



IBERO AMERICANA

América Latina - España - Portugal

27

NORMAS EDITORIALES

IBEROAMERICANA. AMÉRICA LATINA – ESPAÑA – PORTUGAL publica artículos y ensayos inéditos en español, portugués o inglés.

Las contribuciones no deben superar los 70.000 caracteres incluidos los espacios en blanco y las notas, que deben ser reducidas al mínimo posible. Se ruega prescindir de las fórmulas ‘loc.cit.’, ‘op. cit.’ e ‘ibídem’. Las referencias bibliográficas serán incorporadas en el texto o en las notas según el sistema autor-fecha. Ejemplo:

(Jiménez González 1998: 125-128).

Al final del artículo aparecerá una lista bibliográfica completa ordenada alfabéticamente. Ejemplos:

MONOGRAFÍAS Y VOLÚMENES COLECTIVOS

Apellido, Nombre (Año): *Título*. Lugar de edición: Editorial.

Apellido, Nombre/Apellido, Nombre (Año): *Título*. Lugar de edición: Editorial.

Apellido, Nombre/Apellido, Nombre (eds.) (Año): *Título*. Lugar de edición: Editorial.

CONTRIBUCIONES EN VOLUMENES COLECTIVOS

Apellido, Nombre (Año): “Título”. En: Apellido, Nombre/Apellido, Nombre (eds.): *Título*. Lugar de edición: Editorial, pp. xx-xx.

ARTÍCULOS EN REVISTAS

Apellido, Nombre (Año): “Título”. En: *Revista* xx [vol.], xx [№], pp. xx-xx.

DOCUMENTOS EN INTERNET

Apellido, Nombre (Año): “Título”. En: <[http://www. \[URL completo\]](http://www.[URL completo])> (Fecha en que se visitó la página).

Por regla general, los aportes para la sección **Foro** no deberán sobrepasar los 16.000 caracteres ni incluir referencias bibliográficas.

En todos los casos se ruega incluir un resumen de 1.000 caracteres como máximo y una nota breve con datos del autor, su área de trabajo y vinculación institucional.

Se ruega enviar las contribuciones en formato *Word for Windows 1997*, o versión posterior, en disquete o por correo electrónico a:

Iberoamericana -Redacción
Instituto Ibero-Americano
Potsdamer Straße 37
D-10785 Berlin, Alemania
E-mail: iberoamericana@iai.spk-berlin.de
<http://www.iberoamericana.de>

Todas las contribuciones serán evaluadas por el Consejo Editorial. La redacción se reserva el derecho de no devolver los originales.

Ingrid Kummels*

▷ *Adiós soccer, here comes fútbol!:* **La transnacionalización de comunidades deportivas mexicanas en los Estados Unidos**

Se llaman Necaxa, Tlatizapan, El Aguaje, Morelia, Toros o Pumitas... En los últimos años, centenas de clubes de fútbol amateurs han aparecido como hongos... y esto en los EE. UU., el país en el que tradicionalmente el béisbol, el *football* americano y el *basketball* dominan la escena deportiva. Los clubes, que ostentan los nombres de las comunidades mexicanas de origen de los jugadores o de los equipos populares de su país, caracterizan ahora el paisaje urbano con sus partidos dominicales en las grandes ciudades de las costas este y oeste, en el sur y en el cinturón industrial alrededor de los Great Lakes. En estas regiones los equipos se han asociado en ligas propias, independientes de las ligas anglos, como por ejemplo en la Alianza de Fútbol Hispano, creada en 2004, que se vanagloria de representar a 200.000 jugadores de fútbol y a sus familias en todos los EE. UU.¹ También en otros aspectos, estos equipos forman un mundo deportivo aparte, ya que el *Hispanic soccer* se juega según reglas y un estilo algo distintos de la variante gringa. Alex Flores, presidente de la Liga de Fútbol Inter Latinos, lo explica así: “Como los latinos no somos muy altos, jugamos más al ras del suelo, con toques más cortos y muchos pases, sin envíos largos y sin el juego aéreo, como se suele en el juego anglo” (Reed 2006: 1).

¿Estaremos presenciando una “latinoamericanización” deportiva de los EE. UU. a través del fútbol? Y si éste es el caso, ¿se debe a que los originarios de México se aferran a tradiciones e identificaciones deportivas de su país de origen? Observando el fenómeno más detenidamente se complica la simple cadena causal de: originarios de México en los EE. UU. = mismas preferencias deportivas que los habitantes de México = deporte nacional fútbol. Pues desde hace tiempo algunas empresas norteamericanas también intervienen en el mundo del fútbol latino. Desde hace tres años, el gigante de decoraciones de interiores Lowe’s patrocina un torneo en el que equipos de hombres y jóvenes hispanos se enfrentan entre ellos en once ciudades durante varias semanas. En las finales de la Copa Lowe’s equipos semiprofesionales juegan contra equipos profesionales de Méxi-

* Ingrid Kummels es antropóloga cultural, escritora y cineasta. Fue profesora visitante del *Ethnologisches Seminar* de la Universidad de Zürich en 2007. Se especializa en identidades sociales e hibridación cultural en los espacios transnacionales de México, Cuba y los Estados Unidos. Recientemente ha publicado: *Land, Nahrung und Peyote: Soziale Identität von Rarámuri und Mestizen nahe der Grenze USA-Mexiko*. Contacto: kummels-schaefer@t-online.de.

¹ Véase <<http://www.alianzadefutbol.net>> (27.12.06).

co.² Mike Robinson, director general de la empresa de marketing LaVERDAD de Cincinnati, explica por qué también otras compañías norteamericanas invierten en este tipo de torneos nacionales: “El secreto es recoger a los hispanos donde se encuentran. Ellos concurren a las canchas y no a los centros comerciales con boutiques de lujo” (Reed 2006: 3). También el gobierno mexicano se esfuerza en la atención a los futbolistas migrantes. Desde finales de los años noventa organiza una Copa México en los EE. UU. para los amateurs mexicanos (Shinn 2002: 248; Pescador 2004: 353, 370). Además, el excéntrico empresario Jorge Vergara, de Guadalajara, armó por primera vez un equipo de fútbol norteamericano, vendiéndolo como un icono deportivo del patrimonio cultural mexicano. Su equipo Chivas USA compite desde 2005 en la US-Major League con los equipos estrella de los EE. UU. Se intenta por este medio que los hispanos se identifiquen con el equipo, que con su pasión nacional estimulen la competición y la calidad al interior de la Major League y que conviertan a los EE. UU en una nación fútbol.³

