

ARTÍCULO

HECHO EN C.U: DE CÓMO LOS PUMAS ME DEVOLVIERON LA IDENTIDAD

Aarón Espinosa Beltrán

Estudiante de Letras Hispánicas de la UNAM

aguaquemada77@hotmail.com

HECHO EN C.U: DE CÓMO LOS PUMAS ME DEVOLVIERON LA IDENTIDAD

El deporte no es un reflejo de la sociedad, sino una parte integral de la misma; más aún, una parte que puede ser usada como un medio para reflexionar sobre la sociedad.

Pablo Alabarces, *Peligro de gol*

Resumen

El fútbol es actualmente el espectáculo más importante de nuestro tiempo. Es muy poco lo que realmente sabemos de su influencia. Lo cierto es que fenómenos como el equipo Pumas de la UNAM merecen una atención especial, ya que en combinación con situaciones sociales y políticas, han producido un efecto de recuperación en la identidad universitaria. Este artículo tiene la finalidad de abrir puntos de reflexión sobre nuestros modelos de identidad y el deporte.

Palabras clave: Fútbol, Pumas, UNAM, Identidad, Medios.

MADE IN C.U: HOW PUMAS TAKE BACK MY IDENTITY

Abstract

Soccer is the most important spectacle of our age. We don't know enough about its influence. Teams like Pumas UNAM deserve our attention, because mixed with some social and political situation produce an effect of recovery of university identity. This article seeks to produce reflections about our models of identity and sports.

Keywords: Soccer, Pumas, UNAM, Identity, Media.

INICIO

Insertar figura 1

Entre los muchos signos que han construido el imaginario popular sobre la Universidad, no hay ninguno tan catártico y redentor como la celebración que eligió para sus goles el medio campista de Pumas, Jaime Lozano: levantarse el *jersey* y mostrar una playera estampada con la frase: **Hecho en C.U.** Una celebración más, en apariencia, entre las extravagantes formas festivas de los futbolistas: unos prefieren quitarse los zapatos; otros, bailar, hacer como perros, darle gracias a la Virgen o saludar a la esposa; pero Jaime Lozano decidió remarcar el hecho de que se había formado, como futbolista, en Ciudad Universitaria. Esas eran, sin duda, las palabras que necesitaba la Universidad.

La UNAM ha estado presente en el retrato familiar de las instituciones mexicanas; significa, para el discurso oficial, el proyecto utópico de la educación pública: la posibilidad de ser un profesionista sin importar la condición social o económica. Paralelamente, como parte de su condición de signo capital en nuestra sociedad, hay otros significados que se han formado alrededor de la institución: una UNAM imaginaria, fuera del mito oficial, fuera de su entidad institucional, representada con diversas imágenes que se han forjado en el imaginario popular; esta construcción ha sido en buena parte producto de las leyes que rigen a los medios de comunicación y entretenimiento; una universidad que va desde la cándida escuela rocanrolera tipo Cesar Costa, pasando por la universidad roja del 68, hasta llegar a la revoltosa universidad *reality show* del 99; avatares creados a partir del código social y mediático de cada época, connotaciones que se han asociado en diferente grados con la ideología del momento; manejo de imagen y experiencia social que los medios de comunicación han representado según conviene.¹

En esta rueda de las transformaciones, la última ha sido, sin lugar a dudas, “la segunda época dorada” de los Pumas de la Universidad; hecho que podría ser intrascendente en cualquier otro tiempo, pero que en la actualidad, en el marco de la “futbolización” de la cultura global, significa algo más que un triunfo deportivo: es la victoria simbólica y reivindicativa de una comunidad que, hace tan sólo unos cuatro años, fue destrozada en su identidad por un problema interno que los se medios se encargaron de transmitir hacia toda la sociedad mexicana.

¹ Esta reflexión se basa en las nociones lingüísticas de denotación, connotación e ideología, manejada por la semiótica moderna.

