

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“PROYECTO PARA CREAR UN SITIO WEB ESPECIALIZADO EN CHARRERÍA, DEPORTE NACIONAL POR EXCELENCIA.”

Autor: Daniela Aguilar Martínez

**Tesis presentada para obtener el título de:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Nombre del asesor:
Sebastián Armando González de la Vega Alcántara**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“PROYECTO PARA CREAR UN SITIO WEB ESPECIALIZADO
EN CHARRERÍA, DEPORTE NACIONAL POR EXCELENCIA.”

T E S I S

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

Daniela Aguilar Martínez

ASESOR:

Sebastián Armando González de la Vega Alcántara

RVOE ACUERDO: N° LIC100401 DE FECHA 26 DE ABRIL DE 2010

CLAVE: 16PSU0012S

MORELIA, MICHOACÁN

FEBRERO DEL 2018

Los sueños son más sueños cuando vas a por ellos.

—Un rincón Maravilloso

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, que me brindó el aliento justo para nunca rendirme en esta aventura profesional, por el apoyo brindado, el cariño y el amor, que sin duda fue el motor perfecto para dejarlo todo en la cancha ¡Gracias!

A mi papá, Gilberto, que fue, es y será mi héroe sin capa, la persona que comparte y disfruta todos mis triunfos, el apoyo y la inspiración perfecta para que yo cumpliera este sueño. Gracias papi, titularme es una de las formas de agradecimiento que tengo por todo lo que has hecho, por todo lo que has dado y todo lo que te has esforzado. Fuiste una estrella que brillaba todo este tiempo cuando parecía que iba a perder el rumbo. Necesitaría otra vida para agradecerte todo lo que has hecho por mí junto con mi mamá.

A mi madre, Claudia, por siempre creer en mí y en mis sueños más alocados, por su ejemplo de tenacidad, por su alegría, por conocerme más que yo misma y ayudarme a elegir la carrera que un día se convertiría en los cimientos de muchos otros sueños. Gracias mami, por animarme justo en los momentos donde parecía rozar el suelo, por dejar tu vida en nuestra familia, por siempre motivarme a dar más, por tu cariño y amor inagotable y, por recordarme constantemente que es imposible vencer a quien nunca se rinde. ¡Gracias por soñar conmigo!

A mis almas gemelas, mis hermanos, que me quieren incluso más de lo que puedo quererme yo, que me cuidan, me valoran, me animan y hacen cualquier cosa para que llegue a lo más alto. Siempre. Gracias por ser los más orgullosos de mí. Los amo.

A mis pilares más grandes, mis abuelos, que son la unión y el resultado de corazones llenos de amor y pureza, a ustedes, por nunca fallarme y dejar de creer en mí, por nunca faltarme y por darme todo sin recibir nada a cambio.

A mi maestro Sebastián, que fue el acompañante perfecto todo este tiempo, junto con sus kit motivacionales, por ser un maestro ejemplar, alguien del que siempre tendré algo nuevo que aprender, por guiarme y por sobre todas las cosas, por enseñarme que si vas a hacer algo, lo hagas BIEN. Gracias por su paciencia y por elegirme a mí.

A mi director Paco, por su disponibilidad, amabilidad y entrega a cada uno de sus alumnos.

Gracias Dios por la vida, por las oportunidades, por las bendiciones y por tu amor. Tú eres con quien más agradecida estoy, por darme esta vida y una familia maravillosa.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
CAPÍTULO 1 EL PERIODISMO.....	17
1.1 Definición de periodismo como ejercicio profesional.....	17
1.2 Periodismo especializado.....	24
1.3 Ciberperiodismo.....	33
1.3.1 Definición de ciberperiodismo.....	33
1.3.2 Características del ciberperiodismo.....	37
1.3.2.1 Cibergéneros.....	40
1.3.3 El internet y sus características.....	43
CAPÍTULO 2: LA CHARRERÍA.....	50
2.1 La historia de la charrería.....	50
2.1.2 Desarrollo cultural y deportivo de la charrería.....	50
2.2 La charrería y su importancia cultural para México.....	58
2.3 La fiesta charra.....	65
2.3.1 Las suertes.....	65
2.3.2 Tradiciones de la charrería.....	71
2.3.4 Reglamento.....	75
2.3.5 Torneos.....	84
2.4 Esquemas de la charrería.....	85
CAPÍTULO 3 LA CHARRERÍA ¿EN CRISIS?.....	88
3.1 La charrería en su época de hora.....	88
3.1.1 Sus mejores momentos históricos.....	88
3.1.2 El deporte nacional por excelencia.....	95
3.2 ¿Cuál es la situación actual del deporte?.....	101
3.2.2 Situación económica del deporte ¿La charrería es rentable?.....	106
3.3 ¿Tenemos una crisis de imagen?.....	114
CAPÍTULO 4: EL PROYECTO DEL MEDIO.....	122
BIBLIOGRAFÍA.....	165

INTRODUCCIÓN:

Esta investigación la realicé con el objetivo de crear una página web especializada en el deporte nacional por excelencia, la Charrería Mexicana; que sirva como cimientos de un medio informativo que mantenga en contacto a la sociedad que está alejada de la información de este deporte, lo desconoce, pero que a su vez, está interesada en adentrarse en su historia, sus costumbres y tradiciones; y para aquellas personas que practiquen y estén dentro del entorno de la Charrería y quieran estar en constante comunicación con lo que sucede dentro del deporte o bien, quieran enriquecerse e indagar dentro de este, para así ilustrarlos más sobre su cultura y cubrir sus necesidades informativas.

La pregunta interesante aquí sería: ¿Existen medios de comunicación que estén especializados en el deporte mexicano por excelencia?

La respuesta es: Sí, los hay, pero el contenido que se maneja dentro de ellos es escaso o carece de información verídica; básicamente los medios con mayor público y mayor reconocimiento dentro de la charrería están enfocados únicamente en mostrar galerías fotográficas, pero nunca se acerca a ser una página periodística, que informe al público sobre qué y cómo se lleva a cabo el deporte, sobre las noticias y sobre su historia.

La idea de esta investigación surgió al ver el triste desconocimiento de la población mexicana hacia este deporte, hacia su cultura y su tradición, cabe destacar que no toda la gente tiene poco interés sobre el tema, pero la mayoría sí.

Al igual, esta idea nació por las personas que están dentro del ámbito, especialmente jóvenes que están involucrados en el deporte y muestran poco conocimiento y toman como alternativa otras culturas por la falta de información.

Quiero fomentar en la gente mexicana, que practique o no el deporte un apego a la charrería, que fortalezca su nombre y lo ponga en alto como el único y primer deporte de excelencia en México, que nació aquí y que es, orgullosamente, 100% mexicano.

Al no conocer en un principio las particularidades necesarias de una página web y contando con una extensa gama de medios de interacción en el internet, surge la necesidad de crear y especializar un medio, que difunda las actividades o bien historia que la charrería y sociedad realizan.

En concreto, la investigación que realicé tiene la finalidad de establecer una propuesta de un medio de información, como es la página web, para difundir de manera profesional e interactiva la esencia del deporte.

Estar adentrada a este medio y tocar temas como es la cultura, me hace conocer y descubrir las necesidades fundamentales del público, específicamente del que lo practica.

Al no existir un medio digital totalmente especializado, uno de los también principales objetivos de mi proyecto es consolidarme como una página web líder en información del deporte; un medio confiable, interactivo y de interés. Así como ofrecer un espacio de calidad y completo dentro del mismo contexto cultural y deportivo, mediante entrevistas, foto galerías, artículos, noticias o bien, haciendo uso de los distintos géneros periodísticos, que darán un toque especial a este medio.

Quiero brindar a los usuarios de la página un producto que se base en el deporte, pero haciendo uso de las tendencias tecnológicas que hasta ahora existen para poder comunicarlo, sin dejar de lado su esencia y su historia que es lo que pretendo dejar plasmado en sus mentes.

Tengo la visión de posicionarnos como un medio óptimo y de referencia para otros medios de comunicación, para que así se le pueda abrir paso a la charrería y así haya más conocimiento del tema en otros canales.

En primer lugar quiero posicionar el medio a nivel estatal y más tarde llegar a ser parte del top de las páginas más visitadas a nivel nacional en este ámbito.

Elegí una página web debido a la gran influencia de nuevas tecnologías de la información, las cuales se han ido modificando.

El internet es un medio que en las últimas décadas ha obtenido un gran desarrollo, siendo así la comunicación alterna de medios como: la televisión, radio o prensa, especialmente por las nuevas generaciones.

Pero ...¿Existe una concepto que en su totalidad incluya al internet y éste se incline al periodismo especializado?

Para que el lector comprenda perfectamente mi investigación, dividí meticulosamente mi tesis, en 4 capítulos, donde como objetivo principal del 1er capítulo, busco plasmar una definición detallada del periodismo, pero no sólo esa definición habitual y generalizada que ya conocemos, sino también ahondar en conceptos que me permitan acercar el periodismo con el internet, y por ello profundicé en lo que es el “ciberperiodismo”.

El “ciberperiodismo” como lo expongo en mi tesis en la página número 16, en el capítulo 1.3.1, hace referencia a aquella actividad especializada del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, elaboración y difusión de contenidos, especialmente periodísticos; señalando que este nuevo “periódico electrónico” es un producto interactivo y multimedia que integra medios diferentes como lo son: el texto, la imagen y sonido, los cuales nos permiten un margen de actuación con el receptor.

Sabiendo esto, nos damos cuenta que en la actualidad, con la existencia de tantos medios de comunicación y tanta diversidad de información, a través de los múltiples medios masivos, resulta fundamental, esencial y primordial especializarse y prepararse continuamente, sobre todo las personas que se dedican a esta labor, con la finalidad de mejorar la información que transmiten los medios de comunicación y que llega a los receptores, de manera que sea más precisa y profesional.

El ciberespacio como cualquier otro medio de comunicación posee características específicas que permiten las transmisión de mensajes, entre las cuales menciono en el capítulo 1.3.2 a la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad.

Cada una de estas características nos permiten que la transmisión del mensaje sea específica.

La multimedialidad como lo menciona Erika Leyva en mi tesis es: aquella característica inherente al ciberperiodismo que cuenta con: Texto-imagen y sonido.

Mientras tanto la hipertextualidad es: la capacidad de conexión de unos elementos informativos con otros.

Y por último, pero no menos importante, está la interactividad que se define como aquel proceso que se crea al emitir información y conseguir una respuesta a ella, a través de un medio tecnológico y utilizando variadas formas de comunicación oral, escrita, con imágenes, entre otras.

La concepción del periodista también se ha visto sujeta a cambios, pues no es lo mismo escribir para un medio impreso que para un medio digital. Los géneros periodísticos siempre mantendrán su esencia, sin embargo tienen que evolucionar a nuevas tecnologías, por ello en el capítulo 1.4 ahondo sobre este tema y ellos básicamente son:

1. Cibernoticia.
2. Ciberentrevista.
3. Cibercrónica.
4. Cibereportaje.
5. Cibercolumna.
6. Ciberartículo.
7. Cibereditorial.

Cada vez son más las personas que se están involucrando en el tema digital, dejando a un lado a la prensa contemplativa, por eso resulta importante poder generar en la gente una visión diferente del periodismo digital y sobre todo de un periodismo especializado.

Una vez resaltada la importancia del periodismo y sus generalidades, que ahora son vistas pero de manera digital, damos paso al capítulo 2: La charrería.

Durante la investigación de este capítulo, indagué acerca del auge del deporte, como lo explico en el capítulo 2.

La raíz y origen de la charrería se remonta a aquellos hombres que trabajaban arduamente en el campo, amansando y arreando animales, estas personas eran los indígenas que, durante la Colonia fueron menospreciados y juzgados con dureza.

A estas personas se le llamaba los “Chinacos”, y como lo digo en la página número 2, estas personas provenían del hijo del mestizo e indígena, eran los encargados de las labores de ganadería que se llevaban a cabo en ese tiempo. Estas personas eran hombres de campo, audaces y valientes en sus tareas labores que eran las faenas; eran excelentes jinetes en sus actividades campiranas, por eso se les considera los antecesores del charro actual.

Los “Chinacos” eran considerados como hábiles en el manejo de la lanza, la reata y de las armas de fuego que existieron en ese tiempo.

La vestimenta del chinaco era muy peculiar, vestían con sombrero similar al castoreño, pero de alas más anchas, y calzón de manta largo cubierto por otro pantalón de gamuza abierto de los lados exteriores los cuales eran abrochados por una botonadura que dio lugar a la que posteriormente han usado los charros, las chaparreras.

Al pasar de los años, esta vestimenta se ha regenerado y se la han ido agregando y mejorando los elementos.

La cultura juega un papel muy importante durante toda esta investigación, por eso en el capítulo 2.2 abordo la importancia del deporte en la cultura y como símbolo de mexicanidad.

La cultura es ese vínculo invisible que nos une entre personas y que expone formas de pensar y de vivir.

El término cultura en general se refiere a la forma de vida de cualquier sociedad. Toda sociedad posee una por muy sencilla que sea, y todo ser humano es culto en el sentido de que es portador de una u otra erudición.

La charrería y el charro en sí, han jugado un papel muy importante en la construcción de un símbolo que represente a los mexicanos.

Así como lo menciona Arturo Rentería en cito en mi tesis: “La cultura del charro es muy basta. Somos actualmente el eslabón del pasado y del presente de nuestro México y algo muy importante: México tiene un ícono y es el charro”.

Si bien, la historia y la cultura es inamovible, pero el deporte puede tener transformaciones, es por eso que la maestra en Ciencias Sociales, Cristina Palomar cita en mi tesis en la página 10 en el capítulo 2.2 que el nacionalismo charro no puede permanecer en el mundo ‘tradicional’, sino que tienen que darle un lugar importante a lo moderno en su presencia actual como deporte nacional, ya que aunque se considera que la tradición es como el alma del país moderno, lo que realmente representa el presente y el futuro del país es la porción moderna.

Un ejemplo claro de que este deporte se ha transformado, son las suertes charras que se practican dentro de la charrería, estas se practican dentro de un lienzo charro y son 9; han evolucionado las formas en cómo se ejecutan y también en cómo son calificadas. Las suertes charras con las que cuenta el deporte y las cuales mencionó en el capítulo 2.3 son:

1. La cala de caballo : aquí se muestra la buena rienda y la educación del animal.
2. Piales en el lienzo : significa lazar al animal únicamente de las patas traseras. En esta actividad no se busca derribarlo, sino disminuir su velocidad hasta detenerlo completamente.
3. El coleadero se caracteriza por ser una de las suertes más espectaculares; es valiente, rápida, impetuosa y no exenta de peligro.
4. Jineteo de toro: consiste en montar un novillo y permanecer en el lomo del animal hasta que haya dejado de reparar.

5. La terna: como quinta faena y como su nombre lo indica, los participantes de esta suerte siempre serán tres charros a caballo.
6. Jineteo de Yegua: al igual que en el jineteo de toros, el jinete debe permanecer en el lomo de una yegua cerril hasta que deje de reparar.
7. La Mangana: consiste en lazar únicamente las manos del animal cuando éste pasa a toda velocidad o está parado. Se pueden tirar manganas hacia adelante y hacia atrás, a la derecha o por la izquierda.
8. El paso de la muerte: es probablemente la más peligrosas de cuantas se ejecutan en la charrería, es la última.. Consiste en que el jinete, montado en pelo un caballo domado y educado, corre paralelamente a una yegua bruta que salida del cajón y, emparejándose con ella, se pasa del caballo en que va montado a la yegua.
9. La escaramuza: es la única suerte que realiza en el ruedo la charra y es "un ballet ecuestre" donde las damas jinetes, ataviadas con traje de Adelita, demuestran su dominio sobre la cabalgadura realizando diversas y bellas maniobras.

Si bien, en México existen distintas variaciones sobre tradiciones, pero a lo que charrería compete, cuenta con diversas tradiciones que van de boca en boca y que con el tiempo han perdurado, uno de las tradiciones que hasta la fecha se llevan a cabo y como lo menciono en el capítulo 2.3.2 es la "*Marcha de Zacatecas*", una melodía que ha trascendido fronteras y que ha sido considerada como el segundo Himno Nacional de México.

De esta melodía, se desprende la siguiente tradición que sin duda ha sido el comienzo de todas y cada una de las charreadas, consiste en que todos los equipos que van a participar entren al ruedo y se presenten ante el público, es mejor conocido desde tiempos antepasados como el famoso "desfile".

Una de las características más peculiares del deporte fue creada por la compositora Rosam López Tello, hablo de la “Oración del charro”.

Esta oración se hace al finalizar el desfile, cada uno de los charros en lienzo y gente del público, se quitan los sombreros en muestra de respeto e interpretan la siguiente oración:

*“Señor a tus pies estoy postrado y vengo vestido de charro
a mi lado están conmigo mi reata, mi sombrero y mi caballo,
vengo a pedirte Señor que me acompañes
en cada una de mis suertes charras
así como te pido que hoy tú vengas a cabalgar conmigo.*

*Señor tú sabes que mi vida está en peligro,
pero no temo Señor porque tú estás conmigo.
Te pido por mis hermanas charras y mis hermanos charros
que juntos hacemos de la fiesta un gozo,
tu Señor te sientes orgulloso.*

*Cuando ya todo se haya terminado y
el lienzo se quede en un sólo silencio,
ahí Señor te doy las gracias por haberme dejado llegar al final de ésta charreada. y
te pido que el día de mañana
cuando yo venga a pisar estos lienzos charros,
tu seas mi Juez y mi Compañero. Amén.”*

Sin duda alguna la indumentaria y vestimenta del charro es algo que no podía quedar fuera de las tradiciones con las que cuenta el deporte, de ésta se desprende un sin número de reglas que deben cumplirse al pie de la letra a la hora de portarlo.

Debido a su gran importancia, dediqué un capítulo en especial para mencionar el reglamento, sus particularidades y concientizar sobre la importancia que tiene que todas las personas que están dentro del ambiente, cumplan al pie de la letra sus indicaciones

dentro y fuera de las faenas, al portar el traje y al vestir a su caballo, por ese motivo se creó el capítulo 2.3.4.

El reglamento está presente en cada una de las competencias amistosas y en campeonatos de todo tipo.

Los campeonatos más relevantes que se llevan a nivel nacional y que unen sin duda a miles de familias charras son:

1. Campeonato Charro “Millonario”.
2. Circuito Excelencia Charra.
3. Aniversario de La Nacional de Charros.
4. Campeonato Nacional Infantil.
5. Torneo de la Amistad.
6. Torneo del Millón.
7. Torneo Aniversario “Federación Mexicana de charrería”
8. Copa Nuevo León.
9. Torneos Charros Navideños.

El capítulo número 3 surge como resultado de la inquietud por saber primordialmente y de primera mano si la charrería se encuentra en crisis debido a los cambios que han surgido durante su revolución.

Me acerqué con gente que está dentro del deporte y que es cercana a él. Las personas fueron expuestas a una serie de preguntas, las cuales indagaban sobre la importancia nacional que jugaba la charrería actualmente.

Esta pregunta especialmente me acercaba a conocer los distintos puntos de vista que tiene cada uno de los entrevistados sobre el significado o bien, peso con los que es reconocido y conocido el entorno del deporte con todo el pueblo mexicano.

Brindé a las personas la posibilidad de valorar las razones que influyeron para que el deporte fuera nombrado “Deporte Nacional por excelencia”, esta pregunta tenía la singularidad de conocer el papel social y cultural que juega en México.

Sé muy bien que nada es estático, por ello me acerqué con las personas más veteranas y experimentadas en el campo para que nos ofrecieran memorias que me transportaran al deporte en sus antepasados y así saber con exactitud cómo ha cambiado y cómo se contempla el deporte en la actualidad, por ello la pregunta era: ¿Cómo se veía el deporte en el pasado?

En cuanto a los apoyos económicos, quise conocer si el deporte cuenta con alguno, por ello se creó el capítulo 3.2.2.

Durante mucho tiempo el deporte se ha visto clasificado como un deporte en el que sólo puede entrar personas con un ingreso económico alto y eso no es verdad, si bien el deporte es caro por todos sus atavíos, pero no es exclusivo de ninguna clase social.

Como lo mencionó Samperio Retamoza, múltiple campeón de charros completo y que cito en la hoja número 24: La charrería es un deporte que se mantiene básicamente por las aportaciones de los mismos charros o bien, de los dueños de mismos equipos que los sostienen, pero en cuanto al apoyo económico que recibe la charrería por parte de dependencias de gobierno hablamos casi de algo nulo.

“Se dice que existe un apoyo de CODEME o de algunas dependencias de gobierno, pero si es que existe, es muy poco lo que aporta. Lo más grave es que este ‘apoyo’ nunca llega a mano de las asociaciones, siempre llega a la Federación y ahí lo destinan para otro tipo de recursos.” (Don Socorro Rodríguez, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

“En el caso de Michoacán no hay ningún tipo de apoyo de la CONADE. No podemos hablar de Jalisco, donde es un estado donde se promueve totalmente este deporte; Michoacán y Guanajuato son estados totalmente abandonados.” (Juan Carlos Osnaya, comunicación personal, 16 de mayo de 2017).

Este deporte no es exclusivo, pero bien es un deporte costoso, por lo cual es evidente que no todos pueden acceder a el, mucho menos si el apoyo por parte del gobierno es nulo.

Para poder practicarlo y mantenerse se necesita invertir una cantidad considerable de dinero, sabiendo esto, nace la siguiente pregunta: ¿La charrería es rentable?

El presidente Pascual Ortiz reafirmó: “Hay personas que viven de esto, pero la charrería de ninguna manera es rentable, a la mayoría nos cuesta, pero si podemos hacer que el deporte sea un negocio, que genere empleos; el chiste es hacer la promoción adecuada, que la gente se acerque y vea. ¡Claro que se pueden generar ingresos, deja una ganancia y entonces puedes abaratar los costos, pero hay que hacer un gran esfuerzo y una publicidad y comunicación adecuada para que la gente se acerque y regrese de manera recurrente.” (Pascual Ortiz, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

El poco conocimiento de las personas sobre este deporte se debe muchas veces a la poca, mala o nula difusión por parte de los medios masivos de comunicación.

Alejandro Yhamel, charro pagado del estado de Michoacán concluye que :“No lo televisan como otros deportes como es el futbol o beisbol y es de sorprender porque la charrería es el Deporte Nacional por Excelencia. Si lo practican en otros países, es otra cosa, pero hay que darle prioridad aquí en México [...] Hace falta anunciarlo por todos los medios masivos de comunicación para que la gente se entere de qué es y qué hacemos. La gente en muchas ocasiones no quiere asistir a las charreadas por el desconocimiento del deporte. A veces nos ven vestidos y floreado una soga, pero no saben en sí de qué trata ni el riesgo que se corre. Tenemos que explicar en qué consiste en cada suerte y desarrollarla para darla a conocer y que la gente se acerque.” (Alejandro Yhamel, comunicación personal, 16 de mayo de 2016).

La difusión es uno de los problemas que acechan y dañan al deporte, pero también existen otras problemáticas como lo son el escaso ganado, la falta de agua, la falta de espectadores, el poco conocimiento del deporte por las personas que incluso lo practican, entre otros.

Habiendo tanto dilema abrimos a nuestros entrevistados un apartado donde su voz y su opinión fueran escuchadas y que a su vez estas opiniones fueran tomadas para la mejora del deporte, por ello en el capítulo 3.3 invito a la gente a proponer una idea que pueda aplicarse para enaltecer a la charrería.

Sabiendo las necesidades y carencias del deporte a través de los concedores, le doy un sentido final a la investigación con el capítulo 4, donde se plasma el diseño del sitio, la arquitectura y sus características, basándonos en el deporte de la charrería.

Agregamos una versión beta, que se realizó en un principio con un esqueleto del sitio a través de wireframes, para que más adelante fuera la versión real de Sombrero bota y caballo: <https://danielaaquilar8.wixsite.com/sombrerobotaycaballo>

Me quedo con la cita del ex presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa:

“A lo largo de estos 200 años, la charrería ha sido uno de los principales símbolos de nuestra mexicanidad. Los hombres y las mujeres de a caballo han participado activamente en todas las etapas de nuestra historia de esta gran nación [...] Necesitamos una reflexión colectiva para que como mexicanos hagamos una evaluación madura de lo que hemos forjado como Nación en dos siglos de vida independiente.” (Felipe Calderón Hinojosa, 2010, p.9).

CAPÍTULO 1: EL PERIODISMO

1.1 Definición de periodismo como ejercicio profesional.

“Los periodistas se han extraviado en el laberinto de una tecnología disparada sin control hacia el futuro” Gabriel García Márquez.

Fuentes como la página web “Frente de Medios de Comunicación Alternativos Independientes” (FEMCAI) reconocen el trabajo de Ricardo Flores Magón y manifiestan: "Ricardo Flores Magón convirtió la tarea periodística en una lucha permanente y valiente por cambiar de raíz las condiciones que tenían a México en profunda y verdadera esclavitud." crítica que plantea al poder, al gobierno y al mandatario Porfirio Díaz. (El informador.mx, 2009).

Aldana Rendón explica que las experiencias como periodista son las que lo forjaron socialmente y despertaron sus ideas democráticas. En ese momento, Ricardo Flores Magón concluye que: “un pueblo preparado cívicamente puede asumir el control de su destino histórico”.

Ricardo Flores Magón y su hermano mayor Enrique son los fundadores del periódico Regeneración, cuyo primer ejemplar se publicó el 7 de agosto de 1900, en la Ciudad de México. Regeneración es un impreso cuya circulación era clandestina debido a la fuerte crítica que planteaba al poder, al gobierno y al mandatario Porfirio Díaz.

Ricardo Flores Magón (El informador.mx, 2009).

Es esencialmente información. Por tanto, es un instrumento de la comunicación social, y, en consecuencia, es parte de la política. Todo el periodismo pertenece a la política. Es siempre esta tarea un acto político. (Buendía, 1996, p.39).

“Ser eficaces en el servicio de informar y orientar a los lectores y eficaces también en la promoción de aquellos principios sociales con los que uno se ha comprometido, es mucho más importante que el lucimiento personal del periodista.” (Buendía, 1996, p.33).

"El periodista es esa persona que se indigna, que pelea, que transgrede las buenas costumbres y que se convierte por convicción en el personaje incómodo para el poder y necesario para la sociedad." (Zorayda Gallegos y Silver Meza, Discurso Premio Nacional de Periodismo, 2015).

El periodista mexicano Miguel Ángel Granados Chapa una pluma "fundamental" del periodismo mexicano, nos ofrece un decálogo que debe seguir un periodista y ellos son:

1. Nunca escriba o diga algo de una persona que no se le pueda decir a la cara.
2. Combata la ambigüedad: no insinúe, no exagere, no minimice. Elija una postura y defiéndala. Un juicio no depende de la complicidad del lector sino del apego a la verdad.
3. Use las palabras precisas, no sólo por la riqueza del lenguaje sintético sino para lograr exactitud en lo que uno quiere decir.
4. Evite los lugares comunes, la vulgaridad y la falsa familiaridad con los entrevistados.
5. Construya su propia opinión, aunque no coincida con los demás, y sobre todo, si coincide con los demás.
6. No se ponga usted mismo en el centro de la noticia.
7. No haga juegos de palabras ni sorna con el nombre o la apariencia de una persona.
8. No aspire a recompensas materiales, no acepte regalos que puedan significar un soborno, ni siquiera los más pequeños. Hay que practicar una extremada ambición ética, aunque parezca una soberbia de la virtud.
9. Considere los fenómenos en su larga duración y en toda su anchura.
10. Encuentre el camino o hágalo.

José Cela, escritor galardonado con el Premio Nobel de Literatura afirma : “A nosotros nos corresponde, pues, poner las cartas sobre la mesa y bucear, hasta donde la contenida respiración nos lo permita, en el torbellino de razones y sinrazones, de augurios, de casualidades y de rigurosas o flexibilísimas zalemas que nos acerquen al mejor entendimiento de la evidencia. No resulta ocioso recordar a aquel soldado tan valiente que no se rendía ni ante la evidencia misma; bien alejados de semejantes extremos y paradójicos valores, la damos por buena y ante ella nos rendimos sin condiciones, sí, pero también sin alejarnos de lo que entiendo como inexcusable deber”.

Cela anunció un dodecálogo que permitía saber que sí y que no debía hacer un especialista en la materia:

El periodista debe:

I. Decir lo que acontece, no lo que quisiera que aconteciese o lo que imagina que aconteció.

II. Decir la verdad anteponiéndola a cualquier otra consideración y recordando siempre que la mentira no es noticia y, aunque por tal fuere tomada, no es rentable.

III. Ser tan objetivo como un espejo plano; la manipulación y aun la mera visión especular y deliberadamente monstruosa de la imagen o la idea expresada con la palabra cabe no más que a la literatura y jamás al periodismo. (Advierto que uso el primer adjetivo en la acepción, para mí todavía viva, que la Academia se apresuró -y pienso que también se precipitó- a considerar anticuada).

IV. Callar antes que deformar; no es ni el carnaval, ni la cámara de los horrores, ni el museo de figuras de cera.

V. Ser independiente en su criterio y no entrar en el juego político inmediato.

VI. Aspirar al entendimiento intelectual y no al presentimiento visceral de los sucesos y las situaciones.

VII. Funcionar acorde con su empresa -quiere decirse con la línea editorial- ya que un diario ha de ser una unidad de conducta y de expresión y no una suma de parcialidades; en el supuesto de que la coincidencia de criterios fuera insalvable, ha de buscar trabajo en otro lugar ya que ni la traición (a sí mismo, fingiendo, o a la empresa, mintiendo), ni la conspiración, ni la sublevación, ni el golpe de estado son armas admisibles. En cualquier caso, recuérdese que para exponer toda la baraja de posibles puntos de vista ya están las columnas y los artículos firmados. Y no quisiera seguir adelante -dicho sea al margen de los mandamientos- sin expresar mi dolor por el creciente olvido en el que, salvo excepciones de todos conocidas y por todos celebradas, están cayendo los artículos literarios y de pensamiento no político en el periodismo actual, español y no español.

VIII. Resistir toda suerte de presiones: morales, sociales, religiosas, políticas, familiares, económicas, sindicales, etc., incluidas las de la propia empresa. (Este mandamiento debe relacionarse y complementarse con el anterior).

IX. Recordar en todo momento que el periodista no es el eje de nada sino el eco de todo.

X. Huir de la voz propia y escribir siempre con la máxima sencillez y corrección posibles y un total respeto a la lengua. Si es ridículo escuchar a un poeta en trance, ¿qué podríamos decir de un periodista inventándose el léxico y sembrando la página de voces entrecorilladas o en cursiva!

XI. Conservar el más firme y honesto orgullo profesional a todo trance y, manteniendo siempre los debidos respetos, no inclinarse ante nadie.

XII. No ensayar la delación, ni dar pábulo a la murmuración ni ejercitar jamás la adulación: al delator se le paga con desprecio y con la calderilla del fondo de reptiles; al murmurador se le acaba cayendo la lengua, y al adulador se le premia con una cicatera y despectiva palmadita en la espalda.

La Real Academia de la Lengua Española lo define como la captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico de la información en cualquiera de sus formas y actividades.