1. Deporte, migración y mexicanidades

Grupos de actores de ambos lados de la frontera entre los EE. UU. y México intervienen en el *Hispanic soccer* y esto es prueba de que entretanto la cancha se ha convertido en un espacio central en el que se ponen en escena y se negocian cuestiones de identidad y organización social, así como de integración cultural (Pescador 2004: 354). También otros deportes de los *Mexican Americans* son la expresión de nuevas realidades demográficas, sociales y económicas en los EE. UU., como muestra una primera compilación sobre el tema (Iber/Regalado 2007). El trasfondo es el rápido cambio de las coordenadas de la migración mexicana, que desde los años setenta ha crecido enormemente. Actualmente, los aproximadamente 27 millones de originarios de México representan el mayor grupo de inmigrantes en los EE. UU., con un porcentaje del 9% de la población total. Debido a la compleja combinación de diversos factores, la corriente migratoria sigue aumentando. Desde la década de 1990, muchos originarios de México se trasladan a nuevos destinos en la costa este y al sudeste de los EE. UU., por lo que la composición y las dinámicas étnicas en estas regiones están cambiando sustancialmente. También debido a las características de las olas de inmigración, tanto los grupos resumidos bajo la denominación de *Hispanics*, como los llamados *Mexicans* o *Mexican Americans*, son en realidad grupos muy heterogéneos.⁴ Científicos y políticos populistas de derecha en

² Véase <<http://www.copalowes.net>> (27.12.06).

³ Cfr. <<http://chivas.unsa.mlsnet.com/t120/about/>> (27.12.06).

⁴ Empleo el término “originarios de México” del mismo modo que se usa en la actual estadística estadounidense (*Mexican, of Mexican origin*) como un término colectivo que incluye tanto a los descendientes de los mexicanos que fueron naturalizados como consecuencia de la guerra entre México y los EE. UU. entre 1846 y 1848, como a los ciudadanos de los EE. UU. –por nacimiento o naturalización– que tienen una ascendencia mexicana (*Mexican Americans*), y hasta los inmigrantes recientes indocumentados (US-Mexicans, vulgarmente denominados *illegal aliens*). Bajo *Hispanics* se incluyen personas de países latinoamericanos. No obstante, estos términos colectivos no concuerdan con las autorrepresentaciones y autoatribuciones de los actores, sus diferentes situaciones de interés y la consecuente complejidad de las interacciones sociales, como mostraremos en el transcurso de este artículo. Los involucrados prefieren el término colectivo *latinos* o *latinas* en lugar de *Hispanics*.

parte instrumentalizan las homogeneizaciones en tales categorías para atizar los temores de “la” población estadounidense ante una supuesta transformación cultural nociva de la sociedad (Huntington 2005).

Los científicos “transnacionalistas”, por el contrario, argumentan que con la ayuda de nuevas prácticas culturales, los mexicanos étnicos⁵ rehuyen las intervenciones de los Estados naciones tanto de su país de origen como del país de destino, escapando de esta manera hasta cierto punto a la discriminación y la subordinación de clase y ‘racial’ en los EE. UU. Personas de pueblos y grandes ciudades en México mantienen relaciones sociales duraderas con sus parientes y amigos en los EE. UU., impulsadas por la globalización de los mercados laborales, por nuevos medios de comunicación y por dinámicas globales de difusión cultural. Consecuentemente, los migrantes son activos, toman decisiones y forman nuevas comunidades dentro de un espacio transnacional constituido por estas redes (Basch *et al.* 1994). David Gutiérrez remite a un partido de fútbol que tuvo lugar en febrero de 1998 en Los Ángeles: cuando el equipo nacional mexicano ganó 1-0 al de los EE. UU., la mayoría de los más de 90.000 espectadores en el estadio dio gritos de júbilo. Algunos jugadores del equipo nacional de EE. UU. se quejaron amargamente del hecho de que Los Ángeles (con una proporción del 50% de población hispana) no era para ellos un partido en casa. Para Gutiérrez (1999: 483) el “drama simbólico” de este partido es señal de la actual “desestabilización de concepciones uniformes de comunidad, cultura, nacionalidad e incluso de la ‘nación’ territorial”. Como respuesta a su homogeneización y subordinación, los originarios de México crearon nuevas prácticas culturales que amalgaman tradiciones mexicanas con valores de la sociedad estadounidense, un Tercer Espacio (Third Space), que trasciende las fronteras de ambos Estados nacionales.

De manera similar argumenta Juan Javier Pescador (2004; 2007), quien se dedica especialmente a la cultura mexicana del fútbol en la región de los Great Lakes. Desde la década de 1920, los migrantes mexicanos se organizan a nivel vecinal o comunal a través del fútbol. Mediante la competición deportiva con grupos de inmigrantes europeos, que trajeron por primera vez el fútbol a la región, se hacen respetar y estimar en la sociedad en su conjunto. Pescador (2007: 74) subraya que los actores integraron en el ocio futbolístico valores de la clase obrera estadounidense, dándole una nueva interpretación. En este proceso resaltaron valores como la disciplina, masculinidad, individualidad y competencia. Con esto, Pescador desvirtúa con razón la hipótesis de que el *boom* futbolístico en los EE. UU. se debería a que los actores siguen aferrados a las tradiciones de su país de origen. Sin embargo, no ofrece una explicación de la marcada orientación a México que tiene la cultura futbolística en los EE. UU. Los jugadores del *Hispanic soccer* denominan a sus equipos según las comunidades mexicanas y los equipos profesionales mexicanos, y a menudo incluso reclutan nuevos talentos deportivos de México. ¿Por qué un creciente número de migrantes refuerza las relaciones con sus comunidades y país de origen a través del fútbol?