LA ERA MEDIÁTICA ES EFÍMERA... INSERTAR FIGURA 2 DEL DISCO

La escena nocturna del Estadio Olímpico Universitario, llena de banderas, pancartas y puños levantados, con la Torre de Rectoría y Biblioteca Central al fondo, era una extraña mezcla de solemnidad, militarización y nostalgia; aproximadamente 50 000 personas, en su gran mayoría estudiantes de la Universidad, preparatorias y CCH, entonaban el Himno Deportivo Universitario; por primera vez en los últimos cinco años se veía tal conglomerado de estudiantes fuera del espectáculo de las marchas y los escándalos. Esos mismos elementos (masa, universidad, rectoría) fueron años atrás protagonistas de otro escenario, otra historia construida mitad por la realidad política de la universidad, mitad por los noticieros de la televisión: el triste espectáculo de la huelga del 99, un acontecimiento transmitido ininterrumpidamente, vía satélite, editado y remarcado en sus momentos más críticos y vergonzosos, hecho a la medida del escándalo rompe- ratings que tanto gusta a la televisión posmoderna.

La construcción del sentido en la era mediática es efímera tanto en su consolidación como en su fin; la velocidad hace imposible la objetividad cuando hablamos de estos fenómenos. Todas las evidencias sólidas se desvanecen en lo efímero de la información, en la saturación audiovisual que yuxtapone realidades, contrapone imágenes y convierte la realidad en una tersa esquizofrenia. Durante el desarrollo de la huelga, a medida que el problema se fue agudizando, noticieros y supuestos "líderes de opinión" anunciaron que la crisis de la UNAM era la muestra de que la educación pública en nuestro país había tocado fondo. La institución fue exhibida como un decadente circo político. A la hora de la cena, cuando Mamá y Papá disponían de la mesa, TV Azteca, Canal 40 y Televisa mostraban la barbarie, inmoralidad y cerrazón que reinaban entre los estudiantes universitarios, reducidos metonímicamente a un grupo de *punks* y pseudo revolucionarios intonsos: imágenes de un hombre rayando el mural de Siqueiros, un porro golpeando alumnos y maestros en la Facultad de Derecho, las "rastas" del Mosh, etc. Así, lo que empezó como una lucha legítima por la educación pública, terminó en una penosa exhibición de decadencia política.

Pertenecer a la UNAM, en esa fecha, se volvió vergonzoso; fue sinónimo de irresponsabilidad, dilapidación y cancelación del futuro. La forma en que los medios azuzaron a la opinión pública fue la de un linchamiento mediático, una violación simbólica que se exhibió morbosamente, con el único afán de reducir a nota roja un conflicto que ponía en evidencia la fragilidad de la educación pública, las brechas sociales y la imposibilidad de entendernos como ciudadanos de una realidad política.

CÓMO NO TE VOY A QUERER INSERTAR FIGURA 3 DEL DISCO

Por fortuna, la memoria televisiva es de muy corto plazo.

Poco después del fin de la huelga, la UNAM lanzó una discreta campaña publicitaria para limpiar su buen nombre: *Orgullosamente UNAM* ("sabías que la UNAM realiza tal número de doctorados, y que sus investigadores..."), que tenían como intención explicar las virtudes ocultas de la institución. Esos tímidos spots, cada vez mejor elaborados, fueron una débil presencia en el espacio de nuestra realidad televisiva. Esa campaña se complementó con el protagonismo del Rector Juan Ramón de la Fuente en diferentes notas periodísticas que mostraban cómo la escuela hacía convenios, entregaba reconocimientos, agenciaba participaciones, exaltaba méritos, tratando en general de dar esa buena cara que había perdido frente a los medios. Sin embargo, toda esa purificación televisiva no tendría la eficacia redentora de una final de campeonato. Para que la cuña apriete, tiene que ser del mismo palo.

Uno de los tantos cambios que se hicieron en la Universidad después del 99 fue la designación de Carlos Elías Ayub como Director del Patronato Universitario del club Pumas; decididos a entrar en serio en la competencia de la primera división, convocaron al controvertido símbolo de Pumas, Hugo Sánchez, para ser el director técnico del equipo; y así, con patrocinadores de la talla del magnate Carlos Slim, el periodista de Televisa Joaquín López Dóriga y Banamex, Pumas no sólo se salvó de un descenso inminente a la segunda división, sino que logró entrar a cuartos de final y semifinales de manera constante en los últimos cuatro años a partir de estos cambios.