Otros autores como Leñero y Marín definen la actividad como una forma de comunicación social, a través de la cual podemos analizar hechos de interés público; nos ha permitido cuestionar el actuar de la sociedad. Este busca acercarse, observar, reflexionar, profundizar y opinar sobre algún acontecimiento de la sociedad.

“El ejercicio o la función del periodista entendiéndose por tal a aquella persona que se preocupa por recoger las noticias, investigarlas, darles forma y entregarlas al público que necesita saber lo que ocurre en su entorno más allá del mismo”. (Emilio Filippi, “Fundamentos del periodismo”, 2009, p.11).

Los tiempos actuales obligan a alterar esta definición, por lo cual Horacio Hernández Anderson, un sobresaliente periodista chileno, proporciona a través de su tesis jurídica, un concepto más original: “ El periodismo es el relato e interpretación de hechos actuales, a la luz de ciertos principios, con el objetivo de no sólo informar sino de orientar, día a día, a las personas que viven en sociedad. (Horacio Hernández, El periodismo, Imprenta Victoria, Chile, 1949).

El autor del libro “ Grandezas y servidumbres”, Alfonso Ungría, describe la tarea como: “El hecho de dar una noticia, es decir de destacar un suceso y exponerlo a la atención del público, lleva implícito un comentario sobre su importancia y su carácter, aparte de algunas sugerencias expresas que pudieran hacerse entorno de ella, porque la noticia es el cuerpo y el comentario, su alma”. (Alfonso Ungría, Grandeza y servidumbre de la prensa, Editorial España, Madrid, 1930).

También menciona que este es en esencia público y debe ser orientado de manera masiva, entendiéndose por “masa” a un público relativamente grande, compuesto por personas capaces de sentir o recibir un mensaje y asimilarlo como es debido”. (Emilio Filippi, 2009, p.13).

En palabras de Silvia González Longoria, hacerlo es vivir en un mundo de interrogantes: es cuestionar a los demás y someterse a sí mismo a profundos conocimientos (...) En efecto, requiere la revisión de sus fundamentos y la constante actualización de sus métodos, todo lo cual apunta al objetivo de su supervivencia como medio de cambio social.

“La labor periodística no desperdicia información. En ella lo viejo es susceptible de renovación, más sólo cuando se logra vincular adecuadamente con fenómenos actuales”. (Silvia González, 2006, p. 5).

“El periodismo no nos permite vivir de “lo que fue”, de “lo que el viento se llevó”. Al contrario: nos obliga a vivir para lo que es. (...) Los periodistas, como el combatiente sin relevo, vivimos y morimos con el uniforme de campaña puesto y el fusil humeante entre las manos. Dicho de otro modo menos melodramático: los militantes del periodismo - por vocación y por destino- tenemos que ser, aquí y ahora, y para nosotros ser significa publicar, hacernos oír, ya sea desde una gran cadena de periódicos, o en una modestísima revista provinciana y hasta en una simple hoja.” (Manuel Buendía, 1996, p. 25).

La definición del periodista mexicano, Carlos Septién no podía faltar; el nato comunicador lo define como una técnica de expresar regularmente hechos humanos o ideas. (Carlos Septién, El quehacer del periodista, 1979, p. 30, 31).

Silvia afirma que este concepto significa oportunidad, y de la misma manera necesita acción, sacrificio, desafío, desconfianza y, sobre todo, voz.

Se desprende entonces que vale la pena mencionar que el ejercicio periodístico es una actividad, no importa si es de carácter científico, artístico o profesional, por eso, es importante también hacer mención de la definición de la palabra “actividad”.

La Real Academia de la Lengua española define la palabra actividad como la facultad de obrar. En acción.

Cualquier actividad tiene una función y un objetivo, Javier Solórzano en su libro: “Ya es rentable decir la verdad” , dice que un objetivo esencial debe ser principalmente informar, dar cuenta de los hechos e interpretar. (Solórzano,1996, p. 10).

“Quienes hayan de emprender la carrera periodística, deberán tener presente esta fundamental importancia de la información: verídica, objetiva, oportuna, acerca de cuánto puede influir sobre los destino de nuestra comunidad. El servicio que con ello se da a los

semejantes, es el cumplimiento de la responsabilidad del periodismo.” (Carlos Septién García).

“Técnica que tiene por objeto impresionar la inteligencia del hombre” (Carlos Septién García). Dentro de esta definición, pudimos ver cómo el mismo autor daba una síntesis de él y comenta: “La síntesis del periodismo es lo que fluye y lo que permanece, el agua que corre y el cauce, la hoja que cae y el tronco del árbol. No es posible divorciar ambas cosas, porque entonces no se estará haciendo periodismo informativo. El acontecimiento humano pasa pronto, fluye; pero dentro de todo acontecimiento humano algo que permanece, la esencia misma del hombre así lo produce. Y entonces el periodista toma con rapidez, con oportunidad, con agilidad, aquel acto que tiene trascendencia, lo capta, lo recoge y después vendrá lo que de aquel acto quede, bueno o malo, censurable o elogiable, útil o nocivo, eficaz o ineficaz para la marcha en colectividad que se vive.” (Carlos Septién, 1979, p.35).

"Es necesario crear resistencia, y qué mejor manera que con base en el reportaje, la investigación y las letras. No debemos olvidar nuestro servicio y deber con México en momentos en que la libertad de expresión y censura son una constante, aunque es claro que el periodismo siempre encuentra la manera de salir a flote.”. (Guillermo Rivera, Discurso Premio Nacional de Periodismo, 2015).

1.2 Periodismo especializado.

Para comenzar a desarrollar este capítulo me parece fundamental definir la palabra especialización y el portal "DefiniciónABC" puntualiza este concepto como la preparación, el adiestramiento, ensayo, o estudio en una determinada habilidad, actividad, arte, o rama del conocimiento.

Este mismo portal agrega que el concepto de especialización se encuentra estrechamente vinculado a otros dos: especial y especialidad.

Especial es todo aquello que a la vista de cualquiera resulta singular, particular y diferente de lo general y de lo ordinario; lo especial será propio o específico para un fin concreto, mientras tanto, la especialidad es aquella rama de la actividad, arte o ciencia que dispone de un objeto delimitado y sobre el cual se podrán desarrollar habilidades muy específicas.

Entonces, dice el portal: la especialización implica el estudio pormenorizado de un tema.

Sabiendo esto, nos damos cuenta que en la actualidad con la existencia de tantos medios de comunicación y tanta diversidad de información a través de los múltiples medios masivos, resulta fundamental, esencial y primordial especializarse y prepararse continuamente, sobre todo las personas que se dedican a esta labor periodística, con la finalidad de mejorar la información que transmiten los medios de comunicación y que llega a los receptores, de manera que sea más precisa y profesional.

Existe una gran controversia por describir su evolución por etapas, a lo largo de la historia distintos investigadores coinciden en que hoy nos encontramos ante la: "Era del periodismo especializado" o la "cuarta fase". (Salazar Herrera (1996-1998).

El catedrático y pionero español en la investigación español Javier Fernández del Moral asegura que surgió como una manera de luchar contra la especialización del conocimiento, es decir, como una herramienta capaz de interpretar dicha información para elaborar productos periodísticos que hagan accesible el conocimiento a las audiencias.

Fernández del Moral menciona que no debemos considerar de forma aislada la cantidad de conocimientos que se tenga de un tema, sino considerarlo en potencia, como un acto, de forma eficaz y eficiente.

“El periodismo especializado te permite incidir en una serie de puntos que tradicionalmente podrías dejar pasar si eres un periodista que cubre diferentes fuentes, por otro lado, te permite hacer una serie de preguntas que te permiten avanzar de una manera más puntual”. (Miguel López, entrevista Periodismo Especializado Miguel Carrillo, 2012).

GRAFEMA un sitio web especializado en PE manifiesta: “ Hoy día se ha convertido en una exigencia de las propias audiencias, pero también se ha vuelto una necesidad para los periodistas que aspiran a elaborar contenidos con mejor calidad informativa y con mayor profundización.

“No se trata de identificar nuevas tecnologías informáticas o telemáticas para la información, sino nuevas tecnologías procedentes de las ciencias de la información. Nuevos enfoques, nuevas necesidades, nuevos usos, surgirán de la aplicación de esos saberes. (Fernández del Moral, Periodismo Especializado. Ed. Ariel, Barcelona 2004, p.18).

"Si el ejercicio periodístico siempre ha requerido de gran responsabilidad, ahora está en la cima de esa necesidad. El periodismo (de diarios o de medios electrónicos) pretende ser hoy el impulso real de la sociedad." (Manuel Buendía, 1996, p.17).

Alejandro Sánchez, en el Primer Foro de Periodismo Especializado en la UNAM resalta que el periodista debe buscar generar memoria, conmover e indignar con su trabajo y no hacer su labor notarial solamente.

La periodista mexicana Maxi Peláz asegura que el PE te permite primero tener un “plus” como profesional y ayuda a conocer las entrañas de determinado factor; aquí es donde formas tus criterios y trasciendes.”

Monste Quesada, que fue catedrática de Periodismo Especializado en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona (UPF) en 1993, define al PE como: “Aquel que resulta de la aplicación minuciosa de la metodología periodística de investigación a los múltiples ámbitos

temáticos que conforman la realidad social, condicionada siempre por el medio de comunicación que se utilice como canal, para dar respuesta a los intereses y necesidades de las nuevas audiencias sectoriales. De ahí que la información periodística especializada permita un triple ámbito de acción: el de los contenidos, el de los distintos medios y el de las audiencias, pues son capaces de satisfacer a los usuarios en sus demandas de entretenimiento, por un lado, y de profundización en el saber, por otro, sea cual sea el soporte elegido para su difusión.”

Por otro lado, existen diversas fuentes que lo definen, tal es el caso de la Universidad de Sevilla que explica la función como : “Una función contextualizadora fundamental, estudia los contenidos, pero no se limita a esto, sino que busca, sobre todo, profundizar en los conocimientos por los que los contenidos especializados acceden a los medios y su tratamiento periodístico.”

Y a su vez nos explica que el PE se canaliza a través de los diarios de información general, dentro de las secciones diarias y de los suplementos y revistas semanales, se dirige a un público amplio siguiendo los métodos de investigación y de precisión, todo esto con el objetivo de divulgar saberes específicos y en función de los intereses y expectativas de las audiencias. El objetivo general de divulgación significa, ampliación, profundización y democratización del conocimiento.

Estamos asistiendo, por lo tanto a los comienzos de una nueva disciplina insertada en el nuevo corpus científico de las Ciencias de la Información, que no existía en las antiguas escuelas profesionales del periodismo. (Fernández del Moral P. 19 (2004).

El comunicador español Txema Ramírez de la Piscina asegura que la demanda de productos especializados por parte del público y las posibilidades que ofrecen los nuevos soportes tecnológicos han acelerado este proceso de especialización. A esto se suma el trepidante avance de las ciencias y el conocimiento, y la competencia permanente de la prensa con los medios audiovisuales.

"La especialización temática de los futuros profesionales del periodismo es ya una necesidad perentoria y un hecho irreversible (..) es un exigencia social porque cada vez son

más los temas abordados y hay que explicarlos. Los lectores quieren saber más cosas y con más detalles. Y el periodista debes conocerlas" (Salazar Herrera (1996-1998).

La diversificación del saber se ha incrementado enormemente en el siglo XX en virtud del desarrollo científico, tecnológico y la necesaria especialización que se deriva de la amplitud del conocimiento.

La abundancia y complejidad de flujos informativos que recibimos en forma constante requiere de una sistematización de las estructuras. "La especialización periodística es la disciplina encargada de establecer esta posible ordenación entre los distintos contenidos informativos proporcionando una síntesis globalizadora. (Salazar Herrera 1996-1998).

Ya no es tan sólo la decodificación de mensajes, ni mucho menos como una mera recopilación de contenidos especializado por materias, sino como una nueva disciplina dentro del nuevo corpus científico, capaz de poner las bases para combatir contra la especialización de conocimientos (...) Optamos por definirla como una nueva estructura informativa. (Fernández del Moral, 2004, p.19).

El término estructura se refiere básicamente a la materialización, a la aparición real de conceptos como el de la información; no nos interesa cualquier tipo de información, sino sólo aquella que puede identificarse con la información periodística capaz de relacionar datos en determinados contextos (..) capaz de mantener activas las cuatro características que define Otto Groth para identificar lo periódico: Actualidad, periodicidad, universalidad y difusión. (Fernández del Moral, 2004, p.20).

El profesor Pedro Orive fue el primer autor que abordó esta tarea y lo hizo proponiendo la siguiente definición: "La especialización periodística es aquella estructura que analiza la realidad proporcionando a los lectores una interpretación del mundo o más acabada posible, acomodando el lenguaje a un nivel en que se determine el medio y profundizando en su intereses y necesidades". (Orive y Fagao, 1974, p.69).

Los principios más destacados de la especialización periodística. A saber:

1.- Se trata de una estructura informática con la que el periodista puede analizar la realidad social, sin necesidad de ceder las funciones que tradicionalmente han caracterizado su trabajo a los expertos en las distintas parcelas del saber, colaboradores habituales de los medios.

2.- Ofrece todas las claves de interpretación de los hechos que configuran la actualidad periodística, y no solamente los datos que las fuentes oficiales consideren más relevantes para explicar el qué de la información.

3.- El lenguaje que emplea el periodista especializado es el propio del medio de comunicación para el que trabaja, teniendo en cuenta la heterogeneidad del público al que se dirige.

4.- El periodista especializado no puede perder de vista los auténticos intereses y necesidades de información de su audiencia, aún cuando no coincidan con los propietarios de su medio crean conocer.

Quesada ofrece otra definición del maestro Fernández del Moral que define el periodismo especializado como un contexto amplio, que ofrece una visión global al destinatario. (Fernández del Moral. 1983,197).

Con coautoría de Francisco Esteve Ramírez destacaron seis elementos fundamentales del periodismo especializado y son:

1.- Es “una estructura informativa” en la que no se puede perder de vista la existencia de tres niveles diferenciados que interactúan entre sí: La macro factura, que tomaría en cuenta todo lo relacionado con el sistema político y jurídico en el que se materializa el sistema informativo del que hablamos; la mesoestructura, que contemplaría la existencia de medios de información y de comunicación diferentes, empresas informativas y grupos o familias de grupos mediáticos; y la microestructura, que se centraría en el modo de construir la realidad informativa en cada medio de comunicación a través de textos periodísticos concretos.

2.- Conlleva un análisis de la realidad lo más profundo posible, lo que en la práctica se traduce en una ampliación de las clásicas 6 W’s de la información que son: Qué, quién,

dónde, cómo, cuándo y por qué, incluyendo el para qué, que define las consecuencias que producen los hechos y también agregan el por qué no que hace referencia a la teoría del no acontecimientos que explica el por qué no ha ocurrido lo que era previsible que ocurriera.

3.- Explica en profundidad la realidad social, aportando el resultado de la investigación del periodista sobre las causas que han podido originar el hecho susceptible de tratamiento periodístico y los antecedentes inmediatos del mismo.

4.- Contextualiza la información en términos globales para transmitir la idea de que los hechos no se producen de manera aislada, sino en relación con otros hechos que tal vez hayan sido destacados en otros relatos periodísticos.

5.- Elabora sus mensajes periodísticos utilizando el código adecuado para permitir la comunicación de los especialistas con la audiencia de los medios, aunque para ello sea necesarios conseguir primero que se produzca la comunicación de los especialistas entre sí.

6.- Tiene en cuenta los intereses y necesidades de información de la audiencia y trata de establecer con ella un diálogo social de utilidad.

El uso generalizado de internet como herramienta habitual en el trabajo de los periodistas está facilitando enormemente el paso de una información superficial y poco explicativa de la realidad, basada en las declaraciones interesadas de los personajes públicos, a una información de calidad, que interpreta los hechos de la sociedad compleja en la que hicimos y que se elabora con una clara voluntad de servicio público.

El profesor Carlos Elías dice: “El internet ha cambiado radicalmente la profesión y la docencia del periodismo”. (2008: 11) (Montse Quesada, 2014. p.10).

...”Ya no hay excusa para que los periodistas de cualquier ámbito informativo no trabajen con fuentes de primera mano o no accedan a la documentación especializada que les permita manejar con propiedad los temas de los que deban informar”. (Montse Quesada, 2014. p.11).

“No hay duda de que ahora el conocimiento que tenemos de la realidad social no queda limitado a la información periodística que transmiten los medios y, como consecuencia de ello, las necesidades informativas de las nuevas audiencias empiezan a encontrar las respuestas deseadas lejos de la producción periodística. (Montse Quesada, 2014. p.17).

Pedro Orive dice que “la especialización diagnostica los problemas de la sociedad dinámica, cuestiona sus posibles soluciones y despierta en el sujeto receptor el deseo de ahora en la problemática conflictiva dentro de la cual está inmerso.” (Montse Quesada, 2014. p.18).

La disciplina trata de hacer posible al periodismo su penetración en el mundo de la especialización, no para convertir a nuestros profesionales en falsos especialistas, no para obligarlo a parcelarse, a subdividirse, a compartimentar, sino al contrario: para hacer de cada especialidad algo comunicable, objeto de información periodística, susceptible de codificación para mensajes universales. (Fernández del Moral 2004 p.24).

En opinión de Héctor Borrat, el PE puede estar presente en cualquier tipo de texto periodístico (narrativos, descriptivos, argumentativos), plasmado con cualquier lenguaje (de alto nivel teórico, de divulgación ilustrada, de divulgación popular), en cualquier tipo de periódico (de información general y de información selectiva: comerciales, militantes, académicos; de circulación transnacional, nacional, regional, local) y dirige a cualquier tipo de audiencia (de masas, de elites de especialistas). (Montse Quesada, 2014. p.22).

En 1989, la profesora Amparo Tuñón lo define como: Una disciplina científica aplicada al estudio del proceso de selección, valoración y producción de información de actualidad, en orden a su comunicación periodística, en las diferentes áreas específicas de conocimientos que configuraban la realidad social. (Tuñón, 1989, p. 52).

Otros especialistas como lo son los periodistas virtuales de la web “periodistasenlinea” mencionan que toda noticia tiene que ser buscada y descubierta en sus propias fuentes y además, el reportero debe reconocerla y comprenderla a fondo. Agregan también “El periodista necesita especializarse en una determinada materia para que la conozca y, no sólo eso, ha de ser un experto; además, conocer a quienes forman parte de la fuente de

información que cubre para así hallarse ambientado y relacionado para disponer de buenas fuentes informativas.

Esteve también define esta tarea como aquella estructura informativa realizada por un experto en la que, de forma clara y fiable, analiza la realidad coyuntura de la determinada área de actualidad, profundizando en sus motivaciones y aportando posibles soluciones. (Esteve, 2010, p. 9-10).

Complementando esta definición, Francisco Esteve dicta seis elementos que forman parte de la modalidad periodística especializada y son:

1.- El periodista especializado determina un área temática, debe ser un experto en la materia de su responsabilidad y conocer las distintas funciones y características de su campo temático.

2.- La exposición de sus productos periodísticos debe estar hecha con claridad, ya que uno de los objetivos principales del PE es difundir con lenguaje periodístico cualquier tipo de información, independientemente de su grado de comprensibilidad.

3.- El periodista debe ser un profesional fiable para su audiencia, atendiendo a su mejor conocimiento de los hechos y de las fuentes generadoras de información.

4.- El análisis de la realidad que lleva a cabo será, en todo caso, lo más profundo posible, pues no debería limitarse a un tratamiento coyuntura o superficial de los hechos noticioso, sino que profundizará en el estudio y análisis de los mismos aportando a su producción aquellos elementos documentales que puedan ser de mayor utilidad para una mejor comprensión de los mismos.

5.- En todo trabajo estará presente la investigación sobre las causas que hayan podido originar el hecho informativo, así como las consecuencias que del mismo puedan derivarse.

6.- Asimismo, del periodista especializado se espera que proponga posibles soluciones a la problemática en la que se inscriban los hechos, dado que su especial conocimiento de las circunstancias que los rodean posibilitará que el periodista especializado cumpla esta

función social, que pueda ser de especial importancia e interés para el establecimiento del diálogo social.

Francisco Esteve expresa que: “El periodista ya no es un mero notario que levanta acta de los hechos, sino que su tarea se asemeja más a la del médico que analiza al paciente, diagnostica sus problemas de salud y propone vías de solución a los mismos”.

1.3. Ciberperiodismo

1.3.1 Definición de ciberperiodismo

“Desde que el ordenador se ha introducido en diversos ámbitos, el económico y laboral, el académico, las tareas productivas y las relaciones sociales han dado un cambio importante. En el campo de las comunicaciones, éstas se han hecho ya planetarias e instantáneas a través de la conexión de ordenadores dispuestos a cualquier parte del planeta, abriéndole a la prensa nuevos horizontes. (...) es decir; incluyendo nuevos contenidos específicos para ese medio y aplicándola de una manera periodística de trabajar la información diferente.” (Emy Armañanzas , Javier Díaz Noci y Koldo Meso, El periodismo electrónico, 1996, p. 11).

“En el espacio nadie puede oírte gritar. “ Película Alien.

El ciberperiodismo es un fenómeno comunicativo que apareció hace no más de una década y tuvo su expansión a la par de la World Wide Web (www.), que comienza aproximadamente en 1994; ha sido un desafío en el cual mucha gente se ha tenido que acoplar a estas nuevas herramientas que han posibilitado la formación más amplia de las redes. Este nuevo fenómeno está cambiando al universo de los medios de comunicación para mucha parte de la sociedad, ha cambiado el contenido del periodismo y cómo se hacía en la vieja escuela.

Pero...¿Cómo definir al periodismo? La comunicóloga Erika Leyva explica en su tesis qué es: “Proyecto para un ciberperiódico especializado en actividades de organizaciones independientes, colectivos y grupos artísticos de Morelia” asegura que el ciberperiodismo o también conocido como periodismo electrónico o periodismo digital son sinónimos de información que se lleva a través de la red de redes, el internet. Erika define al ciberperiodismo como una nueva tecnología que afecta un tanto a la comunicación como a la información su forma, ya sea en su periodicidad, sino también en su diseño, sin olvidar que también el periodista está sujeto a un cambio bajo este mismo contexto.

Javier Díaz Noci, precursor del término “ciberperiodismo”, señala por qué adoptar ese término y no periodismo digital, periodismo multimedia o periodismo electrónico y es que el lenguaje y la precisión recomienda acoger la palabra “ciberperiodismo”. (Javier Noci, Manual de Redacción ciberperiodística, p.17).

La Real Academia de la Lengua Española sanciona las palabras “cibernética”, “cibernauta” y “ciberespacio”.

Javier Noci hace hincapié en referirse a dicha actividad como aquella especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, elaboración y difusión de contenidos, especialmente periodísticos.

Emy Armañanzas en conjunto con Javier Díaz Noci y Koldo Meso, en su libro “El periodismo electrónico” reiteran que el “ciberperiodismo” es el nuevo periódico electrónico, ese que da un producto interactivo y multimedia; es decir, que integra medios diferentes como lo son el texto, la imagen y sonido que permiten al receptor un margen de actuación. (1996, p. 9).

Cuánto más ha evolucionado el hombre, más refinadas han sido las herramientas de medios de los que ha echado mano, eso siempre nos ha permitido llegar más lejos.

Decía Juan Cueto (1996): “La segunda pantalla casera (la del ordenador con módem) es algo tan inevitable como el teléfono, el agua, el gas, los electrodomésticos y los telediarios”. (1996, p. 23).

Nació del movimiento interno de las empresas de prensa, que ya se mostraban más atentas a los efectos de rentabilidad que causaba el internet, y no a los cambios de fondo que intervenían. (Jean Francois Fogel y Bruno Patiño, La prensa sin Gutenberg, 2007, p. 22).

“Algunos todavía creen que el ciberperiodismo es simplemente pasar del medio escrito a una base electrónica, gran error, el periodismo digital conlleva un nuevo sistema de hacer periodismo como la utilización de vínculos y multimedia sin perder la esencia del mismo: informar.” asegura Erika Leyva.

“El ciberperiodismo es el periodismo de siempre solo que con ilimitadas posibilidades”. (Daniel Mazzone, Huffington Post vs. New York Times, 2013).

El internet ofrece un enfoque distinto, renovado y mezclado que desestabiliza al propio periodismo escrito y audiovisual.

Es tan fácil que llegue un periodista como un usuario, uno se puede informar por el New York Times o por un blog cualquiera, esto hace necesario que el periodista asuma con más virulencia verificar todo lo que se está publicando. (José Pereira, Ciberperiodismo y web 2.0, 2010).

Constituye una posibilidad de información y esparcimiento en ese océano de contenidos y provocaciones que es la red de redes. Para las empresas mediáticas se trata de un desafío –a menudo sobredimensionado y las más de las veces mal entendido– en el desarrollo de sus negocios. Para los medios convencionales el ciberperiodismo es fuente de dudas, competencia y retos. Para los periodistas, se trata de una oportunidad... de seguir siendo, ni más ni menos, periodistas. Y explica sobre la fatalidad de errar en el medio: “El ciberperiodismo experimenta mayor posibilidad de errores que el periodismo que se difunde en medios convencionales. La velocidad con que se esparcen sus contenidos es factor de riesgo que actúa en contra de la escrupulosidad informativa. Ningún medio está a salvo de equivocaciones. Pero cuando los contenidos se difunden con tanta rapidez que en ocasiones rebasa a los controles de calidad y editoriales, la posibilidad de yerros aumenta. (Raúl Trejo Delarbre, Nuevo periodismo, viejos dilemas, 2004, p.12).

Agregando finalmente que la red de redes puede ser un escenario formidable para practicar un periodismo competente, responsable, inquisitivo e inteligente. Pero en ella también pululan los más añejos problemas de la prensa y los periodistas. (Raúl Trejo Delarbre, Nuevo periodismo, viejos dilemas, 2004, p.26).

Un informe de la “Asociación Mundial de Periódicos lo reconoce: ‘La historia de los periódicos gratuitos y de su impecable desarrollo es la historia de una nueva generación. Se le puede llamar internet.’ (2007, p. 23).

“El internet erosiona la competencia entre las formas del periodismo, ya sea escrito, audiovisual y con mayor motivo, de prensa online. El internet acaba con las definiciones rígidas del pasado: la radio anuncia la noticia, la televisión la muestra, el diario le proporciona un enfoque.. De una página a otra, todos los contenidos desfilan por la misma red, con una única etiqueta: Disponible en internet”. (2007, p.24).

Algunos autores no son muy optimistas al recibir a este nuevo fenómeno, tal es el caso de Neil Postman, quien fue director del departamento de Cultura y Comunicación de la Universidad de Nueva York y en cuanto apareció el ciberperiodismo expresó: “ El ordenador ha fortalecido las instituciones burocráticas y ha suprimido el impulso hacia el cambio social significativo, así mismo hace que la gente crea que innovación tecnológica es sinónimo de progreso humano.”

Tiene su origen en el periodismo electrónico. Estos orígenes constituyeron las bases de lo que hoy conocemos como cibermedios con la configuración de un lenguaje y de elementos para la construcción de estos espacios. (Lily Zamora, La investigación del ciberperiodismo en América Latina, 2013, p.2).

“Dos de los países estudiados con mayor desarrollo de investigación en el ciberperiodismo son la Argentina y México. Estos se caracterizan por ser de mayor población y número de universidades tanto públicas como privadas. Este puede ser un argumento válido para el desarrollo de la investigación en torno al ciberperiodismo. Lamentablemente la investigación del ciberperiodismo en México se ha ubicado en la región de la Ciudad de México y en la Zona Centro, específicamente en el Distrito Federal y en San Luis Potosí. Pero consideramos que, al ser un objeto de estudio tan significativo, debemos fomentar el desarrollo de la investigación en otros espacios geográficos y no solo en la capital.” Agregó Lily Zamora.

1.3.2 Características del ciberperiodismo

Los medios electrónicos han evolucionado notoriamente en sus contenidos y en sus conceptos; una parte importante de la prensa de hoy resulta inaudita para periodistas de la vieja escuela o políticos y empresarios más conservadores que en mucho añoran aquellos tiempos que algunos califican “de respeto” y que otros, sin esbozos llaman “de control”. Pero no es, todavía lo mejor que podemos tener. (Manuel Buendía, Ejercicio periodístico, 1996, p.16).

Jean Francois Fogel y Bruno Patiño en su libro: “La prensa sin Gutenberg” mencionan que el internet ha formado una nueva prensa, ésta, con su propia identidad, su propio lenguaje y un crecimiento tan vivo que desafía a sus competidores.

“Internet no es un soporte más; significa el final del periodismo tal y como se ha vivido hasta ahora. Sometido a la omnipresencia de un medio nuevo, despojado, poco a poco de la competencia con los distintos soportes, revisa cada día un poco más su relación con su audiencia. La prensa bajo el régimen de internet no ha iniciado un nuevo capítulo de su historia, sino más bien otra historia.” (Francois Fogel y Bruno Patiño, 2007, p.15).

A través de la red telemática, internet el usuario puede no sólo acceder a productos periodísticos sino también a ponerse en contacto con esas personas o instituciones de todo el mundo.

El ciberespacio como cualquier otro medio de comunicación posee características específicas que permiten la transmisión de mensajes, entre las cuales menciona Javier Díaz Noci están: Multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad.

Multimedialidad, afirma Erika Leyva, es aquella característica inherente al ciberperiodismo que cuenta con: Texto-imagen y sonido.

La profesora Kathleen Burnett dice que lo que distingue a la multimedialidad, es que constituye una estructura informativa muy diferente de cualquier otra, que debe ser contemplada con todos sus rasgos de forma global.

Otros autores como la profesora brasileña Lucía Santaella explica que el primer rasgo es la hibridación de lenguajes, y cuando se hibrida además con la tecnología, se habla de convergencia de medios.

Pero... ¿Cuáles son los tipos de lenguajes multimedia?

1.- Texto	Sin formatear, formateado, lineal e hipertexto.
2.- Gráficos	Representan esquemas, planos, dibujos, etc.
3.- Animación	Presentación de gráficos por segundo.
4.- Video	Presentación de imágenes por segundo que crean la sensación de movimiento.
5.- Sonido	Habla, música u otros sonidos.
6.- Imagen	Documentos formados por pixeles.

De acuerdo con la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación de la UNAM el hipertexto es: Cualquier documento que contiene enlaces o hipervínculos a otros documentos.

“La hipertextualidad, es la forma de navegar en una página web de manera secuencial, con un lenguaje que abarca mensajes multimedia”. (Erika Leyva, 2013, p.47).

Según el portal “Periodismo multimedia”, la definición de hipertextualidad es la capacidad de conexión de unos elementos informativos con otros. Ya se ha utilizado anteriormente la metáfora del cerebro, que los enlaces entre unas informaciones y otras, como las sinapsis, deben ser precisas para un correcto funcionamiento.

Emy Armañanzas y compañeros, definen a la interactividad como la capacidad que tiene el usuario de <<preguntar>> al sistema, y sentar así las bases para recuperar la información de la forma deseada. (..) El receptor tiene plena potestad para tomar

decisiones, y configurar dentro de unos límites amplios, su propio mensaje , así como para dialogar de una forma u otra con el emisor.