Una mirada al deporte puede ayudar a dilucidar las dinámicas de la identidad social en los EE. UU. latinoamericanizados. Investigaciones de la etnología del deporte con

⁵ El término “mexicano étnico” agrupa a los originarios de México en los EE. UU. y a los ciudadanos de México.

una perspectiva histórica y transnacional muestran cómo actores, precisamente bajo las condiciones de la globalización, dirimen mediante el deporte conflictos sociales por el control del cuerpo físico, y cómo al mismo tiempo impugnan las identidades sociales, los roles de género, atribuciones étnicas y nacionales existentes y los renegocian (Bourdieu 1992: 197; MacClancy 1996: 14). Tanto la clase dominante como los subordinados han aprovechado las posibilidades específicas que ofrece el deporte en tanto orden de conocimiento que se transmite a través del cuerpo, es decir: 1) El deporte es más permeable para la apropiación que ámbitos de conocimiento que están más estrechamente articulados a una formación institucional, y 2) el deporte goza de una gran aceptación, porque es percibido generalmente como 'apolítico' y alejado de intereses económicos. Los representantes de las potencias coloniales trataron a menudo de evitar de antemano la resistencia de los colonizados intentando presionarlos en su esquema de razas, naciones y clases, justamente a través de prácticas cotidianas como el deporte. En el lado opuesto, los oprimidos transformaron los deportes introducidos en espacios sociales, a fin de poner en escena los antagonismos de situaciones coloniales y postcoloniales y de darles una solución imaginaria (James 1963). Los aficionados "se reinventan" a través del deporte "conscientemente como actores del cambio cultural" (Pérez 1994: 500).

¿Efectúan los hispanos en el marco del fútbol en los EE. UU. una inversión simbólica comparable de las relaciones de poder? ¿Expresan a través de él un nuevo concepto de mexicanidad? A continuación vamos a abordar estas preguntas y además vamos a analizar, en una perspectiva histórica para la época entre 1940 y la actualidad, el desarrollo del fútbol en México y en los EE. UU. puntualmente con relación al segundo potencial "deporte nacional", el béisbol.⁶

2. Apropiaciones regionales de béisbol y fútbol: el camino de México hacia un deporte nacional

La instrumentalización del fútbol por parte de diferentes grupos de actores describa al principio transmite la imagen de una larga tradición nacional de fútbol. Por el contrario, México es una nación dividida con relación a sus pasiones deportivas, aun cuando el fútbol está ganando terreno, sólo en el centro domina indiscutiblemente el deporte rey; el norte y el sudeste de México muestran una preferencia por el béisbol marcada por el regionalismo. Aún hoy en día, la brecha pasa por la política y la economía: en 2006, el candidato a la presidencia Manuel López Obrador, originario de Tabasco, pidió públicamente al empresario de las telecomunicaciones de la capital, Carlos Slim, que su empresa Telmex patrocinase por fin, además de unos 15.000 equipos de fútbol, también a equipos de béisbol.⁷

Se requiere una explicación de por qué el béisbol, que en los años cincuenta aún superaba en popularidad al fútbol, se convirtió posteriormente en un deporte secundario. Pocos años después de que Alexander Joy Cartwright anotara las reglas del juego moder-

no en Nueva York, el béisbol también se convirtió en un deporte local en la península de Yucatán. Obreros cubanos lo introdujeron alrededor de 1860 y tanto integrantes de la élite nacional yucateca, que en parte habían estado en los EE. UU., como también muchos obreros lo adoptaron rápidamente (Regalado 1998: 9, 15). En el norte de México, algunas compañías norteamericanas que durante el Porfiriato invirtieron en la minería y en la construcción ferroviaria patrocinaron el béisbol con el fin de transmitir a los obreros valores como el espíritu de equipo, que consideraban imprescindibles para la construcción de una sociedad industrial moderna. Los mexicanos del norte adoptaron el deporte rápidamente como parte de un estilo de vida moderno, y Wallace Thompson, el editor de una revista, constató: "es ciertamente lo más que México se ha acercado a tener un deporte 'nacional'" (Alamillo 2007: 52).

En los estados norteamericanos cercanos a la frontera, constelaciones de poder y motivaciones similares contribuyeron desde la década de 1920 a que migrantes de origen mexicano, que en su mayoría trabajaban en la agroindustria, jugaran sobre todo al béisbol (Alamillo 2007: 52-53). Compañías como el productor de cítricos Sunkist subvencionaron la creación de equipos de béisbol entre los trabajadores temporales mexicanos, con el objetivo de incrementar su productividad y promover su lealtad con la empresa. En el sur de California, los habitantes de comunidades mexicanas y de barrios urbanos pronto fundaron numerosos clubes y jugaban entre ellos. Este aislamiento estaba relacionado con la práctica de la segregación en el mundo deportivo profesional de EE. UU. Hasta 1947 se negó a los jugadores afroamericanos y latinos de tez oscura el acceso a los clubes profesionales que competían en la Major League. Sin embargo, con ayuda de equipos de béisbol propios, el grupo heterogéneo de mexicanos que habían sido naturalizados como consecuencia de la guerra entre México y los EE. UU., *Mexican Americans* y migrantes recientes se repositcionó en los conflictos 'raciales' y de clase. A través del béisbol, estas personas manifestaron una conciencia étnica común, una solidaridad comunitaria y un comportamiento masculino, y de esta manera se hacían respetar. Además, ligaron el béisbol a su mundo vivencial en los EE. UU. Los migrantes, en su mayoría hombres, reproducían y reforzaban en la arena del béisbol la dominación masculina del mundo laboral agroindustrial (Alamillo 2007: 51, 54, 57, 69).

En el mismo periodo, los mexicanos a ambos lados de la frontera convirtieron el béisbol en un fenómeno transnacional. Equipos mexicanos cruzaban regularmente la frontera para participar en torneos en el sudoeste de los EE. UU. A partir de los años cuarenta Jorge Pasquel, un empresario millonario de la capital mexicana, patrocinó con grandes sumas el béisbol en el país azteca, animado por un sentido de nacionalismo mexicano y por la idea de retar en el ámbito deportivo a los EE. UU. de igual a igual. Aprovechó la práctica de la segregación en los EE. UU., comprando para los equipos mexicanos jugadores estrellas afroamericanos; en 1949 incluso pasó a entrolar a jugadores blancos. De esta manera logró un rápido incremento en la calidad y popularidad de la Liga de Béisbol Mexicana. Mexicanos a ambos lados de la frontera expresaron a través de su apego a esta liga un sentimiento de pertenencia transnacional. Por un tiempo, el cálculo de Pasquel funcionó, sin embargo, con su política agresiva para reclutar jugadores de otros clubes provocó contramedidas por parte de las ligas estadounidenses, que frenaron su ambicioso proyecto (Klein 1997: 66-113).

El fútbol, en aquella época un deporte marginal tanto en México como entre los migrantes mexicanos en los EE. UU., se impuso primero en algunas ciudades industria-

6 En su "Programa para una sociología del Deporte", Bourdieu señala que "para comprender un deporte de cualquier tipo, [...] es necesario discernir la posición que ocupa dentro del espacio de los diferentes tipos de deporte" (1992: 194).

