, que los diferencian de los otros continentes, en los cuales el contexto social y cultural, han provocado cambios en los comportamientos de los hinchas y fanáticos del fútbol.

En síntesis se debe entender el ritual deportivo como una dimensión simbólica que ofrece a los hinchas y fanáticos del fútbol, una participación variada, ya sea en grupos, peñas, barras. En los cuales construyen una función de integración y un ciertos estatus, que es proporcionado por sus pares. Al mismo tiempo ofrece identificación simbólica y un grado de diferenciación, en el cual se mide el ellos

contra el nosotros. Con esto se explica la intolerancia y la rivalidad entre hinchas y fanáticos de instituciones diferentes. Por último uno de los ritos más utilizados es el de apropiarse de los terrenos (Barrio- Espacios Públicos) y transformar elementos de la cultura, para el uso personal de sus ritos y prácticas.

### 2. 2.6 El Ocio como práctica cultural en la sociedad

El comienzo del ocio, como practica cultural, se desarrolló en los inicios de la revolución industrial, pues esta se caracterizó por el perfeccionamiento de la producción manufacturera, la cual buscaba que los individuos se mantuvieran siempre ocupados en actividades laborales, provocando que “El ocio se entendiera peyorativamente, y que sólo adquiriera valores positivos cuando la vagancia diera paso al recreo organizado como una reposición necesaria para el trabajo.” (Rodríguez, 2005.Pg.189). Así con el tiempo y el desarrollo de una sociedad capitalista, mucho más avanzada, provoco que el ocio pasara a cumplir una función importante en el ámbito de la economía moderna, como una forma de crear mayor consumo. Con esto se entiende al ocio, como una actividad en la cual se destina tiempo relacionado, con el trabajo u otras actividades. El ocio debe sus inicios a la mecánica de las sociedades capitalistas, que actualmente rigen a la sociedad.

Esto llevó a repensar en el cómo utilizar y controlar el tiempo destinado al ocio en la sociedad. Lo que provoco que se mercantilizara y pudiese sacarle dividendos económicos. De este modo alguno autores señalan que, “El ocio está ligado al consumo que se consolida a través de la producción de emociones...es una generación de deseos más que de necesidades.” (Rodríguez, 2005.Pg.189). Es la idea el desarrollo símbolos de consumo, que seducen y traen bienestar a una sociedad que sepa utilizar el tiempo libre como el creador de valor económico, en la “Industria del Ocio”. A esto se le conocerá como tiempo libre activo, según algunas teorías económicas, diferenciándola del tiempo libre pasivo o estéril, el cual no incurre en consumo ni gastos, es decir, es improductivo para la economía.

Se plantea que comúnmente la sociedad se va convirtiendo en una sociedad del ocio. Producto de la disminución constante de las horas destinadas al trabajo, y por ende se acrecienta el tiempo libre. Esto apoyado por las nuevas tecnologías, propias de una sociedad que construye maquinarias que ayudan a producir con una mayor rapidez y sin la necesidad de un gran número de horas trabajo, que comúnmente eran utilizadas

por el hombre. Sin embargo, estas teorías fueron refutadas producto de que; “En las sociedades postindustriales sobresalen cada vez más estudios que indican que el mercado de trabajo se amplía en cantidad. Sin esta evidencia no se explicarían fenómenos como la inmigración en países desarrollados” (Rodríguez, 2005.Pg.190). De la misma manera el tiempo de trabajo tiende a elevarse, ya que las personas incluso llegan a tener más de un empleo, esto para poder financiar sus gastos o deudas. Con lo que las actividades recreativas y deportivas pasan a un segundo plano.

En esta realidad propia de la sociedad, el tiempo libre disminuye, pero aun así es una industria importante que cada día gana preponderancia en la economía mundial. Esto se entiende, debido a que los gastos del tiempo ocioso, elevan los gastos personales y familiares. Prueba de este fenómeno es que en los; “Estados Unidos, el aumento en los gastos de consumo es también un aumento del tiempo de trabajo, precisamente para conseguir ingresos con los que adquirir más bienes y servicios.” (Rodríguez, 2005; Pg.190). Se trabaja para gozar lo ganado en productos y mercancías, lo que hace disminuir el tiempo libre. Con esto lo que el trabajo aumenta y el tiempo de goce disminuye paulatinamente. Esto es producto de la teoría capitalista, que se ha transformado en un círculo vicioso sin salida en la cual se utiliza al hombre como un medio por el cual generar riquezas.

Otra perspectiva que ayuda a comprender la relación trabajo y ocio en la sociedad, está vinculada a la posibilidad de poseer y disfrutar el tiempo libre. Al igual como Bourdieu analizó el sentido del gusto en la sociedad, a los cuales denomino campos de competencia y sintetizó como el hecho de “ganar prestigio” en la sociedad. El tiempo de ocio se constituye en otro campo cultural, por lo tanto su distribución se construye en base a relaciones sociales con sentidos diferenciados.

El deporte en el siglo XIX; “Era una necesidad relativa, sólo relacionada con el estatus social de las elites ociosas occidentales. Les servía para expresar su separación social respecto a la masa trabajadora.” (Rodríguez, 2005.Pg.191). A diferencia del siglo XX, donde las prácticas deportivas se fueron ampliando hacia las clases populares, esto como una forma de disciplinar y controlar a la sociedad en su conjunto.

La práctica deportiva entonces se fue racionalizado, creando asociaciones y federaciones para cada actividad. Con esto se establecieron reglas básicas para jugar cada disciplina. Esto es el nacimiento del deporte moderno. Se entendía entonces que;

“El ejercicio físico suponía una idónea manera para controlar el tiempo, mediante una disciplina lúdica e higiénica. Ese mismo proceso se extendió por occidente... los distintos gobiernos consensuaron tal acuerdo: fomentar la exhibición deportiva es fomentar la ética moderna. La competición y la salud física eran dos pilares para una nueva era de progreso lineal” (Rodríguez, 2005.Pg.198).

El tiempo libre se vuelve es un pilar fundamental para la instauración de las practicas capitalistas dominantes en la sociedad. Educando a las personas en la adopción de la disciplina social y personal, donde se busca competir y superar a otros. Permitiendo romper marcas y tener éxito deportivo como dos pilares fundamentales en un mundo laboral en el cual es fundamental contar con una mano de obra activa, y empresarios altamente competitivos.

Esta racionalidad del deporte también busca como objetivo educar a los sujetos para soportar las tenciones. Comúnmente se entiende que los deportes son actividades para liberarse de los problemas, para olvidar las presiones del trabajo, que buscan la relajación y el goce. Es por este motivo que;

“El deporte, tanto de práctica como de espectáculo, también genera tensiones, tantas o más que las laborales o familiares, e impiden el relajamiento y la necesaria abstracción. Este razonamiento ilustra la idea de que las emociones dominantes en cada sociedad son las mismas para el negocio que para el ocio” (Rodríguez, 2005; Pg.201).

La educación entonces ofrece el ocio, como un medio para “aguantar” las tensiones del mundo del trabajo. Esta lógica analítica pone siempre en el centro esta perspectiva, en la cual son inseparables, producto de mirada crítica, que permite otra forma de entender el problema del ocio.

## 2. 2.7 La búsqueda de la emoción en el ocio

Tanto Norberto Elías, como Eric Dunning analizan al deporte y otras actividades deportivas en base a los sentimientos que estas generan en la sociedad. Las emociones son muy diferentes a otro tipo de estremecimientos que se conocen (amor, odio, ira, etc.). Esto debido a que son buscadas durante los ratos de ocio de las personas en las sociedades industrializadas más avanzadas.

Así también, se busca abandonar la vieja mirada en que la sociología aborda el problema del ocio, tal como lo realiza el autor Rodríguez. Producto de esto es esto es que la mirada de Elías y Dunning critica que; “El popular estereotipo tradicional expresado en frases que fácilmente asoman a nuestros labios, como la de <<trabajo y ocio>>, se ha visto elevado así, sin un examen crítico, a la categoría de axioma científico.” (Elías, Dunning.1992.Pg.87). En realidad, estos autores apuntan a entregar un análisis sobre el fenómeno del tiempo de ocio como un objeto de estudio total, independiente de otros fenómenos como el trabajo, para así comprender su realidad desde una mirada no tan dogmática como lo era en ese entonces. Por ende es un trabajo que entrega conceptos para el estudio de la ociosidad en las sociedades modernas.

En las sociedades actuales se han restringido los momentos en que se pueden expresar las emociones, las emociones fuertes son alejadas del espacio público, y solo a los niños se les permite actuar de esta manera (aunque con límites, para que aprendan lo más rápido a comportarse como un adulto), pues si un adulto actúa de manera fuertemente emocional en la vía pública, será tomado como un loco o un descontrolado. “La organización tanto social como personal para el control de las emociones, para contener la excitación apasionada en público e incluso en la vida privada, se ha hecho más fuerte y más eficaz” (Elías, Dunning. 1992. Pg.83). El hecho que sintamos vergüenza si perdemos el control de nuestras emociones, es muestra de lo interiorizado que tenemos la importancia del auto control.

El actual estado social ha provocado grandes momentos emocionales en la población, “En las sociedades industriales avanzadas, las malas cosechas han dejado de ser la catástrofe que causaba desesperación ante la perspectiva de hambre y muerte.” (Elías, Dunning.1992.Pg.84). Una crisis económica ya no necesariamente significa no tener que comer o mendigar en la calle para los ciudadanos, gracias a la organización moderna de los Estados, estos peligros son cubiertos por la ayuda social que cada

nación ha creado. En este caso, solo la guerra podría poner en un estado emocional fuerte a la sociedad, como ocurría en periodos antiguos. Por otra parte, el efecto contrario también ha perdido el poder de causar fuerte emocionalidad a los sujetos.

Lo que antes era alegría y regocijo por una buena cosecha, hoy un índice positivo de crecimiento económico no logra llegar a crear esa emoción. Solo podemos ver manifestaciones de emocionalidad fuertes en la vida privada de las personas, en su círculo de amigos y familiares. Donde;

“Los ritos y ceremonias sociales que se celebran en bodas, entierros, con motivo del nacimiento o llegada a la edad adulta de un hijo y en ocasiones similares, a duras penas propician ya -en contraste con los rituales de sociedades más sencillas- claras expresiones públicas de emoción.” (Elías, Dunning.1992.Pg.84).

Ante este escenario social, resulta importante para estos dos autores estudiar la dinámica y las características de las emociones que se perciben cuando los sujetos están participando en actividades asociadas al ocio, ya sea como espectadores a un partido de fútbol o en una obra de teatro, puesto que para la sociedad actual, son uno de los pocos espacios donde la emocionalidad cobra legitimidad y por ende es permitida su expresión en lo público.

Es importante comprender que es el ocio y como diferenciarlo del resto de las actividades de la vida diaria de las personas, más aun teniendo en cuenta que hoy en día la vieja bipolaridad <<trabajo y ocio>> tiende a simplificar la realidad, puesto que no todas las actividades del tiempo libre pueden ser catalogadas como ociosas, y también no todos los trabajos que realiza una persona son remunerados. Podemos encontrar, ciertamente, que para una persona su trabajo puede ser una actividad ociosa que le da placer, ante esto, “El razonamiento de Kant en el sentido de que el deber, si es agradable, deja de ser moral” (Elías, Dunning.1992.Pg.87), racionamiento que aún tiene valides en la manera de pensar la separación conceptual del fenómeno simplificado como << trabajo y ocio>>.

Los autores señalan que; “Resulta inadecuada la polarización de ocio y trabajo en su forma tradicional, pues parece sugerir que todo el tiempo no invertido en trabajo, en el sentido de trabajo ocupacional asalariado, que todo el tiempo libre puede ser

destinado a actividades recreativas.” (Elías, Dunning.1992.Pg.91). Por lo tanto, es necesaria una nueva forma de conceptualizar las actividades efectuadas en los tiempos de ocio, lo que permitirá conceptualizarlo y definirlo en la sociedad.

## 2. 2.8 Análisis de las actividades realizadas en el tiempo libre

En la sociedad se realizan distintas actividades que reflejan, como los individuos utilizan su tiempo libre. Una de las actividades que se realiza en la sociedad, tiene que ver con el trabajo privado y la administración familiar; “A esta clase pertenecen las innumerables actividades domésticas, incluido el aprovisionamiento mismo del hogar. A esta esfera pertenecen todas las compras grandes y pequeñas, todas las variadas transacciones financieras personales, todos los planes para el futuro” (Elías, Dunning.1992.Pg. 89). El cuidado de los hijos, la mantención del hogar, las peleas y discusiones familiares, los planes y reuniones para decidir las vacaciones y otros eventos que se necesiten ser organizados y administrados. Por su característica ocupan un gran porcentaje del tiempo libre de las personas, lo que puede ser tan agotador como lo es el trabajo asalariado.

La sociedad destina una parte del tiempo libre al descanso, al cual se le define como una serie de acciones en la cual las personas pueden; “Sentarse y fumar o tejer, soñar despierto, vagar por casa ocupado en fruslerías, no hacer nada en concreto y, sobre todo, dormir.” (Elías, Dunning.1992.Pg.89). Esta clase de actividades pueden ser llamadas ociosas, pero se diferencian altamente de las que siguen a continuación, pues el ocio como es entendido aquí tiene otras complejidades.

La sociedad busca satisfacer sus necesidades biológicas, sin mal interpretar este punto es que se debe dejar en claro que; “Todas las necesidades biológicas a que hemos de subvenir en nuestro tiempo libre y en el que no lo es, están socialmente estructuradas: comer, beber, defecar, hacer el amor y dormir” (Elías, Dunning.1992; Pg.89) Son necesidades que no se pueden anular, quizá solo aplazar pero en periodos cortos. Su satisfacción solo conduce a que nos entreguen cierto placer de duración corta y que con el tiempo también se tornen monótonas e insípidas, como puede ser en el caso del sexo al pasar de los años y si no se renueva su forma de satisfacer esa necesidad.

Otro punto relevante, dentro de las actividades que el hombre realiza, tiene que ver con la sociabilidad la cual; “Puede implicar un esfuerzo considerable. El cual va desde un extremo de sociabilidad altamente formal a otro altamente informal con muchos grados intermedia.” (Elías, Dunning.1992.Pg.90). Ejemplo de ello son: una cena con el jefe, un asado con los compañeros de trabajo, una junta de empleados, etc. no es trabajo, pero aunque se ocupe espacio del tiempo libre para realizarlo, tiene que relacionarse con las normas y esfuerzos que se hacen para tener una buena sociabilidad con los sujetos que nos rodean en el mundo laboral.