En la página web “Comunicación Interactiva UFT”, definen a la interactividad como: Aquel proceso que se crea al emitir información y conseguir una respuesta a ella, a través de un medio tecnológico y utilizando variadas formas de comunicación oral, escrita, con imágenes, entre otras. La interactividad es una acción típica del navegante de la red, sin embargo, el simple acceso a internet no necesariamente crea una interactividad. Aquel intercambio de información como una consecuencia de ver, escuchar o escribir en la web (desde blogs, páginas personales, foros, otros) comienza el proceso interactivo y se podría decir que abre la comunicación.

La conexión no nos garantiza la interactividad, pero la comunicación en ella sí. (Benitez, Mary Daniela, 2007).

Hoy en día, la interactividad desarrolla un rol fundamental en la Web. De esta manera la interactividad es un medio factible a través del cual se puede conseguir y compartir cualquier tipo de información con diferentes personas. (Falcón, Ruth, 2007).

“La presencia de la interactividad va a exigir un notable esfuerzo de imaginación. Los periodistas de hoy, cuyo contacto con el mundo de la informática se ha producido a una edad avanzada , deben imaginar y diseñar el producto que demandarán aquellos niños que manejan computadoras”. (Emy Armañanzas ,Javier Díaz Noci y Koldo Meso, El periodismo electrónico, 1996, p. 72.)

1.3.2.1 Cibergéneros

Según la Revista Mexicana de Comunicación, los géneros periodísticos son el resultado de una lenta construcción histórica que se encuentra íntimamente ligada a la evolución del concepto mismo del periodismo y a su encomienda ética y social.

Agregan que para poder redactar un cibergénero debe ser de preferencia con frases cortas y de estructura gramatical sencilla.

El periodista colombiano Guillermo Franco indica que la frase larga es enemiga de la buena lectura y sugiere aplicar el Contexto Mínimo Indispensable (CMI) al redactar los textos para la *web*.

La explicación sobre los cibergéneros según la Revista Mexicana de Construcción son las siguientes:

1. **Cibernoticia**

Es precisamente aquí donde el género en su redacción sufre ciertas variables. En los medios de comunicación *online*, sobre todo en las noticias que actualizan la información, no se aplica el principio de la pirámide invertida. Es a lo largo de una serie de párrafos, en promedio cuatro y por niveles de profundización, donde se dan a conocer los elementos más importantes y trascendentales de la información. El *lead* presenta lo más importante, pero no se da respuesta a las cinco preguntas básicas.

- **Elementos de la cibernoticia:** Titular, *lead*, hipertextualidad, contenido, formato de consulta, opciones de compartir por redes sociales, interactividad, contacto con el autor, información del autor, ubicación, niveles de consulta, audio, video, imagen, pies de fotografía, infografía fija, infografía animada, infografía con sonidos, vínculos con otros contenidos.

2.- Ciberentrevista

Los usuarios realizan las entrevistas en tiempo real, con lo cual el ciberciudadano cobra el papel de periodista porque es él quien pregunta. También aparecen las entrevistas tradicionales, pero la diferencia es la construcción hipermedia, hipertextual y la interactividad. Hay dos elementos que destacan: la diferencia de la entrevista analógica y la ciberentrevista.

3.- Cibercrónica y cibereportaje

En estos géneros podemos hablar de que la estructura y el fondo permanecen. La diferencia radica en el recurso multimedia que tienen en cada una de las secciones, pues se convierten en géneros multimedia.

4.- Cibergéneros de opinión

En este nuevo medio, gracias a la interactividad, el lector se convierte en un articulista o columnista más, de hecho se habla precisamente del éxito de la red por las amplias posibilidades que ofrece el medio para comunicarse con él. La retroalimentación es casi inmediata. Todo depende del servidor para que la opinión, información o respuesta llegue a quienes nosotros deseamos. Se presenta una bidirección donde el emisor y el receptor se encuentran en el mismo plano, al menos en teoría y en posibilidades.

5.- Cibercolumna

Establece la columna igual que en el impreso; la diferencia radica en el espacio digital; el usuario conoce quién es el columnista, el perfil que tiene en su biografía y la hemeroteca de sus columnas anteriores.

6.- Ciberartículo

En el artículo también contamos todavía con el mismo texto que en el impreso. La diferencia radica en que se presenta la biografía del autor, su currículum vitae y algunos de los artículos anteriores.

7.- Cibereditorial

El editorial es la postura que tiene el medio de comunicación frente a ciertos acontecimientos o temas de interés social.

8.- Géneros emergentes

Tal vez los foros pueden ser considerados como un nuevo género del periodismo *online*, ya que a través de una comunicación directa, el usuario de internet conduce la entrevista a un personaje famoso. Al hacerla en vivo, de manera simultánea, el usuario toma el papel de periodista, pregunta lo que necesita, lo que desea. Posteriormente, una vez transmitida la entrevista de manera simultánea, el mismo medio de comunicación continúa presentándola diferida.

1.3.3 El internet y sus características.

Según la Real Academia Española (RAE), internet es: “Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.”

“internet entró como una herramienta de globalización, poniendo fin al aislamiento de culturas. Debido a su rápida masificación e incorporación en la vida del ser humano, el espacio virtual es actualizado constantemente de información fidedigna o irrelevante”. (Jaquelin Díaz, Importancia del internet en la actualidad, 2016).

La licenciada Erika Cecilia, explica: “El uso que le dan los jóvenes al internet”, define al internet como: “Una red de redes de computadora” que se encuentran interconectadas a lo largo del mundo. Nadie es dueño de internet simplemente cada usuario paga su conexión hasta llegar a la red”.

“El nacimiento del internet se dio en EEUU como un proyecto de la DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency). La misma buscaba intercambiar información entre los investigadores científicos y militares, ubicados en distintos sitios distantes.

La red debía soportar un ataque nuclear sin perder la conexión con el resto de los sitios, constaba de 4 computadoras interconectados y se llamaba DARPANET. En 1972 ya había conectadas 37 computadoras y pasó a denominarse ARPANET, la aplicación más utilizada era TALNET para luego pasar a ser e- mail o correo electrónico.

Hacia 1984 la NFS (National Science Foundation) estableció la NSFNET paralela a la ARPANET para la investigación académica que ya estaba saturada, también la NSFNET se saturó hacia mediados de 1987 y no precisamente por la actividad académica (..) (Cecilia Rodríguez, 2003, p. 28, 29).

En cuanto a la historia del internet en México, Octavio Islas asegura que los primeros “experimentos” de interconexión de equipos de cómputo, empezaron en 1986.

El Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey, logró conectarse a la red BITNET (EDUCOM) por medio de una línea conmutada hacia la Universidad de Texas en San Antonio.

En 1987, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) logró establecer conexión con BITNET a través del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Posteriormente, la UNAM articuló un enlace satelital independiente, a través del satélite "Morelos II".

En febrero de 1989, México logró establecer finalmente su primer enlace con internet, convirtiéndose así en el primer país de América Latina en haberse conectado a la red NFS, anticipándose incluso a naciones europeas y de otros continentes. (Octavio Islas, internet el medio inteligente, 2000, p. 4, 5).

En otras definiciones tenemos a Ingo Lackerbauer en su libro "Easy internet", donde nos hace saber lo difícil que le parece definir al internet, por lo cual nos hace una comparación: "Podríamos establecer una comparación entre internet y un mercado: todo el mundo puede ir al mercado de internet, sea como espectador, comprador o cliente; ya sea un ciudadano de pie o el príncipe de Gales. En este medio, en principio, no hay diferencias sociales. Todo el mundo tiene la posibilidad de contemplar un objeto, comprarlo o hasta ofrecer sus propios productos". El internet ¡cambia al mundo!, se está convirtiendo en un "medio de comunicación global".

No existe ninguna gestión centralizada de internet. Existe un conjunto de redes y de organizaciones individuales, cada una de las cuales se dirige y se financia por sí misma. Cada red coopera con otras redes para dirigir el tráfico de internet. (Preston Gray, Cómo funciona el internet, 2007, p.7).

Según el profesor Marco Antonio Zamora Lucio, el internet es una red integrada por miles de redes y computadoras interconectadas en todo el mundo mediante cables y señales de telecomunicaciones, que utilizan una tecnología común para la transferencia de datos.

En realidad, internet no es un medio de comunicación, sino muchos medios, una red que comprende distintos tipos y distintos sistemas de comunicación. La gente utiliza internet para muy distintas finalidades. Muchas de ellas están relacionadas con diferentes y

variadas categorías de comunicación, información e interacción. Algunas son nuevas y otras muy antiguas, pero estas categorías no se excluyen mutuamente, ya que no sólo los usuarios pueden participar en internet mediante una combinación de comunicación, información e interacción al mismo tiempo, sino que también los distintos medios se entremezclan en el mismo canal.

“Desde el punto de la vista de la comunicación, internet se caracteriza por ser una red horizontal y en gran medida descentralizada. La comunicación se puede realizar de forma multidireccional (participar en un grupo de debate), unidireccional (leer, bajar archivos de la red, buscar información, etc.), bidireccional (conversar o jugar con alguien, intercambiar archivos o correos electrónicos) e interactiva. Y se establece tanto en ámbitos públicos como en privados. Al contrario que los medios de masas (radio, televisión, prensa, etc.) que no permiten interacciones transversales entre los participantes, los medios en internet sí permiten este tipo de interacciones. El teléfono usa una comunicación uno a uno, en el ciberespacio un individuo es, potencialmente, emisor y receptor a la vez y todos pueden comunicar con todos en un espacio sincrónico o asíncrono, simultáneo o no concurrente.

Desde el punto de vista técnico, internet es un gran conjunto de redes de ordenadores interconectadas cuyo funcionamiento interno no se ajusta a ningún tipo de ordenador concreto, a ningún tipo de red específica, a ninguna tecnología de conexión en exclusiva y a ningún medio físico privilegiado, se trata de una red flexible y dinámica, adaptable a diferentes contextos tecnológicos. internet es, en sí misma, un universo tecnológico, una hipertecnología o una miríada de tecnologías que confluyen: telefonía, electrónica, microprocesadores, cables, satélites, fibra óptica, hipertexto, multimedia, televisión, escritura, dibujo, fotografía, vídeo, imágenes en 3D, realidad virtual, etc.” (María Jesús Lamarca, Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen, 2013).

El portal: “ Características: Tu portal educativo” desglosa diez características esenciales que tiene el internet:

1.- Universal

Internet es un fenómeno extendido, que abarca prácticamente el mundo entero. Gracias a internet podemos acceder a información generada en otros países, como así también a numerosos servicios ofrecidos en lugares remotos,

2.-Eliminó las barreras de tiempo y espacio

Con internet podemos asistir en tiempo real a una conferencia que se dicta a miles de kilómetros de nuestro hogar, o hacer una visita virtual al Museo del Prado, o hablar con los empleados de la misma empresa en otros países, o transferir una suma de dinero a la cuenta de un familiar que vive lejos, en el horario que nos quede cómodo.

3.- Económicamente accesible

Una gran gama de actividades se pueden realizar por internet a un costo mínimo: buscar información, comprar productos, hacer gestiones bancarias, hacer videoconferencias, contratar servicios, tomar cursos, etc. El ahorro de tiempo y dinero que se puede lograr gracias a internet es realmente significativo.

4.- Facilita la interdisciplinariedad laboral

Mediante diferentes recursos de internet es posible armar proyectos colaborativos en línea y que diferentes grupos trabajen en forma coordinada, abordando objetivos desde diferentes disciplinas

5.- Trajo profundos cambios sociales

Es evidente que internet abrió un nuevo capítulo de la historia en términos de interacción social.

Todos sabemos hoy que a través de las llamadas “redes sociales”, las personas interactúan continuamente; ya no es necesario salir de la casa para conversar (hoy ‘chatear’) con personas cercanas o incluso con personas a quienes nunca se ha tenido frente a frente. También se pueden compartir recursos (fotos, películas, canciones, filmaciones caseras, etc.) y difundir actividades.

6.- Facilidad de uso

internet no requiere de conocimientos especiales, ya que no es necesario saber los fundamentos de la informática para usarlo; con comprender que funciona sobre la base de motores de búsqueda y que haciendo “clic” en los diferentes enlaces uno va accediendo a diferentes sitios y contenidos, es suficiente. Aunque por supuesto, quienes investigan más pueden sacar más provecho de este recurso.

Esta sencillez es una de las principales razones por las cuales internet se transformó en un fenómeno mundial, utilizado y aprovechado por miles de millones de personas en todo el mundo.

7.- Posibilita el anonimato

En internet, uno puede acceder a numerosos sitios sin dar cuenta de su identidad; eso hace posible que la gente participe con más soltura, por ejemplo, de blogs, foros, etc. También el anonimato o la posibilidad de asumir una identidad oculta tienen sus desventajas, ya que puede tornarse peligroso para los niños, por ejemplo.

8.- Masificación de contenido

Dado que internet llega a una cantidad inmensa de individuos, es muy útil para quien desea difundir un contenido de valor social o comercial. Grandes campañas de solidaridad se han puesto en funcionamiento y han resultado muy beneficiosas gracias a la red. Sin embargo, la masificación de contenidos también tiene sus riesgos.

9.- Otorga libertad de expresión

Al no haber un “dueño” de internet, con posibilidades de efectuar controles de contenidos, cualquiera puede subir contenidos o ideas a la red.

Esto, por un lado, permite expresarse libremente, lo que es sumamente positivo en toda sociedad, pero también puede operar de manera contraria y facilitar la diseminación de información falsa o incorrecta. En temas delicados, como salud, puede derivar en conductas riesgosas por parte de los individuos.

10.- Dependencia

Aunque para muchos internet es una ayuda de trabajo, para mucha gente con tiempo libre internet constituye un entretenimiento. Y lamentablemente cada vez más jóvenes y adultos se instalan frente a la pantalla de su computadora durante horas, sin darse cuenta de que no se han movido durante todo ese tiempo y no han intercambiado ni una palabra con las personas que están a su alrededor.

Esto es definitivamente malo para la salud física y psíquica. Salir al aire libre y caminar o practicar algún deporte es muy necesario para un crecimiento saludable. No hay duda de que el fenómeno de internet ha impactado en los índices de obesidad de los países desarrollados, y que a menudo disminuye la comunicación en el hogar.

Sin embargo, para Cecilia Rodríguez, existen cuatro características principales para el lector, así no lo explica en su proyecto "El uso que le dan los jóvenes al : Un estudio de cibercafes" y son:

1.- Internet no tiene dueño. Cada dueño de un host conectado a internet, es propietario de una pequeña fracción de internet.

2.- No hay un responsable de que internet funcione. Por ser un sistema de multipropiedad, los administradores de cada nodo o subred son los únicos responsables de estar conectados a internet.

3.- No existen leyes en internet. Los servicios de internet definen una forma de comunicarse y de gestionar información, más no determinan los contenidos comunicativos o informativos.

4.- No impone barrera de edad, raza, sexo, condición social o política. Más de 80 millones de usuarios de todo el mundo se comunican a través de internet de forma privada o en foros públicos, apartando muchas veces los problemas étnicos, políticos y generacionales que los separan de la realidad.

CAPÍTULO 2 : La charrería.

*A mi me empujó a escribir
mi amor por la charrería,
más lo que voy a decir,
espero nadie lo dude:
No escribí como quería...
¡solamente como pude!
(José Ma, Parga Limón, Charrorimas).*

2.1 Historia de la Charrería.

“La imagen que ha representado la mexicanidad más frecuentemente es la figura del charro, ese varón que usa un traje propio para montar a caballo, un sombrero de ala ancha y que lleva una soga, además de una pistola. Esta imagen ha dado la vuelta al mundo y es reconocida en todas partes como propia de México, a pesar de la pluralidad cultural y étnica que contiene la nación.” (Cristina Palomar, 2004).

2.1.2 Desarrollo cultural y deportivo de la charrería.

La raíz y origen de la charrería se remonta a aquellos hombres que trabajaban arduamente en el campo, amansando y arreando animales, estas personas eran los indígenas que, durante la Colonia fueron menospreciados y juzgados con dureza. “En la Conquista, Cortés envió una carta al rey Carlos V de España, en la que manifestaba: “conquistamos gracias a Dios y a los caballos”. (Octavio Chávez, 2014, p.9).

En el Virreinato de la Nueva España (XIX), los indígenas tenían prohibido montar o poseer caballos, excepto los tlaxcaltecas nobles, otros caciques aliados y sus descendientes. (Chávez, 2014,p.9).

Los “*Chinacos*” que provienen del hijo del mestizo e indígena, eran los encargados de las labores de ganadería que se llevaban a cabo en ese tiempo. Conforme el artículo “El Informativo de Nicolás Romero”, ellos eran hombres de campo, audaces y valientes en sus

tareas labores que eran las faenas; eran excelentes jinetes en sus actividades campiranas, por eso se les considera los antecesores del charro actual.

Los “*Chinacos*” eran considerados como hábiles en el manejo de la lanza, la reata y de las armas de fuego que existieron en ese tiempo.

“El *Chinaco* bien puede derivarse del sistema de castas virreinal del siglo XVIII” (Cruz Porchini, 2010, p.27). Al “*Chinaco*” se le atribuyó un sentido negativo, pero con el paso del tiempo empezó a convertirse en un personaje patriótico y reconocido por la destreza y dominio sobre el jinete y el medio natural.

Dafne Cruz Porchini Subdirectora de Curaduría del Museo Nacional de Arte afirma que los “*Chinacos*” portaban una chaqueta, calzón y sombrero de cuero; la chaqueta tenían bordados botones de plata. Este traje cabe mencionar que surgió como elemento diferenciador de los trabajadores mestizos que eran los encargados de cuidar el ganado en las haciendas.

La valentía de estos “vaqueros mexicanos”, causó la admiración de Madame Calderón de la Barca. (Cruz Porchini, 2010, p.30).

Los “*Chinacos*” eran los únicos facultados para montar a caballo y debían utilizar sillas diferentes a las militares y por su vestimenta a cuero, eran mejor conocidos como “cuerudos”.

José Antonio Serna Ortega escritor para la página “decharros.com” afirma en un artículo de la página “Nuevo gráfico” que la vestimenta de los *chinacos*, era parecida a la del campero andaluz. Con sombrero similar al castoreño, pero de alas más anchas, y calzón de manta largo cubierto por otro pantalón de gamuza abierto de los lados exteriores los cuales eran abrochados por una botonadura que dio lugar a la que posteriormente han usado los charros, las chaparreras.

En el libro “Orígenes del Charro Mexicano”, Álvarez del Villar comenta que la ropa blanca, simple y sencilla, fue de la vestimenta un objeto de lujo , pues aparte de la extremada

limpieza que caracterizaba a ésta gente, sus prendas se adornaban con alforzas y labores de costura que hablaban de la pericia femenina. (Álvarez del villar,1968, p.97).

Otra peculiaridad de estos personajes como lo menciona Álvarez del Villar, fueron las botas de campana, recurso que originalmente protegía la pierna al nivel de la rodilla. Estas botas consistían en un diseño basado en pieles de venado gruesas y suaves que inicialmente carecían de lujo, pero con el paso del tiempo se adornaron, de modo que quedaron visibles en la parte externa de la pierna. (Álvarez del villar,1968, p.97).

La mujer del *chinaco* era la china, quien a inicios del siglo XX era mejor conocida como “china poblana”, quien más adelante se reconoció también como el complemento ideal del “*chinaco*”.

En el mismo siglo, el “*chinaco/charro*” ya era un tipo iconográfico con características de dignidad, heroicidad , masculinidad, fortaleza y apego al campo. (Cruz Porchini, 2010, p.50).

Durante el porfirismo el hombre mexicano se convirtió en un estereotipo como es el caso de Emiliano Zapata junto con sus hombres, mejor conocidos como: “Los Plateados”, éstos eran bandidos de la tierra caliente de Cuautla y Cuernavaca que gustaban de adornar con plata sus trajes. Cada bandido de aquellos, montado a caballo podía tener en toda su indumentaria, vestimenta e incluso en los arreos de sus caballos, un valor alrededor de los mil pesos. Este ruidoso uso de la plata en aquellos hombres, los llevó a ser llamados “Plateados”, pero dos características principales hizo inolvidables a estos personajes: La impecable forma en cómo portaba el traje de charro, incluyendo la valentía y la otra fue los duelos por amores prohibidos. (Salvador Rueda, 2010, p. 60).

Esta época le abrió camino a Zapata que como el revolucionario que era , con grandes bigotes, enemigo de la civilización, dirigente de rudos campesinos maderistas y de presencia gentil, abrió paso a una nueva visión del charro con signos de poder, prestigio, mexicanidad, tradición y sobre todo valentía.

“En Febrero de 1917, Enrique Krauze escribió: << Lo que más atraía en Zapata no sólo eran las mujeres sino a todo el que lo conocía, era su carácter de “charro entre charros”

Emiliano se presentaba en las plazas de toros montando los mejores caballos del rumbo, sobre las mejores sillas vaqueras. Los jaripeos, las corridas de animales en el campo, las carreras de caballos, el jineteo de toros, las peleas de gallos o el simple campear eran sus diversiones favoritas. Su impecable figura de charro no tenía afectaciones ni rebuscamientos, era clásico a su manera..(..) pero no era la indumentaria, sino su habilidad con los caballos, el lazo y los toros lo que lo definía sin dudas como un charro.” (Salvador Rueda, 2010, p.72).

El historiador Salvador Rueda, director del Museo Nacional de Historia “Castillo de Chapultepec” manifiesta que los pocos datos bibliográficos que se tienen de Emiliano Zapata antes de 1911 refieren a su inclinación por los caballos y su talento para manejarlos. (p.72).

Incluso en su muerte, afirma el veterano Serafín Robles, su indumentaria del caudillo revolucionario en su lecho de muerte fue de charro: pantalón ajustado de casimir negro con botonadura de plata, sombrero , chaqueta de Holanda, espuelas y vestido en cinto.

Así fue pues que en el siglo XIX se dieron las condiciones para que el este personaje y la charrería fueran representaciones nacionales, así lo afirma Ricardo Montfort, investigador titular del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).

En el imperio de Maximiliano (siglo XIX, principios del XX) el atuendo del charro y de la china poblana empezarían a identificarse como vestimentas típicas mexicanas, al grado de que el propio emperador se hacía retratar a la manera “mexicana” con su traje entre chinaco y charro. (Ricardo Montfort, 2010, p.98).

Para entonces los hombres poderosos de campo y terratenientes se hacían pasar con algunos elementos mexicanistas que pretendían ser distinguidos de los demás propietarios y hombres extranjeros. No sólo se dejaban ver a caballo, sino también elegantemente vestidos portando sarape, pantalón y chaqueta con botonadura de plata u oro, corbatín y sombrero ancho”. (Ricardo Montfort, 2010, p.98).

Pero no fue hasta avanzado el siglo XX con la Revolución Mexicana y durante el trayecto

posrevolucionario cuando la charrería y sus vertientes toman más relevancia, así lo afirma Ricardo Montfort. “Es precisamente a lo largo de estos años cuando la imagen del charro como genuino representante de México y la mexicanidad logró su definitividad y preponderancia.” (Montfort, 2010, p.104).

En el año 1889 y principio de 1890 se le podía percibir como un factor indicativo y diferencial de “lo mexicano”, incluso por su ya reconocido atuendo y en representación de la figura de “tipo nacional”, fue llevada a exposiciones al extranjero obteniendo un particular éxito a la hora de diferenciar de los “cowboys” norteamericanos o de los “gauchos” argentinos. (Montfort, 2010, p.108).

“Poco a poco su vestido y actitud se fueron definiendo con mayor claridad para insistir en su condición de mexicano más como puesta en escena popular y reivindicación del hombre del campo que como proyección de anhelos porfirianos”. (Montfort, 2010, p.108).

Históricamente fue en 1919 cuando se fundó en Jalisco la Asociación de Charros de Jalisco, misma que aún existe y que puede ser considerada la primera en suelo patrio y es en el año de 1921, que se fundó la Asociación Nacional de Charros, A.C. misma que conserva documentos fehacientes de su integración y por ello se le conoce como la decana de las asociaciones charras del país siendo entonces cuando la charrería se convirtió en deporte, el único deporte nacional.

La página “decharros.com” asegura que la primera Asociación Nacional de Charros se creó en 1921 y que sus principales integrantes fueron Carlos Rincón Gallardo después conocido como Marqués de Guadalupe o Conde de Regla, Ramón Cosía González, Alfredo B. Cuellar , entre otros hacendados y grandes propietarios. (decharros.com, 2007).

“Carlos Rincón Gallardo es una de las personas que esculpieron la figura del charro moderno, no como un capricho de su mente, sino a manera de perpetuación de tipos y personajes engendrados..” (Álvarez del Villar, 1968, p.151).

Álvarez del Villar afirma que esta agrupación perseguía entre otros fines nobles, oportunidad para ejercitarse en las prácticas propias de la equitación. (p.146).

Esta congregación logró en abundancia, desplegar y fomentar las faenas rancheras en locales urbanos. En cuanto el grupo inició sus actividades se le iban sumando gente y muchas de ellas inexpertas, lo que hizo que estos mismos personajes fueran discípulos de los novatos que llegaron a ser unos charros muy hábiles, asimismo se adhieren a la asociación. (p.147).

El antecedente histórico que se tiene sobre la mujer en este deporte, dice José Iturriaga, historiador de la Universidad Iberoamericana y economista de la Universidad Nacional Autónoma de México, puede rastrearse en el siglo XIX. En los grupos ecuestres mexicanos, se dice que hay noticias de un grupo de ocho damas llamadas “Mexican señoritas”, que participaban en las giras de “Healy and Bigelow Company’s Medicine Show”, que producía el Pawnee Bill Wild West Show, en este evento realizaba peligroso y audaces movimientos a caballo.

“La idea de la escaramuza fue desarrollada por Don Luis Ortega en 1950. Ortega era instructor de la Asociación Nacional de Charros, se inspiró en la idea de representar un “Ballet Ecuestre”. Según escribe Chávez, Don Santiago Ruiz Gómez bautizó esta suerte con la palabra “escaramuza”. (Iturriaga, 2010, p.35).

Una fecha muy importante dentro de la historia y surgimiento de la charrería es cuando la mujer tomó un papel dentro de la misma , eso data en el año 1925, así lo afirma la página web “Wix.com” en su artículo “Historia de la escaramuza”.

La Asociación Nacional de Charros, nombra por primera vez en el año 1925 a su “Primera Reina y Capitana” la Señorita Ana María Gabucio y Sánchez Mármol.

Unos años más tarde en 1933 para ser exactos se funda la Asociación Metropolitana de “Chinas”, integrada por las esposas, hermanas e hijas de los mismos socios, las que también ayudaron en todas las actividades a sus esposos y padres, estableciendo otra escuela de equitación charra al mando del entonces capitán José Ignacio Lepe. Él fundó el grupo de “Damas Charras” del círculo de amigos de charros de la Villa Obregón, (San Ángel) que se presentaban junto con los charros, en festivales y desfiles. (Wix.Com, S.F).

“Varias mujeres comenzaron a mover caballos montadas a mujeriegas, tan bien o mejor que los varones. En el grupo de San Ángel, había un ramillete de Amazonas”.

La Real Academia Española (RAE) define “a mujeriegas” como: “a la mujeriega, o a mujeriegas:

1. locs. advs. Dicho de cabalgar: Sentado en la silla, sillón o albarda, como lo hacen ordinariamente las mujeres, y no a horcajadas como los hombres.
2. a mujeriega o a la mujeriega loc. adv. EQUITACIÓN Sentado en la silla de montar con las dos piernas hacia uno de los dos lados y no horcajadas.

A pesar de estos ejemplos de habilidad, gracia, belleza y señorío, estos agerridos caballeros siempre se oponían a que las mujeres compitieran en charreadas formales, pero no pudieron impedir su participación. La página web “Zócalo Saltillo” declara que al primero en reconocer a la escaramuza como parte de la charrería fue Carlos Enrique Pascual López, presidente de la Federación Mexicana de charrería por aquellas fechas, quien insistió al consejo de votación de la Federación para que incluyera a la escaramuza en el reglamento de competencia, logrando su cometido en 1991.

“La charrería ha sido siempre un deporte de herencia familiar, pero la mujer hasta entonces era sólo un adorno y no competía, aquello era un deporte por y para hombres, donde competían desde niños hasta viejos, no había lugar para la figura femenina” (Ruta libre, 2015).

El presidente de México Pascual Ortiz Rubio estableció el 14 de septiembre como el Día del Charro y expide el decreto para que el traje de Charro sea el símbolo de la mexicanidad. (S.R, 2014).

Ricardo Monfort, explica que entre 1931- 1933 personajes como Carlos Rincón Gallardo, Juan Ramón Ballesteros, Alfredo B. Cuellar entre otros, asumieron que el charro era representante tácito de la nacionalidad mexicana e insistieron a diversos gobiernos posrevolucionarios que se declarara a la charrería como deporte nacional. Esto se logró durante la administración de Abelardo L. Rodríguez en 1933; el 16 de diciembre, se fundó

la Federación Nacional de Charros y su primer presidente fue Silvano Barba González. (p. 123).

La Federación Mexicana de Charrería, A. C. (FMCh), se fundó ante la preocupación de los charros por la expansión de su arte, el orden y el respeto a los estatutos. Es la máxima casa rectora del deporte nacional mexicano por excelencia. (Chávez, 2014, p.29).

“La Federación Nacional de Charros fue mantenedora de la custodia del orgullo charro en la promotora de congresos, campeonatos y encuentros de charrería en el interior de la República y en otras partes del mundo”. (Montfort, 2010, p.124).

En la década de los años setenta fue fundado el Palacio de la Charrería, en donde hoy radica su museo.

La misma Asociación Nacional de Charros presentó la iniciativa de instaurar el 29 de diciembre como “Día del Charro y la China Poblana. (p.162).

“El fervor nacionalista de aquellas campañas combinada con la afición por la charrería llegó a tales extremos que en 1932 el periodista Jacobo Dalevuelta reitera en un artículo que después de la bandera tricolor, el símbolo mexicano por excelencia debía de ser el charro”. (Montfort, 2010, p.162).

En 1933, el presidente Abelardo L. Rodríguez reconoció institucionalmente a la charrería como “deporte genuinamente nacional” y ofreció todo el apoyo moral para resurgir las típicas costumbres que nos legaron en nuestros antepasados. (p.162).

A partir de 1937 el cine, la prensa y la radio se encargaron de difundir masivamente al charro, a la china poblana, al jarabe tapatío como referencias mexicanas por excelencia (p.163).

2.2 La charrería y su importancia cultural para México.

¡Vístete de charro, vístete de México!

“La cultura es ese vínculo invisible que nos une entre personas y que expone formas de pensar y de vivir” (Importancia una guía de ayuda, Importancia de la Cultura, 2012).

El término cultura en general se refiere a la forma de vida de cualquier sociedad. Toda sociedad posee una por muy sencilla que sea, y todo ser humano es culto en el sentido de que es portador de una u otra erudición. (Linton, 1945, p. 45).

“Configuración de la conducta aprendida y de los resultados de la conducta, cuyos elementos comparten y transmiten los miembros de una sociedad”. (Linton, 1945, p. 46).

