Título:

Autor:

Precio: $320.00

Editorial:

Año: 2010

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9786077764656

El futbol es una obra humana, una creación cultural que posee una cualidad distintiva: no constituye una actividad aislada de la realidad social, aparentemente desligada de su entorno y sin fines prácticos visibles. Por el contrario, este juego se encuentra entrelazado con el tejido de la sociedad generando estructuras de interdependencias y conexiones amplias de alcance local, regional e internacional. En México posiblemente sea el deporte que despierta y moviliza mayores pasiones entre sus habitantes. Pero la importancia social, económica, cultural y política que suscita no ha sido suficientemente valorada, constituyendo un espacio periférico para el ámbito de las ciencias sociales en el país. Esta situación, sin embargo, contrasta con la abundante información generada por el periodismo que ha logrado monopolizar la palabra y el sentido de este campo. La presente investigación combina la perspectiva histórica y etnográfica con la finalidad de ejemplificar el desarrollo formativo y la formación de identidades colectivas de dos instituciones emblemáticas del futbol mexicano: el Club Pachuca (Tuzos) y el Club Guadalajara (Chivas). El caso del Club Pachuca permitirá indagar respecto de las relaciones corporativistas entre empresarios y miembros del gobierno, como un ejemplo concreto de "capitalismo de compadres" (crony capitalism). En tanto, el Club Guadalajara develará cómo ciertos símbolos identitarios (históricamente construidos) son inscritos de manera compulsiva como marcas registradas o mercancías en el mercado global. Los casos señalados permitirán observar la distancia que existe entre estos empresarios y los simpatizantes, y cómo las acciones de los primeros parecen no afectar los sentimientos de pertenencia que los hombres simples construyen en torno de estas organizaciones deportivas.