Por último los autores nombran la clase de actividades miméticas o de juego: “A esta clase pertenecen actividades recreativas tales como ir al teatro o a un concierto, a las carreras o al cine, cazar, pescar, jugar al bridge, escalar montañas, apostar, bailar y ver la televisión.” (Elías, Dunning.1992, Pg.90). Estas actividades son propiamente de ocio, sea que la persona que las realice sea un actor del “juego” en sí mismo, o sea simplemente un espectador. Se caracterizar por entregar grandes dosis de placer y hacer que las personas se emocionen públicamente. Claro está que si la persona que realiza esta actividad como una forma de trabajo remunerado, ya no podrá encasillarse a ella como que realiza una actividad de ocio.

Estas cinco categorías en que se clasifican las actividades de tiempo libre de las personas en las sociedades actuales, tanto como las actividades ociosas ocupan un lugar menor, por lo cual el tiempo para ser satisfacerlas es reducido al compararlas con las suma de las otras actividades. Es por este motivo que se de mencionar que;

“Las razones por las que nos pareció necesario recurrir a un término concreto en el que englobar todos los acontecimientos recreativos razonablemente clasificados como miméticos fue el reconocimiento de que todos ellos tienen una estructura específica que les permite satisfacer necesidades recreativas concretas” (Elías, Dunning.1992; Pg. 91).

Es decir que cuentan con una estructura que busca satisfacer la necesidad de las personas de obtener cierto placer. Ciertamente las actividades miméticas cumplen con la satisfacción de estas necesidades, y es por esto que las personas las buscan y pagan por obtenerlas. Para muestra está el análisis que se puede hacer a simple vista del fútbol y su dinámica.

El fútbol tiene una estructura social determinada, la cual permite generar una gran tensión emocional en los espectadores de los partidos, se nota que cuando la dinámica del juego esta librada por dos equipos parejos en habilidad y poder, la tensión aumenta porque el resultado en la cancha no está definido hasta el último momento. Según esta descripción, las personas entraran a tener más placer en duelos futbolísticos con resultado de difícil resolución, cuando los equipos busquen objetivos difíciles de conseguir. Nada entrega más emoción cuando un partido está empatado y los dos equipos van por la victoria, o cuando el resultado de un equipo es conveniente para él y solo se preocupa de defenderlo hasta el final, más aun cuando quedan largos minutos para que termine el encuentro. Es en la tensión de estos escenarios donde las personas están más concentradas en cada jugada, sufren y emocionan grandemente con las acciones del partido. Por el contrario, las personas tienden a perder el interés en el partido y se desconcentran en otras cosas si no cumple el encuentro con la tención necesario. Es lo que llamaríamos un partido aburrido o donde el resultado es previsible.

Pero cabe la pregunta: ¿Por qué las personas buscan este tipo de emociones con tanta necesidad? Para resolver esta pregunta los autores mencionan al filósofo Griego Aristóteles, por nombrar un ejemplo. Es necesario comprender que la palabra “«ocio» es el antecesor directo de la palabra inglesa <<sehoob>>: sehok, es decir <<escuela>>. Y según las traducciones de la raíz de la palabra griega;

“El término podía referirse también a las ocupaciones de los hombres ociosos, a aquello en lo que empleaban sus ratos de ocio: a la conversación, los debates y discusiones eruditas, las conferencias, o al grupo al cual se dictaban las conferencias.” (Elías, Dunning.1992, Pg. 100).

Sin embargo el tiempo de ocio solo era perteneciente a la clase privilegiada de la antigua Grecia, y aun así aquellos privilegiados no podían ocupar todo su tiempo en actividades ociosas, era menester administras sus asuntos públicos y sus haciendas.

Por ende, y para explicar su orden de los valores, tan distintos a los actuales, debemos comprender que los griegos miraban con gran valor su tiempo de ocio, era el deseado socialmente legítimo, no era el amor al trabajo como valor máximo el predominante,

cuestión que es característica de la sociedad burguesa y máxima para coaccionar a los sujetos inmersos en la sociedad capitalista actual. Por el contrario;

“Los griegos sólo podían expresar negativamente su relación con el trabajo, formando una palabra que significa «no tener ocio»: “aseholia” para referirse a las actividades que los sacaba del placer de su tiempo libre. Es necesario comprender esto para entender la lógica de Aristóteles en sus estudios del ocio” (Elías, Dunning, 1992; Pg.101)

Para Aristóteles, en su tiempo era muy importante analizar y pensar los efectos que tenían algunas actividades que se realizaban ociosamente, es especial pues;

“Al evaluar los efectos de la música y el teatro en los seres humanos, siguiera el ejemplo de los médicos, que basaban sus observaciones en los hechos. La pieza medular de su teoría sobre los efectos de la música y el drama era el concepto de «catarsis», derivado del concepto médico referido a la eliminación del cuerpo de las sustancias nocivas, a la limpieza del cuerpo mediante un purgante. En sentido figurado, sugería Aristóteles, la música y la tragedia hacen algo parecido. También tienen un efecto curativo, que provocan no mediante el movimiento de los intestinos sino mediante un «movimiento del alma»” (Elías, Dunning.1992; Pg. 101).

De esta manera, si las personas estaban tensas y descontroladas, la música ayudaría a calmarlos, si estaban tristes, las obras melancólicas los consolarían en su estado.

Es así que, adaptando y siguiendo la lógica de Aristóteles, podemos comprender que las actividades miméticas son importantes, pues ayudan a liberar energía y emociones que en la vida cotidiana de las personas, pues vivimos en un mundo altamente racionalizado donde el control social no permite desembocar las pulsiones primarias de los hombres. Por ende, las pasiones que el fútbol hoy nos entrega, ayudan a recrear un estado propicio para liberar esa emocionalidad, esa energía que cada hombre sale a liberar para “sentirse vivo” y liberarse de la tensión del control social.

## Capítulo III

---

### Marco Metodológico.

#### 3.1 Enfoque de la investigación.

La investigación tiene como objetivo comprender el fenómeno del fanatismo en el fútbol y su relación con la religión, en el contexto de la sociedad chilena. El enfoque metodológico escogido es de carácter exploratorio y descriptivo. Dada sus características que permiten indagar y comprender el fenómeno social. Con esto se busca comprender la actividad deportiva del fútbol espectáculo como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena.

Esta investigación al ser cualitativa se cimenta; “En descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Además, incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones, tal y como son expresadas por ellos mismos” (Pérez Serrano. 1998, Pg.46). Es decir el investigador no interviene en la realidad, sino la describe tal cual como se le presenta. La descripción de los relatos y la información recogida en videos y fotografías, permiten una mejor comprensión de las experiencias vividas en la investigación. Su propósito es proporcionar la información necesaria para tomar decisiones que ayuden a mejorar la problemática de la investigación.

#### 3.2 Fuentes de Información.

Las fuentes de información de este estudio son los hinchas y fanáticos e informantes claves. Específicamente son hinchas y fanáticos pertenecientes a los tres clubes más grandes de nuestro país, es decir:

- Colo – Colo.
- Universidad Católica.
- Universidad de Chile.

La elección de estos equipos radica en el arrastre popular con el que cuentan estas instituciones a nivel nacional. Entre los tres equipos superan el 70 % del total de

hinchas de equipos nacionales. Los informantes claves, son aquellos que están insertos en el mundo del fútbol. Es por eso que la información fue entregada por periodistas deportivos y un entrenador de fútbol.

En estas hinchadas se han seleccionado a tres hinchas pertenecientes a cada institución, los cuales están divididos en dos hombres y una mujer. Los que cumplen con patrones de comportamiento similares, como son pertenecer a una barra, asistir al estadio de fútbol a presenciar el espectáculo o verlo por televisión.

La siguiente tabla grafica la muestra escogida para realizar la investigación.

<b>Equipos.</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
<b>Colo - Colo</b>	<b>Dos Hinchas o Fanáticos</b>	<b>Una Hincha o Fanática</b>
<b>Universidad Católica</b>	Dos Hinchas o Fanáticos	Una Hincha o Fanática
<b>Universidad de Chile</b>	Dos Hinchas o Fanáticos	Una Hincha o Fanática

Se ha buscado un grupo heterogéneo de hinchas y fanáticos, que pertenezcan a distintos estratos sociales. Esto con la finalidad de encontrar posibles diferencias entre hinchas y fanáticos de una misma institución, pero con diferencias sociales y económicas.

### 3.3 Etapas de Investigación.

La primera etapa de investigación consta de la determinación de los equipos de fútbol que serán objeto de estudio. Llegando a la elección de Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile. En primera instancia por ser los equipos más grande de Chile, en segunda instancia por representar al mundo popular social y futbolero de nuestro país.

La segunda etapa de investigación consiste en la selección de los hinchas y fanáticos a entrevistar. Los cuáles serán escogidos debido a sus características y aportes que puedan ofrecer al estudio.

La tercera etapa de investigación, será la construcción de una pauta de preguntas que permitirá acercarse al objeto de estudio a través de entrevistas semi- estructuradas.

Para poder generar la caracterización de los hinchas y fanáticos de uno y otro equipo, manifestando las diferencias existen entre ambos.

La cuarta etapa de investigación consiste en la especificación de los temas sobre los que interesa recoger la información, la cual permitirá que con los datos obtenidos en la caracterización sean utilizados para una comparación del perfil de los hinchas y fanáticos de Colo - Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile.

### 3.4 Técnica de recolección de datos

#### **a) Observación Participante.**

Mediante la técnica de la observación se busca “Contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida social, sin manipularla ni modificarla, tal cual ella discurre por sí misma” (Ruiz Olabuénaga. 2003, pg.125). En este método se puede usar todo lo que sea registro fotográfico, grabación de entrevistas, diarios de campos y bosquejos de lo observado. La técnica de la observación; “Capta todo lo potencialmente relevante y se sirve de cuantos recursos están a su alcance para lograrlo, desde la visión directa hasta la fotografía, la grabación acústica o filmografía.” (Ruiz Olabuénaga. 2003, pg.126). Esta técnica es primordial para el desarrollo de la investigación, pues en ella reposa la primera instancia no solo de acercamiento a la problemática, sino también la categorización y el posterior análisis de los hechos registrados a lo largo de la observación.

Ahora bien, debemos considerar que esta observación común y generalizada puede transformarse en una poderosa herramienta de investigación social y en una técnica científica que permite la recogida de información si se efectúa de forma correcta. Al mismo tiempo una de las críticas que se le hace a la observación es la de falta de validez por cuanto, al no poder interferir personalmente en la situación, el observador debe apoyarse en sus propios criterios personales. El carácter subjetivista y el no poder comprobar lo observado hacen que esta técnica sea mirada como una herramienta con menor vigor científico.

La observación es utilizada como una herramienta de recolección de datos y de información que tiene ventajas y desventajas para el investigador. Por un lado no es infrecuente que una persona entrevistada rechace la petición de informar y no desee

ofrecer lo que él sabe, opina, siente, experimenta o ejecuta. Unas veces por temor, otras veces por recelo y otras. Por diferentes motivos, alguien puede negarse a suministrar el conocimiento que posee (Ruiz Olabuénaga. 2003).

La observación reduce al mínimo los efectos provenientes de la presencia del investigador, los cuales pueden afectar la situación en sí, influyendo en los resultados y cambiando el origen de la investigación.

La investigación estará enfocada en la observación participante, como lo es la asistencia a los estadios de fútbol profesional. También se realizara una revisión a documentales y reportajes con el programa Kinovea, estos documentales y reportajes están orientados a los hinchas y fanáticos del fútbol. Con esto se espera conocer más sobre el fenómeno del fútbol espectáculo y sus consecuencias en la sociedad chilena.

#### Pasos Previos a la Observación participantes

Es el primer acercamiento al objeto de estudio, donde se realizará una observación a los comportamientos de hinchas y fanáticos, los cuales han sido determinados previamente. Al mismo tiempo se revisaran, reportajes, documentales y diarios, que sirvan a la investigación. Con esto se espera crear categorías que serán utilizadas en el posterior desarrollo de la investigación.

Entre los pasos previos a la observación se encuentran:

- Comprender la diferencia entre hincha y fanático.
- Conocer sus ritos y formas de comportamiento de los hinchas y fanáticos.
- Asistir a los estadios Santa Laura y San Carlos de Apoquindo a observar el comportamiento de las barras de la Universidad Católica y Universidad de Chile.
- Analizar la injerencia de la nueva Ley de estadio seguro para el hincha y fanático del fútbol.
- Explicar los alcances del fútbol espectáculo en la sociedad chilena.

### **b) Entrevista Semi - Estructurada.**

La entrevista no es otra cosa que una técnica que permite obtener información, mediante una conversación con una o varias personas para un estudio analítico de investigación. Esta técnica permite obtener la opinión de los entrevistados, con la cual se estructuran concepciones y variables pre - concebidos, con una serie de nuevos conceptos, que darán cuerpo a la investigación.

Con la entrevista el investigador busca revelar el objeto de estudio y comprobar si su hipótesis planteada en el estudio es correcta o incorrecta. Al mismo tiempo busca minimizar los errores que puedan aparecer a lo largo de la investigación.

El desarrollo de esta técnica permite desarrollar nuevas preguntas de acuerdo a las respuestas de los entrevistados, temáticas que no fueron abarcadas con anterioridad pueden ser incluidas y preguntas que no respondan al objeto de estudio, son eliminadas o replanteadas por el investigador.

Una de las características que el investigador debe tener, para llevar a cabo esta técnica es no generar juicios de valor y crear interacción con el entrevistado. Y por último debe ser empático, dado que es lo que da el carácter central de este método.

### **c) Informantes Claves.**

Los informantes claves aportan a la investigación desde su experiencia, como expertos y conocedores del fútbol espectáculo. Es por este motivo que se ha entrevistado a periodistas deportivos, académicos y ex jugador y entrenador del fútbol profesional chileno.

- ***Cristian Arcos*** (Periodista de Chilevisión, Editor del Área de Deportes del Noticiero central y Radio ADN.) Sus opiniones son claves pues él convive en torno fútbol, por lo que se consideran sus opiniones como relevantes, pues nos aporta una mirada especializada sobre la problemática.
- ***Eduardo Santa Cruz*** (Profesor de la Universidad de Chile y Autor de Múltiples libros sobre el fútbol). Uno de los principales exponentes del fútbol.

Sus libros han sido de gran ayuda en la tesis, por lo que sus opiniones son de mucha importancia y aporte para el desarrollo de la investigación.

- **Luis Urrutia** (Chomsky). (Periodista y columnista del diario el grafico Chile y Profesor). Escritor del libro Colo - Colo 1973, el equipo que retraso el golpe militar. Es un destacado periodista que ha dedicado su vida al fútbol.
- **Hernán Godoy** (Ex Futbolista y Entrenador de Fútbol). Destacado entrenador de fútbol. Su trayectoria lo ha llevado a entrenar equipos por distintos continentes. En Chile dentro de sus logros está el haber dirigido a Cobreloa, Audax Italiano y Santiago Wanderers, por nombrar algunos equipos.