María Purificación Cervera Rivera nos da otra definición en su libro “Antropología, sociedad y cultura”: “El concepto se identifica con aquellos comportamientos que tienen en común el hecho de ser aprendidos y adecuados a un grupo particular de personas.” (María Purificación Cervera Rivero- María Candelaria Kú Puc, p.161).

La charrería, como fenómeno cultural, ha tenido un papel central en la dinámica centro-región y, sobre todo, en la construcción del occidente mexicano como una región que, en la historia nacional, ha tenido un papel particular. (Cristina Palomar, 2004 p.2).

Además de una vía importante para la producción de los sujetos locales, un campo que ha dado lugar al surgimiento del estereotipo que participa en el proceso de la construcción del sujeto nacional moderno. Su potencial como modelo de moralidad y de comportamiento se deriva de la existencia real de los individuos que conforman la comunidad charra, que refrenda la veracidad y la vigencia de los ideales que encarna el personaje, poniéndolo en escena a través de distintos dispositivos: la fiesta charra o charreada, los desfiles, los distintos festejos y ceremonias, y otros... La representación de este personaje condensa diversos elementos. Por una parte, representa un discurso nacionalista y de la modernidad; por otra parte, construye una identidad afincada en un pasado mítico que se proyecta al futuro sobre la necesidad de producir una identidad social, cultural y política nueva y acorde con el nuevo contexto. (p. 5).

Arturo Rentería, secretario general de la Asociación Charra de Quintana Roo declara en una entrevista para "Veracidad News": "La cultura del charro es muy basta. Somos actualmente el eslabón del pasado y del presente de nuestro México y algo muy importante: México tiene un ícono y es el charro".

Cristina asume que el nacionalismo charro no puede permanecer en el mundo 'tradicional', sino que tienen que darle un lugar importante a lo moderno en su presencia actual como deporte nacional, ya que aunque se considera que la tradición es como el alma del país moderno, lo que realmente representa el presente y el futuro del país es la porción moderna. (Cristina Palomar, 2004, p.8).

La doctora en Ciencias Sociales agrega: " Es innegable que, aunque se sigue considerando el símbolo de lo mexicano, compite ahora con otras figuras que han entrado en el escenario mundial de los estereotipos culturales mexicanos tales como los norteños de las bandas musicales, figuras más coherentes con la lógica de la globalización y en las que se manifiestan las nuevas identidades que se producen bajo su influencia: identidades más flexibles, híbridas y más móviles. La pérdida paulatina de terreno simbólico de la charrería en el panorama nacional se puede observar de distintas maneras. Sin embargo, no se puede decir que el charro, como símbolo nacionalista, haya perdido su vigencia. La pregunta de fondo es si este tiene todavía un lugar en el actual contexto, tan distinto de aquel en el cual emergió como figura nacional, y si todavía tiene potencial para simbolizar y representar a una sociedad en constante transformación, cada vez más diversa e inmersa en un complejo proceso de producir múltiples identidades.(Cristina Palomar,2004, p.12).

Por arte, Alejandro Adrián junto con Vianney Gálvez y María Nuñez lo definen en su libro "Arte" como: Disposición y habilidad para hacer algunas cosas. Es todo cuanto se hace por industria y habilidad del hombre. (Alejandro Adrián, Vianney Gálvez y María Nuñez, Arte, SF, p.5).

Alejandro Pedrero, Campeón Nacional tres veces y capitán del equipo "El tequila" declara: "La Charrería aparte de deporte es arte y se necesita sentir para poder demostrarle a la gente lo que estás haciendo".

“La palabra tradición, en su sentido etimológico, sugiere la presencia de un legado que se transmite de generación en generación, por obra de un sujeto transmisor a un sujeto receptor. Lo que se transmite es, en su esencia, un acervo permanente de verdades vitales que asumen diversas y renovadas formas históricas.” (Cultura y tradición para las escuelas, Tradición, 2013).

La comunidad charra tiene una interacción social que en su base se sostiene por una red de significados compartidos y vivenciados subjetivamente de manera similar, no solamente de manera racional sino también emocionalmente. Al mismo tiempo, dicha interacción social opera como un campo de actualización y reproducción de los vínculos necesarios para el sostenimiento de la comunidad, que ha generado sus propios códigos, normas, modales y rituales con esta misma finalidad. (Cristina Palomar, 2004, p.6).

El patriotismo es un gran valor y refiere tu lealtad, amor y respeto hacia tu país; lo que te distingue como mexicano son tus raíces, tus costumbres, tu bandera, el himno nacional, tu música, bailes, historia, cultura y tradiciones. Tu sentido patriótico lo vas a desarrollar en tu casa y en tu escuela. Las personas como tú deben aprender a respetar la bandera mediante el saludo, a cantar el Himno Nacional, a cuidar los monumentos históricos y todo lo que haya en su país; ama a tu patria porque tú naciste en ella. (José Ingenieros, Patriotismo, 2011).

Don Pablo Castillo ,creador de asociaciones charras en México, Washington y Oregón expresa: “Un charro es el símbolo de México. No es la figura decorativa de México, es un glorioso símbolo viviente, es un caballero en toda la extensión de la palabra”.

"Si uno conoce a fondo lo que es la Charrería y se mete en su corazón jamás vuelve a salir... enseñemos a los niños el ABC de la Charrería para que la conozcan bien y la sientan como parte de su propia historia. Yo nací vestido charro y así me voy a morir."

La doctora Cristina Palomar afirma que la fiesta charra o charreada, es actualmente el escaparate público en el que se pone en escena todo un discurso conformado por signos visuales (los trajes, las habilidades deportivas, la competencia, las artesanías, la pintura, etc.), auditivos (la música, el argot charro, los dichos y refranes) y lingüísticos (los relatos escritos y orales, la historia charra, los discursos, etc.) sobre la mexicanidad, que tiene un

potencial enorme como zona de contacto en la cual están presentes la lógica del desarrollo nacional con la de la modernización, y como espacio en el cual se movilizan diversos tipos de recursos sociales y culturales, siendo al mismo tiempo una sofisticada representación del resultado de las negociaciones entre el Estado y la comunidad charra en los últimos cien años. (Cristina Palomar,2004, p.5).

Don Miguel Ortiz, charro de la 1a. generación charra y con 50 años de experiencia señala en entrevista para "Herencia Bonita": La charrería es una herencia que traemos desde muchos años atrás y es una herencia a la cual tenemos que darle seguimiento... "La charrería es un deporte muy peligroso, tienes que estar listo; la confianza no es buena."

Tal como lo expresa el actor de teatro Sergio Martín Mendoza para la página web "almomento.com", las distintas manifestaciones artísticas como la música, la danza, el teatro, etc, son formas de exteriorizar o de contar nuestra historia, narrar el contexto. Por esto también es un legado y sirve de base en una sociedad porque en ella se transmiten enseñanzas para las siguientes generaciones.

Por eso, no se trata de que las cosas 'se desvirtúen', sino de que los contenidos representados se van alterando. Se trata, finalmente, de comprender que la cultura es móvil e histórica, y que si la actualidad plantea nuevas exigencias, también se hacen necesarias nuevas representaciones. (Cristina Palomar,2004, p.14).

Casi un siglo después, vuelve a encontrarse en una situación de fuerte competencia frente a otras figuras que quizá pueden representar de mejor manera el mundo actual, cada vez más globalizado y al mismo tiempo más diversificado. Sin embargo, las tradiciones y los estereotipos no mueren súbitamente, sino que más bien van transformándose poco a poco hasta convertirse en aquello que pueda simbolizar los nuevos significados y, en el proceso, van dando lugar a figuras híbridas y/o bastante alejadas de la imagen 'original'. (p. 12).

Como lo dijo el actor Sergio: " El ser humano se defiende consumiendo cultura, es decir que estando sumergidos en el caos, la gente busca la manera de escapar del mismo aunque sea por momentos. Y esto es algo que se hizo desde siempre, desde los esclavos que exteriorizaban la opresión a través del canto hasta cualquier persona que hoy en día viaja en colectivo escuchando música, o leyendo un libro para dejar de lado la rutina. Nos

damos cuenta que tanto productores como consumidores de esta se resguardan en ella para encontrar un equilibrio y seguir. (..) el centro de la cuestión está en que es fuerza, es poder, y a través de ella la sociedad encuentra un punto común, que es la identidad, es lo que somos. Por un lado, es importante porque ante situaciones adversas sirve para replegarnos sobre nosotros mismos y recordar quiénes somos, y por otro lado porque nos sirve para expresarnos y la libre expresión es tan vital como la supervivencia.” (almomento.com, La importancia de la cultura para la sociedad, 2015).

En términos generales, las discusiones entre quienes sostienen que la charrería es una tradición y quienes la miran solamente como un deporte plantean una situación de mutua exclusión. Esta diferencia es fundamental para los charros, ya que cada una implica cuerpos de valores radicalmente distintos, de los que se desprenden otras diferencias importantes. En relación con esta discusión, podría aventurarse que el charro, como se conoce ahora, es un producto puente entre una tradición perdida y un deporte inventado a principios del siglo XX, fabricado a través del progresivo proceso de institucionalización, organización y transformación de la charrería en deporte, que ha dado un nuevo carácter a una práctica que, sin embargo, sigue considerándose la base de una tradición que lo legitima, y que aún subsiste y proyecta sus valores en los lienzos charros de la modernidad. (p.8).

“En 1993 se contaban 650 asociaciones agrupadas en la Federación Mexicana de Charrería. En 2002 se hablaba de cerca de 900, y de la presencia de asociaciones charras en todos los estados de la república; tan sólo en el estado de Jalisco hay 116 asociaciones. Esto parece hablar de una proliferación de la charrería, pero en realidad se trata del resultado de su atomización, lo que puede comprenderse al pensar en el modo de reproducción del que depende la tradición charra, pero también del desgaste que ha sufrido la charrería como grupo significativo en la cultura nacional.” (p.10).

La Secretaría de cultura dice que la charrería es una actividad de precisión y de riesgo. La pasión y el amor en este deporte son fundamentales en el individuo. En México es, sin duda, un claro ejemplo de la diversidad de las expresiones culturales que surgen a raíz del encuentro entre ellas que dan origen a México.

Por su gran aporte cultural a México la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), la Secretaría de Cultura, el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y la comunidad portadora conformada por varias asociaciones de charros, informaron conjuntamente el logro de la inscripción de la nominación “La Charrería, tradición ecuestre en México”, en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Este proceso de elaboración y evaluación llevó cinco años y gracias a las gestiones realizadas por las ya mencionadas instituciones así como de la comunidad portadora, la Charrería, tradición ecuestre en México fue declarada el 1ero de diciembre del 2016 Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, lo que la convierte en la octava manifestación cultural viva de México que recibe esta distinción. (Gob.mx, Declara la UNESCO la charrería como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, 2016).

Así mismo se da a conocer que la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial tiene cuatro objetivos principales:

1. Salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial.

2. Respeto del patrimonio cultural inmaterial de las comunidades, grupos e individuos de que se trate.

3. Sensibilización en el plano local, nacional e internacional sobre la importancia del patrimonio cultural inmaterial y de su reconocimiento recíproco.

4. Cooperación y asistencia internacionales.

"...No debo dejar de montar a caballo porque, si dejo de montar a caballo, me voy a morir antes..." (Alvaro Domecq y Diez).

2.3 La fiesta charra.

2.3.1 Las suertes

La charrería está basada en las actividades tradicionales de la ganadería, se practica en 'lienzo charros' instalaciones especialmente diseñadas para esta actividad. En la charrería existen diez faenas: la cala de caballo, los piales en el lienzo, el coleadero, el jineteo de toro, la terna en el ruedo, el jineteo de yegua, las manganas a pie, las manganas a caballo, el paso de la muerte y la escaramuza charra. Consisten en demostraciones de destreza, tanto montando como lazando caballos, yeguas o toros.

José Iturriaga dice: "Las suertes charras son un reflejo fiel del espíritu de la charrería, son variadas y requieren de alto nivel de habilidad y arrojo por parte de quien las ejecuta. Las competencias pueden constar de la modalidad en equipo o individual, y tener diversas categorías." (José Iturriaga, 2010, p.320).

Este deporte consiste en la realización, frente a un público, de distintas faenas en un espacio físico diseñado especialmente para eventos de competencia bien especificadas. En estas circunstancias, se exhibe la destreza, la fuerza y el dominio que la persona tiene sobre los animales así como la calidad del ganado, en el espectáculo festivo llamado charreada o fiesta charra. Se dice que las distintas actividades que se exhiben entonces 'vienen a ser las mismas faenas realizadas en el campo, pero embellecidas por el arte'. (Gallegos Franco, 1996).

Un equipo debe estar integrado por el capitán, tres coleadores, un pialador, un calador, un jinete de yegua, un jinete de toro, tres lazadores en el ruedo, un manganeador a caballo y un manganeador a pie y un jinete para el paso de la muerte. Cada equipo que se conforme, debe tener un suplente.

En la competencia por equipos participan de dos a tres equipos, y las categorías se dividen en: infantil, juvenil, adultos mayores.

En las competencias charras también existe una categoría que se denomina: “Charro completo”, y consiste en una actividad individual, donde se ejecuta todas las faenas, excepto la terna en el ruedo (lazo de cabeza y lazo de pial) y el jineteo de yeguas brutas. Este participante empieza con 20 puntos y estos pueden ir sumándose o restándose dependiendo las habilidades que muestre en cada una de ellas..

La primer faena lleva por nombre “**La cala de caballo**” y consiste en:

Explica la página web “México desconocido”: demostrar al público, entre otras cosas, la buena rienda y mejor educación del animal, que incluye brío, andadura, galope, carrera y mansedumbre. Después de comprobar que no lleva ningún aditamento que pudiera lastimar al caballo, se lleva a éste al partidero. Una vez ahí y a una señal, lo hace arrancar a todo galope para detenerlo bruscamente a media plaza. Al pararse, el caballo se apoya en los cuartos traseros, dejando en el piso la huella de sus patas, a lo que se llama rayar o meter las patas. Inmediatamente sigue la demostración llamada dar los lados, que consiste en hacerlo dar tres o más lados hacia un sentido y luego hacia el contrario. Después de que el caballo ha dado los lados, se le hace cejar en línea recta hacia el partidero; esto es, se le hace caminar para atrás con naturalidad, con sólo templarle la rienda. Una vez terminada su ceja, regresará al centro del cuadro a saludar al estilo `charro´.

La segunda suerte es mejor conocida como “**Piales en el lienzo**” :

Significa lazar al animal únicamente de las patas traseras. En esta actividad no se busca derribarlo, sino disminuir su velocidad hasta detenerlo completamente. En campeonatos oficiales habrá un pialador por cada equipo, mientras que en competencias amistosas se recomienda que sean tres por cada equipo. Cada pialador tendrá derecho a tirar tres veces y cambiar su colocación en el lienzo para tener las mismas oportunidades. Si al estarse realizando se llega a reventar la reata, el pial no cuenta, pero si el pialador suelta la reata porque la yegua se la quita, éste es descalificado, excepto cuando la yegua entra al devolvedero.

Los Piales son en realidad una de las más difíciles entre todas las suertes que realizan los charros.

La forma en que los competidores tiran sus piales es muy variada y de la habilidad de éste depende la puntuación. Como el propósito de esta faena es lazar exclusivamente las patas de la yegua, únicamente califican aquellos piales en los que sólo entran las patas en la lazada.

“El coleadero”:

Se caracteriza por ser una de las suertes más espectaculares; es valiente, rápida, impetuosa y no exenta de peligro.

“Esta actividad surgió casi accidentalmente, pues a menudo las haciendas aumentaban su ganado mayor, por lo que no bastaba con los cuidados de los vaqueros. Se cuenta que en una ocasión, cuando se separó un toro de la manada, un vaquero, enfadado corrió tras de él en su cabalgadura cogiéndolo de la cola y jalándolo hasta que el bovino perdió el equilibrio. Se cayó y levantándose sumiso regresó a su punta. Los vaqueros que presenciaron la escena se divirtieron, así nació la suerte del Coleadero.” (México desconocido, S.F).

Dentro de la charrería organizada, el equipo de coleadores será de tres o de cinco, dependiendo del tipo de competencia. Cada coleador tendrá tres oportunidades. Se otorgará mayor puntuación a todas las caídas que se efectúen en menor terreno y se anularán todas las que se realicen fuera del mismo.

El coleador espera su turno junto al contra lienzo. En el preciso momento de recibir al toro saludará tocándose el ala del sombrero con el dorso de la mano derecha. Simultáneamente arrancará su caballo con el fin de no dejarse ganar la carrera por el novillo, y a toda velocidad dará unas palmadas en el lomo del animal. Es decir, tiene la obligación de pachonearle el lomo. A toda carrera y paralelamente al toro, el charro se agacha para agarrarle la cola y llevarla aproximadamente a la altura de la rodilla; en esa posición, debe pasar la pierna, con todo y estribo, por encima de la cola del novillo enredándola firmemente

en la espinilla e, imprimiendo mayor velocidad a la carrera, jalará fuertemente para derribar así al animal. . (México desconocido, S.F).

En orden de la faena, después del coleadero el **“Jineteo de toro”**:

Que es una de las actividades más peligrosas y desafiantes pues como bien lo explica la página web “México desconocido” en su artículo: “Las suertes de la fiesta charra”, el jineteo de toro consiste en montar un novillo y permanecer en el lomo del animal hasta que haya dejado de reparar.

Actualmente se utiliza el llamado cajón, que se localiza en la unión del lienzo y del ruedo, en donde se encierra al toro y se le pone el pretal. Una vez fuera, el novillo empieza a reparar; el toro hace cuanto le es posible por tirar al jinete que lleva sobre su lomo y éste, a su vez, todo por permanecer montado. Esta espectacular faena termina cuando el animal deja de reparar y el charro se baja y cae de pie en el ruedo. (México desconocido, S.F).

“La terna”:

Como quinta faena y como su nombre lo indica, los participantes de esta suerte siempre serán tres charros a caballo. La terna está estrechamente unida a la jineteada de toros y deberá efectuarse en ocho minutos, que empiezan a contar desde el momento en que sale el toro del cajón con el jinete. El tiempo empieza a correr y termina cuando se limpia (se le quitan las lazadas). Una vez que el jinete se ha apeado del toro, los tres vaqueros comienzan a lucir sus habilidades de lazadores. Primero se busca lazar la cabeza. Una vez que se ha lazado al toro por la cabeza o por los cuernos se intenta, también por turnos, tirar el pial. Es decir, sujetar al toro de las patas con la reata para finalmente derribarlo . (México desconocido, S.F).

“Jineteo de Yeguas”:

Al igual que en el jineteo de toros, el jinete debe permanecer en el lomo de una yegua cerril hasta que deje de reparar, cuenta con cuatro minutos para apretalar la yegua y salir del cajón. Se sancionará también al jinete que aproveche la proximidad de la barrera para

apoyarse o al apearse utilice cualquier otro auxilio. En cambio, se considerará muy elegante bajarse sujetando la oreja de la yegua y con el pretal en la mano.

“La Mangana”:

Consiste en lazar únicamente las manos del animal cuando éste pasa a toda velocidad o está parado. Se pueden tirar manganas hacia adelante y hacia atrás, a la derecha o por la izquierda.

Estas suertes se realizan en equipo, el manganeador es auxiliado por tres arreadores. El charro tiene tres oportunidades para tirar manganas siempre diferentes. Se considera mangana sólo cuando la yegua no mete las patas o primero una mano y después otra. El tiempo para la ejecución de las tres manganas es de ocho minutos a partir de que el juez autorice el inicio.

El lazador se colocará en el lugar del ruedo que mejor le parezca, a una distancia mínima de cuatro metros de la barrera, y los arreadores se encargarán de lograr que la yegua que se va a lazar pase entre la barrera y el manganeador. Si la yegua no pasa en esas condiciones y con la suficiente velocidad, no contará la oportunidad, siempre y cuando el lazador no remate su mangana (tirar a lazar). En cambio, la oportunidad cuenta si al estar floreando la reata para ejecutar su labor la perdiera por cualquier causa, pase o no la yegua por el lugar conveniente. Se considera mangana consumada cuando al caer la yegua lazada y estirada, rinda costillar y paleta.

“El paso de la muerte”:

Es probablemente que la más peligrosas de cuantas se ejecutan en la charrería, es la última.. Consiste en que el jinete, montado en pelo un caballo domado y educado, corre paralelamente a una yegua bruta que salida del cajón y, emparejándose con ella, se pasa del caballo en que va montado a la yegua. El jinete debe sostenerse únicamente de las crines, tanto de su caballo, como de la yegua a la que ha de pasar. El charro que ejecutará

esta faena será auxiliado por tres ayudantes, quienes se encargarán de hacer correr a la yegua alrededor del ruedo. El jinete dispondrá de tres oportunidades para realizar esta suerte. Su primera oportunidad será a puerta de cajón, ayudado por sus arreadores. En el segundo y tercer intento, los arreadores le pasarán la yegua en el lugar en que él espera. Como la yegua no está acostumbrada a llevar jinete alguno en su lomo, al momento de ser montada repara, se levanta sobre las patas, brinca y repara, tratando siempre de librarse del pasador, pero éste a su vez tratará de permanecer montado, bien sujeto de las crines hasta haber calmado al animal. (México desconocido, S.F).

“La escaramuza”:

Es la única suerte que realiza en el ruedo la charra y es "un ballet ecuestre" donde las damas jinetes, ataviadas con traje de Adelita, demuestran su dominio sobre la cabalgadura realizando diversas y bellas maniobras.

“La escaramuza es la suerte femenina por excelencia, realizada por ocho mujeres. Ellas efectúan una serie de ejercicios ecuestres a galope, con diversos grados de dificultad , por supuesto vestidas de charras o de adelitas y montadas en una albarda , con la pierna derecha cruzada. La escaramuza tiene lugar al ritmo de la música”. (José Iturriaga, 2010, p. 351).

La escaramuza ha cobrado gran popularidad y constituye una hermosa representación que enriquece el espectáculo con gran colorido. Actualmente ya es competencia, y son 300 grupos que tratan de colocarse en los eventos nacionales. (México desconocido, S.F).

2.3.2 Tradiciones de la charrería

“En México hemos ido creando, a paso de la historia, una extensa gama de tradiciones que han ido cincelandando nuestra identidad cultural; esas herencias que pasan de boca en boca, hechas palabras y que constituyen nuestra mitología cotidiana, nuestra memoria ancestral, nuestras maneras de aferrar el mundo y de hacer las cosas nuestras maneras de hablar, nuestros sistemas de creencias, de llorar, de reír, de vestir, de andar desnudos, de comer o afrontar el hambre, de ser nosotros, los mexicanos, en fin. (Herón Pérez Martínez, 1989, p. 11 y 12).

Existen variaciones en la historia de su creación, pero hay elementos en común que indican que todo surgió una noche de 1891 en una cena entre amigos en casa del compositor Fernando Villalpando en Zacatecas, donde entre los invitados se encontraba su concuño Genaro Codina. Fue en esta tertulia que surgió el reto entre ambos músicos de componer una marcha militar, misma que se sometería al juicio de amigos y familiares, acordando que el ganador dedicaría su marcha al entonces gobernador de Zacatecas, el general Jesús Aréchiga.

La “*Marcha de Zacatecas*”, una melodía que ha trascendido nuestras fronteras y que está considerada como el segundo Himno Nacional de México y el Himno Nacional de la Charrería Mexicana, elemento indispensable en las ceremonias y desfiles e incluso sus notas acompañaban el retorno a los salones de clases tras el fin de los honores a la bandera en las escuelas públicas. (amigosmap, 2014).

La fiesta charra comienza con el famoso “desfile” que consiste en la entrada al ruedo de los equipos charros que participarán en la competencia, iniciado desde la manga del lienzo, acompañados de la música: “Marcha de Zacatecas”, estos participantes comienzan a saludar al público y a los jueces mientras dan la vuelta al ruedo, con la mano derecha la orilla del sombrero, cuando finaliza esto, entonces sí, comienzan las suertes.

Una de las tradiciones más importantes durante la fiesta charra, fue creada por la compositora Rosa López- Tello de Chihuahua al crear la mayor alabanza para todos los practicantes de este deporte y eso fue: “La oración del charro”.

Antes de comenzar la charreada, los equipos se encuentran alrededor del ruedo y con la mano derecha en el pecho y sombrero abajo, se encomiendan a Dios y ponen su suerte en sus manos con la siguiente oración:

*Señor a tus pies estoy postrado y vengo vestido de charro
a mi lado están conmigo mi reata, mi sombrero y mi caballo,
vengo a pedirte Señor que me acompañes
en cada una de mis suertes charras
así como te pido que hoy tú vengas a cabalgar conmigo.*

*Señor tú sabes que mi vida está en peligro,
pero no temo Señor porque tú estás conmigo.
Te pido por mis hermanas charras y mis hermanos charros
que juntos hacemos de la fiesta un gozo,
tu Señor te sientes orgulloso.*

*Cuando ya todo se haya terminado y
el lienzo se quede en un sólo silencio,
ahí Señor te doy las gracias por haberme dejado llegar al final de ésta charreada. y
te pido que el día de mañana
cuando yo venga a pisar estos lienzos charros,
tu seas mi Juez y mi Compañero. Amén.*

Antiguamente las charreadas eran a visita recíproca, por lo cual otra de las destacadas tradiciones de la fiesta charra eran las comidas que preparaban con esmero las damas charras y ofrecían suculencias gastronómicas mexicanas, todo esto con la finalidad de superarse las unas con las otras al terminar la charreada.

Tal como lo dice la Investigadora de la Federación Mexicana de Charrería, Oralia G. de Cerón : “Este personaje de nuestra cultura ha creado todo un arte en su indumentaria y en un sinnúmero de objetos que utiliza para la práctica de la charrería, y que reflejan tanto el

legado del tiempo como su especialísima forma de ser.” (PuertoVallarta.net, La Charrería y el Charro, tradición centenaria, S.F).

“La vestimenta está compuesta por trajes de diferente tipo, que se clasifican por categorías: de faena, de media gala, de gala y de etiqueta, dependiendo de la actividad o evento para el que se requieran (curiosamente, fue el Emperador Maximiliano quien implantó el uso del traje charro de etiqueta), pero todos consistentes en pantalón y chaqueta (de tela o gamuza, lisos o con adornos de gamuza o botonadura de plata) y camisa de algodón (siendo la llamada pachuqueña la más popular). (...) Los artesanos de la charrería elaboran también hermosas monturas con diferentes técnicas, como las bordadas en pita - fibra color crudo obtenida del maguey- , así como espuelas y finos textiles, entre los que destacan los sarapes de Guadalupe, Zacatecas, o los rebozos tan únicos que, en seda o algodón, se tejen en poblaciones como Santa María del Río, en San Luis Potosí, o Tenancingo, en el estado de México. Toda esta riqueza que conforma el patrimonio artístico-artesanal de la charrería es tan extraordinaria”.

La fiesta cierra con broche de oro cuando el charro y la China Poblana ejecutan el Jarabe Tapatío. No obstante el alarde de habilidad y valor, el derroche de colorido y el entorno de alegría que caracterizan a la fiesta charra, recordemos que la charrería más que un espectáculo es una actitud, un modo de ser que ha trascendido tiempos y espacios y que nos reconcilia con los más auténticos aspectos de lo mexicano. (México desconocido, S.F).

“Las fiestas patronales y cívicas se vieron engalanadas con la presencia de diversos charros, ya sea en la Feria de las Flores, o Fiesta de la Virgen del Carmen en San Ángel, donde desde el año 1857 llegaban al pueblecillo para dar más realce al festejo; o en el Paseo de la Viga, en Santa Anita e Ixtacalco, que eran un paseo muy popular distinto al de Bucareli, “donde se admiraban a los jinetes en hermosos caballos llenos de fuego y de brío, que caracoleaban y se agitaban para hacer lucir la habilidad y fuerza de quienes los montaban vistiendo un pintoresco traje”. (Alberto Sánchez, Signos de mexicanidad, p.378).

El escritor deja claro que desde finales del siglo XIX , los charros formaron sus propios contingentes en los desfiles del 16 de septiembre y del 5 de mayo.

Con Ponciano Díaz, afirma el escritor Alberto el espectáculo se hizo de paga, junto con la tauromaquia y se internacionalizó.

Gracias a una serie de circunstancias históricas, culturales, políticas y turísticas a Jalisco se le relaciona con tres de las principales señas particulares de la identidad mexicana: El tequila, el mariachi (figura que representa al mexicano como ninguna otra lo ha hecho a nivel internacional) y la charrería (considerada el deporte nacional de México). (Con equis, Tequila, Mariachi y Charrería, S.F).

Unido a nuestra cultura desde tiempos pasados, el mariachi siempre ha sido signo de orgullo y apego. Para cualquier mexicano que se enorgullezca de serlo, es común y toda una tradición terminar las fiestas familiares o eventos especiales. La charrería y el mariachi están fuertemente ligados.

El fenómeno múltiple que vino a cambiar y enriquecer los gustos musicales de México y aún más allá de nuestras fronteras: se consolidó como expresión válida y auténtica el mariachi en el gusto popular quedó tan ligado el mariachi con la charrería que, de inmediato, este binomio fue visto casi de inmediato como una de las parejas mejor avenidas; la figura del mariachi - charro se popularizó también fuera de México, hasta el punto que empezaron a proliferar agrupaciones de esta naturaleza en muchas ciudades del extranjero. (...) Esto es una de nuestras cartas de presentación en el extranjero, sino una de las señas de identidad de lo que es México. (Juan José Doñán, Charros y Mariachis, p.196).

2.3.4 Reglamento

La charrería por parte de la Federación Mexicana de Charrería, cuenta con un reglamento general en competencias y torneos que puede llevar modificaciones pasando los años, en este reglamento se califican a los integrantes del equipo, a los capitanes, el caporal, los jueces, la comisión deportiva, a los competidores, el uso adecuado del ajuar, en la observación y medición de los tiempos, distancias, antes, durante y entre las faenas charras, así como del peso de los animales a charrear. Califican la cala de caballo, los piales en la mangana ya sea a pie o a caballo, el coleadero, el jineteo de toros, la terna en el ruedo, de los lazos de cabeza, del jineteo de yegua y el paso de la muerte, todo esto estipulado en XVII capítulos y así poder sacar una calificación oficial y final por parte de cada equipo que participe en los eventos. (Reglamento oficial general para competencias. 2015, 2015).

Dentro de este reglamento existen sanciones que pueden ser: (Reglamento oficial general para competencias. 2015, 2015).

1. Amarres de alambre o de plástico, monturas sucias, con el retobo roto y/o falta de chapetones, aplicando la sanción en cada suerte.

1. Porque el jinete de toro, yegua o paso de la muerte, pierda cualquier arreo, se sancionará diferente que al resto de los competidores.

2. Por rebasar los dos minutos para limpiar el ruedo de prendas, por cada minuto.

3. Por no traer cuarta o perderla de la montura los arreadores, en cada oportunidad y faena, obligándose a corregirlo.

4. Por utilizar los arreadores sogas de plástico o de otro material que no sea de ixtle, algodón o cuero, o por utilizar sogas muy cortas (debe abarcar las dos manos).