7 Proceso n° 1533 (19.03.2006): 10-11.

les del centro de México, en las que las empresas británicas tenían hegemonía en la minería y en la industria textil. Todavía a principios del siglo XX, los obreros especializados británicos jugaban entre ellos, al igual que en otros lugares de América Latina. En la década de 1920, la Liga Mexicana de Football, exclusivamente británica, sufrió un derrumbe decisivo cuando por primera vez clubes españoles dejaron atrás a los clubes británicos. También los clubes mexicanos se multiplicaron gracias a los miembros de las clases altas que se habían formado o habían trabajado en un país europeo. Algunas compañías, sindicatos e instituciones gubernamentales mexicanas financiaron estos clubes. Cuando futbolistas españoles y mexicanos manifestaron su orgullo nacional y disminieron sus rivalidades cada vez más a través de los partidos, el fútbol experimentó una irrupción de popularidad. La competencia se alimentaba de la antigua posición de España como potencia colonial. Los mexicanos actualizaron este antagonismo en vista del crecimiento de la comunidad española, y en vista de su predominio en determinados sectores económicos. Dos clubes de la clase baja en la capital, Necaxa y Atlante, ganaron gran popularidad justamente por triunfar sobre equipos españoles. Hasta hoy siguen siendo clubes claves. Con el tiempo, los equipos de fútbol rivales dirimían menos antagonismos étnicos que antagonismos de clase (Pescador 2007: 76).

En los años sesenta, el fútbol ganó en popularidad al béisbol en México, fenómeno en el que el nuevo medio de comunicación, la televisión, jugó un papel decisivo. Cuando en 1950 la primera emisora empezó a trabajar en la Ciudad de México, aún el boxeo, las corridas de toros y la lucha libre cautivaron a muchos seguidores. No obstante, los deportes que se adaptaban con mayor rapidez a la transmisión mediática ganaron en importancia. Además, la televisión, establecida en la capital, demostró, debido a su área de difusión, mayor interés en los deportes que eran populares en el centro del país y apoyó financieramente torneos nacionales con el fin de transmitir los partidos. Este proceso a favor del fútbol experimentó un empuje adicional con las celebraciones de los Juegos Olímpicos en 1968 y de la Copa Mundial de fútbol en 1970 en Ciudad de México, mediante las cuales las imágenes de fútbol obtuvieron un marco de prestigio y fueron difundidas de forma intensiva y a nivel suprarregional a través del popular medio de la televisión (Pescador 2007: 77).

3. Mundos deportivos paralelos en los EE. UU. y empoderamiento

También en los barrios mexicanos del Medio Oeste de los EE. UU., al principio el fútbol tenía tan sólo un estatus marginal. Una de las razones era que la mayoría de los inmigrantes mexicanos provenían de comunidades rurales en las que no se jugaba al béisbol. No obstante, en el área de Chicago se topaban con una situación excepcional en los EE. UU.: las estructuras deportivas y de tiempo de ocio existentes giraban en torno al fútbol y habían sido establecidas por británicos y otros inmigrantes europeos, entre otros, irlandeses, checos, polacos y croatas. Chicago tiene la liga de fútbol más antigua del país y sigue siendo el centro nacional del fútbol (Arredondo/Vaillant 2006).

Los inmigrantes mexicanos en Chicago se adaptaron a esta estructura, fundando ya en 1927 el club de fútbol Necaxa, en referencia al club que se creó en 1923 en la capital mexicana. Los miembros del club se asociaron en los años cuarenta a una liga amateur de inmigrantes europeos, la Chicago National Soccer League (CNSL), convirtiéndola en

una liga europeo-mexicana. Dentro de esta organización surgió una estructura competitiva que siguió una lógica nacional similar a la que existía entre equipos mexicanos y españoles en México: el equipo mexicano competía con los equipos de los migrantes europeos. Lo hizo de manera muy exitosa y subió hasta la división más alta de la liga. Todavía hoy en día en la CNSL se enfrentan por ejemplo Deportes Colomex con FC Romania o con FK Bosanska Dubica.⁸

Las rivalidades deportivas se desarrollaban a lo largo de las mismas líneas étnicas que conformaban el mundo laboral de la industria del acero, donde mexicanos y europeos competían duramente por los puestos de trabajo. A los migrantes que jugaban al fútbol les resultó más fácil integrarse en las ligas estadounidenses que a los jugadores de béisbol, a los que se negó la participación tanto formal como informalmente.

Adicionalmente, los inmigrantes reestructuraban su tiempo de ocio a través de los clubes de fútbol como Necaxa, ampliándolos con actividades sociales que iban más allá del deporte. Los equipos, medios de comunicación locales, empresarios mexicanos y una incipiente industria 'étnica' del entretenimiento se promovían mutuamente en su desarrollo, ya que cada parte se beneficiaba de la cooperación. Algunas empresas orientadas especialmente a la población mexicana, sobre todo restaurantes, tiendas de comestibles, charcuterías, tiendas de bebidas y emisoras de radio en lengua española cofinanciaron los clubes de fútbol, deseosas de asegurarse sus seguidores como clientes. Los nuevos modelos de consumo correspondían a patrones culturales mexicanos pero se orientaban a estándares norteamericanos, formando así parte de una nueva vida social de los migrantes y de su establecimiento duradero en los EE. UU. (Pescador 2007: 79-80).

Paralelamente, algunos inmigrantes mexicanos se sirvieron de los clubes deportivos para construir o reforzar redes transnacionales duraderas entre su país de origen y la comunidad de destino. Tales redes sociales facilitaron y promovieron la decisión de migrar y por lo tanto aceleraron en el transcurso de una generación la perpetuidad del movimiento migratorio. Douglas Massey *et al.* (1987: 145-147) describen este proceso para el caso de los migrantes de la ciudad industrial de Santiago, Jalisco, que se asentaron principalmente en Los Ángeles. La fundación formal de un club de fútbol les permitió cobrar cuotas a los miembros y mejorar la calidad del equipo amateur rápidamente. A su vez, los triunfos en el terreno de juego motivaron a casi todos los migrantes de Santiago a adherirse al club. Este logró asegurarse un campo de entrenamiento en un parque público de Los Ángeles, evolucionando este campo en un lugar de encuentro fijo de los migrantes de Los Ángeles, que compraron casas en las cercanías convirtiéndolo con el tiempo el lugar en "su" barrio. Movidos por la presión de éxito, los entrenadores del equipo de fútbol buscaron más jugadores con talento en la comunidad de origen en México. Incluso le pagaron al "coyote" para lograr que se incorporasen a su equipo (Riley 2003).