### 3.5 Pauta de Entrevista.

Esta será realizada posterior a la observación participante y a la revisión bibliográfica, de documentales y prensa que estén relacionados con la religión y el fútbol espectáculo. Con esta pauta se procederá a realizar las entrevistas a los hinchas fanáticos de ambas instituciones para su posterior análisis.

#### Estructura de recolección de la información.

La estructura de recolección de la información está elaborada a partir del desglose realizado del objetivo general y de los objetivos específicos de la investigación. Es decir se han elaborado una serie de pasos, que permitan dar respuestas a cada uno de los objetivos del estudio. La elaboración de la recolección de la información es para dar respuesta a la hipótesis planteada en el proceso de la investigación.

#### **Objetivo general.**

Comprender el fenómeno del fanatismo en el fútbol y su relación con la religión, en el contexto de la sociedad chilena.
---

Para poder llevar a cabo este objetivo es necesario cumplir con una serie de pasos, que han sido establecidos con anterioridad. Como son la revisión bibliográfica y de videos, documentales y fotografías.

Observación	Entrevista	Documentos
✓ Bibliografía – Internet	✓ No Realiza.	✓ Videos, Documentales Fotografías.
✓ En Terreno (Lugares de Encuentro)	✓ Testigos Claves	✓ Diario de Campo ✓ Entrevista ✓ Registro de Audio
✓ Contexto Nacional	✓ Testigos Claves	✓ Ley Estadio Seguros

Luego de cumplir con cada uno de los pasos establecidos para poder responder el objetivo general, es que surgen una serie de preguntas relacionadas con el objetivo planteado.

***Preguntas a Realizar.***

- Conocer sobre los Fanáticos y Su Forma de Vida.
- Conocer Sobre el Contexto Nacional y el impacto de la Nueva Ley.
- Saber que representan cada institución y su arrastre popular.
- Que es el Futbol para el País

Saber porque eligen cierto equipo en desmedro del otro.

**Objetivo específico I**

Conocer los valores y la identidad propia a través de la representación de si en los fanáticos del fútbol.

En este punto es necesario salir a terreno para poder constatar la vialidad de este objetivo específico. Para esto es necesario cumplir con una serie de pasos, que permitan responder a lo planteado en el objetivo.

Observación	Entrevista	Documentos
✓ Estadio	✓ Fanáticos	✓ Videos, Documentales Fotografías. Diario de Campo. Entrevista
✓ En Terreno (Lugares de Encuentro)	✓ Fanáticos	✓ Diario de Campo ✓ Entrevista ✓ Registro de Audio
✓ Contexto Nacional	✓ Fanáticos	✓ Ley de Estadio Seguro

Luego de cumplir con cada uno de los pasos establecidos para poder responder el objetivo específico I, es que surgen una serie de preguntas relacionadas con el objetivo planteado.

***Preguntas a Realizar.***

- Conocer que Representa el Equipo para el Fanático
- Como llego hacer hinchada del equipo
- Que significa ver el partido en el Estadio y no en la Televisión.
- Que es la Identificación con el equipo y sus jugadores
- Saber la opinión de los ídolos y lo que representan en el hincha.

**Objetivo específico II**

Identificar los símbolos con los que adhieren los fanáticos del fútbol y su significación religiosa.

Para dar respuesta al objetivo específico número II será necesario revisar documentales, fotografías y videos relacionados con el tema de las hinchadas y sus comportamientos.

Observación	Entrevista	Documentos
✓ Institución – Signos Camisetas.	✓ Fanáticos	✓ Videos, Documentales Fotografías. Diario de Campo.
✓ Formación de Barras	✓ Fanáticos	✓ Análisis de Contenido ✓ Registro de Audio
✓ Utilización del Espacio Público. ( Estadio – Calles )	✓ Fanáticos	✓ Registro Fotográfico

Luego de cumplir con cada uno de los pasos establecidos para poder responder el objetivo específico I, es que surgen una serie de preguntas relacionadas con el objetivo planteado.

***Preguntas a Realizar.***

- Que significa portar la camiseta
- La significación de la barra y el lazo de amistad que se genera.
- Es importante el rol de hincha para el equipo
- Como utilizan los espacios públicos

**Objetivo específico III.**

Analizar e interpretar los ritos y prácticas que realizan los fanáticos en torno al fútbol espectáculo como expresión religiosa.

En este punto es necesario salir a terreno para poder constatar la vialidad de este objetivo específico. Para esto es necesario cumplir con una serie de pasos, que permitan responder a lo planteado en el objetivo específico III.

Observación	Entrevista	Documentos
✓ Partidos de Futbol. ( Estadio – Casa - Bar)	✓ Fanáticos	✓ Videos, Documentales Fotografías. Diario de Campo.
✓ Canticos	✓ Fanáticos	✓ Análisis de Contenido ✓ Registro de Audio
✓ Lienzos - Espacios	✓ Fanáticos	✓ Registro Fotográfico

Luego de cumplir con cada uno de los pasos establecidos para poder responder el objetivo específico I, es que surgen una serie de preguntas relacionadas con el objetivo planteado.

***Preguntas a Realizar.***

- Que representan las canciones y los lienzos
- Representación del espacio físico
- Saber qué pasa con ellos cuando el equipo no juega
- Que significa ser hincha y asistir al estadio

### 3.6 Rigor Científico.

Este estudio es guiado por criterios de rigor científico la investigación cualitativa. De acuerdo a esto se resguarda credibilidad y transferibilidad.

Se resguarda la credibilidad mediante las conversaciones y observaciones entre los sujetos de investigación, así también en la aproximación de los hallazgos realizados sobre la realidad de los informantes, conservando los registros y notas de campo realizadas a los periodistas, hinchas y fanáticos del fútbol chileno y la realización de las entrevistas.

Para llegar a contestar los objetivos de esta investigación, es que se trabajó en los registros y documentación acerca de las decisiones e ideas que surgen en el proceso de estudio.

Finalmente para la transferibilidad o aplicabilidad del estudio se describe detalladamente el lugar a estudiar y las características de los sujetos de estudio en este caso los hinchas y fanáticos del fútbol profesional chileno su experiencia y la percepción de los periodistas respecto a la implementación de la nueva ley de “Estadios Seguros”. De modo que este estudio es aplicable o sirva como referencia a otros contextos similares sobre estudios del fútbol espectáculo como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena.

### 3.7 Proceso de Análisis de Contenido de la Entrevista.

El análisis de contenido se basa en la interpretación que entiende que es el propio investigador el que crea, a través de una serie de prácticas interpretativas, donde se analizan los materiales y evidencias que se han recogido a lo largo de la investigación. Esta técnica no es más que leer e interpretar el contenido de las entrevistas. En la cual se hará una categorización y conceptualización de los fanáticos de ambos equipos, por medio de la codificación de los datos y la interpretación que se realiza en base a los mismos.

## *Capítulo IV*

---

Sistematización descriptiva de la información recogida.

### 4.1 Descripción y Caracterización de la Información.

En esta etapa de la investigación, se presenta la información obtenida del estudio sobre la actividad deportiva del fútbol espectáculo como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena actual.

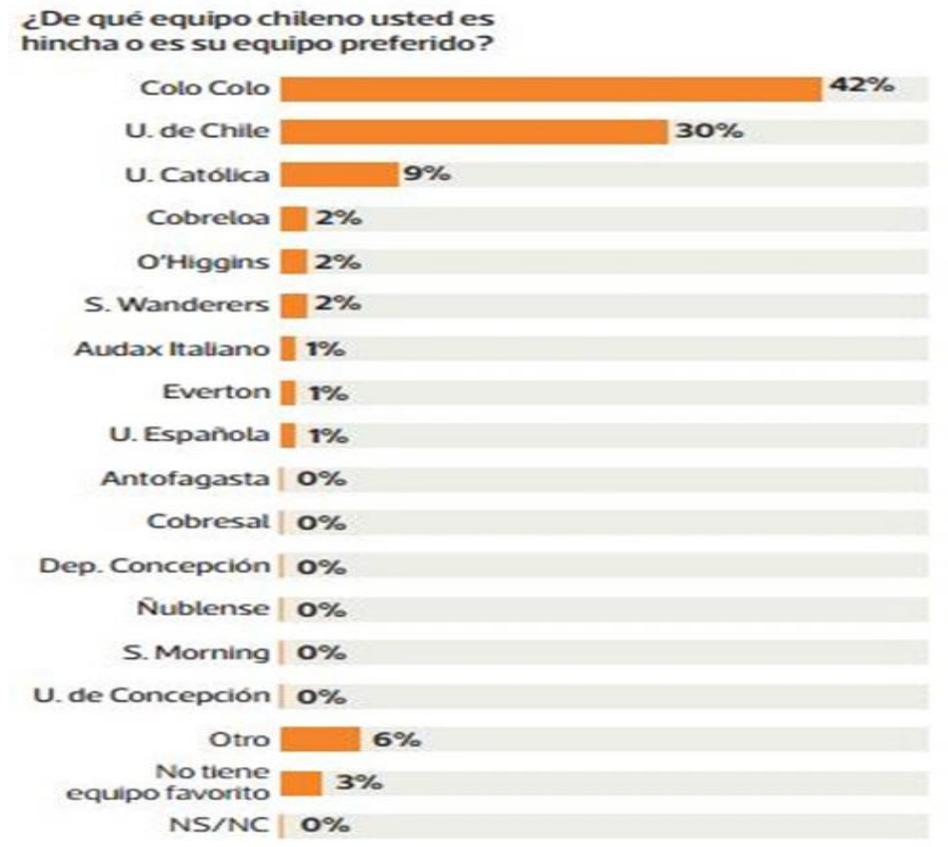
Con esta información se espera dar cuenta de lo que está pasando con la actividad deportiva del fútbol espectáculo en el país y de como este, puede ser considerado una nueva forma de expresión religiosa. Los informantes claves son quienes conocen en profundidad esta realidad, es decir el desarrollo del fútbol espectáculo y el como este se expresa religiosamente.

Para esto se han estudiado tres equipos pertenecientes a la primera división profesional del fútbol chileno, todos con sede en la región metropolitana, quienes ostentan la mayor cantidad de títulos y concentran más de la mitad de la adherencia de los hinchas a nivel nacional, estos son:

- Colo – Colo ( Ver Anexo Numero 2)
- Universidad Católica ( Ver Anexo Numero 3 )
- Universidad de Chile ( Ver Anexo Numero 4)

Los tres equipos estudiados en esta investigación cuentan con más de la mitad de la adherencia de los hinchas y fanáticos a nivel nacional. Esto lo muestra la encuesta del centro de estudio de La Tercera, realizada en el mes de Julio del presente año.

13



El siguiente cuadro muestra los porcentajes de popularidad de los equipos del fútbol profesional chileno, tanto de primera división, como de la primera división b. En él se señala que Colo – Colo posee un 42% de popularidad, Universidad de Chile un 30% y la Universidad Católica un 9%. Es decir los tres denominados grandes del fútbol chileno, son quienes ostentan un 81% de las adherencias de los hinchas.

<sup>13</sup> <http://diario.latercera.com/2012/07/22/01/contenido/deportes/4-114371-9-el-exito-azul-no-merma-la-popularidad-alba.shtml>.

## 4.2 Caracterización de los Hinchas y del Contexto Nacional.

En esta sección se presenta la información sobre la caracterización de los hinchas pertenecientes a Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile. Además incluye el por qué son hinchas del equipo al que dicen pertenecer, su grado de fanatismo y su opinión sobre la nueva Ley de Estadio Seguro, el significado de ser hincha y de ser un fanático, sus ídolos y todo aquello que los representa.

Esta parte de la investigación es relevante, pues permite acercarse al origen del estudio, dado que se segrega la información recogida en las entrevistas, lo que permite responder a los objetivos planteados en la investigación.

### **a) Elección de la Institución de la cual es Hincha.**

La información recogida muestra que la elección de los hinchas es influenciada desde la familia, la cual ha sido determinante a la hora de la elección de un determinado equipo, en desmedro de otro. Ante esto un entrevistado afirma.

“Yo soy hincha de Colo - Colo porque viene de una tradición familiar. Toda mi familia es Colocolina” (Entrevista a Francisco Ibacache, Colo – Colo).

Para este entrevistado ser hincha se inculca desde la familia, algo que es compartido en la opinión de otros hinchas que señalan.

“Soy hincha de Colo – Colo, porque mi papa y mi abuelo me lo inculcaron desde chico. Colo – Colo representa varias cosas, como unión a la familia, desde chico que se junta toda la familia a ver los partidos, ir al estadio” (Entrevista Felipe Femenias, Colo – Colo).

“Por una cosa genética algo que corre por mis venas” (Entrevista Marisela Santibáñez, Colo – Colo).

En general no en todos los casos la influencia familiar ha sido el punto de referencia. Sin embargo hay casos en los que el hincha se ve incentivado por otros familiares menos directos.

“Mi tío en la pieza del tenía camisetas de la U y muchas cosas más y siempre me llamaron más la atención sus cosas. Más que las cosas que tenía mi papá de Colo- Colo y un día mi tío me llevo al estadio a un clásico frente a Católica y desde ese día jamás he dejado de ir al estadio y sentir amor por la U también ese año la U fue campeón después de 25 años de sequía y fuimos a celebrar al centro”  
(Entrevista Valentina Soto, Universidad de Chile).

Los casos denotan que la socialización primaria se podría considerar como una fuente significativa para influenciar a los nuevos hinchas. La mayoría de las veces se da la constante de ser hincha del equipo que le gusta al padre o a la madre. En otras situaciones la pertenencia a un equipo es influenciado por amigos o escogidos por el mismo hincha sin motivo aparente.

#### ***b) Portar la Camiseta.***

Uno de los elementos señalados como uno de los más importantes para los hinchas es vestir la camiseta oficial del equipo del cual es partidario.

“Ponerse la camiseta, para mí es un orgullo. Siempre me da mucha pasión ponerme la camiseta. Siempre ando toda la semana con ella, cuando voy al estadio hace como una transformación en mí, que hace que delire , grite , me emocione, muchas veces he llorado hasta por los goles. Ponerse la camiseta de Colo – Colo, te hace hasta cambiar. Te hace ser un jugador más, un guerrero más y un hincha más”  
(Entrevista a Francisco Ibacache, Colo – Colo).

La camiseta del club, dota al hincha de una identidad que compartida por otros hinchas, dado que portar la camiseta da un carácter de pertenencia a un grupo, que comparte sus ideales y sus valores.

“Ponerse la polera genera identidad, saber que perteneces a algún lugar” (Entrevista Matías Prado, Universidad Católica).

En las entrevistas realizadas a hinchas y fanáticos se logra revelar la importancia que estos dan a la camiseta del equipo del cual son seguidores. Pues ella permite generar una identidad compartida por más hinchas, que siguen ideales y valores propios de las instituciones a las cuales pertenecen.