5. Por la falta de tientos, o de no tener la longitud mínima de 20 centímetros y/o por estar enrollados, se infraccionará por competidor y/o arreador en cada faena.
6. Por perder o reventarse cualquier parte del atuendo o arreos o salirse de su sitio.
7. Porque el charro se quite el sombrero al estar realizando una de las faenas que le correspondan, no confundir con el hecho 32 de agradecer el aplauso del público o hacerlo para secarse el sudor.
8. Por voltear o soltar los estribos en cualquier faena, incluidos los arreadores, en cuyo caso la infracción se descontará a la puntuación general del equipo.
9. Por hacer sangrar al caballo del hocico, hijares y costillar o de cualquier otra forma) (se aplica solo una vez por suerte).
10. Por solicitar aclaraciones o hacer reclamos de una calificación a los jueces sin ser el capitán del equipo.
11. Por irse la montura de lado incluye al competidor y a los arreadores, en el caso de los arreadores se infraccionará al equipo.
12. Por apoyarse o sujetarse de la cabeza de la montura o del caballo, incluyendo a los arreadores, en cada faena.
13. Por perder el tiempo innecesaria o injustificadamente, en cada una de las faenas.
14. Porque que los capitanes, reclamen las puntuaciones de otros equipos, por cada vez que lo hagan si no procede la reclamación, debiéndola hacer por escrito y con la revisión del vídeo, si la reclamación no procede será acreedor a la infracción.

15. Por amarrar o trenzar la cola del caballo en cualquier faena ejecútese ó no excepción hecha en la cola de caballo.

16. Por golpear al caballo en la cabeza estando o no en suerte, cuando se trate de auxiliares o arreadores se infraccionará al equipo.

17. Por conducta antideportiva, como arrear a las yeguas de las manganas o pasos al devolverlas a los corrales, con el propósito de destroncarlas y con riesgo de que se golpeen, etc., se sancionará al equipo; si reincidieran, el paso de la muerte será descalificado. La infracción y/o descalificación será bajo reporte de comisión deportiva y/o jueces.

18. Porque los competidores, auxiliares y/o arreadores se caigan o se desmonten del caballo sin autorización de los Jueces durante cualquier faena, (excepto por accidente o porque se caiga jinete y caballo).

19. Si el capitán solicita ver el video para una aclaración y este no tiene la razón le serán aplicados 5 puntos de infracción al equipo por cada vez que lo solicite, aplicando esta infracción a la suerte en donde se solicitó la aclaración, si la suerte no tiene puntos buenos, se restarán de la calificación general del equipo.

20. Por que antes de iniciar su faena traiga la camisa mal fajada y/o las mangas arremangadas (por cada oportunidad).

21. Por usar la puya eléctrica en la suerte de jineteo de toro, jineteo de yegua y paso de la muerte dentro del ruedo (únicamente se podrá utilizar detrás de los cajones o cuando el animal está echado).

22. Por la falta de cualquier parte del atuendo o arreos, conforme a reglamento de competencias tratándose de arreadores, en cada oportunidad obligándose a corregirlo.

23. Ningún integrante del equipo podrá retirarse del ruedo durante las calas de caballo se infraccionará por cada competidor que lo haga, el pialador podrá desfilarse y retirarse antes de iniciar la primer cala de caballo.

24. Por conducta antideportiva o por hacer caso omiso a las indicaciones de los jueces o de comisión deportiva.

25. Por tratar de sorprender al jurado calificador.

En este reglamento también existen descalificaciones y pueden ser: (Reglamento oficial general para competencias. 2015, 2015).

1. Por ejecutar cualquiera de sus suertes en un animal que no sea caballo o yegua.
2. Porque el competidor use el pelo largo rebasando el cuello de la camisa, teniendo la cabeza en posición normal, o por traer aretes y/o argollas en cualquier parte de la cara o por utilizar tintes en el cabello de colores no naturales.
3. Por la falta de cualquier parte del atuendo conforme al Reglamento de Competencia.
4. Por usar en el atuendo cualquier arreo o indumentaria que no se considere Charro, incluyendo plásticos de cualquier tipo y alambres a excepción de los arreos y accesorios de protección para competidores y cabalgaduras tales como: taloneras, protectores de mano y chalecos para jineteo.

5. Por usar anquera en las faenas de cala de caballo, piales, terna y manganas a caballo.

6. Porque un charro compita en más de tres faenas, descalificándose en ese caso, de la cuarta en adelante, respetando el orden oficial de las faenas.

7. Porque un competidor actué deportivamente con dos o más asociaciones y/o equipos en competencias oficiales, o se haga pasar por persona diferente.

8. Porque un competidor, no se encuentre federado con la asociación por la que compite. **Nota:** En caso de duda, los Jueces harán las anotaciones respecto a la denuncia, en la hoja correspondiente. Misma que podrá ser a petición de parte o de oficio, quedando obligados a turnar el caso al Consejo Directivo de la Federación para su revisión y sanción en su caso.

9. Por utilizar en el relleno del cuello de la cabeza del fuste, mezclilla o cualquier otro material no autorizado., hilo con resistol no es permitido y estos lo deberá de revisar la comisión deportiva.

10. Por utilizar rozaderas que no sean de baqueta, cuero o carnaza, o utilizar amarres de alambre o plástico, se descalifica la oportunidad correspondiente.

11. Por caerse del caballo o apearse sin autorización de los Jueces en cualquier faena, estando el competidor en suerte, queda descalificado en su oportunidad, solo en la cala de caballo, cuando por accidente caigan jinete y caballo, el competidor tendrá oportunidad de levantarse en el caballo para no ser descalificado.

12. Por reincidir en conducta antideportiva los arreadores al devolver las yeguas de las manganas, se descalifica el paso de la muerte. Por aviso de comisión deportiva y / o jueces.

13. Por usar sombrero de varita o paja de trigo (sólo se permitirán, de fieltro, pelo o de palma en jineteos o paso de la muerte); en las demás suertes se sugerirá no usarlos ya que el material de varita o paja no otorga ninguna protección.
14. Por no entrar 3 arreadores a las suertes de manganas a pie, manganas a caballo y paso de la muerte.
15. Por usar en su vestimenta colores y prendas no permitidas ver artículo 50 y 57.
16. Por faltar el respeto al jurado calificador, comisión deportiva, ya sea de forma verbal o con con señas obscenas, se descalifica al competidor y los puntos que haya realizado hasta ese momento se descontarán al equipo.
17. Por agresión física al jurado calificador, comisión deportiva se descalifica a todo el equipo y los jueces reportarán este incidente para turnarlo al consejo de honor y justicia Nacional

La escaramuza charra, por su parte también cuenta con un reglamento.

El último reglamento entró en vigor el 1º de enero del 2016. Todos aquellos textos emitidos en otros reglamentos oficiales anteriores a esta fecha, son derogados y reemplazados por el presente. Cualquier modificación a este Reglamento causada por cambios al Estatuto de la Federación Mexicana de Charrería, A.C; al reglamento oficial general para competencias, u otra reglas Deportivas. (Reglamento de Escaramuzas y Damas Charras, 2016).

En el reglamento de la escaramuza charra al igual que al del reglamento del charro se toma en cuenta para calificar un código de conducta en el cual se estipula que:

“El desconocimiento del presente reglamento NO justifica a las capitanas, instructoras(es), familiares y acompañantes, al incumplimiento del mismo. Cualquier falta al reglamento por cualquiera de las personas antes citadas ocasiona que la escaramuza a la que pertenezcan,

entrenen y/o acompañen, o ellos mismos, en caso de estar afiliados, serán sancionados de acuerdo al presente Reglamento y al Estatuto de la FMCH. Tanto las jinetes como las jueces deben limitarse exclusivamente a lo que se menciona en el presente reglamento en vigor, tanto para competir como para calificar y lo no escrito queda prohibido. Las jueces y las jinetes que por desconocimiento infrinjan el reglamento y los estatutos se hacen acreedoras a las sanciones correspondientes conforme el presente reglamento. “ (Reglamento de Escaramuzas y Damas Charras, 2016).

Dentro de este mismo reglamento se califica la vestimenta y su porte de las damas charras, se toma en cuenta absolutamente todo el vestuario y su apariencia dependiendo el tipo de traje que lleven, este reglamento cambia dependiendo si el traje es:

1. De faena
2. De media gala
3. De gala
4. De gran gala
5. De etiqueta
6. Traje de china poblana.

Algunas consideraciones a tomar y que las ocho integrantes de la escaramuza deben portar perfectamente iguales son:

1. Tela
2. Hechura
3. Omán
4. Adornos
5. Cuello
6. Mangas
7. Espalda
8. Largo del vestido
9. Banda
10. Moño del pelo

11. Crinolina
12. Calzoneras
13. Rebozo
14. Botas
15. Sombrero
16. Toquilla
17. Chateas
18. Aretes
19. Sombrero

Los atuendos y los arreos para la cabalgadura de la dama charra son objeto de calificación en competencias de escaramuzas y eventos oficiales, mismos que deben portarse con propiedad y completos, aunque NO estén en competencia. En las competencias oficiales de escaramuzas, el atuendo es calificado conforme al presente reglamento.

En el artículo 22 del reglamento escaramuzas y damas charras menciona:

“La Rutina Obligatoria de Competencias debe presentar con música tradicional Mexicana con mariachi, regional o de banda. Está prohibido rock, pasos dobles o cualquier otra tendencia modernista o de otra nacionalidad, así como la introducción con presentaciones personalizadas del equipo. Al igual que la música que atente contra el lenguaje y los valores propios del deporte.. Por no cumplir con este requisito, el equipo tendrá una sanción de -6 puntos. “ (Reglamento de Escaramuzas y Damas Charras, 2016).

En 1934, el entonces Presidente de la República, General Abelardo L. Rodríguez, instituyera el Día Nacional del Charro en México, para reconocer por decreto a quienes participan el arte de la charrería.

El día elegido para el festejo fue el 14 de septiembre, para que los charros tuvieran su festejo previo a la celebración del grito de dolores y de la Independencia. (Fundación UNAM, “La charrería llega a la UNAM, 2016).

La charrería fue declarada por el General como el único deporte nacional por sus características y el impacto cultural. Actualmente hay mil 500 asociaciones de charros tanto en México como en estados norteamericanos como Texas, Nuevo México, Arizona,

Colorado e Illinois, que siguen preservando el arte de la charrería. (Fundación UNAM, “La charrería llega a la UNAM, 2016).

2.3.5 Torneos

Alguno de los eventos o torneos más importantes que realiza la charrería y aglomera a los mejores equipos a nivel Nacional son:

1. Campeonato Charro “Millonario”.
2. Circuito Excelencia Charra.
3. Aniversario de La Nacional de Charros.
4. Campeonato Nacional Infantil.
5. Torneo de la Amistad.
6. Torneo del Millón.
7. Torneo Aniversario “Federación Mexicana de Charrería”.
8. Copa Nuevo León.
9. Torneos Charros Navideños.

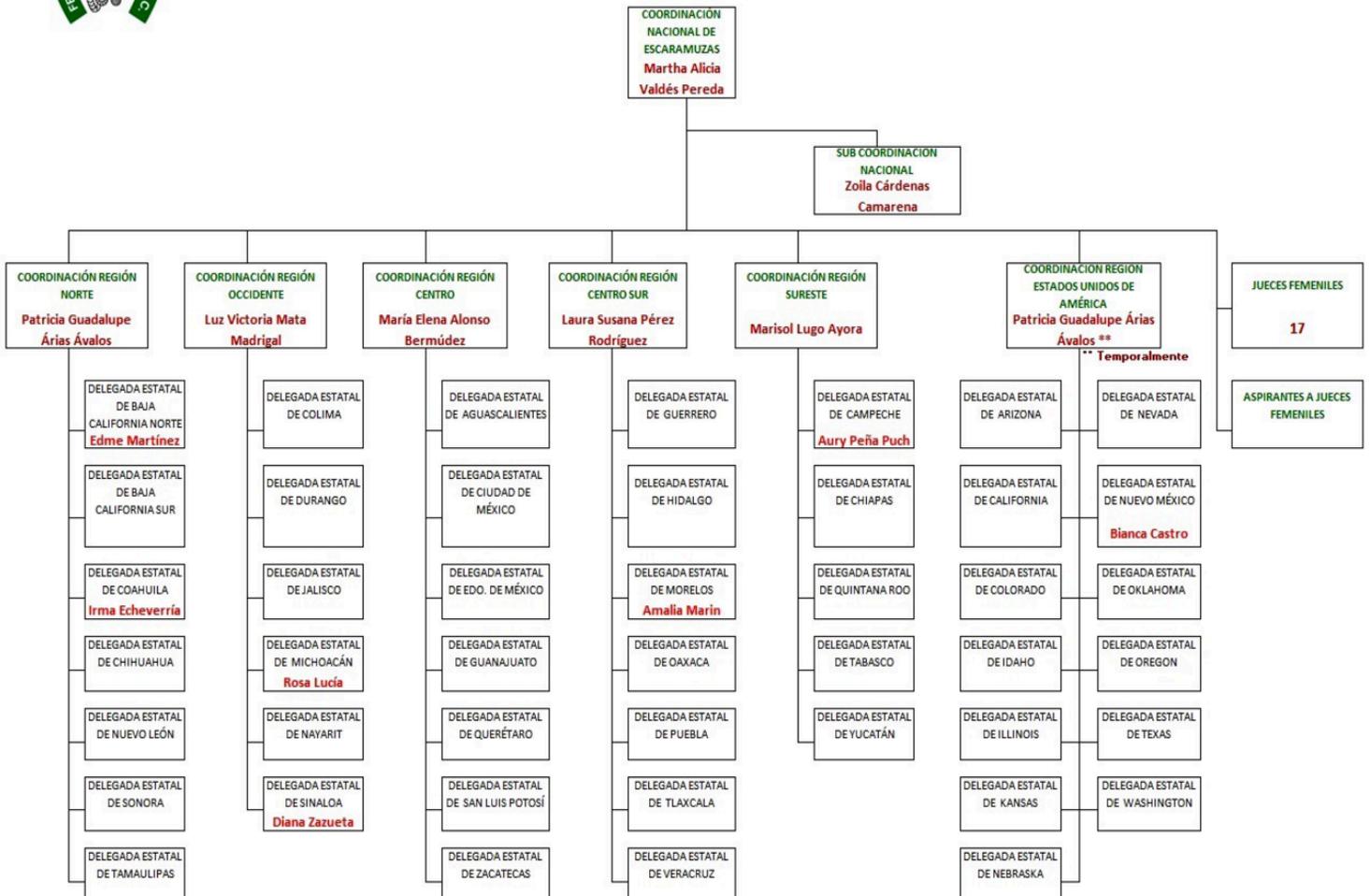
2.4 Esquema de la Charrería



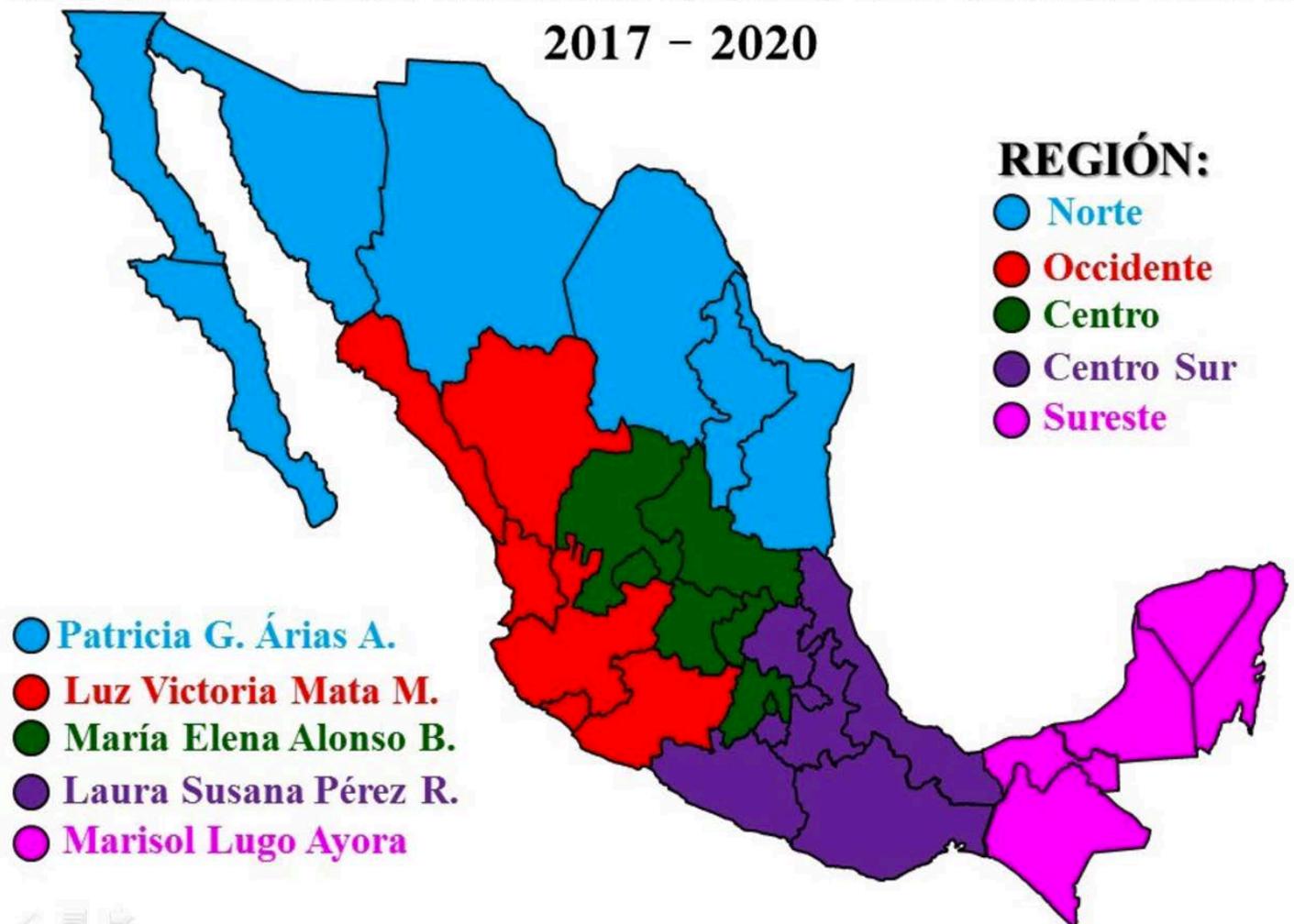
FEDERACIÓN MEXICANA DE CHARRERÍA, A.C.

ESTRUCTURA DEL SECTOR FEMENIL

2016 - 2020



REGIONALIZACIÓN COORDINACIONES DEL SECTOR FEMENIL 2017 - 2020



FEDERACIÓN MEXICANA DE CHARRERÍA, A.C.

Consejo Directivo Nacional 2017 - 2020

	CARGO	NOMBRE	ESTADO
1	Presidente	Ing. Leonardo Martín Dávila Salinas	Coahuila
2	Vicepresidente	Lic. Jorge Rojo García de Alba	Hidalgo
3	Secretario General	Ing. Roberto Quiroz del Río	Zacatecas
4	Secretario de Tesorería y Finanzas	Lic. Lorenzo Vargas Soltero	Quintana Roo
5	Comisario	Ing. Manuel Felipe Ordoñez Galán	Tabasco
6	Secretario del Deporte	C.P. Salvador Sánchez Sánchez	Jalisco
7	Secretario de Relaciones Publicas	Lic. José Leoncio Lugo Guerrero	Hidalgo
8	Secretario de Promoción Social y Cultural	Ing. Pedro Luis Fitzmaurice Meneses	Chihuahua
9	Secretario de Prensa y Difusión	Ing. Abraham García Contreras	Estado de México
10	Secretario de Actas	Ing. José Antonio Pérez Gómez	Aguascalientes
11		M.V.Z. Samuel Sánchez Teplow	Veracruz
12		Sr. Juan Francisco Lemus Bramasco	California (EUA)
13	Comité de Honor y Justicia. 5 integrantes (art. 51)	Lic. Víctor Manuel López Vázquez	Tlaxcala
14		Sr. Francisco Ceceña Rodríguez	Nayarit
15		Lic. Juan Luis Gómez Jardón	Ciudad de México
16		Arq. Jaime Sánchez Pérez Aguilar	Jalisco
17	Comité De Patrimonio. 3 integrantes (art. 54)	Ing. Francisco Rafael Trejo Uribe	Campeche
18		Ing. Gustavo Alfonso Dávila Salinas	Coahuila
19	Prosecretario General	Ing. Pablo Cerón González	Estado de México
20	Prosecretario de Tesorería y Finanzas	Ing. Gabriel Guajardo Saucedo	Coahuila
21	Prosecretario del Deporte	Ing. José Luis Díaz Pérez	Jalisco
22	Prosecretario de Relaciones Publicas	Lic. J Félix Bañuelos Ramírez	Jalisco
23	Prosecretario de Promoción Social y Cultural	Ing. José Francisco de la Rosa Ahumada	Colima
24	Prosecretario de Prensa y Difusión	Ing. Francisco Javier García Sedas	Oaxaca

CAPÍTULO 3 La charrería ¿en crisis?

*No basta fuerza en la mano
pa' hacer un cuaco a la rienda:
nunca será arrendador
quien de caballos no entienda.*

3.1 La charrería en su época de oro

“A lo largo de estos 200 años, la charrería ha sido uno de los principales símbolos de nuestra mexicanidad. Los hombres y las mujeres de a caballo han participado activamente en todas las etapas de nuestra historia de esta gran nación [...] Necesitamos una reflexión colectiva para que como mexicanos hagamos una evaluación madura de lo que hemos forjado como Nación en dos siglos de vida independiente.” (Felipe Calderón Hinojosa, 2010, p.9).

3.1.1 Sus mejores momentos históricos

"El hombre contemporáneo ha racionalizado los mitos, pero no ha podido destruirlos. Muchas de nuestras verdades científicas, como la mayor parte de nuestras concepciones morales, políticas y filosóficas, solo son nuevas expresiones de tendencias que antes encarnaron en formas míticas. El lenguaje racional de nuestro tiempo encubre apenas a los antiguos mitos. La utopía, y especialmente las modernas utopías políticas, expresan con violencia concentrada, a pesar de los esquemas racionales que las enmascaran, esa tendencia que lleva a toda sociedad a imaginar una edad de oro de la que el grupo social fue arrancado y a la que volverán los hombres el día de días." (Octavio Paz, 1950, p.109).

La charrería es una de nuestras herencias, sincrética y común a todos, que en el transcurso del tiempo ha sabido convertirse en arte, deporte y profesión. Es patrimonio cultural nuestro y, esencialmente, una de las formas que nos otorga sentido de pertenencia a la nación." (Lic. Bernardo de la Garza Herrera, 2010, p.11).

El fin de la charrería en sus antepasados era la convivencia familiar, debido a que muchas familias emigraron del campo a la ciudad. Llevados por la nostalgia, las personas se reunían

para llevar a cabo las prácticas que anteriormente realizaban en el campo, pero ahora acotados en la ciudad. Con el paso del tiempo se fueron organizando y crearon distintas asociaciones, reglamentaron dichas prácticas, crearon competencias amistosas y también deportivas y consolidaron a esa costumbre como un deporte. (Rubén Aguilar, comunicación personal, 14 de mayo de 2016).

Durante la época de la Revolución y el reparto agrario, muchas haciendas desaparecieron o quedaron irremediamente fraccionadas. Inicia entonces el éxodo masivo del hombre de campo hacia los centros urbanos. Con nostalgia, tanto el antiguo hacendado como sus caporales y vaqueros, buscan un lugar en dónde recrear las faenas campiranas que orgullosamente habían desempeñado en las haciendas, las estancias y los ranchos.

Así nacen las Asociaciones y los Lienzos Charros y la Charrería se convierte en deporte nacional y espectáculo sin precedentes. (México México, la charrería, 2005).

Cristina Palomar, autora del libro “En cada charro, un hermano” añade que: “La charrería deviene propiamente en tradición una vez que ha perdido su contexto natural, es decir, cuando pasa del medio rural en el que se desempeñaban los hombres dedicados al trabajo con el ganado, a ser una práctica deportiva organizada. Esto parece implicar una especie de movimiento de resignificación a posteriori de lo que venía siendo una práctica cotidiana de quienes se dedicaban a las labores agroganaderas en el campo mexicano que, al enfrentar la inevitable transformación que supuso el reparto agrario en su estatus social y productivo, asumen la charrería como un universo simbólico condensado y articulado a manera de una tradición.” (Cristina Palomar, 2004, p. 22).

La charrería en sus antepasados era más vista como una actividad que nació en las haciendas y se practicaba en el campo, servía para entre muchas tantas cosas para marcar ganado, de diversión o como forma de trabajo, con el tiempo fue evolucionando y se le dio una reglamentación. “Con el paso de los años ha cambiado mucho, sigue evolucionando y se ha convertido en un deporte, pero a la par de la evolución, se fueron perdiendo ciertas cuestiones muy importantes que antes eran de suma importancia como lo es la vestimenta, convivencia y algunas otros valores que eran importantes. Dentro del ambiente charro existen costumbres que fueron heredadas y que se siguen conservando con el paso de los años, pero también en la actualidad han cambiado mucho esta tradición.”

(Mauricio Cuevas, comunicación personal, 28 de mayo de 2016).

Como deporte, la charrería tiene una historia de menos de un siglo: se inicia con la llegada de los charros a las ciudades como consecuencia del nuevo orden en la distribución de las tierras, producto de la Revolución Mexicana, que termina con los grandes latifundios y las haciendas, y genera el reparto agrario. Así, en la década de los años veinte, comenzaron a construirse en las ciudades los lienzos charros, espacios especiales para las actividades charras y campiranas, y se inició el proceso de institucionalización de los charros en asociaciones y la elaboración de reglamentos y estatutos para formalizar sus prácticas.

Para que la charrería se institucionalizara se llevó un gran proceso, se inició en 1921 cuando arranca la llegada de las personas de provincia a las ciudades, de ahí desembocó una parte del deporte profesional como tal: “En las primeras décadas del siglo XX, los hombres que habían vivido la charrería desde su primera edad y que la practicaron como forma de vida en el campo comenzaron a formalizar la actividad en el país al finalizar la Revolución [...] Las mismas autoridades auspiciaron festivales charros, que sólo consistían en exhibiciones o simples emulaciones de lo que habían sido las esplendorosas fiestas que pocos años antes se realizaban en el marco de las grandes haciendas. Impulsados por la nostalgia y por lo que consideraban el desvirtuamiento de sus prácticas, los charros tuvieron entonces la idea de agruparse en una asociación que, aparte de permitirles las prácticas charras, les diera oportunidad de iniciar «una campaña mexicanismo» (Palomar, 2004, p.99).

La fiesta charra es única en su totalidad, está llena de colores y de sabores, pero sobre todo llena de valores. “La fiesta charra en sus antepasados era una fiesta que se gozaba de principio a fin y añade, era muy diferente, estaba llena de fiesta y folclor, con grandes expositores [...] antes la fiesta se vivía dentro y fuera del lienzo charro, hacienda contra hacienda , familia contra familia, pero siempre un ambiente de sana convivencia.” (José Luis Samperio Retamoza, comunicación personal, 26 de mayo de 2016).

La convivencia y la sana competitividad era una característica única que distinguía a la charrería, así lo comenta Arturo Cano Cano: “Antes, al término de cualquier charreada, se unían los charros y hacían una comida para todas las familias e invitados, no existía un ganador y un perdedor ya que todo se hacía por sólo espectáculo, sin puntos ni

reglamentos como hoy en día lo existe.” (Arturo Cano, comunicación personal, 21 de junio de 2016).

Más tarde, como lo menciona el comunicólogo e investigador especializado en charrería, Jesús Torres Briones, nos dice que fue consolidándose como el estilo de vida del mexicano y no muchos años después le dio paso a la charrería deportiva. “En un lapso menor a 20 años el atuendo nacional: de charro y de china poblana tenían un peso grandísimo. Nuestro atuendo dio paso al conjunto que ahora es conocido como mariachi; ellos lo ocupaban para sus funciones y espectáculos y ahora por ambos somos reconocidos en el extranjero. (J. Briones, comunicación personal, 4 de julio de 2016)

Maximiliano fue sin duda uno de los grandes promotores del traje de charro. En sus viajes, el emperador se hacía acompañar por “gente de a caballo” que lucía con mucho orgullo su indumentaria. Él prefería la chaquetilla corta sin adornos y el pantalón ajustado con botonadura de plata; el sombrero que complementaba su atavío era de ala planchada galoneado en plata, así como la toquilla del mismo material. (México Mámico, la charrería, 2005).

El traje charro tiene su origen en el Virreinato de la Nueva España, cuando la gente del campo, especialmente el «hombre a caballo», utilizó vestimenta y accesorios cuyos orígenes a su vez se encuentran en algunas provincias españolas. En esos jinetes aparecieron nuevos hábitos y otros se fueron poco a poco transformando en el medio americano, en donde se gestó la figura del charro mexicano, la cual desde fines del siglo XIX adquirió sus caracteres singulares. Así lo relata la investigadora del INAH, Guillermina Sánchez Hernández y añade:

“La vestimenta del jinete del campo básicamente consistió en pantalón ajustado, camisa, chaqueta, botas o zapatos, sombrero y espuelas. El material para su confección, fundamental en su concepción estética, se relacionaba con las actividades de los actores: se recurría a la vaqueta o a la gamuza para la hechura de sus prendas, con el argumento de este material es más resistente a las labores ordinarias. Con el tiempo, a pesar del uso de otras materias primas como el fieltro y el algodón, se continuó con el empleo de prendas hechas de piel, llevadas sobrepuestas, como fueron las calzoneras y las chaparreras.

Luego se incorporó como material la gamuza obtenida de la piel de venado, lo que dio lugar a que se les denominara «cuerudos» (Sánchez,1993, p.71).

Cuando Pascual Ortiz Rubio era presidente del país (1930-1932), decretó que el traje de charro fuera considerado símbolo de la mexicanidad. De ahí en adelante pareció consagrarse como emblema nacionalista por excelencia. «Vestirse de charro es vestirse de México», dicen los charros, y trasladan al traje los sentimientos que les inspira la patria: respeto, dignidad y orgullo. Por eso debe portarse de manera que no se desvirtúe su significado. Y también se dice: «Vestirse de charro es vestirse de caballero», lo cual tiene una referencia a la condición de género y al honor que esto supone. (Palomar, 2004, p.74).

Pérez Montfort plantea que el traje charro «no es otra cosa, al parecer, más que una estilización del uniforme rural porfiriano. Sin embargo, este atuendo declarado formalmente como el traje nacional ha tenido una evolución que muestra mucha más complejidad que ser solamente dicho uniforme.» (Pérez, 1994, p.120).

La charrería ha tenido mucha trascendencia desde que comenzó hasta estos tiempos, muchas de las evoluciones o cambios que sufrió la charrería era el modo en que se difundía la fiesta o evento, a lo que un charro con más de 50 años de experiencia, Don Alejandro Yahmel expresa: “En mis épocas había mucha gente que visitaba las charreadas, pero el esfuerzo era mucho, teníamos que hacer propaganda, desfiles, había misa en San Diego, había desfiles por toda la Madero en Ciudad de México, se hacían volantes, se aventaban, se hacía propaganda en carros alegóricos, y ahí sí iba la gente, ahora francamente las personas se alejaron, a lo mejor por el tipo de difusión [...] Es triste ver que aunque hagamos nuestro máximo esfuerzo apoyándonos de los medios de comunicación, a la gente ya no le interesa más esto; francamente la charrería está totalmente abandonada.” (Don Alejandro Yahmel, comunicación personal, 16 de mayo de 2016).