Por alguna razón, el avance de Pumas fue paralelo al olvido lento de los escándalos del 99. Cada vez el espacio televisivo se llenó más y más de fútbol, y la tragicomedia política se mudó a los Pinos y al Gobierno del Distrito Federal. Ya para el 2004, Pumas llegó a la final contra las Chivas de Guadalajara. Se despertó tal expectación por esos partidos, gracias a la guerra de declaraciones entre ambos equipos, que incluso una gran cantidad de gente que usualmente no seguía el fútbol estaba pendiente de lo que pasaría. Víctor del Real, colaborador de la revista *Replicante*, anotó esta impresión sobre el segundo juego de la final Chivas-Pumas, empatada en ese momento 1-1:

Para el partido de regreso el país parecía un caldero en donde cada ciudadano, transformado en experto, discutió hasta despeinarse acerca de la importancia de un buen arbitraje. Las calles y fábricas, los bares, las escuelas, las oficinas y los cafés fueron inundados por la crítica revivida de millones de mexicanos, empleados, desempleados o subempleados, dispuestos a aguzar su mirada en cada una de las jugadas prometidas para el siguiente domingo, como si en ello se les fuera la vida. ²

EL UNIFORME REDENTOR

El campeonato para Pumas, como un guión dramático, se definió en la tanda de penales. No se habló de otra cosa en esa fecha. A fuerza de un buen equipo y de un personaje tan controvertido como Hugo Sánchez, los Pumas despertaron una moda singular en la sociedad mexicana: de repente, las calles y los parques de la Ciudad de México se llenaron de niños, mujeres y muchachos que vestían el jersey de los Pumas; conductores de televisión, actores y hasta el Jefe de Gobierno del D.F. hablaban con singular simpatía hacia el equipo. Parecía una nueva vuelta a esa Universidad cándida de los años cincuenta, donde las rivalidades deportivas con el Politécnico eran vistas como inquietudes saludables.

² REAL, Víctor del, "El fútbol es la patria señores", *Replicante*, México, Vol. 1, Año 1, otoño de 2005.

La identificación que gozó el equipo por parte de un sector de la población que usualmente no consumía fútbol nos revela un deseo de la comunidad por participar en “la nueva universidad”, esa que esta naciendo de los desastres del 99, simbolizada ahora por un equipo triunfador, fresco; una camiseta que intenta representar el triunfo de una comunidad fragmentada y vituperada que ahora se reconcilia con su propia imagen, y celebra su orgullosa presencia en la nación futbolera; identidad recobrada que se confirma en los pasillos y facultades de la escuela, donde una gran cantidad de chicos y chicas – ellas, tal vez por primera vez vistiendo un jersey de fútbol - portan la mercancía de Pumas como una suerte de uniforme redentor, símbolo de orgullo, triunfo e identidad recobrada. Esta reintegración llegó a su punto más claro cuando el equipo celebró su campeonato, junto a miles de aficionados, en el Ángel de la Independencia, lugar reservado por tradición a los triunfos de la Selección Nacional.

Las banderas de Pumas y la UNAM llenaron la televisión nacional todo ese año. En el siguiente torneo, de apertura 2004, a pesar de tener una mala temporada, los Pumas volvieron a ganar el campeonato, convirtiéndose en el primer bicampeón de los torneos cortos. La hazaña tomó tintes heroicos: ya no se trataba de un golpe de suerte, como muchos insinuaron, sino de un verdadero renacimiento. Y con los Pumas, va la UNAM: de igual forma en que la universidad se redujo por un momento, ante la opinión pública, a los punk de la huelga del 99, en el 2004, la UNAM se “metaforizó” en gloria deportiva y ejemplo, en salud, esfuerzo y coraje (garra futbolera) que se extendió como reflejo de recuperación frente a los medios. Una muestra es la publicación de la Revista *Vertigo*, que en su número del domingo 23 de Enero del 2005 publicó en su portada: “UNAM: Excelencia, la mejor de Iberoamérica”, y menciona, entre los muchos logros de la Universidad, los dos campeonatos de Pumas. Curioso que salga un reportaje así unas semanas después de la apoteosis del bicampeón; en una revista cuyo dueño, Salinas Pliego, se ha declarado, con sus propuestas, enemigo de la educación pública; una publicación hermana de la compañía TV Azteca, el canal más hostigador de la UNAM durante la huelga.

PUMAS, EL CABALLITO DE TROYA

Definitivamente, la universidad ha ganado su batalla política frente a los medios; su caballito de Troya ha sido en gran parte el equipo de los Pumas.