### *c) Asistir al Estadio de Fútbol.*

El estadio de fútbol es un lugar de encuentro para los hinchas, en él se comparten ideales y valores que se generan entre las propias barras.

“El estadio es como dice Galeano es tu catedral. Los weones van a misa y yo voy al estadio, es como la misma lógica. No sé si se le rinde culto al equipo, no sé si es la misma lógica. Pero si, el estadio es un lugar importante, de encuentro con los amigos” (Entrevista Matías Prado, Universidad Católica).

En el estadio se construyen amistades, al mismo tiempo el hincha experimenta distintos sentimientos que van desde la euforia de la alegría hasta la tristeza y el llanto, los cuales se ven influenciados por el accionar del equipo y los resultados.

“Euforia, alegría, es desaparecer de todo lo que es el mundo externo. Es concentrarse netamente en lo que es el Estadio. Como dice un familiar mío, uno puede decir de todo en el estadio, sea garabato, insultos, saltar, cantar alentar al equipo. El estadio es algo personal que cada hincha lo vive y lo grita a su manera” (Entrevista Francisco Ibacache, Colo – Colo).

Es posible apreciar en las entrevistas que el estadio representa un lugar de encuentro y de escapatoria para lo que es el mundo externo. Para los hinchas entrevistados el estadio es un lugar importante, en el cual pueden expresar sus sentimientos hacia el equipo.

#### **d) *Hincha***

Existen muchas definiciones sobre el rol desempeñado por el hincha. Los autores no han logrado concordar en los enunciados que se han hecho sobre el tema. Pues se cae en el juego de denigrar su rol y confundirlo con el del fanático. El hincha se considera un actor principal dentro del espectáculo que brinda el fútbol. Ante esto un entrevistado señala.

“Muchos dicen que no importa que el equipo juega por las de ellos. Pero se ha demostrado varias veces, que no solo aquí en Chile, que la hinchada levanta al equipo y la misma hinchada te puede dar vuelta un partido. Se presiona al equipo contrario, se presiona a los mismos jugadores. Cuando la cato ha estado jugando mal, se ha cantado en contra de los mismos jugadores. Y después se notó un cambio en la mentalidad que tenían los jugadores cuando entran a la cancha” (Entrevista El Cojo, Universidad Católica).

Sin importar el equipo del cual se sea simpatizante, el hincha se considera como un elemento primordial para el desarrollo del espectáculo futbolero. Consideran que influyen en el desarrollo del partido, motivando, poniendo presión y cantando durante los noventa minutos.

El hincha construye una imagen positiva de sí mismo, de acuerdo a el rol que cumple para alentar al equipo del cual es hincha.

“Es importante el rol del hincha. Pues el ánimo y los canticos son muy necesarios, para que el jugador se motive y logre ganar” (Entrevista Francisco Ibacache, Colo – Colo).

Las entrevistas demuestran la importancia que los hinchas y fanáticos entrevistados dan al rol que desempeñan alentando a sus equipos, el cómo estos participan y se sienten parte importante en el desarrollo del espectáculo deportivo.

#### **e) *Fanático.***

El fanático se diferencia del hincha por ser más radical en su accionar y por no escatimar esfuerzos a la hora de defender y alentar a su equipo.

“Yo soy fanático cien por ciento. Por el tema de ir a todos los partidos, vestir los colores de católica todos los días. Tener mi pieza hasta con la cuestión más chica de la católica. Y pensando en el equipo todo el día” (Entrevista El Cojo, Universidad Católica).

Existe una disyuntiva entre los adeptos al fútbol de lo que es un hincha y un fanático, pues están en constante lucha por desmerecer la pasión del otro y ensalzar los actos propios. Hay una visión negativa de los propios participantes del espectáculo deportivo acerca del rol del fanático.

“Yo creo que el fanático es el que vive los partidos por la televisión. Un hincha está en el estadio, en los entrenamientos, apoyando siempre. Un fanático no creo que este apoyando siempre al equipo.” (Entrevista Felipe Femenias, Colo – Colo).

El hincha y el fanático, conviven en el mismo espacio y tiempo social. Apoyan domingo tras domingo al equipo, sin importar las consecuencias de su apoyo incondicional. La diferencia radica en el sentimiento y la pasión, que conlleva a los fanáticos a realizar actos carentes de racionalidad.

“Yo creo que un momento de mi vida fui así fanático. ¿Por qué? ... porque cuando era más cabro chico pensaba que el rollo era distinto, pensaba que el rollo era defender tus colores, defenderlos en la calle. Y después vas creciendo y te vas dando cuenta de que, de eso no se trata el fútbol. Y ahora soy hincha, porque comprendí el otro lado, comprendí que el fútbol no tiene que ver con la desunión sino que con otras cosas y otros valores.” (Entrevista Matías Prado, Universidad Católica)

Según la opinión de uno de los entrevistados los caminos de un hincha y un fanático no son paralelos, pues en algún momento se entrelazan y hasta se confunden. Dependerá mucho del momento en el que se esté viviendo y el cómo se desee expresar ese sentimiento expresado hacia su equipo.

## *f) Ídolos*

En las entrevistas realizadas se logra apreciar la importancia que los hinchas y fanáticos atribuyen a sus respectivos ídolos. En los ídolos se ven reflejados los deseos y frustraciones del hincha, que ve en su icono, los logros que le son escasos. Al ídolo no se le piden grandes atributos, mojar la camiseta y defenderla son consideradas como pilares fundamentales. Ejemplo de esto es que para uno de los entrevistados es difícil mencionar a un solo ídolo.

“Tengo varios, no sé, Lucho Mena, Barticioto, Lucas Barrios, Paredes, Miralles. Pero en si para mí en sí, Colo – Colo en completo, lo que es la institución y el club social, para mí es un ídolo total. Lucho Mena es uno de los grandes valores que tiene Colo – Colo, mucho más allá de la edad, más allá de los títulos y que es un multicampeón él siempre ha mojado la camiseta, él siempre ha puesto el pecho a las balas y siempre se ha caracterizado por ser un jugador, un profesional recto, que cuando tiene que dar la cara, cuando el equipo pierde la da, cuando Colo – Colo gana es muy humilde, no se sube a las nubes, sino que siempre, él ha dado la cara por Colo – Colo y es un gran referente” (Entrevista Francisco Ibacache Colo – Colo)

En cambio la Universidad Católica tiene la particularidad de que en su estadio de fútbol, las tribunas llevan los nombres de las ex glorias de la institución. Ídolos que han dejado una huella imborrable en la hinchada.

El gran ídolo de la hinchada cruzada es Raimundo Tupper, ex jugador de la Universidad Católica, fallecido en Costa Rica en el año 1995, cuando el club realizaba una gira por Centro América. La causa de su muerte fue una depresión endógena, que lo hizo tirarse al vacío desde la azotea del edificio donde se hospedaba el equipo.

“El ídolo de la hinchada de la católica es el mumo Tuper. Es un elemento más simbólico. Es la gloria y muerte, es el mártir que la hinchada necesita” (Entrevista Matías Prado, Universidad Católica).

Los ídolos son investidos con un carácter especial, la mayoría de ellos, pueden contar grandes hazañas sobre el campo de juego. En su gran mayoría resaltan por su forma de entender y vivir el fútbol, lo cual implica que sean más valorados por parte de la hinchada, que se siente representada por sus esfuerzos.

“Sí, siempre hay jugadores que impresionan por su juego, pero hay otros que sobresalen de todos, no basta solo con decir frases bonitas a la galería, hay que correr el doble, esforzarse el doble, jugar con pasión, amar a la camiseta.” (Entrevista Braulio Rojo, Universidad de Chile)

Al mismo tiempo existen ídolos, que son reconocidos como tal, por el simple hecho de no haber abandonado nunca a la institución. Luis Musrri, en Chile solo vistió los colores de la Universidad de Chile, siendo su capitán histórico, por casi una década. Merito suficiente para ser considerado un ídolo. Pues no sobresalía como un gran jugador, simplemente era visto como sinónimo de la institución.

“Luis Musrri es mi ídolo porque él amaba a la U o la ama como la amo yo, mojo siempre la camiseta por el equipo y ha sido el mejor capitán que hemos tenido” (Entrevista Valentina Soto, Universidad de Chile)

#### **g) *Estadio Seguro.***

La polémica ley instaurada por el gobierno de Chile, ha sido enjuiciada por los distintos hinchas entrevistados, sin importar la institución del cual son seguidores. Por un lado hay quienes afirman que la ley termino con la fiesta y el carnaval que significa asistir al estadio de fútbol para los entrevistados.

“Es una ley represiva, creada con fines políticos para desvirtuar los reales problemas de la sociedad, podrían poner las mismas ganas para crear una ley “País Seguro” para terminar con la delincuencia, según ellos quieren un espectáculo como en Europa, si quieren eso mejor que inviertan en educación y así quizás se termine con la violencia que no está en los estadios esta en las poblaciones.” (Entrevista Rodrigo Queupumil, Universidad de Chile)

Una gran parte de los entrevistados afirma que asistir al estadio es seguro y que la violencia es generada en otros lugares aledaños al estadio. Como por ejemplo cuando se realiza la previa al espectáculo deportivo, termino con el cual se conoce a las juntas que realizan los hinchas y fanáticos antes del inicio del partido. Todos los entrevistados coinciden en que la ley debe erradicar la violencia de los estadios, pero que su implementación es muy general, lo que daña el espectáculo, pues erradica en folclor deportivo que es propio de los países latinoamericanos, tal como lo señala uno de los entrevistados.

“Afecta harto la ley, pues en el folclore latinoamericano y no solo en Chile, está lo de los bombos y las banderas. Si bien el plan lo comparto, por tema de sacar a los que generan violencia. Pero por parte de sacar los bombos y banderas de la galería no sacai la violencia” (Entrevista El Cojo, Universidad Católica)

La nueva ley busca erradicar la violencia en los estadios de fútbol profesional de nuestro país. Con esto busca que las familias vuelvan a asistir a los recintos deportivos. En las distintas entrevistas, se menciona que la ley más bien ha conseguido que la sociedad no se preocupe de los problemas reales que la afecta, centrando la discusión en otros focos de atención.

#### ***h) Las Consecuencias en la vida de los hinchas y fanáticos.***

En las distintas entrevistas se logra apreciar las consecuencias que genera el ser hincha o fanático del fútbol. Esto se ve reflejado en la vida diaria de los entrevistados y en los esfuerzos monetarios y emocionales que estos realizan.

“Tener mi pieza hasta con la cuestión más chica de católica. Y pensando en el equipo todo el día. He dejado cosas importantes por ir al estadio, cumpleaños de familia, pruebas del Duoc, falte a pruebas, falte a clases. Los días de la Mamá justo se jugaba el clásico universitario. Dejo de lado esa cuestión y voy al estadio. El tema católica es todo, para mí es lo más importante” (Entrevista El Cojo, Universidad Católica).

El hincha no escatima esfuerzos a la hora de alentar a su club. Es capaz de dejar de lado a su familia por asistir al estadio a alentar a su equipo.

“Por ir al estadio dejas cosas importantes. Cumpleaños, salidas a la Familia, todo por ir al estadio y ver al equipo” (Entrevista Felipe Femenias, Colo – Colo).

Estos esfuerzos que realizan los hinchas, no siempre ven frutos. No se puede ganar siempre y ser campeón. Pero eso parece no importar a los verdaderos hinchas y fanáticos, esos que ven en sus equipos una escapatoria a sus problemas y al mundo.

#### 4.3 Análisis de los cánticos de las barras y sus significados.

En el siguiente apartado se presenta el análisis realizado sobre los cánticos de las barras, lo que representan estas expresiones y sus significados. Esta información da cuenta de los usos y significancias que tienen los cánticos para los hinchas y fanáticos del fútbol, ya que las canciones representan la identidad de las barras y son un fiel reflejo de lo que se manifiesta en la cancha de fútbol,

Para llevar a cabo este análisis, se seleccionaron algunos cánticos que expresen un reflejo de la realidad chilena y que sean pertenecientes a las tres barras de fútbol estudiadas, como son la de Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile.

Los hinchas y fanáticos del fútbol crean los cánticos para expresar sus emociones y sentimientos hacia el equipo de sus amores. En algunos casos son usados para alentar a los jugadores, para recordarles a los mismos que tan importante es el club al que representan. En otros casos se usan para denostar a los rivales o simplemente para demostrar que están presentes en el espectáculo deportivo.

En la siguiente canción de la Garra Blanca, barra oficial del club social y deportivo Colo – Colo, también conocida como una barra brava. Se puede apreciar la aptitud que los hinchas y fanáticos más piden a sus jugadores, como es el mojar la camiseta. Término utilizado para definir a aquellos jugadores que entregan todo en la cancha, sin importar el rival de turno, ni menos si el resultado es adverso.

**Canción: Alentando en la galera.**

“Quiero ver toda la gente alentando en la galera, quiero ver los jugadores **mojando la camiseta, albo tu eres mi pasión.** Albo tu eres mi locura **dejen la vida en la cancha yo la dejo en la tribuna**”.

Otro de los puntos destacables de esta canción es el hecho de que los barristas hablen de pasión por su club. Esto es una demostración de lo importante que es el equipo en sus vidas y de como ellos le manifiestan este sentimiento tan intenso como es la pasión. Y por último cabe mencionar el como para el hincha y fanático el desarrollo del espectáculo en la cancha por los jugadores y el que ellos realizan en las tribunas, es la misma acción. Con esto se manifiesta, la importancia que ellos mismos se asignan a sus actos, como son el alentar y estar presente para y con el equipo.

Los canticos son expresiones de alegrías y frustraciones vividas tanto por hinchas como por fanáticos. Las canciones escogidos dependen en gran medida del desarrollo del partido. Pues algunos pueden expresar júbilo por parte de los hinchas y fanáticos, como repudio por el accionar de los jugadores o simplemente expresar otras situaciones que no estén predeterminadas por el desarrollo del espectáculo deportivo.

Esta canción demuestra la importancia que tiene Colo – Colo para sus hinchas y fanáticos en sus vidas. Es también la demostración de amor y lealtad eterna a la institución, pues recalca que seguirán alentando y apoyando al club, aun después de la muerte.

**Canción. El día en que me muera.**

“El día en que me muera me vas escuchar, porque yo **desde el cielo te voy alentar. Soy albo desde que nací y de blanco me voy a morir**”.

El significado de esta canción es recalcar que el equipo es algo que estará toda la vida con ellos, dado que mencionan que son hinchas y fanáticos de Colo – Colo, desde su nacimiento. Lo que explicaría el sentimiento incondicional hacia el club.

Lo importante de los cánticos de las barras de fútbol, es que son para alentar al club, de sus amores, en los buenos momentos como en los adversos. Pues es esta la manera de demostrar el apego y el valor que tiene el club para ellos.