Los *Mexican Americans* se ganaron a través del fútbol y otros deportes que se juegan en equipo un espacio social y a través de él atacaron las estructuras de ocio existentes en los EE. UU., modificándolas (Alamillo 2007: 57; Pescador 2004: 355). Antes de la Segunda Guerra Mundial, justamente en los parques públicos, piscinas y otros establecimientos públicos se ejercía la segregación social de acuerdo al concepto de "raza" dominante, negándose el acceso a los mexicanos. Éstos se veían obligados a apartarse a terre-

⁸ *Cfr.* <http://nslchicago.web104.discountnasp.net/1st_division.htm> (27.12.06).

nos sin construcción o a superficies agrícolas baldías. Hasta hoy en día se discrimina informalmente a los jugadores de fútbol hispanos y se les niega el acceso a los parques públicos (Cohen 2006: 18f.). La falta de instalaciones atractivas para el tiempo libre motivó a los futbolistas mexicanos de Chicago y alrededores a abandonar la CNSL y fundar una liga propia por primera vez en 1968, la Chicago Latin American Soccer Association (CLASA). La decisión fue desencadenada por el descontento de los futbolistas de origen mexicano con el hecho de que los delegados de origen europeo monopolizaban la liga y favorecían a los equipos europeos. A través de la CLASA los mexicanos se abrieron camino a treinta parques públicos y a más de cuarenta campos de fútbol (Pescador 2004: 364-365). De esta manera transformaron a los parques en lugares de encuentros permanentes de las familias mexicanas de los alrededores. Las familias estructuraron sus actividades dominicales en torno de los partidos de fútbol organizados en estos lugares, convirtiéndolos en eventos centrales.

4. La transnacionalización del fútbol a partir de la década de 1990

Desde los años noventa, la migración desde América Latina se ha intensificado; aproximadamente la mitad de los originarios de México y de los hispanos que viven en los EE. UU. se ha trasladado a este país a partir de esta década. La reciente ola de migración tiene nuevas características. Primero llegaba sobre todo de las regiones que se encontraban en guerra civil, como Honduras, El Salvador, Guatemala y Colombia, más tarde también de México y Ecuador, sacudidos por crisis económicas y financieras. Estos migrantes provienen de países con una (entretanto) clara preferencia por el fútbol. A este respecto hay que contemplar la hipótesis de Christopher Shinn (2002: 241), según la cual los latinos actualmente se sirven del fútbol —el deporte internacionalmente más popular y con gran arraigo en su hemisferio— para “sostener una conexión profunda y duradera con América Latina” y a la vez como un marco cultural dentro del cual forjan “un incipiente sentido de patria dentro de los EE. UU.”. Gran parte de estos migrantes se dirige a ciudades y regiones norteamericanas sin ninguna tradición de colonización de hispanos. Entretanto, los migrantes de diferentes orígenes y diferentes generaciones y pertenencias de clase usan el fútbol de manera encauzada como un recurso que crea comunidad. A través del fútbol intentan mejorar la calidad del tiempo de ocio en sus nuevas zonas de asentamiento, hacer trabajo comunal o ganar acceso a consumidores hispanos. Además, también trabajadores comunales, centros de formación, organizaciones juveniles, instituciones sin fines de lucro, instituciones sociales públicas, medios de comunicación y empresas no étnicos han descubierto el fútbol. La actual política norteamericana trata en parte de integrar a los migrantes que viven desde hace mucho tiempo en el país y a sus descendientes. En este marco se recurre al fútbol dentro del trabajo comunal fomentado por el Estado con relación a los latinos.

A continuación algunos datos y cifras que demuestran este *boom*: hace una década, la Liga de Fútbol Inter Latinos con sede en Columbus, Ohio, reunía menos de una docena de equipos. En 2006 contaba con 92 equipos con 1.800 jugadores. En Raleigh, North Carolina, existía en el año 2000 una sola liga hispana. En 2006 el número subió a cuatro, que reúnen 40 equipos y 1.300 jugadores. Debido a que las ligas propias ofrecen ventajas al ser usadas como formas de empoderamiento, las ligas separadas predominan tanto en

el ámbito amateur como en el ámbito semiprofesional. El Dr. Tim Wallace, presidente de la liga de Raleigh, explica: “Hace veinte años podías encontrar algunos clubes hispanos individuales en las ligas gringas, pero ahora se ha impuesto el modelo de las ligas separadas” (Reed 2006: 1).

Los grupos de actores heterogéneos han producido un mundo futbolístico de gran diversidad. Los nuevos inmigrantes a menudo empiezan a jugar al fútbol bajo condiciones similares que los mexicanos en los años veinte: en contextos informales, en los llamados *sandlot teams* y *beer leagues*. Los recién llegados se sirven de estos equipos como un primer punto de contacto, para entablar relaciones sociales, conseguir alojamiento y trabajo, y para perfilarse como jugadores a través del lenguaje internacional del fútbol. Uno de los problemas más urgentes de estos equipos sigue siendo el de asegurarse un campo de entrenamiento regular en los parques públicos (Jonsson 2003). Esto sigue siendo una importante motivación para formalizar las organizaciones de fútbol y para crear ligas, cuyos miembros pueden hablar español entre ellos y pagan cuotas más bajas que las que son habituales en las ligas estadounidenses establecidas.