Charros más jóvenes como lo es Raymundo Ramos Islas, defienden que la charrería ha evolucionado, pero que esta evolución es necesaria y destaca que: “Como todo en la vida tiene que evolucionar, pero consideremos que todo sigue siendo igual, todas las suertes charras tienen la misma esencia, solo se han perfeccionado [...] si uno ve charreadas del pasado causan la misma emoción [...]. Recuerdo la final nacional de Saltillo '97; se definió

al ganador hasta los pasos de la muerte, los equipos eran Capilla de Guadalupe y Xicotepec, traían unos `charrazos´ que hasta la fecha siguen siendo los maestros dentro de los lienzos” (Raymundo Ramos Islas, comunicación personal, 26 de mayo de 2016).

Esto habla de una comunidad en movimiento y en incesante transformación, pero que también mantiene con mucha fuerza la tradición, como hilo conductor que articula los valores y que anuda los compromisos internos que han hecho que la charrería continúe siendo algo extraordinariamente vivo. (Palomar, 2004, p.32).

Muchas son las diferencias que ha tenido la fiesta charra con la actualidad, la calidad de los competidores ahora es más, los charros se volvieron más competitivos y más profesionales, se dejó un poco de lado la diversión y se fue superando y elevando el nivel deportivo de la misma: “El deporte en el pasado era más amateur y no existían los charros profesionales, no se competía con el ganado que hoy en día se compite, era más una convivencia, una tradición de campo, una forma de diversión que en últimos años se ha convertido en un deporte de alto rendimiento en el cual existen charros y equipos profesionales. Estos charros obtienen ganancias de aquí y es su trabajo, como todo deporte, se tiene que evolucionar, no nos podemos quedar estancados en el. Tiene que haber una evolución sin perder la esencia y tradición de la charrería, con estos años han surgido, nuevas cosas, estas cosas mejoran el deporte, el espectáculo y la tradición, le dan una mejor calidad y tiene un mejor crecimiento.” (Diego Reveles, 26 de junio de 2016).

Ahora también los niños han tenido mayor participación, podemos hablar de que en la actualidad los más pequeños también compiten en campeonatos nacionales y también son charros que se toman el deporte con mucha pasión. “Los niños han mejorado mucho la cuestión del floreo, ahorita ellos tienen más facilidades, mejores sogas, mejores caballos, mejores recurso y mejores maestros. Son niños con mucha calidad y con muchas agallas” (Don Alejandro Yhamel, comunicación personal, 16 de mayo de 2016).

La consolidación de la figura del charro como la representación de lo mexicano es, como hemos visto, un fenómeno que pertenece al siglo XX, y que se deriva de la influencia que tuvo, en el contexto histórico nacional, la llamada cultura ranchera para la conformación de la identidad mexicana, a partir del siglo XIX. Esta cultura fue importante también en la

imagen de México como nación hacia el exterior, y en la construcción de un imaginario nostálgico de un México bucólico y cambriano. (Palomar, 2004, p. 120).

La charrería como todo en la vida va evolucionando, pero no debemos olvidar los orígenes y la historia, asimismo los valores que los charros más veteranos engendraron en nosotros.

“El charro viejo, yo creo que es un símbolo, primero que nada por su edad; segundo, porque es de quien heredamos la tradición; y tercero, por lo que precisamente simbolizan: el ejemplo de ese hombre bueno, de ese hombre sano que se dedicó al deporte, que sigue conservando y preservando las costumbres mexicanas, al grado tal que seguimos usando la misma indumentaria que era la indumentaria que en aquella época se vestía; nadie en la calle anda vestido actualmente de charro y no anda vestido de charro porque ya no es la usanza, pero el conservar esas tradiciones para nosotros, el charro viejo es el símbolo de nuestras tradiciones, el que nos enseñó a vestirnos, el que nos enseñó a charrear, el que simboliza la continuidad de nuestra herencia, de que nosotros hayamos podido recibir ese legado. Realmente le digo, es un orgullo ser charro porque somos esa minoría que está conservando la mexicanidad, a costa de lo que venga y lo vamos a seguir haciendo, la charrería no va a morir, al contrario, ni la tradición mexicana, ésta la vamos a seguir llevando para adelante.” (Alejandro Palacio, Entrevista publicada por Cristina Palomar, 10 de junio de 2002, p.62).

3.1.2 El deporte nacional por excelencia

*Cuando me visto de charro el pecho se me agiganta
y el grito ¡Viva México! me revienta en la garganta. (José Ma, Parga Limón, Charrorrimas)*

"El charro mexicano, jinete estereotípico de la ganadería local, es considerado un «símbolo nacional» y se ha convertido en un importante producto mediático que ha recorrido el mundo con la música «vernácula» y las historias románticas que el cine le ha confeccionado." (Héctor Medina Miranda, 2012, p.13).

El ex presidente de México Abelardo L. Rodríguez promulgó la Ley Deportiva, en cuyo marco la charrería quedó considerada como deporte nacional, y fue así incorporada a la Confederación Deportiva Mexicana, nacida en 1933. (Cristina Palomar, 2004, p.120).

La charrería es el deporte nacional por excelencia por distintos motivos, pero la principal razón por la que fue nombrada de esta manera es porque es el único deporte que nació en su totalidad en México. " Es una disciplina que solo se hace en México, se inventó por mexicanos y hasta la fecha se ha mantenido. Nosotros hicimos del manejo del ganado una fiesta, un deporte y una tradición." (Alfredo Alanis, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

Los charros más jóvenes opinan que: "Es el único deporte que nos identifica como mexicanos, las labores del campo en las haciendas, el manejo de ganado fueron formando costumbres, tradiciones, la convivencia entre las familias, ciertas actividades que solo los mexicanos sabemos hacer, eso creo que fuera el motivo principal para que fuera nombrado como el deporte nacional por excelencia". (Mauricio Cuevas, comunicación personal, 28 de mayo de 2017).

Otros autores destacan que la charrería fue nombrada «el deporte nacional» ,porque permite probar la destreza, la fuerza y el dominio que el charro tiene sobre los animales, así como exhibir la calidad del ganado en los espectáculos festivos llamados charreadas o fiesta charra. Se dice que las suertes que se realizan actualmente en éstas «vienen a ser las mismas faenas realizadas en el campo, pero embellecidas por el arte» (Gallegos, 1996).

Cristina Palomar refuerza las declaraciones de Gallegos añadiendo: “El charro que compite y que va a representar a su asociación y a su comunidad, debe probar que tiene las habilidades, la destreza y la fuerza para encarnar una determinada idea de masculinidad; con su desempeño da cuerpo a una identidad de género ideal para los varones de la comunidad, así como a una identidad local y una nacional, que no hacen referencia solamente a una apariencia, sino a un discurso explícito que sitúa las identidades en la acción.” (Cristina Palomar, 2004, p.68).

Cabe destacar que la charrería en su antigüedad no tenía ninguna influencia extranjera. En la década de 1920 - 1930 existía mucho patriotismo y la mexicanidad estaba en lo alto y añade: la charrería se mostraba como el deporte totalmente mexicano, creado, desarrollado y fomentado por mexicanos. No había otro, no existía. (J. Briones, comunicación personal, 5 de julio de 2017).

Asimismo el actual presidente de la Unión de Asociación de Charros de la Ciudad de México, Pascual Ortiz Islas declaró: “Esta práctica que se extrae del campo, del México antiguo, de siglos atrás, es una representación de la mexicanidad, en esa época el gobierno estaba buscando que el nacionalismo fuera una identidad y el charro fue lo más cercano y lo más mexicano que tenían. La charrería era otra cosa en los años 30, que lo que es ahora para la población.” (Pascual Ortiz, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

“Por antigüedad e historia se sabe que el charro, después del soldado es el que está dispuesto o tiene la obligación de asistir a cualquier evento de guerra o cualquier mandato de gobierno” (Socorro Rodríguez, comunicación personal, 22 de mayo de 2017).

Por otro lado la charrería, en los primeros tiempos de su organización como deporte, estuvo muy cercana a los cuerpos de caballería del ejército. Hubo importantes personalidades del mundo militar que tenían estrechas relaciones con los charros. Actualmente, muchos de los charros provienen de familias de militares. (Cristina Palomar, En cada charro un hermano, 2004, p.92).

Esto nos revela que al charro no solamente lo veían como a un vaquero, sino con otra función cuyos resabios quedan en la pistola que aún forma parte del traje charro aunque —

y esto es significativo—, se lleva descargada: “El reglamento de la Federación indica que el revólver deberá ser portado por el charro, ya que es considerado un elemento sustancial. También el machete y la navaja forman parte del atuendo, aunque sin la fuerza simbólica que tiene el arma de fuego.” [...] De esta manera vemos que los jinetes no eran solamente vaqueros, sino que también fueron elementos clave en los episodios bélicos; por otra parte, tuvieron cierto papel en la seguridad pública en la etapa de crisis político- social anterior al Porfiriato, cuando proliferó el bandolerismo. (Palomar, 2004, p.91).

La Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE) lo aprobó como deporte, porque este se practicaba al aire libre y en este se trabajan todos los músculos del cuerpo, asimismo se genera la sana convivencia y la competitividad, más nunca la rivalidad. (Pedro Palles, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

“La charrería pasó de ser una actividad relacionada con las faenas del campo mexicano, a un deporte totalmente reglamentado y reconocido oficialmente por los organismos que dirigen las actividades deportivas en nuestro país, como el único deporte nacido de la fusión de las culturas europea y mexicana a raíz de la conquista”. (Aguilar Zambrano, comunicación personal, 14 de mayo de 2017).

Antes de la Revolución de 1910, se hablaba del charro para referirse a quienes, montados a caballo, trabajaban con el ganado, pero no remitía a la figura que hoy en día conocemos como representativa de lo nacional. (Palomar, 2004, p.23).

Si bien el charro y la charrería es una imagen emblemática del mexicano y es una actividad de los mexicanos que difícilmente se encuentra en otro país, asimismo como deporte, promueve diferentes valores y la sana competencia como cualquier otro deporte.” (Diego Reveles, comunicación personal, 26 de junio de 2017).

La imagen que representa la mexicanidad es la figura del charro, ese varón que usa un traje propio para montar a caballo, un sombrero de ala ancha y que lleva una soga, además de una pistola. Esta imagen ha dado la vuelta al mundo y es reconocida en todas partes como propia de México, a pesar de la pluralidad cultural y étnica de la nación. (Palomar, 2004, p.18).

En el plano cultural, la charrería es un elemento significativo en la producción de la identidad nacional. Su riqueza estriba en la gran cantidad de registros simbólicos que condensa, entre los que resalta una dimensión estética importante, que incluye expresiones artesanales y artísticas como la talabartería y la fustería; la música de mariachi, el baile, la literatura, la pintura, la poesía y otras, tales como la gastronomía y un importante nexo con la producción del tequila, como bebida nacional. Todo esto forma parte importante de la construcción del discurso nacionalista que rodea al charro y la charrería. [...] Se proyectan sobre el mundo como símbolo y paradigma de la «mexicanidad», representando la vastísima diversidad cultural, étnica y social que alberga el territorio nacional. Sin embargo, el charro debe ser visto como un personaje que representa mucho más que un mero estereotipo del folclor regional, porque estos hombres han tenido y siguen teniendo distintos papeles en la historia en diversas maneras y no siempre en la misma posición, así como un grupo social y cultural de riqueza y complejidad extraordinarias. (Palomar, 2004, p.23).

Al cuestionar a José Luis Samperio Retamoza, nos añadió con orgullo: “Con este deporte hemos trascendido fronteras, gracias a los esfuerzos de los mexicanos que han emigrado, el deporte se está practicando en otros países. Nuestro deporte es el único creado en su totalidad por México, sus raíces deportivas y tradicionales son totalmente mexicanas , desde los artesanos que elaboran nuestros atuendos y artículos, hasta el ganado que usamos para practicarlo.” (Samperio, comunicación persona, 26 de mayo, de 2017).

La charrería es un elemento sociológico y cultural significativo por la proyección nacional e internacional que se le ha dado, siendo el charro en sí mismo un estereotipo que pretende ser representativo de lo mexicano en un sentido amplio y señala: “Para algunos de los charros, la charrería es una forma de vida, una manera de entender el mundo, una tradición enraizada en sus antiguos orígenes cuyo sentido está vivo todavía y es lo que produce una serie de emociones intensas, entre las cuales destaca la pasión con la que viven la fiesta charra.” (Palomar, 2004, p.89).

Tal como lo expresa Raymundo Ramos: “La charrería es mágica, quizá no existan palabras para describir la emoción que uno siente, pero al adentrarse un poco, se vuelve mágico este deporte, es una sensación de adicción que no se puede quitar”. (Raymundo Ramos Islas, comunicación personal, 17 de mayo de 2017).

La charrería es un símbolo de inimaginable valor y trascendencia para Jalisco y México. Incluso en nuestros días, la charrería sigue siendo un inevitable referente cultural mediante el cual el mundo entero se acerca al conocimiento de nuestras tradiciones. (Palomar, 2004, p.11).

“La charrería es belleza, belleza que se imparte en cada suerte, se muestra excelencia en cada una de ellas, y la valentía del charro la determinación y dedicación para lograr el objetivo. De igual manera es el deporte que nos identifica como mexicanos, desde nuestros antepasados hasta la actualidad”. (Rodrigo Arreygue, comunicación personal, 9 de mayo de 2017).

Si bien en la actualidad al deporte es visto eminentemente como un espectáculo deportivo, en una perspectiva más amplia se descubre su carácter de ritual cultural complejo que permite ver la transformación en los significados que le dieron origen y que, aunque distintos, siguen recreando y refuncionalizado sus principios para sostener una práctica actual, moderna y diferente.

“La charreada muestra el proceso de transformación de una vieja celebración convertida en el escenario más espectacular en el que parece desplegarse un sofisticado parlamento que, al mismo tiempo que incorpora el lenguaje de la competencia, nos habla de lo mexicano y, particularmente, de la identidad regional.” (Palomar, 2004, p. 48).

“La charrería es arte, porque aparte de tener raíces mexicanas, las herramientas que se utilizan están hechas a mano, por artesanos de distintas partes del país. No cualquier deporte tiene tales privilegios, ponerse el traje de charro es un orgullo para el que lo porta, nadie sabe el trabajo que hay detrás.” (Rogelio Villalobos, comunicación personal, 24 de junio de 2017).

Don Alejandro Yhamel Cano como uno de los más veteranos charros en Michoacán agregó: “Aparte de que tiene muchos años de que nació, es el deporte que nos identifica. Se dice que en las haciendas de Hidalgo nacieron con la suerte de la terna, que en un momento se hacía por diversión y por arrear al ganado, pero que después se volvió una competición entre los mismos caporales. El deporte es netamente hecho en México, por todas las raíces y por las tradiciones mexicanas que son muy alegres, son muchas las circunstancias por

las cuáles nos dieron este nombre.” (Don Alejandro Yhamel, comunicación personal, 16 de mayo de 2016).

La charrería incluye todas nuestras tradiciones, empezó no como un deporte sino como una manera de trabajo en las haciendas, después se fue formando y se convirtió en una competencia, más tarde se incluyeron a los artesanos, se hizo una cultura hecha en México y por mexicano y finalizó diciendo : “Hablar de charrería es hablar de México en toda la extensión de la palabra”. (Juan Carlos Osnaya, comunicación personal, 16 de mayo de 2017).

3.2 ¿Cuál es la situación del deporte actualmente?

"Cuando uno se mira en el espejo y no se reconoce, delata serios problemas de identidad. Aquel grupo que deja que sus raíces se sequen, está a merced de los vaivenes de los tiempos." (Manuel Tostado, 2012, p.11).

*Que muera ya el malinchismo
y que sepa el patriotero
que sólo habrá patriotismo
si hay honestidad y esmero.
Si amamos nuestras costumbres,
si vivimos los valores
y si buscamos las cumbres
a pesar de los rigores.
Ya que cada esfuerzo tuyo
a nuestro México agranda
saca tu casta y tu orgullo
y ahora.. ¡Levántate y anda! (Jose Ma. Parga Limón, Charrorimas)*

3.2.1 Situación actual como deporte nacional

La tradición tiene un gran peso, tanto como fuerza articuladora como en tanto fuerza que se resiste a los cambios y las transformaciones, es decir como 'conservadora de lo auténticamente mexicano'. Es así como en el centro del mundo charro encontramos una fuerte tensión entre las fuerzas de la modernidad y las de la tradición [...] Se asume que el nacionalismo charro no puede permanecer en el mundo 'tradicional', sino que tienen que darle un lugar importante a lo moderno en su presencia actual como deporte nacional, ya que aunque se considera que la tradición es como el alma del país moderno, lo que realmente representa el presente y el futuro del país es la porción moderna. (Palomar, 2004, p,8).

En el pasado la charrería no era más que una fiesta de agasajo para celebrar cualquier evento o feria de los pueblos, era totalmente costumbre en cualquier fiesta de haciendas o ranchos o pueblos. "Dentro del ambiente charro existen costumbres que fueron heredadas

y que se siguen conservando con el paso de los años, pero también en la actualidad han cambiado mucho esta tradición “ (Arturo Cano, comunicación personal, 21 de junio de 2013).

“Actualmente ya tenemos un poco más de libertad de expresarnos, de hacerle saber a la gente lo que es la charrería, claro no lo hemos llevado a todos los rincones y no toda la gente sabe de esto, pero antes estaba peor porque las prácticas y la charrería era muy privado. Inclusive había lienzos donde no te permitían como espectador acercarse, en cambio ahora hay mucho espacios abiertos a todo el público. Sigue habiendo mucha gente que no se acerca pues porque piensa que es muy caro y no tiene el recurso para esto, pero hoy en día es más abierto que hace 20 años”. (Don Socorro Rodríguez, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

El deporte en el pasado era más limitado, había estatutos que manejaban el deporte nacional, sin embargo y a través de los charros se han sacado sobre todo en el floreo, reconocimientos importantes. Se innovó la suerte y le metieron cambios y creatividad. (Apolonio Ibarra, comunicación personal, 26 de junio de 2017).

“La charrería, hablando en el aspecto deportivo ha evolucionado para bien”, así lo expresa Pedro Aguilar, charro hace más de 26 años y justifica diciendo: “En la actualidad nuestro deporte se ha vuelto muy competitivo al grado de llegar a charrear a nivel profesional. Los charros más diestros de hoy son todos unos atletas, ahora su base de la charrería son los torneos dejando a un lado las charreadas amistosas. En antaño eso era lo más importante, los lazos de amistad, el convivió después de las charreadas, compartir la comida, cantar y hasta declamar. Definitivamente se ha evolucionado en la práctica, pero se ha perdido la esencia cultural y familiar.” (Pedro Aguilar, comunicación personal, 9 de mayo de 2016).

“La charrería en el momento actual tiene que ver con el espectáculo y tiene que ver con el deporte. Pero detrás del espectáculo y detrás del deporte también está esa lucha de la que he venido hablando por mantener viva una tradición, por aferrarnos a nuestros valores de la mexicanidad, por aferrarnos a los principios de la identidad nacional y por seguir respetando esto que sentimos que es nuestra cultura.” (Jorge Rivera, entrevista publicada por Cristina Palomar, 25 de junio, 2002, p.47).

“La consideración de la charrería como tradición se convierte también en un eje de diferenciación interna entre los charros, que coloca por una parte a quienes se adhieren a un espíritu basado en ideales y valores considerados en proceso de extinción (patriotismo, guadalupanismo, caballerosidad, aristocracia, etcétera), que, sin embargo, defienden y reivindican con mucha firmeza los charros tradicionales, y por otra, a quienes viven la charrería fuera de ese marco, tanto en su sentido deportivo como en su valor económico como «profesión». De esta forma, la charrería como «deporte nacional» está ligada a la idea de modernidad encarnada en el principio de competencia, y en la lógica de contar puntos y vencer al contrincante.” (Palomar, 2004, p. 28).

En la actualidad ya las cosas son muy diferentes, la charrería se ha convertido en un deporte de alto rendimiento, ya casi no existen charreadas amistosas, ahora son torneos de alto rendimiento. No debemos olvidar que se deben cuidar las tradiciones, tenemos que esforzarnos por preservarlas. [...] Antes, al finalizar las charreadas tradicionales de las ferias de los pueblos, se hacía una comida para convivir entre las familias y los equipos; es algo que tenemos que fomentar; ahora en algunos torneos de alto rendimiento únicamente vas participas y te retiras y añade: “La charrería ha cambiado en muchos aspectos, en lo deportivo se han creado infinidad de torneos y campeonatos regionales, estatales, nacionales y aún internacionales en donde puede participar toda la familia, pero la convivencia solo se da en pequeños grupos de manera secundaria pues como prioridad está la competencia en sí ”. (Mauricio Cuevas, comunicación personal, 28 de mayo de 2017).

La charreada es actualmente una exhibición pública de competencia regida por estrictos reglamento y estatutos, en la que se juega el dominio de las habilidades charras, que son puestas en escena a través de la realización de una serie determinada de suertes en un orden particular, y calificadas con un riguroso y complicado sistema de puntos y castigos. (Palomar, 2004, p.51).

“El estado actual de la charrería es más visto como un deporte de alto rendimiento, nosotros nos dedicamos a trabajar para dar espectáculo y tratar de ganar competencias “. (Samperio, comunicación personal, 26 de mayo, de 2017).

A lo largo de décadas, el deporte se ha heredado por varias generaciones, y lo que lo mantiene vivo es el hecho de tener el gran honor de ser charro y portar con orgullo el traje mexicano. Si bien es un deporte muy caro, la satisfacción de poder practicarlo no tiene comparación [...] Siendo sinceros, antes era más desordenado el espectáculo de la charrería, lo único que han querido hacer a bien, es meter organización y que sea un deporte profesional. “Antes era mas fiesta y alegría, ahora ya todo ha sido más profesional. Quizá las costumbres han disminuido un poco, pero todo tiene que evolucionar.” (Raymundo Ramos Islas, comunicación personal, 17 de mayo de 2017).

La evolución de la charrería ha sido mucha, una de ellas es su reglamentación, también se vio beneficiado, sobre todo el floreo de reata, eso lo ha hecho más visto, más lucidor, pero las nuevas generaciones ya no saben de donde viene el atuendo, cómo es que llegó hacer así el traje de charro. Ya lo ven más superficial y vale la pena que se enteren de los orígenes del deporte. (Pascual Ortiz, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

Reforzando la declaración del presidente, Alfredo Alanis dice que se ha generado mayor creatividad en las suertes por parte de los jóvenes y añade: “En los últimos 25 años ha crecido mucho el deporte.” (Alfredo Alanis, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

“Ha mejorado mucho en cuestión de floreo, ahorita los niños tiene más facilidades, mejores maestros, mejores sogas, lo único malo es que ahora los reglamentos muchas veces no están hechos por personas de a caballo o que realmente sepan del deporte, es gente de escritorio que lee los reglamentos y lee los estatutos, lee las bases y de ahí comentan y hacen, pero antes nombraban a jueces, presidentes y charros destacados para que dieran su opinión sobre las suertes. Ahora se junta gente de directiva y a veces se salen fuera de las casillas, a ellos se les hace `práctico`, pero a nosotros acá se nos dificulta mucho.” (Don Alejandro Yhamel, comunicación personal, 16 de mayo de 2016).

Hace falta explotar más a nuestros dirigentes, exigir un mayor espectáculo, más atractivo para la gente al igual que incluir patrocinadores que ayuden a la difusión de los eventos, por otra parte, creo que también se debería tener una enseñanza desde las escuelas o hacer proyectos piloto basados en la charrería. (Raygoza Muñoz, comunicación personal, 26 de mayo de 2017).

Las fiestas charras aparecen como el corolario de una tradición compleja en donde se ponen en juego los distintos componentes que han confluído para dar vida al mundo charro, un fenómeno compuesto por innumerables elementos que permiten diversas lecturas, o un cuadro vivo donde se incluyen riquísimos matices de su historia, sus significados y sus valores. (Palomar, 2004, p.64).

Últimamente la charrería ha crecido más, lo hemos visto en los últimos nacionales en Chiapas, ahí hubo apoyo por parte del estado, lo que hizo que otros estados se interesaran y pidieran que el próximo Nacional fuera en su ciudad. (Juan Carlos Osnaya, comunicación personal, 16 de mayo de 2017).

La importancia nacional que tiene la charrería a nivel deportivo es mucha, el productor del programa "La Mirandilla" expresa que por fortuna fue nombrada Patrimonio Intangible de la Humanidad el año pasado y con ello da un paso muy importante. "Lograr una mención así significa que el valor o la tradición se está perdiendo y se necesita rescatar por el valor que le aporta al país, cuidando que perdure." (Alfredo Alanis, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

Luego de un proceso de elaboración y evaluación de cinco años, el 1 de diciembre de 2016 la Secretaría de Relaciones Exteriores, la Secretaría de Cultura, el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y la comunidad portadora conformada por varias asociaciones de charros, informaron el logro de la inscripción de La charrería, tradición ecuestre en México como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, lo que la convierte en la octava manifestación cultural viva de México que recibe esta distinción. (gob.mx, 2016).

El presidente de la Unión de Asociaciones Charras del Estado de Oaxaca, Víctor Javier López Mendieta, mencionó que para todos los que practican la charería "es un orgullo el haber obtenido ese reconocimiento internacional", que no sólo beneficia a la charrería, sino a todo México. (NVINoticias, La charrería más que un deporte, 2017)

3.2.2 Situación económica: ¿La charrería es rentable?

La charrería siempre se ha visto, sin serlo, como un deporte de ricos. También sabemos que las asociaciones no son exactamente grupos con alto poder adquisitivo, y estas hacen un gran esfuerzo por conseguir apoyos para seguir practicando el deporte de sus amores como es la charrería. El gobierno da ciertos apoyos, pero no los necesarios para sacar adelante al deporte. (J. Briones, comunicación personal, 4 de julio de 2016).

Durante mucho tiempo el deporte se ha visto clasificado como un deporte en el que sólo puede entrar personas con un ingreso económico alto y eso no es verdad, si bien el deporte es caro por todos sus atavíos, pero no es exclusivo de ninguna clase social.

La charrería no es hobby de ricos exclusivamente. Sin duda alguna es un deporte elegante y costoso por los lujosos ornamentos del charro y los caballos finos, pero aún así muchas asociaciones que no tienen recursos suficientes buscan patrocinios, hay gentes en la charrería que viven al día y asociaciones que tienen que ser ayudadas para su sostenimiento. Estos charros demuestran con creces su amor por este deporte y lo hacen simplemente por el gusto. (Charros de Cocula, Charrería ¿Deporte de ricos?, 2009).

“Con esto se puede apreciar que el charro tuvo un origen clasista, sin embargo hoy en día en los equipos hay charros tanto humildes como acaudalados. Entre los charros existen lo mismo políticos que empresarios, toreros, artistas, doctores, diferentes profesionistas, gente destacada de los niveles económicos, así como gente del campo y no tan adinerados.” Joaquín Porrúa, entrevista publicada por Revista Proceso, 5 de febrero de 1983).

“La charrería no debe considerarse un deporte elitista y hago hincapié que dentro de este deporte no sólo los “ricos” puede practicarlo.” Así lo expresó el presidente de la Federación Nacional de Charros, Joaquín Porrúa y destaca: “Nuestra federación agrupa a unas 800 asociaciones en todo el país, sin contar con las que hay en el sur de Estados Unidos, una más en España y otra en Cuba. Aproximadamente tenemos un millón de afiliados en la

República, también debemos considerar que la charrería incluye muchas suertes y no todas, como el floreo, por ejemplo, o la jineteada de toros, implican que el charro debe tener su caballo propio. Hay buenos jinetes a quienes les prestan los caballos, cuando algunos charros no tienen la destreza para montarlos y quieren que sus animales sirvan para las competencias en su asociación” (Joaquín Porrúa, entrevista publicada por Revista Proceso, 5 de febrero de 1983).

El dinero nada tiene que ver con los niveles de desarrollo competitivo, de igual manera ricos o pobres tienen la misma finalidad y a todos los une el gusto por esta tradición tan arraigada. (Charros de Cocula, Charrería ¿Deporte de ricos?, 2009).

Porrúa manifiesta que como en todo deporte, hay gente que tiene más dinero que otra, pero aclara que existe un aspecto muy importante que no se da en otros deportes: la charrería es hermandad: “Ser charro”, manifiesta Porrúa, “es parte de una tradición en la que se evita la discriminación de toda índole; se promueve una actitud decente entre todos los charros y las charras, porque ante todo es un deporte familiar: más que ningún otro; aquí participan padres e hijos no sólo como espectadores, sino como competidores” (Joaquín Porrúa, entrevista publicada por Revista Proceso, 5 de febrero de 1983).

“El dinero nada tiene que ver con los niveles de desarrollo competitivo, de igual manera ricos o pobres tienen la misma finalidad y a todos los une el gusto por esta tradición tan arraigada. [...] La charrería no es de ricos, tampoco le pertenece a los ganadores, es de todos y tiene el mismo valor el equipo que hace 400 pts. al que logra 100 pts y que hace su competencia en un lienzo sencillo en un pueblito, al que la hace en el lienzo más lujoso y en una gran ciudad.” (Charros de Cocula, Charrería ¿Deporte de ricos?, 2009).

Otro aspecto que es importante resaltar es que si hablamos de rentabilidad en el deporte, muy pocas son las personas que obtienen una remuneración practicando la charrería, así lo afirma Diego Reveles: “ La charrería en algunos casos si es rentable. Es rentable para muy pocos equipos y para pocos charros profesionales que se dedican o viven de esto, incluso para los dueños de los equipos no creo que sea rentable, pienso que es más por amor al deporte que lo hacen. [...]. Hay charros que podrán tener la posibilidad de ser pagados como un futbolista u otro deportista y aún siendo así será su trabajo hobby y

deporte esto jamás cambiará.” (Diego Reveles, comunicación personal, 26 de junio de 2017).

“Nadie se hace rico por vivir de la charrería. Pocos son los actores profesionales de este deporte nacional por excelencia que son capaces de sobrevivir económicamente por dedicarse a charrear. Negocio para algunos, pero no para la mayoría de los amantes de ella, mucho menos para los propietarios de los diferentes equipos que existen en México. (Informador. MX, Por amor a la charrería, 2014).

Para quienes resulta un poco más redituable, es a los charros que perciben un salario por hacer lo que más les gusta: charrear. La profesionalización de los charros dependerá de sus habilidades, dedicación y constancia, y a pesar de que no existe un criterio establecido para definir quién es profesional o no, las cualidades y el nivel para ejecutar una o las nueve suertes charras define si un charro puede llegar a profesional, que es cuando lo procuran los equipos fuertes a nivel nacional y empieza a percibir un salario por ello. (Informador. MX, Por amor a la charrería, 2014).