La mayoría de los cánticos de las barras del fútbol nacional e internacional, como por ejemplo el argentino, se copian los ritmos de tonadas populares, cambiando únicamente la letra de estas canciones que demuestran sentimientos de apego a la institución, alegría, euforia y enojo, dependiendo del contexto en el cual sean utilizadas. Esta canción es perteneciente a la barra oficial de la Universidad Católica, llamada Los Cruzados. Letra adaptada de la canción popularizada por el cantautor brasileño Roberto Carlos. En todas las instituciones, se pueden encontrar melodías pertenecientes a otros temas que poco y nada tienen que ver con el fútbol.

En la siguiente canción encontramos términos como dejar la vida en la cancha y que el resto lo pone la hinchada. Nuevamente se puede apreciar como para las barras, su rol es importantísimo, pues consideran que el esfuerzo de los jugadores no sería el mismo, sin el apoyo de ellos. Las barras de fútbol son autorreferentes y construyen una imagen positiva acerca de su función dentro del espectáculo deportivo.

### **Canción. Tu Eres Mi Amigo Del Alma.**

“Tú eres mi amigo del alma mi buen compañero, tu eres pasión mi locura todo sentimiento. Por eso te pido que **dejes la vida en la cancha, el resto lo pone la hinchada que aquí te acompaña. Nosotros pasamos momentos muy tristes y alegres**, y esta hinchada alentándote estuvo presente. A mí **no me importa si ganas empatas o pierdes. Nosotros seguimos cantando cato hasta la muerte.** Dale, dale, dale oh! Dale, dale, dale oh que la cato es mi pasión lo llevo en el corazón. Dale, dale, dale oh. Dale, dale, dale oh que la cato es mi pasión lo llevo en el corazón”.

Esta canción también recalca que la hinchada esta con el equipo en los momentos alegres y también en los tristes. Es decir ellos definen su apoyo como incondicional, pues no les importan los resultados deportivos. Al verdadero hincha, no acentúa el hecho de ganar, perder o empatar, sino más bien para él lo importante es asistir al estadio, acompañar y apoyar a su equipo sin importar los resultados. Y por último se vuelve a mencionar que este es un sentimiento que sobre pasa a la muerte.

Los cánticos de las barras de fútbol no están ajenos a los acontecimientos sociales, por los que atraviesa el país. En esta canción como la que se muestra a continuación,

perteneciente a la barra de la Universidad Católica. Es una canción que nace como una crítica al sistema implementado en el plan “Estadio Seguro”, por parte del gobierno.

**Canción. Yo soy hincha de futbol. Yo no soy delincuente.**

**“Que lo escuche el Gobierno que lo escuche la gente. Yo soy hincha de futbol. Yo no soy delincuente. Los bombos y banderas no generan violencia. La violencia comienza por sus pacos de mierda”.**

En esta canción se recalca el hecho de que tanto los hinchas, como los fanáticos no son delincuentes. Esta aclaración la hacen los hinchas y fanáticos, por la mala fama que las barras de fútbol tienen en la sociedad. También se hace hincapié en el hecho que ellos son hinchas y fanáticos del fútbol. Una de las críticas que ellos realizan a la ley de “Estadio Seguro”, es que elimino a los bombos y banderas, pues se catalogan como elementos que pueden generar violencia en los recintos deportivos.

Los canticos de las barras de fútbol son también una forma de resaltar el rol que ellos cumplen. Es por este motivo que en la mayoría de los canticos se remarque su importancia y al mismo tiempo se destaquen valores positivos de los hinchas y fanáticos.

A continuación se presenta una canción perteneciente a Los de Abajo, nombre con el que se conoce a la barra oficial del club Universidad de Chile. En esta canción se pone a prueba el amor incondicional de los hinchas y fanáticos del club, los cuales juran apoyar al equipo de sus amores sin importar las opiniones y las consecuencias. Es rescatable también que los hinchas y fanáticos expresen que el club es su vida y su alegría. Y que todo lo que ellos sienten por la Universidad de Chile es una pasión desbordable que los lleva hasta la locura.

**Canción. Porque el Bulla es mi Vida.**

**“Porque el bulla es mi vida la razón de mi alegría, yo lo sigo, no me importa lo que digan vayas donde vayas ésta hinchada es la más brava no te falla, en las buenas, ni en las malas el bulla es un**

**sentimiento que no se puede apagar la pasión que llevo adentro es la locura total y ese zorramental... el hoyo del cogotero pronto será Un basural, pronto será Un vertedero”.**

La última línea de esta canción hace referencia al estadio monumental, perteneciente a Colo – Colo, el cual es nombrado despectivamente como Zorramental. Esto se debe a que los hinchas y fanáticos de la Universidad de Chile, le dicen Zorras, a los hinchas y fanáticos de Colo- Colo.

Las canciones de los hinchas y fanáticos del fútbol son un medio que utiliza símbolos relacionados con la cultura popular. Ya se ejemplifico como los barristas de la Universidad Católica, cambio la letra de un tema de Roberto Carlos, para transformarlo en un cantico propio. Lo mismo ocurre en otras barras como la de Universidad de Chile, la cual tomo la melodía y parte de la letra del tema del programa humorístico el Jappening Con Ja.

#### **Canción. Si un Mal Paso Das.**

**“Lo más importante en la vida es... Alentar al bulla con optimismo y fe. Salta cuando todos estén tristes (salta), salta solamente por la U (la U), si un mal paso das (que chucha), no me importara (que mierda) porque soy de abajo y te vengo a alentar chupa la que cuelga zorra maricon! chupa la que cuelga zorra maricon. Chupa la que cuelga zorra maricon”**

Nuevamente se recalca el hecho de que alentar a la Universidad de Chile, es lo más importante para los hinchas y fanáticos del club. Esta canción es el resumen de los sentimientos de los hinchas y fanáticos, aquellos que están en las buenas y en las malas.

En síntesis en todos los cánticos de Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile, los hinchas y fanáticos resaltan lo importante que son ellos para el club. Es decir son autorreferentes, con una visión positiva acerca del rol que ellos desempeñan. También se puede ver como algunos cánticos humillan a los hinchas rivales y otros son críticas sociales.

Este análisis ha permitido desarrollar y dar respuestas a los objetivos específicos de la investigación que son; conocer los valores y la identidad propia a través de la representación de sí en los fanáticos del fútbol, identificar los símbolos con los que adhieren los fanáticos del fútbol y su significación religiosa y analizar e interpretar los ritos y prácticas que realizan los fanáticos en torno al fútbol espectáculo como expresión religiosa.

#### 5.4 Análisis semiótico de documentales y reportajes sobre las barras del fútbol chileno.

En la siguiente sección se presentará el análisis realizado a los documentales y reportajes sobre las barras del fútbol chileno. Para llevar a cabo este análisis se utilizará la semiótica, como una herramienta que permitirá centrar el estudio en las imágenes y símbolos y significado de los fotogramas.

Los documentales y reportajes han sido fraccionados en imágenes, a través de un programa llamado Kinovea, el cual permite capturar imágenes de los videos, los que posteriormente pueden ser estudiados y analizados centrando la mirada en tres elementos fundamentales como son las imágenes, los símbolos y sus significados. Dentro de las ventajas que ofrece el análisis semiótico se encuentran que este permite no solo analizar las imágenes y los símbolos, sino también ideas y mensajes que se encuentren en el fotograma.

En este análisis se observará la marcación territorial de los barrios por parte de las barras del fútbol chileno, como estos denigran a sus rivales, la religiosidad popular en torno a las barras y sus fallecidos, la toma de los espacios públicos, la implementación de la ley de “Estadio Seguro”, la fiesta popular y la individualización de los hinchas y fanáticos en torno al espectáculo deportivo.

##### **a) Marcación territorial de los barrios**

Los hinchas y fanáticos del fútbol en nuestro país, se apoderan de las villas y barrios en las cuales residen, marcándolos con los colores propios de sus equipos y con frases que distingan claramente el sector al que pertenece dicho territorio.

Este tipo de acciones son utilizadas para expresar que por el barrio solo pueden transitar hinchas y fanáticos pertenecientes a la Universidad de Chile.

Como se aprecia en la siguiente imagen, donde los hinchas de la Universidad de Chile, se apoderan de la pared de su barrio marcándola con los colores de su equipo y explicitando claramente que el barrio les pertenece.

**Imagen 1.**



Esta es una de las prácticas más usuales por parte de los hinchas y fanáticos del fútbol chileno. Los cuales marcan sus territorios para mostrar pertenencia y dar a entender de son mayoría entre los habitantes del barrio.

En la siguiente imagen se aprecia como hinchas y fanáticos de Colo – Colo, marcan territorio en el barrio. Siempre estas marcas van acompañadas de los colores característicos del club, como son el blanco y el negro, el cual acompañan con el rojo, el cual simboliza la sangre mapuche, tal como está en el escudo del equipo.

**Imagen 2.**



Estos símbolos dotan de identidad a los hinchas y fanáticos del fútbol, pues producen cercanía y empatía con el club de sus amores. En los barrios y villas de todo Chile, se pueden apreciar como los hinchas y fanáticos, se adueñan de estos, pintándolos con los colores propios de sus equipos y defendiendo la autoridad que estos producen sobre los barrios.

Como se puede distinguir en la siguiente imagen, esta es una de las prácticas más comunes de los hinchas y fanáticos del fútbol chileno. La cual consiste en pintar los postes del alumbrado público con los colores del equipo de sus amores.

### **Imagen 3.**



Los hinchas y fanáticos de las distintas instituciones, comparten espacios públicos comunes. Tal como se puede apreciar en la siguiente imagen, donde se observa un poste pintado con los colores de la Universidad de Chile.

### **Imagen 4.**

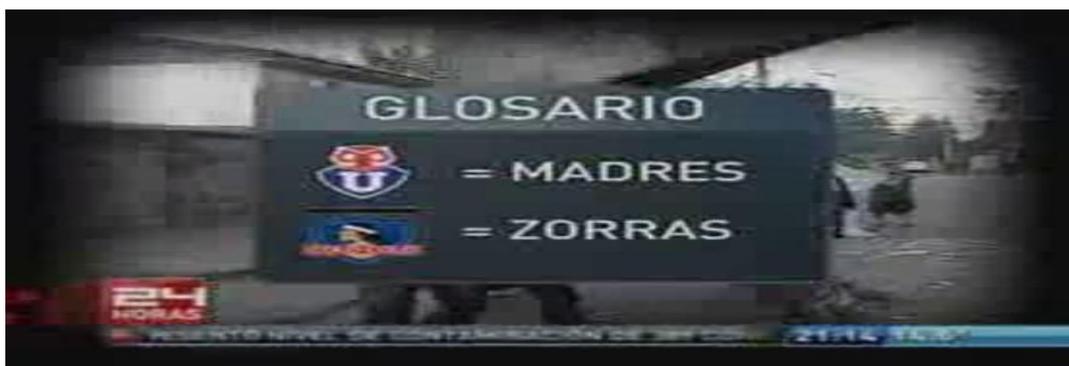


La particularidad de estas imágenes es que los postes están separados solo por una cuadra, lo que explica en gran medida la violencia existente entre los hinchas y fanáticos del fútbol chileno.

**b) Denostar al rival.**

Los hinchas y fanáticos de Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile, tienden a denostar a sus rivales, cuando se refieren a estos. En la siguiente imagen queda plasmada la forma en la que se mencionan los hinchas y fanáticos de Colo – Colo y Universidad de Chile.

**Imagen 5**



Uno de los problemas que presenta esta intolerancia por los rivales, es que se genera violencia entre estos mismos. Pues se cae en descalificaciones mutuas que permiten generar un grado de violencia entre los hinchas y fanáticos.

En la siguiente imagen se puede ver como la intolerancia por el rival, llama a generar violencia entre los hinchas y fanáticos del fútbol.

**Imagen 6**



En la siguiente imagen se puede apreciar como en un barrio de la Universidad de Chile, no son permitidos los hinchas de Colo – Colo. Los cuáles serán tratados con violencia si llegan a aparecer en terrenos que no les pertenecen.

**Imagen 7.**



Esta intolerancia entre barras rivales, puede ser considerada como una acción propia de los fanáticos y no de los hinchas. Pues son los fanáticos los que defienden a su equipo sin importar las consecuencias, dado sus sentimientos y pasión generada hacia la institución.

**Imagen 8**



En gran medida estas acciones realizadas por las barras del fútbol chileno, son las que han generado preocupación en la sociedad, provocando que las autoridades tomen medidas en el caso, como es la implementación de la ley de “Estadio Seguro”.

**c) Religiosidad Popular.**

Las animitas son pequeñas capillas o santuarios que por lo general recuerdan muertes trágicas sucedidas en los espacios públicos. Entendidos en el tema como Oreste

Plath, postulan que el ánima de quien fallece nunca abandona el lugar, producto de que no asimila que ha fallecido.

Estas celebraciones propias de la religiosidad popular no han pasado desapercibidas para los hinchas y fanáticos del fútbol, quienes han adoptado estas prácticas, transformándolas en ritos y prácticas propias. En la siguiente imagen se puede apreciar como los barristas de Colo – Colo recuerdan a un hincha muerto en una riña con otro hincha de la Universidad de Chile.

**Imagen 9.**



En esta imagen se puede apreciar una animita hecha por los barristas de Universidad de Chile, a un hincha, que murió por la intolerancia de un hincha de Colo – Colo.

**Imagen 10.**



Estas prácticas se han vuelto habituales entre los hinchas y fanáticos del fútbol chileno. Son usadas para recordar las trágicas muertes, de sus amigos, familiares y simpatizantes del equipo.

**Imagen 11.**



Como se puede apreciar en esta imagen, esta animita recuerda al hincha fallecido, con un mural en el cual se puede apreciar, el escudo del club deportivo y social Colo – Colo, la insignia de la Garra Blanca y el rostro del muchacho asesinado.

Las animitas son la expresión popular de la religión institucionalizada. Los hinchas y fanáticos han adaptado estas prácticas para recordar a los hinchas y fanáticos fallecidos en los espacios públicos. Por lo general son hinchas muy identificados con su club y que han muerto de manera trágica, en manos del archirrival.

**d) Toma de los Espacios Públicos.**

Dentro de las prácticas que realizan los hinchas y fanáticos del fútbol chileno. Se encuentran la toma de los espacios públicos, como es la locomoción colectiva. Uno de los problemas más serio cada vez que hay un partido de fútbol en nuestro país, tal como se aprecia en la siguiente imagen.

**Imagen 12.**



En esta imagen se puede apreciar como los hinchas se toman la locomoción colectiva, la cual ve afectada su normal funcionamiento.