El otro extremo está conformado por los *Mexican Americans* de la primera y segunda generación. Sus condiciones de vida en los EE. UU. han mejorado como consecuencia, entre otras cosas, de la Immigration Reform and Control Act de 1986, que promovió la legalización de los migrantes que ya vivían permanentemente en los EE. UU., así como la reagrupación familiar. La antigua relación numérica entre hombres y mujeres inmigrantes, en la que dominaban los primeros, se ha equilibrado; la mayoría vive en familias y la tendencia al asentamiento duradero ha aumentado. Sobre todo los inmigrantes de la primera generación han logrado cierta prosperidad ocupando exitosamente determinados nichos económicos. Al mismo tiempo, la generación actual sufre peores condiciones con respecto a la educación escolar, el trabajo y el peligro de entredarse en pandillas juveniles (Smith 2005: 14-15, 25-29). Los que han logrado cierto bienestar contribuyen al *boom* del fútbol financiando a los equipos. Esperan obtener prestigio en la comunidad a través de la propiedad de un equipo de fútbol exitoso. Para este propósito invierten en cuotas para campos de entrenamiento, uniformes de fútbol y seguros de salud para los jugadores, aun sin tener la seguridad de que esto valga la pena desde el punto de vista financiero (Cohen 2006: 35). De esta manera, un empresario mexicano estadounidense se permite financiar la Diaz Mexican Soccer League en Nueva York que lleva su nombre, y el empresario Mario Calleros en Chicago el equipo El Nacional. Este logró en 2006 el primer lugar en los torneos nacionales de la Copa Tecate y de la Copa Lowe's (Aguilar 2006).

Empresas étnicas o no étnicas, medios de comunicación hispanos y ligas grandes cooperan en la organización y financiación de torneos regionales y nacionales costosos. La cadena de supermercados Food City y la empresa cervicera mexicana Tecate, entre otras, se sirven de los torneos nacionales como medidas de publicidad para conquistar “el mayor mercado hispano del mundo”.⁹ En el marco de la Copa Tecate, el “mayor torneo de fútbol hispano”, compitieron en 2006 más de 2.700 equipos en 22 ciudades, hasta que El Nacional de Chicago ganó en la final el premio de 15.000 US\$.¹⁰ Estos torneos

⁹ *Cf.* <<http://www.chron.com/disp/story.mpl/sports/4425880.html>> (27.12.06).

¹⁰ *Cf.* <<http://www.copatecate.com/esp/interface.html>> (27.12.06).

rompen la antigua estructura del arraigo de los equipos amateurs a nivel local y regional. Muchos jugadores viajan ahora durante una parte del año como semiprofesionales a los partidos, recibiendo por partido una suma fija, aunque sin poder mantenerse únicamente del fútbol.

En cambio, el Club México de Chicago es un ejemplo de la combinación de fútbol con el trabajo comunal y el trabajo con jóvenes. Carlos Cerrasco originario del estado de Durango ha participado tanto en la fundación de una organización comunal para latinos en el estado de Illinois, como del club de fútbol en 1996 (Pescador 2004: 366). Y eso a pesar de que Cerrasco no tenía experiencias con fútbol ni con el trabajo con jóvenes. Fue más bien cuando su hijo alcanzó la edad de adolescente, que le interesó ofrecer a los jóvenes una alternativa a la criminalidad de las pandillas juveniles. Inició el Club México como un club deportivo para adolescentes en el oeste de Chicago, en el barrio Las Villitas, el mayor asentamiento de originarios de México en el Medio Oeste. Ricardo Díaz, un activista político de origen mexicano, que en 2006 organizó las protestas contra el recrudescimiento de las leyes de inmigración, fundó el club de fútbol Amistad en el sur de Philadelphia como "pretexto" para el trabajo comunal. Los inmigrantes recientes de origen mexicano forman una alta proporción de la población, pero a pesar de esto no cuentan con una estructura comunal. Para Díaz, Amistad constituye una medida de infraestructura que le permite estudiar las necesidades de los originarios de México e informarnos sobre el servicio médico gratuito y las nuevas leyes de inmigración.¹¹

Un sentimiento de pertenencia entre los migrantes heterogéneos se cristaliza a menudo sólo a través de un proyecto común. El interés correspondiente se despierta rápidamente con relación al país de origen, por lo que otros clubes de fútbol dirigen actividades sin ánimo de lucro a comunidades mexicanas. Los miembros del Club Ciudad Hidalgo en Chicago prestan ayuda financiera sobre todo a la ciudad del mismo nombre en Michoacán. Se encargaron de la renovación o de la reconstrucción de la iglesia de este lugar, el colegio, el centro juvenil, la guardería y el campo de deportes. La radio y la televisión de Chicago informa regularmente sobre su compromiso social ejemplar y fomenta de esta manera el orgullo de ser miembro del club (Pescador 2004: 367). Esta orientación hacia México no está motivada en primer lugar por la nostalgia. Como gran parte de la población en edad de trabajar vive en los EE. UU., las comunidades mexicanas les exigen cada vez más a los migrantes cuotas para pagar el mantenimiento de la comunidad (Smith 2005: 62ft).

Sobre todo en los nuevos destinos de migración, los originarios de México atribuyen al fútbol un papel clave. En Dalton, Georgia, en el sudeste de los EE. UU., que se vanagloria de ser "la capital mundial de la moqueta", durante un periodo de gran prosperidad de la economía estadounidense y del consecuente *boom* del sector de la construcción surgió una enorme demanda de mano de obra barata. En la década de 1990, en el distrito correspondiente el porcentaje de los hispanos se incrementó del 3 al 22%, entretanto, la mitad de los empleados de la industria de la moqueta son hispanos. Los migrantes han creado en pocos años y prácticamente desde cero la Liga Mexicana de Fútbol, una organización con centenas de jugadores. Unos migrantes, que antes estaban activos en las ligas de fútbol de Los Ángeles, le otorgaron una organización ingeniosa, incluido un

directorio, oficinas alquiladas y un tesoro. Rubén Hernández-León y Víctor Zúñiga (2002: 18) consideran que la liga ha sido uno de los logros más significativos de la joven comunidad. Según ellos, mostraría cómo los actores usan los recursos, informaciones y el conocimiento que habían adquirido como migrantes temporales y permanentes, en un nuevo entorno, para levantar a través de ello rápidamente estructuras comunales. Sin embargo, también los empresarios locales no-hispanos jugaron un rol importante en esta historia de éxito. Han patrocinado varios campos de deporte, porque se sirven de los trabajadores originarios de México que se conforman con sueldos bajos contra la vieja generación de los obreros de los Apalaches. Estos últimos entablan desde 2006 un juicio contra la empresa de moquetas Mohawk Industries, acusándola de contratar intencionalmente a ilegales mexicanos (Russakoff 2006).