Un ejemplo de charro joven pagado en Morelia es Alejandro Yhamel, mejor conocido como “El piojo” por sus habilidades en la monta de jineteo de yegua y asegura que para llegar a ese nivel y poder vivir del deporte requirió de más cosas que tan solo pasión y constancia: “Para ser un charro pagado primero que nada tienes que invertir mucho dinero y tiempo, el dinero porque se ocupan cosas como las espuelas chaparreras y sobre todo caballo, que no son nada baratas; el problema no es tener caballo sino mantenerlo y a la par se requiere mucha práctica y tiempo. Uno llega a donde está a base de golpes y de mucho sudor y llegar a un alto nivel no es el problema, sino mantenerse.” [...] Para algunos la charrería es rentable, otros lo practican por hobby y a mí aparte de que me gusta, es mi trabajo.” (Alejandro Yhamel, comunicación personal, 16 de mayo de 2016).

Un charro que alcanza la profesionalización debe pasar por un proceso de formación que sólo se adquiere charreando. Conforme su desarrollo y capacidades se van viendo, un charro puede llegar a recibir ofertas de equipos que estén interesados en él. “Sí, de repente estás con un equipo charreando y luego llega alguien que te busca y te ofrece más dinero, y ya tú decides qué hacer; aquí no hay contratos ni cartas como en el fútbol”, comenta

“Nito”, quien de futbol sabe, pues alguna vez, confiesa, estuvo en la disyuntiva de ser futbolista o charro. (Informador. MX, Por amor a la charrería, 2014).

“Para las nuevas generaciones, la charrería es y seguirá siendo un estilo de vida e incluso más que antes. Antes la charrería se veía más como un hobby, ahora que es un deporte de alto rendimiento no hay día que no se entrene, que no se quiere ser mejor deportivamente. Existe más competencia que antes, existe más calidad y más nivel, todo esto por querer llegar a ser profesional y llegar a las grandes ligas.” (Diego Reveles, comunicación personal, 26 de junio de 2017).

Andrés “Nito” Aceves es uno de los primeros charros en Jalisco que logró sobresalir como profesional de la charrería a escala nacional. Él, admite que la vida en este deporte le permitió vivir cómodamente con un sueldo que no ganaría en un trabajo como profesionista, y agradece al destino y a todas las personas que estuvieron involucradas en su formación como charro. “Nito”, como es mejor conocido en el ambiente charro, es actualmente administrador del equipo de Vicente Fernández, “Los Tres Potrillos”, y revela que nadie que tenga un equipo, ni siquiera Tres Potrillos, que viaja, compite y se encuentra en uno de los mejores niveles en este deporte, lo hace por negocio. [...] “No, no. Negocio no es, al contrario, hay que meterle mucho. Un equipo bien formado como Tres Potrillos, imagínate; entre pagar charros, caballos, y todo lo que se necesita para charrear, nombre, le terminas poniendo” (Informador. MX, Por amor a la charrería, 2014).

Dentro de las cosas más costosas que tiene el deporte y por el cual muchas veces es catalogado como un deporte de ricos, es porque la indumentaria del charro y del caballo es muy cara.

Un traje de charro puede salir tan caro como uno pueda pagarlo, pero un traje reglamentario, suficiente para charrear, en promedio, podría salir en 700 pesos un sombrero, 600 la pachuqueña, 50 la corbata, mil 500 el pantalón, 700 los botines, mil 500 la reata, 350 la es espuelas y 900 unas chaparreras El caballo, de 50 mil para arriba y mantenerlo unos cinco mil pesos mensuales. Una charreada promedio podría costar, actualmente, para que participen dos equipos de diez personas, unos 20 mil pesos Esto incluiría, sólo el alquiler de cuatro yeguas y seis novillos. (Joaquín Porrúa, entrevista

publicada por Revista Proceso, 5 de febrero de 1983). (Charros de Cocula, Charrería ¿Deporte de ricos?, 2009).

“Es un modo de vida y una oportunidad para vivir económicamente por hacer lo que les gusta. Haciendo una analogía, la charrería funciona similar al fútbol; ejemplo de esto es que, la mayoría de quienes charrean, lo hacen sin pensar en recibir nada a cambio, terminan pagando por charrear, como ocurre en el fútbol amateur, pero también existen los que se dedican 100% a la charrería y viven de ella.”

Respecto a las ganancias que puede obtener un charro profesional, “Nito” Aceves nos acerca un poco comentando: El sueldo de un profesional de la charrería es variable, un charro puede llegar a ganar hasta 20 o 25 mil pesos al mes. Para que esto suceda, necesita ser un charro con muchas cualidades y no es una regla que deba ejecutar todas las suertes.

Juan Soltero, actual charro de Tres Potrillos, es un referente de la charrería nacional por sus capacidades para ejecutar la los piales en el lienzo. Él, dedicado 100% a este oficio, afirma que nadie se hace millonario de la charrería, y comparte: “Te pagan para vivir bien, eres parte de un equipo, hay que estar al 100, entrenar, dedicarse, pero creo que esto de los ‘piales’ es un don que Dios me dio, jamás me lo imaginé que viviera de esto, pero tampoco se gana el dineral, es como cualquier empleo”. (Informador. MX, Por amor a la charrería, 2014).

Sin duda para muy pocos el deporte es rentable, los dueños de los equipos que son pagados son muy pocos, pero hay una explicación para que los dueños de equipos charros mantengan vigente sus escuadras: la pasión. “Esto es únicamente como dicen por ahí: amor al arte. No se hace por negocio, se hace porque nos apasiona y es un modo de vida”, agrega “Nito”. (Informador. MX, Por amor a la charrería, 2014).

Otra distinción entre los charros, no desligada sin embargo de la primera, es la de los charros que charrean por amor a la charrería y aquellos que lo hacen por dinero, que se resume en una controvertida oposición entre charro amateur y el charro profesional. Esta oposición es controvertida porque su existencia no se acepta explícitamente, ya que se insiste en que entre los charros no hay categorías o divisiones. Sin embargo, es claro que existen algunos charros que han hecho de la charrería su forma de vida, son contratados

para charrear en un equipo determinado y cobran un salario por hacerlo, mientras que otros practican la charrería en tiempos fuera de sus actividades laborales principales, lo hacen en asociaciones y solamente por amor al arte o por espíritu deportivo. (Palomar, 2004, p,29).

“La charrería es un hobby, si lo ves de esa manera, demasiado caro. Muchos deportes como que usan carros o por ejemplo el tenis, compran sus herramientas y puedan abandonarlas, los que tenemos caballo no, hay que montarlo, darle de comer, de herrarlo y darle mantenimiento.” (Don Alejandro Yhamel, comunicación personal, 16 de mayo de 2016).

“La charrería como tal no es rentable, se gasta demasiado en la manutención de los caballos, en el arrastre, la vestimenta, sogas, etc, pero se puede ser menos cara si se invierte en la producción de algún producto o servicio consumible.” (Raymundo Ramos Islas, comunicación personal, 26 de mayo de 2016).

Pocas son las personas que perciben una ganancia practicando este deporte, así lo asegura Alfredo Alanis y añade: “Los organizadores de los eventos pueden ser de los pocos que recuperan una parte de lo que se gasta, sin embargo no todos los eventos son costeables.” (Alfredo Alanis, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

Las personas mayores como el Señores Mario Pérez insisten en que la charrería podría ser rentable si se los que están dentro del deporte buscaran la manera de hacer y crear fondos y a su vez patrocinios.

El presidente Pascual Ortiz reafirmó sus declaraciones agregando: “Hay personas que viven de esto, pero la charrería de ninguna manera es rentable, a la mayoría nos cuesta, pero si podemos hacer que el deporte sea un negocio, que genere empleos; el chiste es hacer la promoción adecuada, que la gente se acerque y vea. ¡Claro que se pueden generar ingresos, deja una ganancia y entonces puedes abaratar los costos, pero hay que hacer un gran esfuerzo y una publicidad y comunicación adecuada para que la gente se acerque y regrese de manera recurrente.” (Pascual Ortiz, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

Hay charros que lejos de verlo como un trabajo, lo ven como un estilo de vida, tal es el caso de Juan Carlos Osnaya Villicaña que expresa: “Yo creo que el deporte es un estilo de vida, así es que si tú desde una temprana edad estás dentro y por ejemplo, ves a tu papá que va y se compra sus ‘chaparreras’ u otros artículos, se hace parte de ti y de tu vida como cualquier otra cosa más que necesitamos. Ya sabes que vas a gastar para eso. [...] Personas que entran ya grandes al deporte y comienzan a mantener a su caballo, les pesa más porque no lo han tenido como una forma de vida, por ejemplo dejas de comprar cosas por comprarte lo del deporte y no se te hace pesado, pues ya sabes que lo tienes que obtener.” (Juan Carlos Osnaya, comunicación personal, 16 de mayo de 2017).

Los equipos de menor poder adquisitivo son los que menos pueden ver al deporte como algo rentable, sin embargo ellos son los que más le profesan amor al deporte, para ellos es su fiesta y no importa el puntaje, con haber participado están llenos. Algunos equipos de la tabla son los únicos beneficiados. (J. Briones, comunicación personal, 4 de julio de 2016).

La charrería es un deporte que se mantiene básicamente por las aportaciones de los mismos charros o bien, de los dueños de mismos equipos que los sostienen, pero en cuanto al apoyo económico que recibe la charrería por parte de dependencias de gobierno hablamos casi de algo nulo. “La verdad es que la charrería ha salido adelante gracias a particulares que gastan parte de su dinero en seguir promocionando este deporte, llevando su equipo a toda la Republica Mexicana. (Samperio Retamoza, comunicación personal, 26 de mayo de 2016).

“La mayor aportación viene de quien lo practica. Los apoyos que existen son pocos, ni siquiera se conocen y por supuesto que nunca llega al destino que debería. La charrería se mantiene por el gusto, el orgullo que tiene cada uno; para los que amamos es el deporte es importante hacer que la tradición perdure.” (Diego Herrera Valle, comunicación personal, 13 de mayo de 2016).

El apoyo, que por muchos es desconocido es mínimo y la mayoría de las veces es sufragado por los mismos charros. “El trabajo de nuestras autoridades es escaso, nunca llega a nuestras manos, tenemos apoyos pero el trabajo de nuestros dirigentes es mínimo, hay ciertos dirigentes que no apoyan el deporte a diferencia de otros deportes el ganado es muy caro. (Alfredo Alanis, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

“Se dice que existe un apoyo de CODEME o de algunas dependencias de gobierno, pero si es que existe, es muy poco lo que aporta. Lo más grave es que este ‘apoyo’ nunca llega a mano de las asociaciones, siempre llega a la Federación y ahí lo destinan para otro tipo de recursos.” (Don Socorro Rodríguez, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

Muchos de los conocedores charros hablan de que el apoyo es aún más escaso sobre todo en el estado de Michoacán y dicen ser un Estado “abandonado” en cuanto a charrería se trata.

“En el caso de Michoacán no hay ningún tipo de apoyo de la CONADE. No podemos hablar de Jalisco, donde es un estado donde se promueve totalmente este deporte; Michoacán y Guanajuato son estados totalmente abandonados.” (Juan Carlos Osnaya, comunicación personal, 16 de mayo de 2017).

3.3 ¿Tenemos una crisis de imagen?

Se trata de la sustancial defensa de una práctica que no podemos, ni debemos permitir, que se diluya silenciosamente en un mundo que parece universalizar gustos y comportamientos.” (Lic. Bernardo de la Garza Herrera, 2010, p.11).

“No se puede decir que el charro, como símbolo nacionalista, haya perdido su vigencia. La pregunta de fondo es si el charro tiene todavía un lugar en el actual contexto, tan distinto de aquel en el cual emergió como figura nacional, y si todavía tiene potencial para simbolizar y representar a una sociedad en constante transformación, cada vez más diversa e inmersa en un complejo proceso de producir múltiples identidades. (Palomar, 2004, p,10).

Para empezar tenemos una imagen desvariada en la memoria de la gente. En la población mexicana existe un desconocimiento grandísimo por el deporte nacional y por su historia. “Nos confunden muchas veces por el traje o la vestimenta con los mariachis, sin saber que los mariachis son músicos, ellos visten a la usanza mexicana, no de charros, posteriormente adoptaron el traje de charro, sin embargo eso no tiene que ver con la charrería.”

Una anécdota sobre esta confusión, es la que dió Alejandro Palacios: “En una ocasión, en un desfile charro, que son de las cosas que disfruto, porque me siento muy orgulloso de ir a caballo con mi traje charro en un desfile ante la ciudadanía y me siento muy orgulloso de ser charro; me llena de satisfacción y de orgullo; pero le decía, en un desfile paso al lado de un niño que estaba con su mamá y yo era el que iba encabezando el desfile; y el primero al que ve el niño es a mí y dice, «mira mamá, un mariachi».

“¿Se da cuenta de eso? O sea, hace tanta falta que nuestra sociedad, nuestra gente conozca las raíces de donde venimos, porque para nosotros, los que las seguimos promulgando, es a veces, no decepcionante, pero sí difícil poder llevar esa carga a cuestas, porque no tenemos soporte gubernamental, no hay soporte económico, no tenemos tampoco soporte social; lo mantenemos nosotros, llevamos sobre nuestros hombros, nos echamos a cuestas esta carga de poder mantener la tradición, y yo creo que la tradición la debemos de mantener todos los mexicanos, no solamente un sector, un segmento minoritario que por su afición mantiene esa tradición, sino todos los mexicanos...” “

“El charro trae la mexicanidad dentro de él. Y sin recibir, como deporte, apoyo ni subsidio gubernamentales, nosotros seguimos generando nuevas generaciones de charros. Y esto yo creo que es labor de todos los mexicanos. Es que, como deporte nacional, debería estar tan cerca de la gente; se ha alejado porque la gente no entiende de calificaciones, puntuaciones y cómo la contienda charra se da, dónde está la competencia. La gente lo que busca es un espectáculo y, a pesar de que nosotros somos en parte un espectáculo y un deporte, somos también una tradición. Entonces, todo esto ha sido difícil mandarlo hacia la sociedad”. (Alejandro Palacio, entrevista publicada por Cristina Palomar, 10 de junio de 2002).

“La imagen del charro no está presente en la memoria de los mexicanos. Somos el segundo país más poblado del mundo y no tenemos los lienzos llenos, no hay una identidad del charro.” (Pascual Ortiz, comunicación personal, 13 de mayo de 2017).

La falta de difusión y apoyo gubernamental son otro de los factores que ha influido para que la gente esté en desconocimiento y totalmente alejada del deporte. La aparición casi nula de la charrería a nivel televisivo es increíble. “No lo televisan como otros deportes como es el fútbol o beisbol y es de sorprender porque la charrería es el Deporte Nacional por Excelencia. Si lo practican en otros países, es otra cosa, pero hay que darle prioridad aquí en México [...] Hace falta anunciarlo por todos los medios masivos de comunicación para que la gente se entere de qué es y qué hacemos. La gente en muchas ocasiones no quiere asistir a las charreadas por el desconocimiento del deporte. A veces nos ven vestidos y floreado una sogá, pero no saben en sí de qué trata ni el riesgo que se corre. Tenemos que explicar en qué consiste en cada suerte y desarrollarla para darla a conocer y que la gente se acerque.” (Alejandro Yhamel, comunicación personal, 16 de mayo de 2016).

Haciendo una analogía sobre la dificultad que conlleva realizar el deporte a comparación de otros, Jesús Briones explica que el fútbol es muy simple: “El deporte es de mucha simpleza: es sencillo de practicar y sencillo de entender, sus reglas son fáciles, se pueden practicar con dos personas, las instalaciones son básicas y algunas rudimentarias y el que sea sencillo radica ahí su éxito, en comparación la charrería es difícil de practicar y difícil de entender. Sus formas de calificar son difíciles sino las conoces, los que son primerizos es muy complicado de comprender.” (J. Briones, comunicación personal, 4 de julio de 2016).

“La gente que va a veces a las charreadas, va una vez o dos y si no le entienden ya no regresa. Sería adecuado que dieran difusión a nivel televisivo porque en la radio se puede explicar, pero no hay como verlo y que a la vez lo estén explicando. Los que estamos dentro tenemos la labor de invitar a la gente a que vaya a ver el deporte y que aparte de explicarles las suertes, informarles que es lo que nos identifica como mexicanos y como charros.” (Don Alejandro Yhamel, comunicación personal, 16 de mayo de 2016).

Desgraciadamente la charrería no tiene el nivel de aceptación en la mayoría de la población, y sin un plan de medios completo, donde tu tengas una cartera de clientes, de publicidad es muy difícil llegar a un medio de comunicación masiva como es la televisión, de periódicos nacionales donde se preste a darle un espacio físico a la charrería. “Las páginas especializadas tenemos un público ya cautivo, a nosotros nos lee la afición. Nuestro trabajo en redes en jalar cada vez más a personas potenciales, es decir a los que no conocen el deporte, pero que pueden llegar a conocerlo y a quererlo, es todo un reto. Los que estamos dentro no tenemos una visión un proyecto para atraer nuevo público nuevo y ahí las órdenes de gobierno puede ayudar a la la difusión, declaró el investigador, comunicólogo y creador de la página “La Voz de la Charrería”. (J. Briones, comunicación personal, 4 de julio de 2016).

Sin duda alguna uno de los factores que hizo que se desvirtuara la charrería fue por el poderío de de la difusión que tienen los norteamericanos y que actualmente mucho de eso se ha ido jalando a la tradición mexicana: “Un ejemplo es que ahora los charros mexicanos adoptaron la cultura del cowboy, del vaquero estadounidense y lo vemos claramente en que ahora prefieren vestir con pantalón de mezclilla, botas altas, tejanas. Hemos perdido algunos valores , poco a poco han entrado artículos que no son charros y se han dejado de utilizar los que nos definían y que tenían una gran historia. “(J. Briones, comunicación personal, 4 de julio).

Juan Carlos Osnaya, fundamenta que la crisis de imagen que sufre la charrería, muchas veces son por las nuevas generaciones y su falta de valores hacia el deporte. “Existe una crisis principalmente por la forma en que se están perdiendo los valores. Ahora llegan mucho chavos que les gusta el ambiente, pero no tiene los valores para llevar en alto el nombre del charrería, pues los que estamos ahí llevamos sobre todo por generaciones la

tradición y es una formación desde la manera de vestir; cuando vas a andar de charro tienes que estar con tu moño, siempre bien fajado, y portando traje con mucho orgullo, y la gente nueva que se va incorporando, o que es ya muy grande y se mete se les hace muy fácil estar en un lienzo desfajado, sin moño y sin sombrero. Ahora simplemente se quitan la camisa de charro y están con una playera cualquiera o también, quitarse el sombrero y andar de gorra. Hay una crisis en la que se tiene que poner algunas sanciones a los equipos o individualmente hablando. Hay gente que se acerca a ver el deporte y ve cómo se visten. No portan el traje con orgullo y eso hace que se desvirtúe su imagen.” (Juan Carlos Osnaya, comunicación personal, 16 de mayo de 2017).

Hay que tomar en cuenta que el traje charro lo sitúa como objeto de exhibición para la contemplación pública y es muy importante portarlo de manera adecuada.

En el Reglamento General de Competencias de la Federación Mexicana de Charrería, A. C.,¹¹ se incluye la carta del presidente nacional del organismo en ese momento, Álvaro Vergara Martínez, dirigida a los «compañeros charros», y en ella se dice lo siguiente: Habremos de enfatizar su estricto cumplimiento, en primer lugar de todo aquello que esté relacionado con la disciplina de quienes practican nuestro deporte y el respeto a quienes como jueces califican nuestras competencias, pero sobre todo el respeto al público que asiste a nuestros eventos, y en segundo, no menos importante, a todo lo concerniente al uso correcto del atuendo nacional, así como a la limpieza y presentación del equipo charro; no olvidemos que la imagen que proyectamos como charros, es la imagen que como ciudadanos de México llevamos al mundo entero.

En la página 16 del reglamento está el capítulo VI, titulado «Del uso de la ropa de charro en competencias deportivas»: A continuación daremos a conocer los límites del uso de la ropa en competencias oficiales y amistosas, procurando usar la ropa de acuerdo con las categorías marcadas para el concurso de presentaciones, es decir, no se deberá usar traje de gala y sombrero de palma. Asimismo, es obligatorio para cualquier charro, ya sea competidor o no, portar con dignidad y gallardía y en forma completa el atuendo nacional en cualquier lugar, evitando entrar al lienzo antes de una competencia, sin corbata, sombrero, chaparreras, con la falda de la camisa por fuera (mal fajado) o con las mangas de la camisa arremangadas o corridas hacia atrás.

Todo charro competidor o no, deberá permanecer en las instalaciones de un lienzo charro antes o después de una competencia vestido en una forma correcta y completa. Queda estrictamente prohibido estar «medio vestido» de charro. Ejemplos: usar pantalón de charro con zapato «tenis», usar pantalón charro sin la camisa, sólo con 11 Reglamento General de Competencias de la Federación Mexicana de Charrería, México, D.F., abril de 1996.camiseta; no portar la corbata o traerla colocada en la copa del sombrero; portar el atuendo charro utilizando «gorra» de cualquier tipo en lugar del sombrero charro. Es obligación para cualquier directivo de una Asociación de Charros Federada o de la Federación Mexicana de Charrería, A. C., en cualquiera de sus niveles, el llamar en forma correcta la atención del infractor, pudiendo en caso de reincidencia hacer el reporte a la autoridad inmediata superior para que en su momento se apliquen las sanciones establecidas en el capítulo XV, art. 262 de los estatutos de la Federación por lo que respecta a amonestaciones particulares y públicas y suspensiones temporales o definitivas en caso de reincidencias. (Palomar, 2004, p. 71).

"La indumentaria charra era portada con gallardía por nuestros charros y con gracia y belleza por nuestras mujeres mexicanas. El arte de la charrería ha dado la vuelta al mundo, brindándonos un motivos de especial satisfacción por ser parte de un elemento de identidad orgullosamente mexicano, tenemos que preservarlo." (Felipe Calderón Hinojosa, 2010, p.9).

En años pasado existía más respeto hacia la tradición, los padres inculcaban a sus hijos y posteriormente a sus nietos el respeto por el atuendo y el verdadero significado del charro: ser un caballero antes que nada; el charro es el principal baluarte y símbolo de México, es la imagen que nos representa y nos da identidad en todo el mundo, aunque el fin de las charreadas ha cambiado: antes no se trataba de obtener logros deportivos sino de fomentar la amistad y la convivencia familiar. Las familias se invitaban unas a otras para pasar un buen rato y atenderse bien; pero ahora las charreadas se han vuelto profesionales y en ellas participan equipos que constan de pocas personas que ejecutan suertes de forma cada vez más efectiva y vistosa, pero sin el sabor familiar de antes; portar el traje charro y el nombre de charro es el compromiso más grande ante la sociedad porque es uno la imagen viva de México (Palomar, 2004, p.78).

“La charrería hoy en día sufre una crisis generada por diversos aspectos muchos de ellos generados por los mismos charros, los dirigentes de las instituciones que regulan el Deporte Nacional, por la economía del país, por la falta de ganado etc... Son muchos los factores que hacen que la charrería se encuentre en crisis, pero el más importante de ellos es la falta de amor y respeto al deporte. Hoy cualquiera que se pone un sombrero y monta a caballo ya se hace llamar "charro", sin saber montar, sin saber portar el traje o lo más importante sin saber el verdadero significado del ser charro y del deporte que promueve los valores y representa la identidad nacional.” (Diego Reveles, comunicación personal, 26 de junio de 2017).

Las nuevas generaciones desvirtúan cada vez más el mal uso del traje charro, no parecen estar a la altura del atuendo nacional y lo vemos en las charreadas: los charros llegan con chalecos puestos, el moño o la corbata en la copa del sombrero, playeras tipo polo, la camisa abierta e incluso gorras de beisbol, con tejanas y con zapatos tenis. De cierta forma se desvirtúa porque los charros más veteranos fueron enseñados a salir de su casa bien vestido y a regresar a su casa bien vestidos; es algo que se ha perdido en cuanto al atuendo. [...] “La imagen de los charros a la misma sociedad es absurda, muchas veces las opiniones de la poca gente que conoce a los charros son que el charro es un mujeriego, borracho, convenenciero y sin palabra. Hay de todo, charros honorables y truanes que con sus malos modos descalifican a todo el gremio.” (J. Briones, comunicación personal, 4 de julio).

“El traje de charro transforma al individuo: portarlo implica una responsabilidad muy seria. No se permiten las faltas de respeto ni otras actitudes antideportivas ni antisociales. Lo que pasa es que para mucha gente, las películas hicieron una imagen distorsionada del charro: lo etiquetaron como borracho, irresponsable, mujeriego, machista Y aquí se prohíbe faltar al respeto a mujeres ya compañeros. Por eso digo que es una gran familia: la mujer no es tan respetada en otros deportes como en la charrería” (Joaquín Porrúa, entrevista publicada por Revista Proceso, 5 de febrero de 1983).

Necesitamos llevar a la charrería a las cabezas y a los corazones de los mexicanos. Necesitamos el apoyo de los medios de comunicación y del gobierno para poder seguir enaltecendo el deporte y llegar a los lugares más recónditos de la República.

“Tenemos que difundir de manera correcta el deporte, difundirlo de una manera que la gente le guste, que la gente se acerque al deporte y quiera regresar, que se queden con ganas de volver, recortando tiempos, información, estadísticas y meter diferentes cosas, meter curiosidades e intereses; si logramos eso poco a poco vamos a ir enalteciendo el deporte y la tradición. Esto está en cada uno hacerlo y conservarlo” (Diego Herrera Valle, comunicación personal, 13 de mayo de 2016).

Necesitamos informarle a la gente sobre el amor que le profesamos a nuestro deporte y a nuestros animales. “Nuestros animales son muy importantes y los protegemos, que se entere que para los charros lo más importante es nuestros caballo, que dejen de ver a la charrería como un deporte que maltrata animales”. (Juan Carlos Osnaya, comunicación personal, 16 de mayo de 2017).

La convivencia es algo que tiene que regresar. “La charrería ya no tiene que verse como un negocio, necesitamos fomentar más el convivio familiar como lo era antes en la cual se hacía amistad”. (Rodrigo Arreygue, comunicación personal, 9 de mayo de 2017).

Necesitamos marcar urgentemente una diferencia entre el charro y el mariachi y eso solo lo podemos lograr a través de los medios de comunicación. “Cada charro o persona que se quiera dedicar a este deporte se debe comprometer a ser un digno representante dentro y fuera de un lienzo a México y a la charrería, necesita tener dedicación, disciplina y respeto por la charrería; desde portar un traje de charro correctamente, entrenar para tener un buen nivel , actuar con valores, querer destacar deportivamente, portar a la charrería como este deporte se lo merece por qué es un deporte maravilloso que solo los que amamos y tenemos esto como una forma de vida entendemos.” (Diego Reveles, comunicación personal, 26 de junio de 2017).

Lo que realmente urge es que nuestro gobierno y nuestra gente nos voltee a ver, que voltee a ver lo suyo , lo conozca , lo fomente y lo presuma.

“La charrería es un deporte muy bonito el cual te deja muchas experiencias, muchas satisfacciones y también algunas veces te deja dolor y tristeza, cuando no salen las suertes charras como tu querías, porque pierdes un campeonato una charreada y eso genera tristeza, pero también genera mucha diversión, mucha satisfacción, momentos inolvidables,

la sensación de meter una mangana chorrear la reata en tus manos a una velocidad arriba de los 50 kilómetros por hora son experiencias inolvidables.

Cada logro cada competencia te deja cierta satisfacción, la vives de diferente manera la disfrutas, es un orgullo ser mexicano.” (Mauricio Cuevas, comunicación personal, 28 de mayo de 2017).

CAPÍTULO 4: EL PROYECTO DEL MEDIO

La identidad de una organización o de una marca, tiene influencia decisiva en todos los aspectos de la gestión de la organización, cuando se tiene clara la identidad de una empresa se vuelve más fácil la toma de decisiones y esta manera de actuar tiene un impacto favorable tanto dentro como fuera de la organización. La identidad es en sí la verdad de la marca, lo que la hace auténtica, real y diferente a las demás; será lo que le permita trascender en el tiempo y dejar su huella en el mundo. (MedioLleno , La importancia de la identidad en una empresa, SF).

Para poder posicionar tu marca es necesario contar con un dominio, que es, una parte muy importante de todo el proceso necesario para establecer tu negocio en Internet. El dominio es un identificador que al utilizarse en la dirección de tu página o sitio de Internet se convierte en una herramienta para dar a conocer tu marca y tus servicios en Internet. [...] Seleccionar el dominio correcto es esencial para la estrategia de mercadotecnia que tú tengas para dar a conocer tu sitio de Internet, por esta razón es importante registrar un dominio que sea fácil de escribir, de recordar y lo más importante que esté relacionado con el nombre de tu negocio o marca. El dominio que utilices permite que los usuarios en Internet te identifiquen y diferencien de la competencia. (Akky, ¿Por qué es importante un dominio para tu estrategia de mercadotecnia en Internet?, SF).

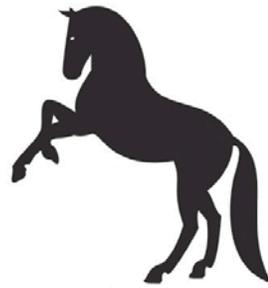
Para esta página buscamos un dominio que estuviera disponible y fue:

The screenshot shows a domain search interface. At the top, there is a search bar with the text "Search for domains or IP addresses..." and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are links for "Dominios Premium", "Transferir", "Características", "Iniciar sesión", and "Regístrate". Below the search bar is a blue banner with the text "Interesado en los nombres de dominio? Haga clic aquí para mantenerse al día con las novedades y promociones de nombres de dominio en Name.com".

The main content of the screenshot is a large green button that says "¡Cómpralo ahora!". Below this button is a table showing the availability of various domain extensions:

Extension	Price	Status
.com.mx	\$ 14.99	Disponible
.com	\$ 9.99	Disponible
.red	\$ 13.99	Disponible
.org	\$ 12.99	Disponible
.rocks	\$ 5.00	Disponible
.Noticias	\$ 10.00	Disponible
.ninja	\$ 5.00	Disponible
.social	\$ 15.00	Disponible

At the bottom of the table is a green button that says "Adquisición de dominios seleccionados".



Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.

CONTEXTO DEL MERCADO

Algunas de las páginas que existen en el medio charro son:

-Pasión Charra:

Una página web que se dedica únicamente a la publicidad y a la fotografía de los eventos. Esta página, a pesar de ser una de las más reconocidas, no informa a la gente, ni tampoco tiene veracidad en su información.

-Portal de Charros:

Es una página web que sí informa, se dedica a cubrir los eventos deportivos que se generen en el medio, sin embargo, visualmente no es una página atractiva. Esta página es conocida por la mayoría de los charros, pero carece de orden y material audiovisual.

La Voz de la Charrería:

Esta página a diferencia de las otras, es un ejemplo de cómo podemos hacer periodismo digital, es una página completa en cuestión de cobertura e información, sin embargo no cuenta con galerías fotográficas de los eventos o mucho contenido audiovisual.

Misión:

En “Sombrero, bota y caballo” nos comprometemos a enaltecer las tradiciones de México y a su vez las de la Charrería. A través del internet comunicaremos con profesionalismo la información, apoyándonos de audiovisuales, artículos, fotografía, etc.