**Imagen 13.**



Estas escenas son reconocidas por la opinión pública, la cual poco ha podido hacer para erradicar estas malas prácticas. En síntesis las barras del fútbol chileno se adueñan de los espacios públicos, cambiando el normal funcionamiento de estas.

**e) La Ley de “Estadio Seguro”.**

La nueva ley de “Estadio Seguro”, promulgada por el gobierno de Chile en el año 2012, es un nuevo programa estatal, que busca que el verdadero hincha vuelva a los estadios de fútbol. Como verdadero hincha se catalogan a las familias chilenas y no a los pertenecientes a las principales barras del fútbol profesional chileno, los cuales son tratados diferencialmente.

**Imagen 14.**



En estas dos imágenes se puede apreciar el control que hacen los carabineros a la entrada de los estadios de fútbol profesional. Los cuales se han intensificado con la implementación de la nueva ley.

**Imagen 15.**



En síntesis con la implementación de la nueva ley de “Estadio Seguro”, han mutado las prácticas y las formas de expresión de los hinchas y fanáticos del fútbol. Los cuales ven limitadas sus prácticas habituales.

**f) La Fiesta de la Popular.**

Antes de la implementación de la nueva ley de “Estadio Seguro”, los hinchas y fanáticos del fútbol chileno, hacían una verdadera fiesta en la galería, la cual era reconocida incluso por los relatores y comentaristas de fútbol.

**Imagen 16.**



Como se puede apreciar en las imágenes los hinchas antiguamente podían entrar con fuegos de artificio y bengalas, los cuales eran símbolos de la fiesta y una forma de expresar su devoción hacia el equipo.

**Imagen 17.**



Toda la pirotecnia que realizaban los hinchas y fanáticos del fútbol chileno, en los estadios de fútbol. Han sido prohibidos por ser considerado peligrosos y por poder atentar con la integridad física los espectadores.

No solo los fuegos de artificio han sido prohibidos con la implementación de la nueva ley, sino también los bombos y los lienzos.

**Imagen 18.**



En las siguientes imágenes se puede apreciar a una fracción de la Garra Blanca y de Los de Abajo, con los bombos y lienzos, que eran utilizados para expresar y dar sentido a su accionar como hinchas. Queda también manifestado lo autorreferente que son y como rescatan ciertos símbolos y colores que les son propios.

**Imagen 19.**



Los hinchas y fanáticos del fútbol han visto restringidas sus formas de expresión en torno a lo que sienten en torno al fútbol. Esto trae como consecuencia que sus símbolos también varíen.

**g) Individualización del Hinchas y Fanático del fútbol.**

Muchos factores han provocado que los hinchas y fanáticos del fútbol opten por ver el espectáculo deportivo en sus casas y no en el estadio. Entre ellos se pueden mencionar los precios de las entradas, la violencia existente entre hinchas rivales, por mencionar dos factores preponderantes.

En la siguiente imagen se puede apreciar a un hincha que ve el espectáculo deportivo en su hogar. Él está solo observando el partido, una tendencia que han seguido varios hinchas y fanáticos del fútbol. Esto puede explicar que el canal del fútbol, sea el canal Premium con más abonados en el país.

**Imagen 20.**



Otro punto analizable son las múltiples imágenes de su equipo de fútbol que él tiene en su hogar. Una expresión que todos siguen, no es más que mirar que en todas las casas se tiene algo del equipo de sus amores.

Como se ha demostrado en los antecedentes del problema, los abonados al CDF han aumentado en los últimos años. Recordar que el canal del fútbol, es el Premium con más abonados en el país. Lo que hace pensar que la baja asistencia a los estadios y el incremento de los abonados, es una tendencia inversamente proporcional.

Para el siguiente análisis se han observado documentales y reportajes, que permiten desarrollar y dar respuestas a los objetivos específicos de la investigación que son; conocer los valores y la identidad propia a través de la representación de si en los fanáticos del fútbol, identificar los símbolos con los que adhieren los fanáticos del fútbol y su significación religiosa y analizar e interpretar los ritos y prácticas que realizan los fanáticos en torno al fútbol espectáculo como expresión religiosa.

## Capítulo V

---

### Discusión teórica de los resultados de la investigación.

En este capítulo, se realizará una discusión, a partir de los resultados encontrados en las entrevistas aplicadas a los hinchas y fanáticos de Colo- Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile, así como la de los informantes claves y la revisión de documentales durante la investigación. El objetivo del estudio es comprender el fenómeno del fanatismo en el fútbol y su relación con la religión, en el contexto de la sociedad chilena.

Para cumplir el objetivo general de la investigación, es necesario desarrollar los objetivos específicos de esta, conocer los valores y la identidad propia a través de la representación de sí en los fanáticos del fútbol, identificar los símbolos con los que adhieren los fanáticos del fútbol y su significación religiosa, analizar e interpretar los ritos y prácticas que realizan los fanáticos en torno al fútbol espectáculo como expresión religiosa.

#### 5.1 Religión, Secularización en la sociedad chilena actual.

A partir de las entrevistas realizadas, se puede observar que una de las mayores problemáticas que enfrentan los hinchas y fanáticos del fútbol profesional chileno, radica en comprender al fútbol espectáculo como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena actual, tiene que ver con el entender, al fútbol como una posible religión. Para poder contestar esta problemática es que se realizó una exhaustiva revisión bibliográfica.

La sociedad necesita a la religión para mantener el orden y el mantenimiento de la misma, según lo planteado por Malinowski (1948), por lo que se puede señalar, el carácter universalista que posee la religión en la sociedad. Esta mirada funcionalista de la religión ha sido contrastada por estudiosos del fenómeno religioso, de inicios del siglo XXI, quienes postulan un quiebre en la tradición de la religión, planteada por Malinowski. Ante esto López (2005), postula que el decaimiento de la religión, se debe a la crisis de la socialización primaria, producto de la transformación de la familia.

En la sociedad actual las instituciones de carácter social, son cuestionadas por una ciudadanía que ha demostrado su descontento en ámbitos políticos, económicos y religiosos, por nombrar algunas aristas. Eventualmente la crisis valórica y simbólica puede facilitar la creación de nuevos cultos religiosos. Este tipo de situaciones, puede provocar un problema en la comprensión que tiene la sociedad sobre lo que es la religión, ya que no maneja las definiciones exhaustivas sobre la problemática.

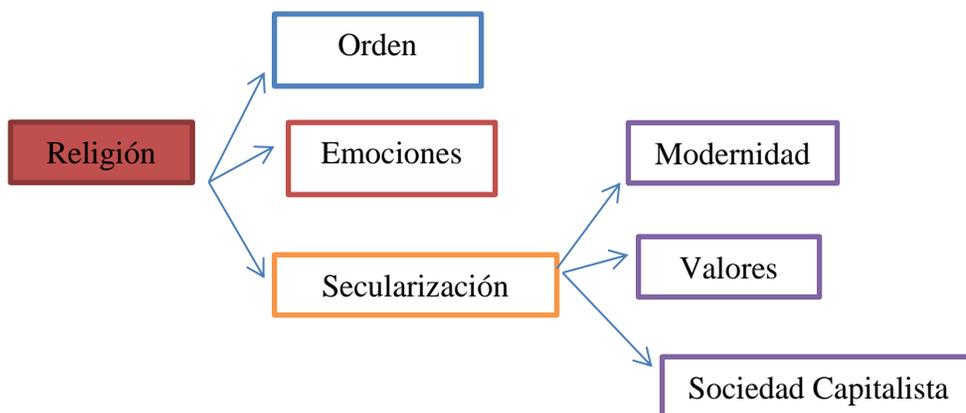
En cuanto a lo que es religión Williams James (2005), define lo que es religión en torno a lo que son los sentimientos y las expresiones. En contra partida Taylor (2003), se centra en lo emotivo y lo personal. Producto de que tanto la religión, como el fútbol son un hecho social en sí mismo, es que no se pueden encasillar en un solo término. El termino religión es entendido por toda la sociedad, el problema radica en que no existe una sola definición.

En la sociedad actual se habla de un proceso secularizador de la religión, la cual es un términos de Mardones (1994), producto de la individualidad propia de una sociedad de mercado, que vela por los interés económicos, más que sociales. La secularización es comprendida como la perdida de los valores tradicionales propios de la religión, los que han perdido sentido, siendo cambiados por valores capitalistas y de consumo. Es decir la religión deja de ser el lenguaje de la sociedad Hervieu – Leger (2005).

La secularización es producto del debilitamiento de las instituciones sociales, como son la familia y la religión. Para Sánchez (1998), esto es producto de la perdida de la influencia religiosa en la sociedad. Es decir se ve afectada la estructura social, como consecuencia de una religión institucional débil y de la segregación de la que es producto la familia. Para Hervieu – Leger, esto es producto del desajuste del tejido social.

En el caso de la investigación, el proceso secularizador de la religión en la sociedad chilena actual, es primordial para poder comprender al fútbol como una posible religión. Dado que el descontento social y los nuevos valores, propios de una sociedad moderna, podrían posibilitar que el fútbol se constituya como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena.

### Esquema 1.



### 5.2 La hierofanía del fútbol sagrado y profano.

El tema del fútbol como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena actual genera una transformación en la significancia de lo que es la religión, ya sea definido como un proceso de emociones y el cómo esta ha mutado producto de la secularización. Ahora la religión será explicada en torno a lo sagrado y lo profano.

Como ya se mencionó, según Hervieu – Leger (2005), lo sagrado es todo aquello a lo que se le otorga un sentido y significancia, por parte de la sociedad. Es decir tiene que ver con las prácticas que realizan los hinchas y fanáticos en torno al desarrollo del fútbol como espectáculo en la sociedad. Durkheim (1992), señala que lo sagrado está por encima de los hombres, es decir se construye de sentimientos y expresiones que sobrepasan lo mundano.

Por tanto, lo profano es todo aquello que carece de significancia y expresión por parte de la sociedad. En la actualidad existe una metamorfosis de lo profano, producto de la modernidad y la pérdida de los valores de la religión institucional. Tanto lo sagrado como lo profano se vuelven difíciles de distinguir en una sociedad secular (Mardones 1994). En esta reflexión analizaré lo sagrado y lo profano, en torno al fútbol espectáculo.

Lo sagrado y lo profano del fútbol, se puede observar en los hinchas y fanáticos del fútbol tanto en la expresión como en la significancia de sus actos. En los casos estudiados, los hinchas y fanáticos entrevistados reportan múltiples actos y

expresiones que pueden ser consideradas como sagradas y profanas, por ejemplo, asistir al estadio, portar la camiseta, entre otras acciones, lo que en algunos casos según relato de los entrevistados es una forma de vida. En cambio, en otros casos, los menos fanatizados, consiste simplemente en ser participante de un club de fútbol, los cual no trasciende en su vida diaria.

A raíz de los relatos, también, se puede dar cuenta lo que es lo sagrado y lo profano en torno al fútbol espectáculo. Lo sagrado es simplemente el fútbol, pues es lo que no se toca y no se mancha. Una actividad que no ha cambiado en su génesis, sino más bien lo que mutua es lo que lo rodea. Lo profano del fútbol, son los hinchas y fanáticos, pues ellos no son más que una expresión, sin significancia, pues sus acciones son las que dan lo sagrado al fútbol. Es decir son los ritos que estos realizan, los que son considerados como sagrados.

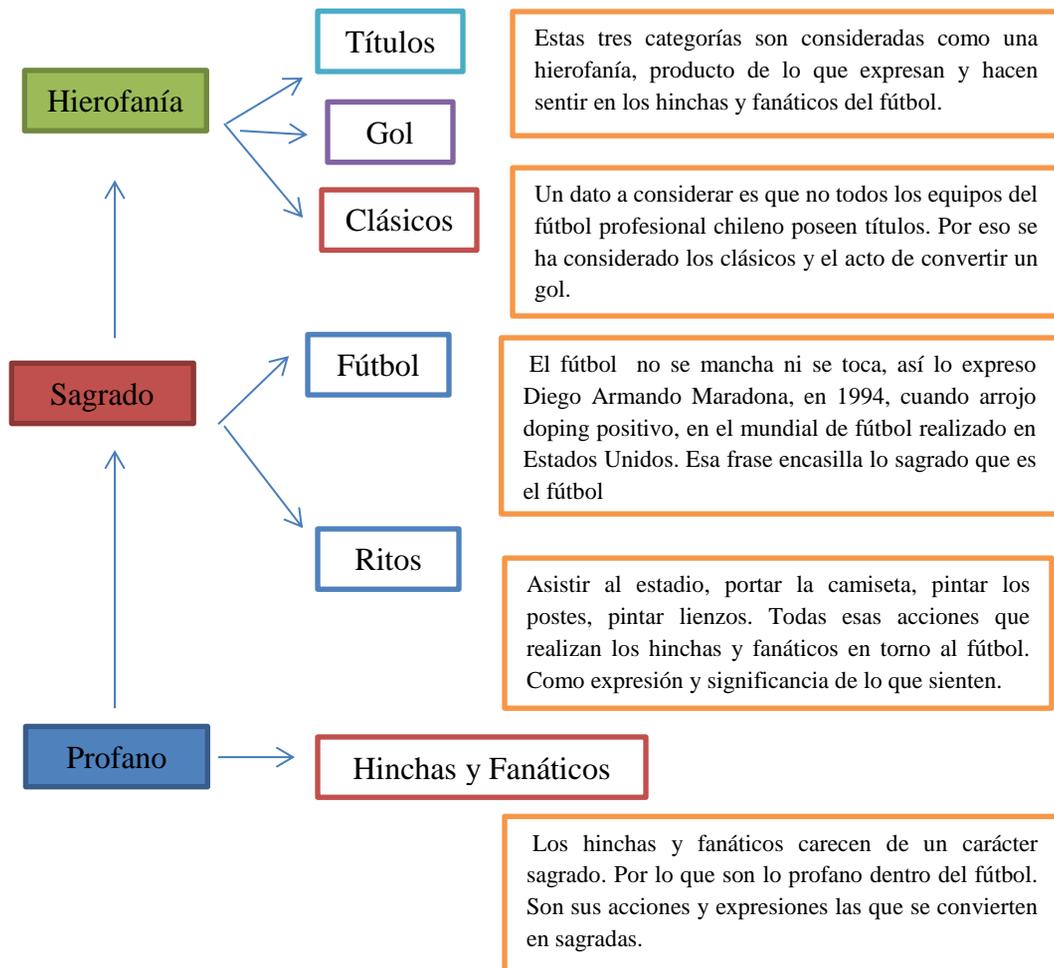
A partir de esta definición de lo que es lo sagrado y lo profano, es que he definido el carácter religioso del fútbol espectáculo. Estas definiciones son trabajadas por Durkheim (1992) y Eliade (1998). Se puede decir que existe una coherencia entre los distintos autores, sobre la definición de sagrado y profano, pero algunos excluyen y aíslan el termino hierofanía, el cual es trabajo y expuesto por Eliade y Mardones.