Aunque los equipos amateurs hispanos llevan los nombres de sus comunidades de origen, a menudo tienen un carácter muy inclusivo y—poniendo la mira en el éxito deportivo—integran a jugadores de toda una serie de naciones, como por ejemplo de México, Brasil, Guatemala, Bosnia y Somalia (Cohen 2006: 35). Esto nos advierte de no mirar los clubes de antemano con un *ethnic lens*. Según Marcos García, el presidente de una liga de fútbol hispano con una mayoría de salvadoreños en la región de Boston, los aficionados se orientan con un patriotismo local hacia el equipo de su comunidad de origen, pero no les molesta de ninguna manera su composición multinacional. Por el contrario, incluso estiman especialmente a los jugadores que no son de allí como una especie de "hijos adoptivos" locales. Esta proyección imaginaria hacia la localidad corresponde a una hacia la nación dentro del mundo profesional del fútbol. Consecuentemente, los equipos de fútbol amateurs tienen un efecto integrador para la comunidad hispana sin desarrollar explícitamente el tema de la multinacionalidad o de una identidad latinoamericana a través del nombre de equipo, el simbolismo visual o a nivel discursivo.

La posición de las mujeres en el fútbol sigue siendo marginal, a pesar de que por primera vez algunas son dirigentes de equipos masculinos y se han organizado como jugadoras en clubes y ligas. En 2002 se fundó en Nueva York una liga femenina, la International Soccer League, denominada según la liga masculina correspondiente. En 2003, competía en ella el considerable número de doce equipos. Las jugadoras de México, Perú, Ecuador y otros países latinoamericanos habían inmigrado a los EE. UU. en su mayoría sólo hacia diez años o menos. Habían aprendido a jugar fútbol por primera vez en este país, ya que el fútbol en sus países de origen es "tan guiado por la testosterona y tan machista como el *football* americano en los EE. UU.", como explica la periodista Franziska Castillo (2003) a sus lectores en el *Puerto Rico Herald*. El fútbol femenino es tratado en la vida pública de todos los países latinoamericanos—con excepción de Brasil—con negligencia; el equipo nacional de México ocupa actualmente sólo el lugar 22 en el ranking mundial de la FIFA (Eisenbürger 2006). En cambio, en los EE. UU. la mayoría percibe el fútbol como deporte femenino, y a nivel mundial las futbolistas estadounidenses ocupan el segundo lugar después de Alemania. Las latinas podrían orientarse en ello como un rol modelo y retar así que el fútbol sea "un ritual masculino establecido que forma parte de la socialización en América Latina" (Shinn 2002: 242). No obstante, en el mundo del fútbol de los migrantes, durante mucho tiempo las mujeres fueron marginadas, como ya hemos dicho, ya que en este espacio social se destacaba la masculinidad, tanto en el deporte como a través de borracheras después de los partidos. La mayoría de los clubes y ligas siguen manteniendo esta división de los roles, integrando a las latinas

11 Cf. <<http://www.citypaper.net/articles/2006-07-20/eb.shm>> (27.12.06).

no como jugadoras activas, sino como espectadoras, cocineras en los *postgame parties*, adquisidoras de donaciones y sólo en casos individuales como presidentas de clubes de fútbol.

5. La creación de un equipo estadounidense mexicano auténtico: "Chivas USA"

Desde su fundación en 1996, la US-Major League Soccer (MLS) está muy interesada en romper la existencia paralela de los mundos del fútbol angloamericano y latino en vista del cálculo financiero y de la esperanza de que, con ayuda de los hispanos, los EE. UU. podrían convertirse por primera vez en una nación fútbol. Sin embargo, la MLS hasta ahora no ha podido ganarse al público de los cuarenta millones de hispanos, a pesar de que muchos equipos profesionales estadounidenses tienen su base en centros urbanos con una fuerte presencia de latinos y a pesar de que desde hace algún tiempo también integran a futbolistas mexicano-estadounidenses. En el intento de atraer a los hispanos hacia la MLS se invirtieron varios millones de dólares en la compra de superestrellas mexicanas como el arquero Jorge Campos y los goleadores Luis Hernández y Carlos Hemosillo. Además, en 2003 se creó la liga juvenil Fútbolito exclusivamente para hispanos. Sin embargo, estas medidas sólo tuvieron un éxito moderado causando la desoperación de los operadores de la Major League, entre ellos los empresarios estadounidenses Phil Anschutz, Lamar Hunt y Robert Kraft. Hasta ahora tan sólo los salvadoreños y bolivianos que viven en la región de Washington se han convertido en gran número en aficionados de los partidos de la Primera Liga norteamericana. La gran mayoría de los hispanos, sobre todo los aficionados mexicanos, aún prefieren mirar en Univisión o en otros canales hispanos los partidos de sus equipos favoritos de la Primera División de México (Goff 2005).

Jorge Vergara es un empresario mexicano que consiguió convertirse en multimillonario mediante la venta de preparados de vitaminas y alimentos dietéticos en forma de polvo de la marca "Omnilife". Entró por la puerta grande de la Major League cuando presentó su última idea empresarial: incluir un equipo adicional en la Major League, un retoño del Club Deportivo Guadalajara, mejor conocido bajo el apodo de Chivas. Chivas, que es de propiedad de Vergara y desde hace algunos años uno de los equipos más exitosos de México, es el buque insignia deportivo de Guadalajara, la capital de Jalisco, uno de los principales estados que envían migrantes a los EE. UU.

Vergara ha copiado mucho de los amateurs de la Hispanic Soccer para ingredientes de una receta de potencial éxito: a pesar de las restricciones que la Major League impone con relación al número de jugadores extranjeros en un equipo, dio al Chivas USA un carácter latino "más auténtico". Enroló mayoritariamente a jugadores hispanos, una mezcla de conocidas estrellas de fútbol de México, de nuevos talentos norteamericanos de origen migrante y también a algún que otro brasileño y costarricense, así como a unos cuantos angloamericanos. No obstante, el idioma del equipo es uniformemente el español, y adicionalmente se dirige de manera ofensiva al grupo meta hispano con el lema: "Adiós soccer. ¡El fútbol está aquí!". De manera calculada se integran particularidades del *Hispanic soccer* en el nuevo paquete global, como la combinación del fútbol con el trabajo comunal: Chivas USA dirige varios programas juveniles con el fin de promover el fútbol entre los adolescentes hispanos, así como un programa caritativo para niños

necesitados. Integra a las jóvenes muchachas en el grupo de los *cheerleaders* del club y mantiene un grupo junior para las niñas.