Así, Ciudad Universitaria pasó de ser territorio vandálico, donde se sembraba marihuana, a la casa de “la afición más bella del fútbol mexicano”, según los comentaristas de deportes; el “estadio más seguro”; el lugar donde un héroe deportivo, juvenil, de buena pinta, como Jaime Lozano, se había “hecho”. Incluso, las palabras mágicas de la huelga: “autonomía”, “dignidad”, “lucha” y “respeto” cambiaron su “estigmatización rojilla” en esa memorable loa que el comentarista José Ramón Fernández, también seguidor de Pumas, escribió en un programa especial celebrando los campeonatos del equipo: “ Para ser universitario se necesita espíritu, corazón, autonomía, historia, dignidad, etc.” y todas esas letras se mezclaban con música que recordaba a Wagner, con imágenes de goles, quiebres, atajadas; con un estadio lleno de jóvenes gritando, cantando, felices hasta la histeria, celebrando el triunfo del nombre, del símbolo, la raza: El renovado espíritu de la Universidad.

La Universidad no pudo tener mejor campaña de imagen; este equipo, como todas las representaciones deportivas y publicitarias, extendió el significado de un grupo social, lo representó metonímicamente, y acabó por ser una metáfora de la comunidad. Esto no es un fenómeno desconocido; esta perfectamente documentado: cuando la Selección Mexicana pierde; México pierde, y nos invade una introspección amarga tamaño *El laberinto de la soledad*. Sin duda, el fútbol es nuestro gran psicoanálisis, un sueño colectivo que padecemos por temporadas. Cito a Pablo Alabarces, pionero en Latino América sobre estudios de fútbol:

Nunca como hasta ahora el deporte había inundado todas las superficies discursivas: televisivas, radiales y gráficas, la conversación cotidiana y los graffitis callejeros o sanitarios. Asistimos a una suerte de "deportivización" de la agenda cotidiana (que en la mayoría de los casos se naturaliza como "futbolización"), según la cual todo debe ser discutido en términos deportivos [...] asistimos a un "doble proceso de politización del fútbol y "futbolización" de la política [...] el deporte se instruye en nuestras sociedades como práctica privilegiada de lo elementalmente humano, lugar donde la diferencia desaparece, el mundo se reconcilia y el conflicto cede para permitir gritar los goles de Salas, Ronaldo o Batistuta.³

GRAN FINAL: 1 – 0 (ANCLA6)

En la final contra Monterrey, un chico lleno de perforaciones, con su corte mohicano, lloraba emocionado frente a las cámaras; con el puño en alto, entonaba el cómo no te voy a querer, ya tan caro para la afición de Pumas; el equipo hacia historia esa noche como bicampeón.

Esa era la porra de los Pumas, alabada y felicitada por los comentaristas que veían al chico como un digno ejemplar de su tribu universitaria. Esa fue la universidad en dos momentos: el punk destruyendo el inmueble universitario en el 99; el punk cantando con la más indescriptible ternura y arrebató por el equipo de sus amores: la Universidad. No importa quien sea el de la huelga o el del fútbol: La televisión, y por ende la sociedad, es incapaz de diferenciar el uno del otro; son el mismo al estar involucrado en el espacio televisivo que concierne a la Universidad. La televisión homogeneiza las imágenes: ambas son parte del ritual de masas que se congrega en el nombre de la Universidad; sea la revolución o el fútbol, qué importa: lo que se busca es tener una identidad, algo que nos una después del fracaso político y social de todos los grandes relatos que nos daban esperanza.

BIBLIOGRAFÍA

ALABARCES, Pablo, "Peligro de gol: Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina". [En línea] Disponible en internet: <http://www.clacso.org/wwwclacso/español/html/libros/deporte/gol.html>

CHANDLER, Daniel, *Semiótica para principiantes*, Serie Plurimino, Ediciones Abya-Yala, 1999.

REAL, Víctor del, "El fútbol es la patria, señores", En: *Replicante*, México, vol. 1, Año 1, otoño de 2004.

ALABARCES, Pablo, "Peligro de Gol: Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina", www.clacso.org/wwwclacso/espanol/html/libros/deporte/gol.html.

Esta página contiene estudios sociológicos y semióticos de gran calidad. Si se desea investigar más sobre le tema, esta es una fuente imprescindible