En cuanto a lo que significa hierofanía, Mardones (1994), la explica en torno a lo que representa el cuerpo y la sangre de Cristo, la cual en una Eucaristía, se transforma en pan y vino, para los católicos. Para Mircea Eliade (1998), la hierofanía es el acto de esa manifestación de lo sagrado. En la cual propone el término de hierofanía, producto de que es cómodo, puesto que no implica ninguna precisión suplementaria: no expresa más que lo que está implícito en su contenido etimológico, es decir, que algo sagrado se nos muestra. Se trata siempre del mismo acto, es decir la manifestación de algo diferente a una realidad que no pertenece a nuestro mundo, en objetos que forman parte integrante de nuestro mundo, es decir de lo profano.

En torno a la hierofanía del fútbol ganar un título es la significación máxima de lo sagrado que es el fútbol para los hinchas y fanáticos. Pero no todos los equipos del fútbol profesional chileno poseen títulos, pero aun así tienen una hinchada y fanaticada fiel. Algo que no ocurre en los tres equipos seleccionados en este estudio (Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile). Por este motivo es que he considerado al acto de realizar un gol, como una de las expresiones máximas de lo

que representa el fútbol, para los hinchas y fanáticos del fútbol. El gol es una acción que representa alegría, frustración, llanto, entre otros sentimientos. Sin importar como es el gol, si es lindo o es feo y tampoco si se va ganando o perdiendo. Y por último jugar un clásico es lo máximo para un hincha y fanático del fútbol. El cual considera estos partidos como los que no se pueden perder y se deben ganar a toda costa

**Esquema 2.**



### 5.3 Los fanáticos, los hinchas, las barras y sus rituales.

La palabra fanático significa sagrado o perteneciente a la divinidad, Ovetero (1997). En la investigación el rol que cumplen los fanáticos del fútbol se aprecia en la revisión de relatos de los hinchas y fanáticos, esto producto de sus experiencias, el fanático por lo general se ajusta sus propias necesidades y no a los de la sociedad. Por lo general el fanático defiende sus ideales por medio de la agresión, lo que claramente lo define como una persona intolerante. Establecen una relación con otros

correligionarios, los cuales comparten sus puntos de vista y mirada crítica sobre la sociedad.

Con frecuencia el fútbol se transforma en su vida y por ello deben demostrar que siempre están presentes, esto según Zambaglione (2008), no les importa los medios por los cuales se dan a conocer ante la sociedad. Producto de esto es que muchos se han transformado en barras bravas, producto de la violencia exacerbada, que es producto de los sentimientos fanáticos.

La constitución de lo que son las barras bravas, es producto de una referencia sociocultural, pues su significancia depende del sector demográfico y el cómo estos se expresen, por ejemplo en España se les denomina Ultras, los cuales son asociados a una ideología política de derecha y al Real Madrid (herencia Franquista), en Italia son conocidos como los Tifosi y en Inglaterra como Hooligans, producto de la violencia simbólica, que nace como descontento al modelo político, económico y social.

La palabra hinchas según Castro (2010), tiene su origen en Uruguay, producto de un hinchador de pelotas, que se ubicaba a un costado de la cancha. Es decir era alguien que inflaba las pelotas y que aprovechaba de gritar para alentar a su equipo.

### Esquema 3.



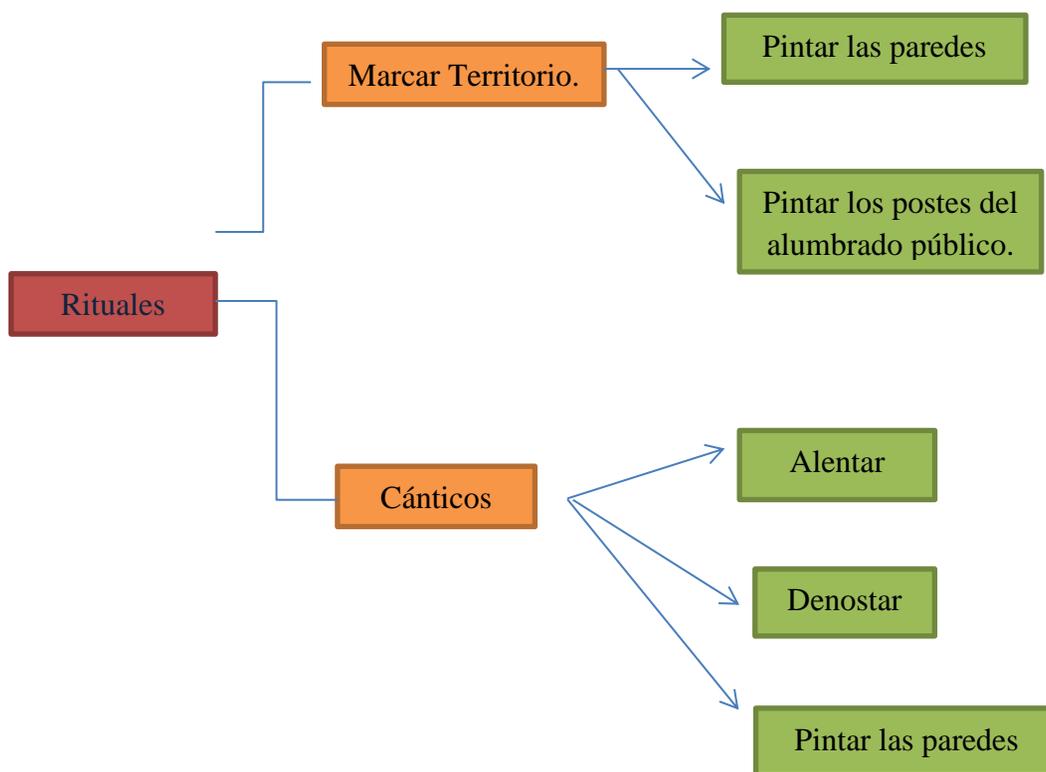
Las barras bravas se componen de hinchas y fanáticos, que han sido reclutados para ser parte de su accionar. Ellos dicen diferenciarse de los hinchas y fanáticos, producto del aguante con el que siguen al equipo. La palabra aguante, significa sacrificio, es decir es ser incondicional del equipo, sin importar donde este juegue, si gana o si pierde. En síntesis estar en las buenas y en las malas.

Los hinchas, fanáticos y barras bravas, crean ritos en torno a la práctica del fútbol espectáculo. Según Rinke (2007), el carácter de ritual del fútbol se lo da las repeticiones de los partidos de fútbol, portar la camiseta, entre otras acciones.

Es decir se trata de la consagración de lo profano, lo que es propio de lo moderno según Cachán – Fernández. Lo que es típico de los rituales de los hinchas, fanáticos y barras bravas de Chile, es que en América Latina, el fútbol y su significancia es diferente al de Europa, Asia y Oceanía. Los distintos autores lo explican en la pasión y la demostración que realizan los hinchas y fanáticos en torno al fútbol espectáculo.

Dentro de la ritualidad que se realiza en torno al fútbol espectáculo esta portar la camiseta, hacer lienzos, pintar los postes, entre otras acciones. Ahora bien, es llamativo que la mayoría de estas acciones están prohibidas en el país, por ser consideradas generadoras de violencia.

**Esquema 4. Los rituales de los hinchas, fanáticos y Barras Chilenas.**



5. 4 El fútbol y la modernidad.

El fútbol en sus inicios (Siglo XIX), fue considerado como un deporte de elite Villena (2001), producto de que su masificación se da solo a fines del mismo siglo, producto del poderío político y económico de Inglaterra. Cabe mencionar que el

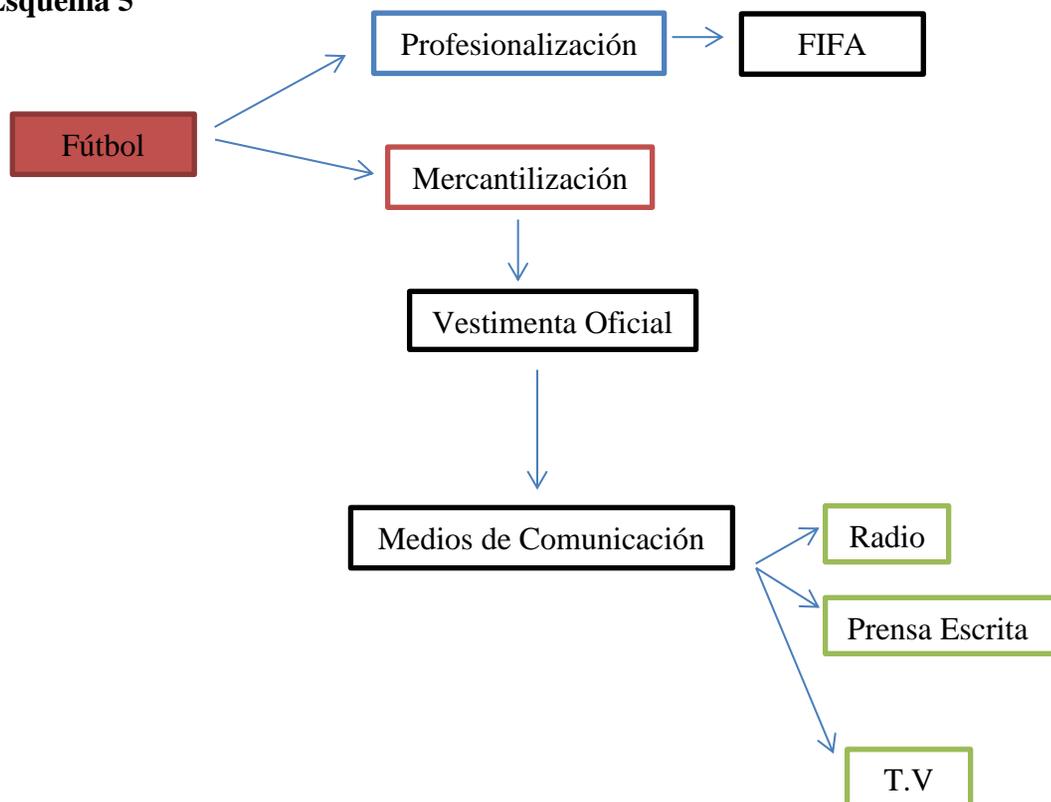
fútbol es en la actualidad uno de los deportes más multitudinarios, producto de las masas que logran mover en el mundo entero.

En el país aún logra apreciarse la herencia inglesa, en el origen de los nombres de las instituciones del fútbol profesional chileno. Los cuales en su mayoría nacieron bajo el anhelo, económico de las empresas británicas.

La concepción del fútbol, en Chile, cambio a inicios del Siglo XX, con la profesionalización de la actividad deportiva. Esto contribuyo a una mejora sustancial, de la infraestructura deportiva y de los sueldos que percibían los jugadores.

En síntesis, la metamorfosis del fútbol, en fútbol espectáculo, se debe a la mercantilización del mismo y su profesionalización. En palabras de Villena es mencionada como la Golbalización, término peyorativo de Globalización.

**Esquema 5**



### 5.5 Alcances y Limitaciones de la investigación

El alcance de esta investigación radica en demostrar que el fútbol puede ser una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena actual, con la cual se

conozcan datos e información acerca de la experiencia de los hinchas y fanáticos de Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile, con el fin de generar lineamientos de acción, en torno a los resultados del estudio.

A pesar de ser este un estudio religioso, puede ser utilizado como referente para nuevas investigaciones que pretendan indagar el fenómeno del fútbol, en Chile. Producto de que puede ser abarcado desde las dos perspectivas o en forma separada.

A lo largo del estudio se encontraron distintas limitaciones:

La primera es la inexistencia de escritos científicos, tesis y libros acerca del fútbol como una posible forma de expresión religiosa. A pesar de encontrar cierto material, no hay ninguna especificación concreta, que explique al fútbol como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena actual. Tal como sucedió a lo largo de esta investigación, en la búsqueda de datos, no hubo respuestas certeras, ni cifras o aproximaciones, sino que un criterio estimativo de acuerdo a lo que puede ser considerado como relevante a la hora de definir al fútbol como una posible religión.

Algunos de los informantes claves, hinchas y fanáticos encuestados en la investigación, no entendieron con claridad lo que se buscaba con el desarrollo de esta investigación. Por lo que al llegar a realizar el trabajo de entrevistas, había hinchas y fanáticos, que dudaban de la investigación, dificultando su normal desarrollo.

Otra de las limitaciones de la investigación, fue la poca disposición que hay por parte de algunos periodistas, para relatar su experiencia acerca de lo que es el fútbol, ya que algunos, se excusaban, diciendo que no les interesaba el tema, o bien criticando a la universidad a la cual pertenezco.

## Capítulo VI

---

### Conclusiones y Sugerencias.

Las conclusiones y hallazgos están orientadas hacia el propósito de la investigación, el cual es comprender al fútbol como una forma de expresión religiosa en la sociedad chilena actual. Para esto fue importante la experiencia de los periodistas, hinchas y fanáticos respecto al proceso del fútbol en la sociedad chilena, el cual fue estudiado desde una perspectiva religiosa, como parte de este objetivo, se ha indagado además dentro de las ventajas y dificultades que tanto los hinchas y fanáticos, reportan a la actualidad del fútbol espectáculo en el país.

La investigación tuvo un carácter cualitativo- descriptivo, donde se entrevistó a 9 hinchas y fanáticos de los equipos Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile, así también a 3 periodistas de radio, televisión y prensa escrita de los medios más relevantes del país y a 1 entrenador de fútbol profesional.

De todo el trabajo realizado con los distintos hinchas, fanáticos, periodistas de deportes, se presentan a continuación los principales hallazgos

Al conocer las experiencias de los hinchas y fanáticos de Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile es posible mencionar que;

Los hinchas y fanáticos del fútbol son conscientes de las razones por las que eligen a su equipo, al relatar la influencia familiar o de amigos.

En todos los casos entrevistados hay una incondicionalidad hacia el equipo del cual dice ser hincha o fanático, la diferencia radica en la expresión y en el sentimiento de sus acciones, lo que le da significancia sagrada o profana.

Por medio de esta investigación se puede dar cuenta que, la actividad del fútbol espectáculo, puede ser comprendida, como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena actual. Para esto es importante el rol que cumplen los hinchas y fanáticos del fútbol, pues son ellos quienes determinan, a través de sus acciones, el carácter que posibilita ver al fútbol como una forma de expresión religiosa.