La Major League aceptó las innovaciones revolucionarias, no en última instancia porque Vergara pagó 25 millones de dólares por los derechos de este equipo. Al lado de esta fuerte inversión financiera el equipo se comercializa por medios de comunicación hispanos como *Los Angeles Times* y el canal de televisión Univisión. Pero además, el empresario mexicano apuesta por la vinculación local del equipo estadounidense con Guadalajara. "Las camisetas de fútbol, los colores, la tradición y la pasión", dice el millonario, habrían faltado hasta ahora a la Major League.¹² Por lo tanto, dotó a Chivas USA con los mismos colores del exitoso equipo Chivas en México, resultando las camisetas de rayas blancas y rojas en combinación con el césped verde de los colores nacionales de México. También se hace sentir una localización mexicana directamente en las afueras del estado del club en Los Ángeles. En un parque de diversiones llamado ChivaTown—siguiendo la publicidad de la página web— los aficionados y sus familias pueden "revivir la ciudad de Guadalajara. Allí encontrarás los arcos de Guadalajara, la (estatua de) Minerva, el Salón de la Fama Honda, el McDonalds FuZona, un palenque con entretenimiento, tortas ahogadas, tacos y mucho más".¹³ En parte éstas no son falsas promesas, pues también en la cultura del fútbol de Guadalajara se combinan las tradiciones mexicanas con los estándares de vida norteamericanos, con miras a generar ganancias. Vergara hace construir por 70 millones de dólares un nuevo estadio de fútbol en forma de volcán para los Chivas de México. Este es uno de los ejes de una "ciudad del futuro", que se está creando en las afueras de Guadalajara y en la que se busca integrar aspectos de conservación ambiental y de un discurso intelectual al consumo y el ocio masivo.¹⁴

Con Chivas USA se ha introducido por primera vez una lógica de nacionalidades dentro de la Major League. Sus inventores, empero, son conscientes de que una escenificación hábil de un nacionalismo mexicano no alcanzará para asegurar a Chivas USA una multitud de seguidores mexicanos fieles y un lugar fijo dentro del fútbol profesional estadounidense. El equipo necesita obtener triunfos deportivos. Para lograrlos se cambió al entrenador en 2006 y se contrató al anglo Bob Bradley. Con su ayuda, el equipo consiguió un respetable tercer lugar en la sección oeste de la Major League. Aunque es incierto cómo terminará el experimento "Chivas USA", en un mundo globalizado los empresarios y los medios de comunicación apuestan por el momento a transmitir de manera creíble nuevos localismo y nacionalismos orientados hacia los países de América Latina, incluyendo al mismo tiempo a jugadores de otras afiliaciones nacionales y hemisféricas según criterios de éxito deportivo. En esto se orientan a la receta de éxito que les han enseñado los amateurs.

6. Consideraciones finales

En la actualidad, el fútbol latino está llamando cada vez más la atención porque los migrantes hispanos parecen difundir "su deporte" paulatinamente en los EE. UU. Conse-

¹² <<http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn/A17184-2005Mar31?language=printer>> (28.12.06).

¹³ <<http://chivas.usa.mlsl.net.com/1120/es/fans/>> (28.12.06).

¹⁴ Cfr. <http://www.economia.com/mjorge_vergara_madrigal.htm> (28.12.06).

Shinn, Christopher (2002): "Fútbol Nation. U.S. Latinos and the Goal of Homeland". En: Habel-Pallán, Michelle/Romero, Mary (eds.): *Latino/a Popular Culture*. New York: University Press, pp. 240-251.

Smith, Robert (2005): *Mexican New York. Transnational Lives of New Migrants*. Berkeley: University of California Press.

IBEROAMERICANA. AMÉRICA LATINA – ESPAÑA – PORTUGAL

Ensayos sobre letras, historia y sociedad. Notas. Reseñas iberoamericanas

Año VIII (2007)

Nueva época

Nº 27

Septiembre de 2007

Índice

Artículos y ensayos

- Susana Skura*: "A por gauchos in chiripá...". Expresiones criollistas en el teatro idish argentino (1910-1930) 7
- M.^a Teresa García-Abad García*: *Mnemosyne* o el imperio de los sentidos. Literatura e imagen en Almudena Grandes: *Malena es un nombre de tango* 25
- Alfredo Ruiz Islas*: Hernán Cortés y la Isla California 39
- Arturo Almandoz*: Modernización urbanística en América Latina. Luminarias extranjeras y cambios disciplinares, 1900-1960 59
- Dossier: Después del Mundial = Antes del Mundial: el fútbol, la(s) historia(s) y sus construcciones identitarias en América Latina**
- Coordinado por *Ottmar Ette y Stefan Rinke*
- Ottmar Ette/Stefan Rinke*: Presentación 81
- Stefan Rinke*: ¿La última pasión verdadera? Historia del fútbol en América Latina en el contexto global 85
- Ingrid Kummels*: *Adiós soccer, here comes fútbol!*: La transnacionalización de comunidades deportivas mexicanas en los Estados Unidos 101
- Ottmar Ette*: El fútbol como pasión: el Mundial, Costa Rica y los estudios culturales 117

<i>Yvette Sánchez</i> : La literatura de fútbol, ¿metida en camisa de once varas?	131
<i>Ana Pizarro/Carolina Benavente</i> : El Diego y el <i>dribbling</i> simbólico en el Cono Sur	143
<i>Marcel Vejmelka</i> : O mundo tricolor: o futebol no universo de Nelson Rodrigues	153

Foro de debate

<i>José Manuel López de Abiada</i> : “Claramonte hace un teatro de gran impacto popular”: Alfredo Rodríguez López-Vázquez zanja la añeja controversia sobre la autoría del <i>Burlador de Sevilla</i>	173
<i>Vicente Palermo/Maria Lavega</i> : Papeleras: las castañas siguen en el fuego	179
<i>Néilda Archeniti/Maria Inés Tala</i> : Los límites institucionales de las cuotas de género en América Latina	184
<i>Nicolás Cherry</i> : Del colapso a la recuperación económica: una aproximación a la política de las decisiones económicas en la crisis argentina	190

Notas. Reseñas iberoamericanas

<i>Franke Gewecke</i> : <i>Literature on the Move</i> : acerca de las prácticas culturales de los latinos en Estados Unidos	199
<i>Barbara Pothast</i> : Mujeres, niños y políticos. Algunas obras recientes sobre género y familia en América Latina, siglos XIX y XX	227
Literaturas ibéricas: historia y crítica	237
Literaturas latinoamericanas: historia y crítica	255
Historia y ciencias sociales: España	279
Historia y ciencias sociales: América Latina	305
Índice de títulos reseñados	329