Hay facilitadores dentro de la sociedad chilena, que facilitan que el fútbol sea concebido como expresión religiosa, lo que se refleja en el auge del fútbol como un espectáculo, lo que permite visualizar con mayor énfasis las acciones y expresiones de los hinchas y fanáticos. Que el fútbol, sea concebido como un espectáculo, significa que este puede ser admitido como mercancía, lo que claramente se ve favorecido, por el sistema político, social y económico del país. Dentro del nuevo espectáculo futbolero, se puede apreciar la venta de camisetas por todo el mundo, el traspaso de jugadores, el auspicio del equipo, entre otras acciones. Uno de los factores más relevantes, tiene que ver con la transmisión de los partidos de fútbol, los cuales son transmitidos y vendidos a todo el mundo, no es un dato menor que en Chile, los canales deportivos Premium sean los más vendidos.

Algunos de los entrevistados consideran que asistir al estadio, portar la camiseta, cantar en el estadio, es parte de sus vidas y del deber que ellos deben cumplir como hinchas y fanáticos del fútbol. En otros casos los hinchas y fanáticos entrevistados, consideran que su accionar solo se limita al asistir al estadio o ver el espectáculo en televisión.

En contraparte se encontraron elementos y situaciones que limitan lo que es un hincha y un fanático. A medida que se fue entrevistando, fue surgiendo la crítica existente, entre lo que es un hincha y un fanático. Algunos se consideran hinchas, criticando el accionar de los fanáticos y la violencia con la que estos actúan en los recintos deportivos y en las afueras de los mismos. Por el contrario partida los fanáticos reprochan la actitud de los hinchas, dado que la consideran fría y sin aguante. Los dos consideran que su accionar es relevante para el desarrollo del partido de fútbol, pues consideran que el equipo necesita de ellos, ya sea para levantar resultados o simplemente para demostrar que son más y mejores que la hinchada y fanaticada del adversario. Son conscientes de la importancia que tiene su rol en el resultado final de su escuadra, aunque es un hecho no comprobable, pero si atribuible a los símbolos y significados propios de los hinchas.

Es importante mencionar que la gran diferencia entre un hincha y un fanático, es la violencia con la que este último se expresa. Considerando que su rol es alentar al equipo y al mismo hacer sentir que él está presente, sin importar los medios por los cuales se haga sentir.

En esta investigación se puede determinar al fútbol como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena, desde dos miradas, por un lado la de lo sagrado y lo profano, como es el fútbol en sí mismo y los rituales que lo componen y los hinchas y fanáticos, considerados como hombres profanos, con acciones y expresiones sagradas. Otra mirada es la de la religión popular, dado que es un producto simbólico, que nace en los grupos sociales histórica y estructuralmente situados en las clases desposeídas.

El error es pensar que el fútbol es una categoría autónoma, fenoménica, libre de todo condicionamiento social. La religiosidad popular latinoamericana se encuentra fortalecida por los continuos cambios provocados por los contactos entre culturas cada vez más distantes. Es cada vez más recurrente, encontrar hinchas y fanáticos nacionales, que dicen ser de equipos extranjeros en el país. Los cuales compran todo lo que tenga el escudo y los colores de la institución. Esto puede ser considerado como producto del fútbol espectáculo. Lo que ha facilitado ver al fútbol en una posible religión, provista de símbolos y signos universales.

A lo largo de la investigación, ha sido posible encontrar hinchas que son tolerantes con las demás hinchadas, pero son los menos. Algo interesante es el reconocimiento que los mismos hacen sobre el archí rival o clásico rival, pues se le cataloga de necesario, para su éxito, pero aun así se le recrimina. Los fanáticos en cambio son intolerantes, por definición, lo que puede explicar el alto grado de violencia con el que actúan.

Existen prácticas específicas realizadas por los hinchas y fanáticos, como es el juntarse en un determinado lugar, comprar las poleras, pintar postes con sus colores y formar piños (Barras). Son actos mentados de todo hincha y fanático, que vive su experiencia de forma colectiva y no individual.

Se puede concluir que los hinchas de los tres equipos más grandes del fútbol nacional, experimentan situaciones similares a la hora de alentar a sus clubes. Pes se repiten patrones de conducta en todas las hinchadas.

Las tres hinchadas no muestran diferencias ostensivas a la hora de ser analizadas, pues se copian la forma de expresar sus sentimientos. Los canticos son replicados por

todas las barras, así como el pintar postes y crear lienzos que exalten su amor hacia la institución.

Una de las críticas que los hinchas y fanáticos realizan, es que son perseguidos por el Estado y que meten en el mismo saco a todos los hinchas. Hablan de persecución y discriminación por parte de quienes emplean el plan de “Estadio Seguro”. Son sindicados como violentos, pero ellos dicen que es solo una mala definición de lo que verdaderamente representan. Explican que sus actos son una verdadera fiesta, pues con banderas y fuegos artificiales, adornan un espectáculo, que a veces deja mucho que desear.

En el país se ha implementado el plan de “Estadio Seguro”, el cual ha prohibido y delimitado el accionar y la expresión de los hinchas y fanáticos del fútbol chileno. Con esto se ha quitado parte del carácter ritualista del fútbol, como son los lienzos y los bombos, los cuales son considerados por la autoridad, como generadores de violencia.

En cuanto a la experiencia de los periodistas deportivos relatados en esta investigación sobre el proceso del fútbol espectáculo en la sociedad chilena, se puede mencionar como hallazgos, lo siguiente:

Los periodistas son conscientes de la importancia del rol de los medios de comunicación, en el imaginario simbólico de los hinchas y fanáticos del fútbol, pues se generan ciertas condiciones que permiten inferir por qué los tres equipos más multitudinarios, son de la región metropolitana. El periodismo deportivo es consciente de la masividad de los medios de comunicación, admitiendo que la parrilla programática, está enfocada principalmente en dos áreas. Por un lado principalmente se habla solo de fútbol y por consiguiente de Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile.

Hay una autocrítica realizadas por los periodistas, que van dirigidas a la centralización del deporte y al hecho de hablar mayoritariamente de fútbol, cuando ellos son periodistas deportivos. Existen dos factores que permiten dar una explicación a esta realidad. Por un lado el fútbol es el deporte que más vende en el país, lo que no significa que sea el más exitoso de los deportes, pues las cifras y estadísticas demuestran, que deportes como el tenis, poseen más logros a nivel

nacional. Y en segundo lugar se habla solo Colo – Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile, pues son las instituciones deportivas con más hinchas y fanáticos del país.

A raíz de estos hallazgos se puede concluir que los hinchas y fanáticos del fútbol chileno experimentan diversas vivencias desde el momento en que eligen de que equipo ser y durante la acción y la expresión que ellos realizan en torno al fútbol espectáculo.

Se puede decir que las instituciones estudiadas, son las más multitudinarias a nivel nacional, poseen más títulos y el presupuesto más caro del fútbol chileno. Lo que puede posibilitar la elección por parte de los hinchas y fanáticos, dado el rol primordial de las familias y de los medios de comunicación.

En síntesis, a lo largo de esta investigación, se ha querido estudiar al fútbol espectáculo y sus derivados en la sociedad chilena, mirado desde una perspectiva religiosa. Para esto ha sido necesario, determinar el objeto del estudio, el cual fue comprender al fútbol como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad chilena. Es decir se estudió al fútbol, la economía, los hinchas, fanáticos, el contexto nacional y a la religión. Con esto, se puede concluir que el fútbol es una nueva forma de expresión religiosa, producto del accionar y la significancia, que realizan los hinchas y fanáticos en torno al fútbol.

#### Sugerencias y recomendaciones.

Luego de la investigación realizada, se puede decir que sociedad chilena necesita tomar consciencia del fenómeno del fútbol espectáculo como una nueva forma de expresión religiosa en la sociedad, por lo que se sugiere;

- Generar diagnósticos y estadísticas respecto a los alcances del fútbol espectáculo en la sociedad chilena.
- Que se impulse los alcances y limitaciones de la nueva ley de “Estadios Seguros”, para que la sociedad conozca las reales implicancias de la misma, para que así, puedan aportar sus dudas y conocimientos sobre la temática.
- Se puede recomendar a los periodistas que:

- Revaloraren el rol del deporte en la sociedad chilena, generando instancias en las cuales se integren todas las ramas deportivas practicadas en Chile.
- Que presten atención a que Santiago no es Chile, para que así se dé más énfasis a las regiones.
- Generen acciones para aportar sobre los alcances y delimitaciones de la nueva ley de “Estadios Seguros”, producto de que con su experiencia y conocimiento, serian un verdadero aporte.
- El periodista debe considerar estrategias para generar integración e interés por parte de la sociedad, a nuevos deportes, que no son tan conocidos popularmente, pero que son practicados en el país.

Para el desarrollo de nuevas investigaciones, puedo dejar abiertas las siguientes preguntas;

- ¿Cómo se aborda la diferencia cultural del fútbol espectáculo en América Latina y en Europa?
- ¿Qué diferencias pueden existir entre un hincha y fanático de Santiago, con uno de región?
- ¿De qué manera la nueva ley de “Estadios Seguros”, afecta la expresión y la significancia de los hinchas y fanáticos en la sociedad chilena?

## Referencias Bibliográficas.

- Albarces Pablo- Garriga Zucal José – Moreira Verónica María. (2008). 1º Encuentro del este. “UFPR - Curitiba - Paraná – Brasil. El Aguante y las Hinchadas Argentinas: Una Relación violenta
- Alcaide Francisco. (2005). Fútbol fenómeno de fenómenos. Francisco Alcaide. Editorial Empresarial
- Antezana Luis. (2003). Futbologías Fútbol, identidad y violencia en América Latina. Fútbol: espectáculo e identidad. Clacso
- Bronislaw Malinowski. (1948). Magia, ciencia y religión. Editorial Planeta – Agostini.
- Casanova José. (2007). Revista Académica de Relaciones Internacionales, Núm. 7 Noviembre. UAM - AEDRI ISSN 1699 – 3950. Reconsiderar la Secularización: Una perspectiva comparada mundial.
- Castro John. (2010). Maguaré, Núm. 24 Noviembre. Universidad Nacional de Colombia - ISSN 0120 – 3045. Páginas 131 – 145. Etnografías de hinchadas en el fútbol: Una revisión bibliográfica.
- De la Torre Rene. (2008). La imagen, el cuerpo y las mercancías en los procesos de translocalización religiosa en la era global. Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS) de Occidente – México.
- Durkheim, Emile. (1992). Las formas elementales de la vida religiosa. Alianza Editoriales.
- Elías, N., Dunning, E. (1992), Deporte y ocio en el proceso de la civilización. F.C.E. Madrid.

- Eliade, Mircea. (1998) “Lo sagrado y lo profano” Ediciones, Paidós Orientalia. Barcelona-España.
- Fazio Mariano. (2003). Secularización y crisis de la cultura de la Modernidad. Fondo de Cultura económica. Bogotá.
- Galeano Eduardo. (2003). El fútbol a sol y sombra. Ediciones P/L.
- García Gabriela. (2009). Jóvenes, identidad y fútbol: Las barras bravas en los estadios de Quito. Flacso Andes
- Giddens, Anthony. (1967) Las nuevas reglas del método sociológico, Amorrortu editores Buenos Aires
- Gómez de Benito Justino. (1995). Proyectos de Iglesia y proyectos de sociedad en Chile (1961-1990): análisis de las orientaciones pastorales de la Iglesia en Chile. Editorial San Pablo.
- James William. (1994). “Las variedades de las experiencias religiosa”. Ediciones, península.
- López Francisco (2005). Religión y Modernidad hacia una reconceptualización de la función pública de la religión en América Latina. Biblioteca Universidad Alberto Hurtado.
- Maffesoli Michel. (2008). Iconologías. Nuestras idolatrías posmodernas. Ediciones Península Barcelona.
- Mallimaci Fortunato. (2000). Catolicismo y Liberalismo: Las etapas del enfrentamiento por la definición de la Modernidad Religiosa en América Latina. Fortunato Mallimaci. Revista Sociedad y Religión N° 20/21.
- Mardones José (1994). Para comprender las nuevas formas de la religión: la reconfiguración postcristiana de la religión. 1a. ed.--Navarra: Verbo Divino.

- Menéndez Samará Adolfo. (2003) Fanatismo y Misticismo. Biblioteca Virtual Universal.
- Olabuénaga Ruiz Ignacio José. (2003) Metodología de la investigación Cualitativa. Editorial Universidad de Deusto.
- Olguín Larrauri Gilbrán. El fútbol reflexionado y (Con) jugado desde el Psicoanálisis. Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación
- Otto Rudolf. (1996). Lo santo, lo racional y lo irracional en la idea de Dios, Rudolf Otto. Alianza Editorial, Madrid.
- Ovetero Anastasio. (1997) El individuo en la masa: psicología del comportamiento colectivo. 1a.ed.--Asturias: Ediciones Nobel.
- Parker Cristian. (1996) Otra Lógica en América Latina. Religión popular y modernización capitalista. Fondo de Cultura Económica. Chile.
- Parker Cristian. (2008). Mentalidad religiosa post-ilustrada: creencias y esoterismo en una sociedad en mutación cultural. En publicación: América Latina y el Caribe. Territorios religiosos y desafíos para el diálogo. Aurelio Alonso (Compilador). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires. Febrero de. ISBN 978-987-1183-82-1
- Pérez Serrano Gloria. Investigación Cualitativa. Retos e Interrogantes. I Métodos. Editorial La Muralla S. A. 1998
- Rodríguez, Álvaro, D. (2005): "Trabajo y Ocio: la Civilización Hacia el Tiempo del Deporte". Actas del X Congreso Internacional de Historia del Deporte. Congreso Internacional de Historia del Deporte. Nº. 10. Sevilla, España. Universidad Pablo de Olavide. (Pág. 189-202)
- Rosales Diego. (2011). La Identidad Personal y Religiosa en el espacio público. Un comentario desde la obra de Charles Taylor. Estudios 101, vol. x, verano 2012.

- Sánchez Capdequí Celso. (1998). Las formas de la religión en la sociedad moderna. Universidad Pública de Navarra. Departamento de Sociología. Paper 54.
- Santa Cruz, Eduardo "Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile Actual". (2003) En publicación: Futbologías: Fútbol, identidad y violencia en América Latina. Pablo Alabarces. CLACSO, Buenos Aires, Argentina.
- Santa Cruz Eduardo. (1998). Nueva Sociedad Nro. 154 Marzo-Abril, pp. 157-167. ¿Hacia dónde va nuestro fútbol?
- Taylor Charles. (2003). Las variedades de la religión hoy. Charles Taylor. Ediciones Paidós. Buenos Aires.
- Thomas Kuhn. (1971). La estructura de las revoluciones científicas. Breviarios Fondo de Cultura Económica
- Varun Gehani. (2007)¿Por qué son violentos los fanáticos del fútbol? Varun Gehani. CAS Barcelona [Trabajo de investigación] Otoño.
- Zambaglione Daniel. (2008). Sobre Las Identidades: ¿Qué Es Una “Hinchada”? Educación física y ciencia, volumen 10.