Visión:

Lograr colocarnos dentro del medio como una página profesional que difunde información verídica y con ello, poder posicionar en la mente de los mexicanos el deporte nacional por excelencia.

NUESTROS VALORES

- **Inteligencia:** Nos alejamos de las banalidades para ofrecer a la sociedad información útil que fortalezca la imagen del charro, de la charrería y de sus tradiciones.
- **Puntualidad:** Para servir información en el momento preciso, justo cuando el mercado lo requiere.
- **Honestidad:** Cada uno de nuestros actos se basan en la honradez y con ella interactuamos siempre.
- **Trabajo en equipo:** La suma del talento de los individuos es lo que nos fortalece y permite alcanzar los objetivos. el trabajo en equipo es fundamental para poder lograr llevar información completa.

- **Humanidad:** Es un compromiso que tenemos con la sociedad y nos comprometemos en no dañar a nadie con lo que publiquemos; somos conscientes del impacto que tenemos en la gente.
- **Verdad:** Garantizamos que nuestra información antes de ser publicada será corroborada detalladamente para ofrecer información con exactitud.

PÚBLICO META

El concepto de target hace referencia al objetivo y cuando se aplica en el sector del marketing, alude sobre todo al público objetivo al que van dirigidos las acciones de una empresa en concreto. Entre otras cosas, la palabra inglesa target tiene el propósito de responder una serie de cuestiones como el público al que nos dirigimos, cuáles son sus costumbres y gustos y dónde se localiza. Por lo tanto la mejor definición de target es el destinatario al que pretende llegar un producto o servicio y sus correspondientes campañas de promoción. (Economiasimple.net, ¿Qué es el target?, SF).

El target al cual queremos llegar es:

Hombres y mujeres, con un nivel socioeconómico A/B, C+ y C , que estén interesados en conocer la historia y en qué consiste la charrería, principalmente que se ubiquen geográficamente en México y sus alrededores, o bien, mexicanos fuera del país, que tengan como sentido de nacionalidad muy arraigado. La edad recomendada es de 15 a 65 años.

Nuestra página web estará al alcance de toda la gente que pueda acceder por medio de internet a la página y entrar a ella, no tendrá ningún costo.

OBJETIVO

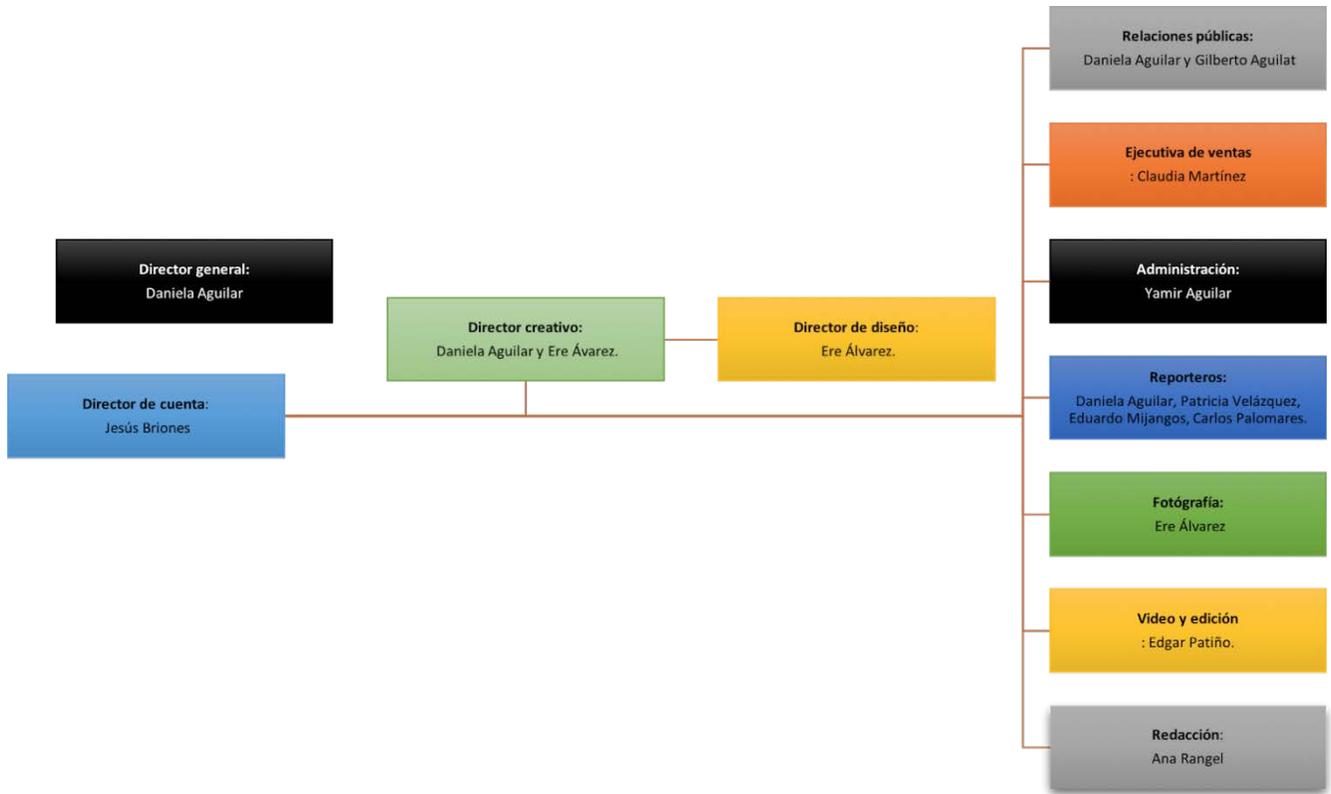
El objetivo principal de “Sombrero bota y caballo” es: crear un medio especializado en el deporte nacional por excelencia, la Charrería Mexicana; que nos ayude como base de un medio informativo que se mantenga cerca de la sociedad alejada de la información de este deporte, pero que a su vez, muestra interés en su historia, sus costumbres y tradiciones.

También, queremos crear un medio para las personas que practiquen y estén dentro del entorno de la charrería y necesitan estar en constante comunicación con lo que sucede dentro del deporte o bien, quieran enriquecerse e indagar dentro de este, para así ilustrarlos más sobre su cultura y cubrir sus necesidades informativas.

NUESTRO EQUIPO A CORTO PLAZO



NUESTRO EQUIPO A LARGO PLAZO



PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Director general:

Responsable de establecer los objetivos y las estrategias para la empresa, aprueba las normas y procedimientos de la empresa, así como la planificación y organización de las actividades de la empresa, asignar tareas al personal y delegar responsabilidades. El, también se encarga de elaborar y controlar lo presupuestos, estudias la competencia y es el representante ante otras organizaciones.

Directora de cuenta:

Responsable de coordinar las estrategias, procedimientos y actividades de la página y la evaluación del trabajo realizado.

Director creativo:

Encargado de desarrollar e implementar todas las ideas de cómo se realizará la producción del mensaje o del contenido audiovisual.

Director de diseño:

Responsable de transformar las ideas en realidad, poniendo su creatividad a trabajar junto con el Director Creativo.

Relaciones públicas:

Encargado de velar por una buena comunicación exterior e interior de la empresa, a su vez, encargado de atraer clientes potenciales a nuestros espacios publicitarios.

Administración:

Encargada del control del flujo de efectivo de la página, así como la entrada y salida del material que se utilice.

Fotografía:

Esta persona será clave, pues se encargará de plasmar en una foto lo que acontece en los eventos y también generará books, lo cuales serán vendidos a las personas que soliciten la foto.

Reporteros:

Los periodistas serán los encargados de recabar la información en los eventos y generarán un boletín por cada charreada que haya, asimismo serán las personas que brindarán la información para cada nota que se genere.

Video y edición:

Responsable encargado de la edición y corrección de el material individual, así como la captura de las charreadas en vivo.

MANUAL DE ESTILO

- **Fotografía:** Extremaremos el cuidado de la publicación de la fotografía para que el uso de la misma no dañe a las personas que aparezcan en ellas. A través de la fotografía plasmaremos los momentos más importantes y valiosos que comuniquen lo mejor del deporte.
- **Noticia:** La información que publiquemos en los artículos será completa, concisa, clara y correcta; la información no puede quedar incompleta y la redacción tiene que ser impecable.
- **Reportajes:** Haremos usos del género periodístico para informar un suceso referente a un personaje de la la Charrería o a un suceso que documente la historia de la misma y de sus tradición.
- **Crónicas:** Describiremos en orden cronológico el orden de la fiesta charra, que va desde la preparación de los arreos y el caballo, las suertes, el jarabe tapatío y la comida final.
- **Entrevista:** Conversaremos con personajes que van desde las más altas funciones hasta las personas que laboran dentro de los lienzos para así adquirir declaraciones que nos adentren y nos den a conocer sus opiniones e ideas sobre el tema que se hable.
- **Línea Editorial:** Con un estilo sencillo nos trataremos de acercar a la gente, un lenguaje un tanto informal sin caer en las groserías para que la gente se interese más y se sienta mayormente identificada.

SECCIONES

La página web, contará con un determinado listado de secciones, las mismas que nos ayudarán a organizar nuestra información y a que el visitante tenga un visita sistematizada y ordenada, para que así, disfrute de toda la información y encuentre todo lo que necesita, por ellos, consideré que estas eran las secciones a destacar:

- **Inicio:** Mostraremos el menú o las noticias más destacadas, así como lo más relevante que ha salido en la página (en general)

- **Quiénes Somos:** Dar a conocer la misión y visión de nuestra página será un una sección importante para que los espectadores entiendan y puedan darse cuenta el objetivo que perseguimos.
 - *Servicios:* Aquí daremos a conocer sobre los servicios que ofrecemos, que van desde publicidad, fotografía, video, etc.

 - *Contáctanos:* *La gente podrá comunicarse con nosotros y poder hacernos llegar sus observaciones o requerir de nuestros servicios , a través de un apartado que se encontrará en la parte inferior de la página web, a través de un correo. Aquí también redireccionaremos al cliente a acceder a nuestras redes sociales por medio de widgets.*

- **Noticias:** Sacaremos aproximadamente de 1 a 2 notas al día según el movimiento del deporte.

- **Escaramuzas:** Este apartado será especialmente para enaltecer a la china poblana, su vestimenta y su suerte, por medio de videos de su rutina y sus campeonatos.

- **Historia:** Haremos especial hincapié en esta sección. Nos interesa plasmar de manera creativa e interactiva la historia del deporte, así como las suertes.
- **Resultados:** Posteamos los resultados finales de cada competencia o campeonato.
- **Reglamentos:** Actualizaremos cada vez que haya un cambio en el reglamento charro.

TIPOGRAFÍA

La tipografía que se utilizará en el sitio web será misma que ha sido utilizada para la generación del logo y el slogan de la página web. La tipografía para resaltar un suceso importante será: "Bodoni 72 Oldstyle" y el resto del texto se llevará con la tipografía: "Bodoni 72 Oldstyle lighth".

La finalidad del uso de la misma tipografía que contiene el logo, es que el diseño de la página luzca uniforme y consistente.

Referencias bibliográficas:

Nos basaremos en las normas que se utilizan más usualmente en las ciencias sociales y humanas desarrolladas en el Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association (APA).

EJEMPLIFICACIÓN:



Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.



Publicidad

Inicio

Quiénes somos

Servicios

Contáctanos

Noticias

Resultados

Calendarios

Escaramuza

Historia

Reglamentos

Destacados

- 

Boletín de Prensa N° 72: Todo un éxito el Campeonato Nacional Infantil, Juvenil y de Escaramuzas 2017

6 AGOSTO, 2017
- 

Boletín de Prensa N° 71: Selección de Nuevo León gana el título juvenil por equipos

6 AGOSTO, 2017
- 

Boletín de Prensa N° 70: Charra de Chiapas, tricampeona infantil "B"

5 AGOSTO, 2017
- 

Boletín de Prensa N° 69: La selección yucateca se corona en Infantil "B"

5 AGOSTO, 2017
- 

Boletín de Prensa N° 68: Daniel Guerra, campeón charro completo infantil "A"

5 AGOSTO, 2017

PUBLICIDAD





Publicidad







Noticias Anteriores



Boletín de Prensa N° 72: Todo un éxito el Campeonato Nacional Infantil, Juvenil y de Escaramuzas 2017



Boletín de Prensa N° 71: Selección de Nuevo León gana el título juvenil por equipos



Boletín de Prensa N° 72: Todo un éxito el Campeonato Nacional Infantil, Juvenil y de Escaramuzas 2017



Boletín de Prensa N° 71: Selección de Nuevo León gana el título juvenil por equipos



Boletín de Prensa N° 70: Charra de Chiapas, tricampeona infantil "B"



Boletín de Prensa N° 69: La selección yucateca se corona en Infantil "B"



Boletín de Prensa N° 68: Daniel Guerra, campeón charro completo infantil "A"

MAPA DEL SITIO

MAPA DEL SITIO SOMBRERO BOTA Y CABALLO

SECCIONES

Inicio
Quiénes Somos
Noticias
Escaramuzas
Historia
Resultados
Reglamento

AVISO OPORTUNO

Anúnciate

AVISO OPORTUNO

Aviso legal
Aviso de privacidad
Contáctanos
Directorio

PARTICIPACIÓN

Redes Sociales

SERVICIOS

Publicidad
Suscripciones

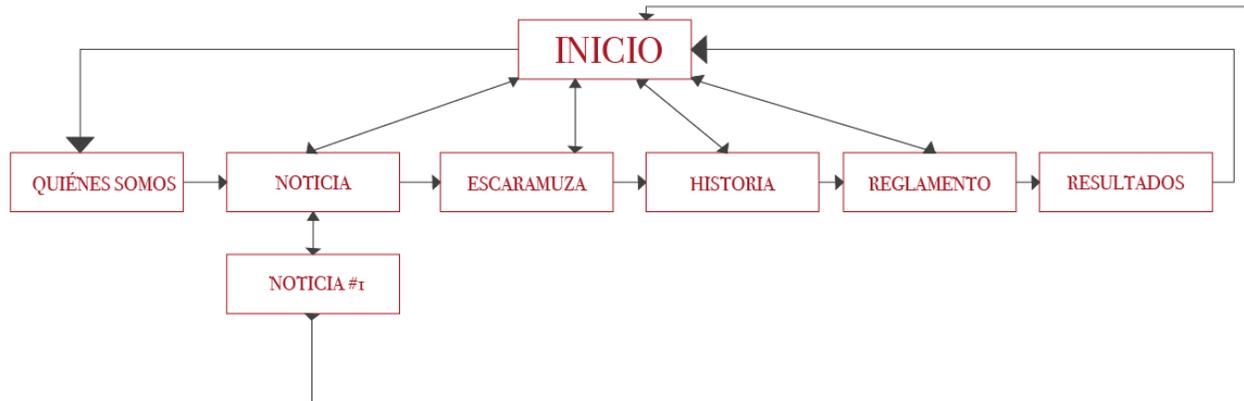


Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.

MAPA DE FLUJO

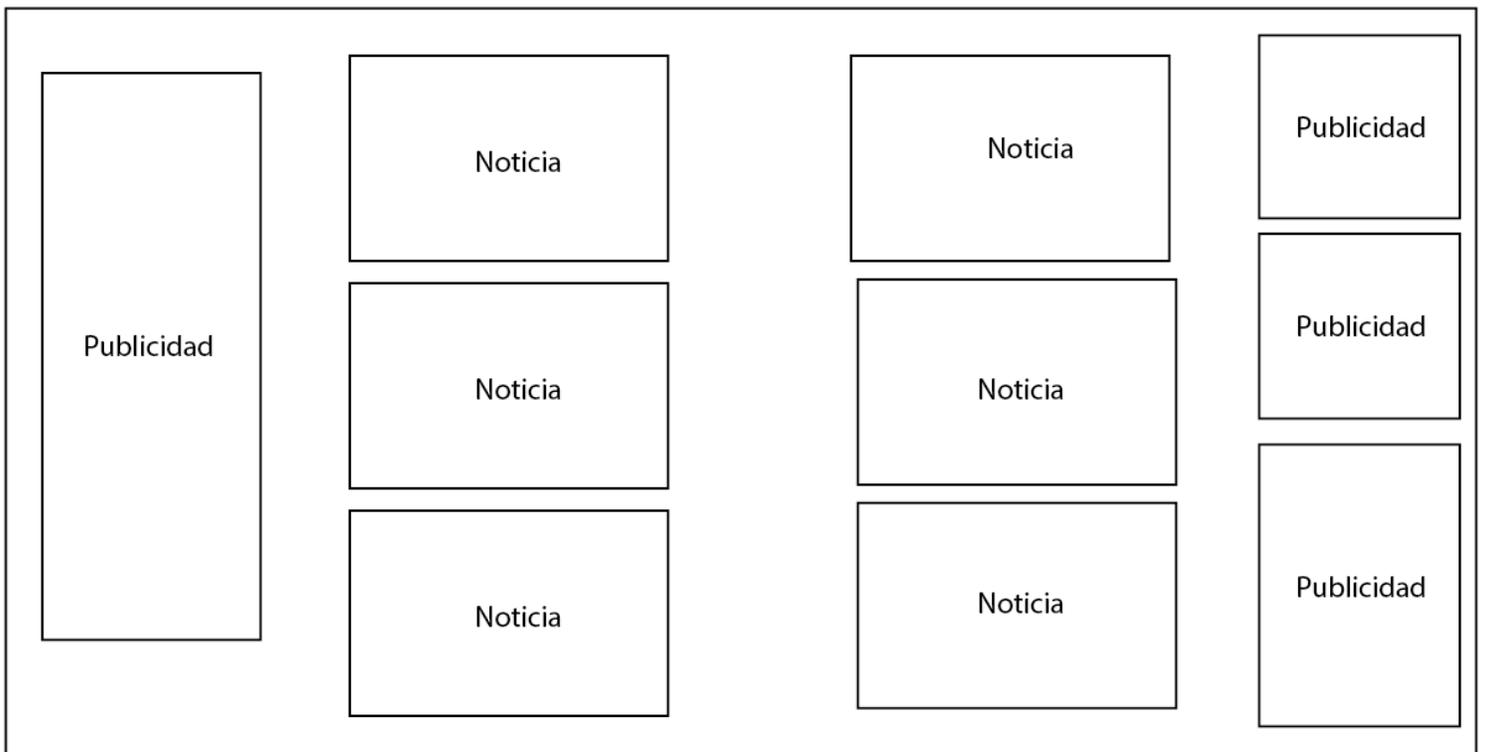
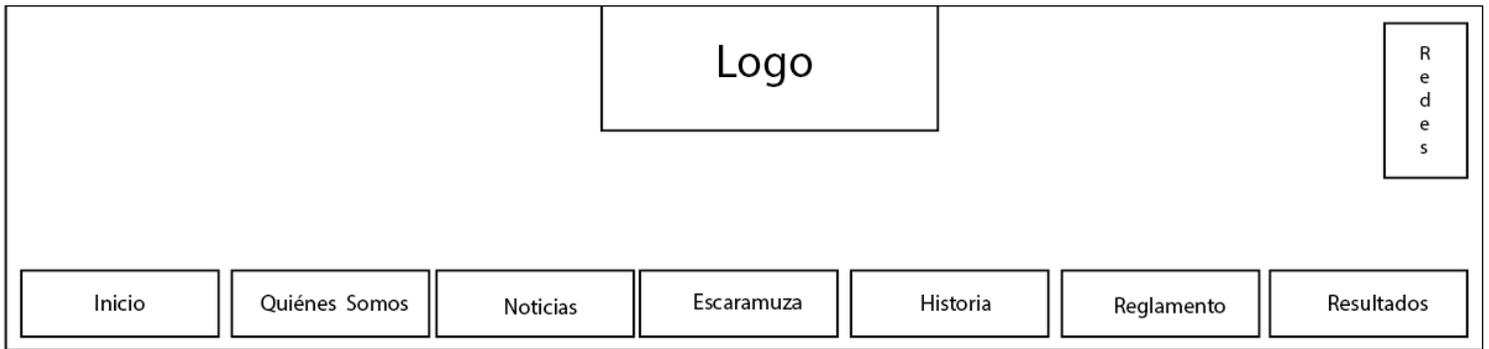
MAPA DE FLUJO SOMBRERO BOTA Y CABALLO



Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.

DISEÑO DEL SITIO



Logo

Inicio

Quiénes Somos

Noticias

Escaramuza

Historia

Reglamento

Resultados

IMAGEN

IMAGEN FONDO

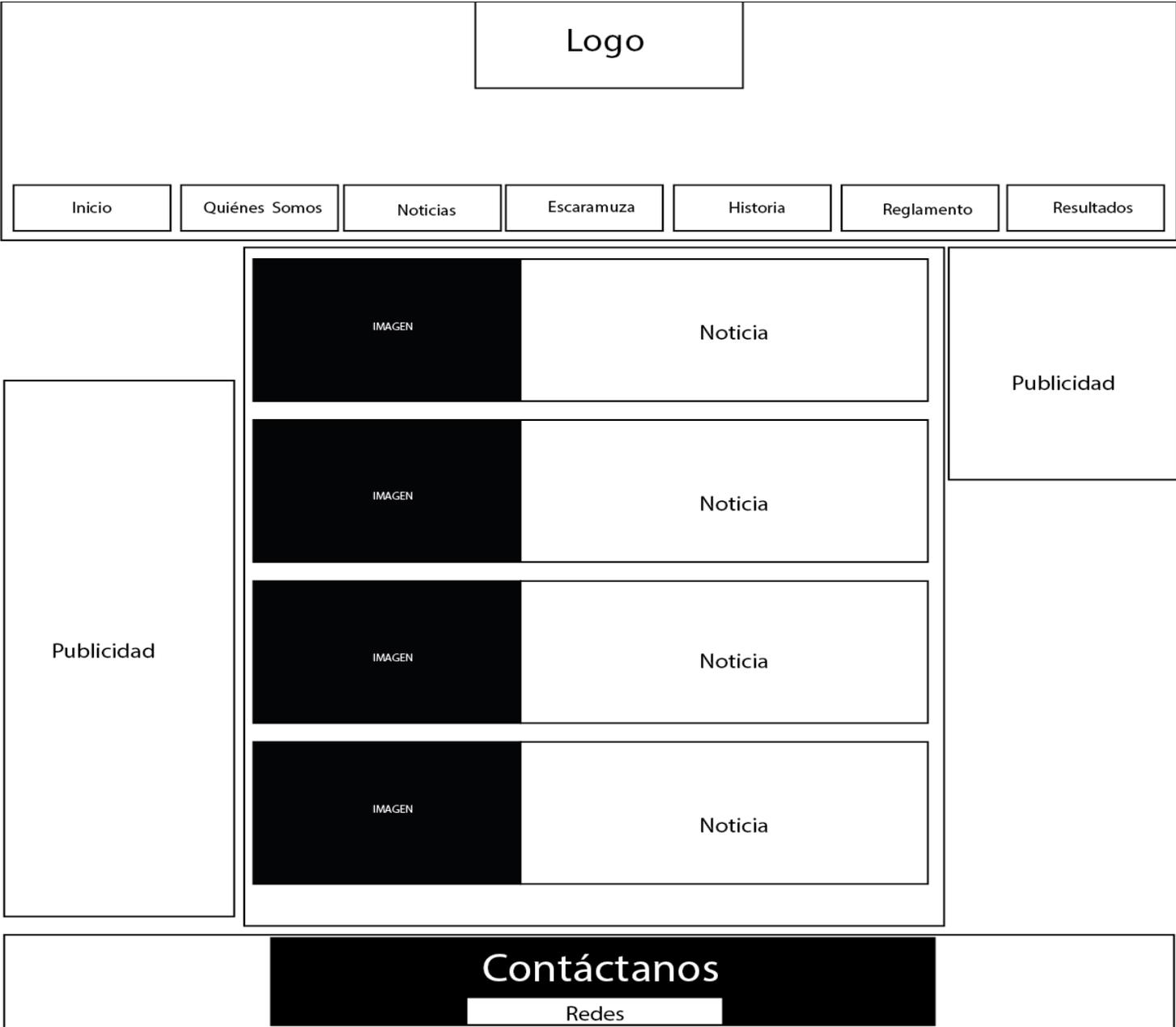
Publicidad

TEXTO

Publicidad

Contáctanos

Redes



Logo

Inicio

Quiénes Somos

Noticias

Escaramuza

Historia

Reglamento

Resultados

IMAGEN FONDO

Video

TEXTO

Publicidad

Contáctanos

Redes

Logo

Inicio

Quiénes Somos

Noticias

Escaramuza

Historia

Reglamento

Resultados

Publicidad

TEXTO

Publicidad

Contáctanos

Redes

Logo

Inicio

Quiénes Somos

Noticias

Escaramuza

Historia

Reglamento

Resultados

TEXTO/LINK

Contáctanos

Redes

Logo

Inicio

Quiénes Somos

Noticias

Escaramuza

Historia

Reglamento

Resultados

IMAGEN FONDO

Publicidad

Publicidad

Publicidad

TEXTO

Publicidad

Contáctanos

Redes

Manual de Identidad Gráfica



Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.

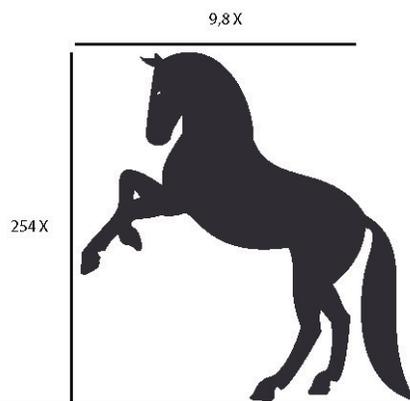
Introducción

El presente manual de identidad corporativa es un documento de carácter normativo que presenta los parámetros necesarios para el manejo adecuado de la página web “Sombrero, Bota y Caballo”.

En él se encuentran detalladas las políticas para comunicar visualmente la personalidad de la institución ya que el seguimiento puntual de las especificaciones aquí planteadas, aseguran una comunicación ordenada y consistente para lograr el fortalecimiento de su imagen corporativa.

La identidad corporativa es un sistema de signos y símbolos que permite distinguir a una empresa o institución entre las demás. A través de esta diferenciación, el público es capaz de asociar ciertos signos a determinada organización. Su misión es lograr transmitir elementos de sentido, comunicando una personalidad única.

Para lograr la noción de identidad, es necesario comunicar una imagen congruente. La congruencia produce credibilidad y confianza. Sin embargo, la identidad corporativa va más allá del uso y manejo de formas, figuras, colores, logotipos e imágenes; se trata, en última instancia, de una promesa a nuestros públicos, de lo que somos y lo que representamos, de nuestros valores y objetivos. Es una garantía de la experiencia que la gente recibirá de nuestra organización.

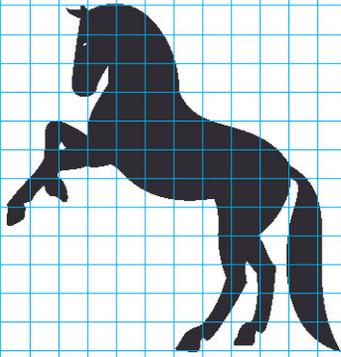


Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.

20,15 X

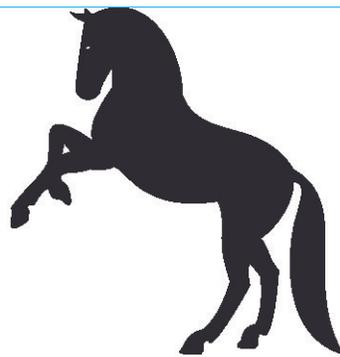
x



Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.

Área de aislamiento



Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.

El área de aislamiento es la zona alrededor de la imagen donde no podrán colocarse elementos, con la finalidad de que no interfieran con la imagen de la institución.

Bodoni OldStyle 72

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

·;·, ¨ * ? ¿ ! ¡

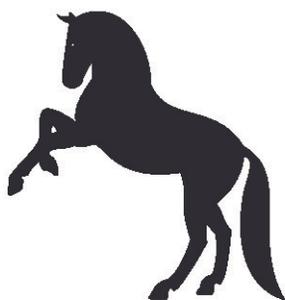
Los alfabetos de Bodoni OldStyle 72 (incluidas todas sus familias) es las tipografías permitidas para todo tipo de soportes impresos que se requieran dentro de la institución.

Reducción máxima



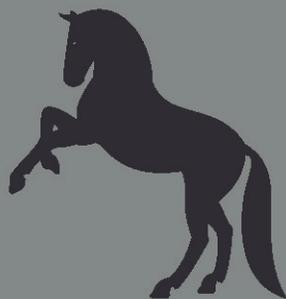
La reducción máxima de la imagen, es el tamaño mínimo permitido para la reproducción del logotipo de la institución y los elementos que lo conforman.

Imagen Negativa



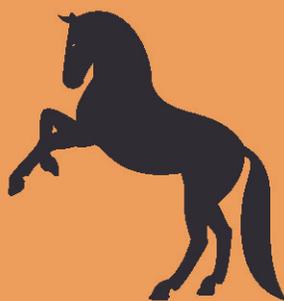
Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.



Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.



Sombrero, bota y caballo

Tradición que nos une.

Colores Corporativos



C: 5%
M: 44%
Y: 71%
K: 0%



C: 54%
M: 43%
Y: 45%
K: 0%

Los colores corporativos son aquellos que representan a la institución.
Para “Sombrero, bota y caballo” se escogieron 2 colores:

El gris porque es el color del intelecto, el conocimiento y la sabiduría. Se percibe como clásico y de larga duración y a menudo elegante y refinado.

El naranja porque transmite energía combinada con diversión. Significa aventura, optimismo, confianza en sí mismo, sociabilidades. El color naranja hace que un producto caro parezca más accesible. El naranja impacta a una amplia gama de personas, tanto hombres como mujeres.

CONCLUSIONES

Esta tesis surge a partir de la inquietud y necesidad cultural en el que se ha visto envuelto el deporte nacional por excelencia; la charrería.

Otro motivo fue la preocupación al notar que el deporte cuenta con poca o nada de difusión dentro de los medios masivos de comunicación, es por eso que nos vimos en la necesidad de investigar las características que debe contener un sitio web especializado, para así crear uno que difunda el deporte, la tradición y la cultura de la Charrería.

Para realizar este trabajo se analizaron ciertos temas fundamentales, empezando por identificar las características que debe tener un sitio web especializado para poder hacer ciberperiodismo.

Basada en la teoría que presenta Javier Díaz Noci, se entiende por ciberperiodismo como aquella especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, elaboración y difusión de contenidos, especialmente periodísticos.

Dicho lo anterior, podemos llegar a la conclusión de que en el país no existe un medio especializado en donde se genere información verídica y periodística sobre el deporte, si bien, existen medios que interactúan con el público, a través de la multimedialidad, como lo son las galerías fotográficas, sin embargo la información utilizada es irrelevante y no deja ninguna enseñanza, lo que hace que la publicación quede a un lado, se haga invisible y se vuelva indiferente para el público.

Si bien, las nuevas tecnologías que han ido surgiendo a través del tiempo, nos ofrecen oportunidades para mejorar la transmisión del mensaje y/o información, aparte nos otorga la posibilidad de romper la comunicación de los medios tradicionales y convertirnos en el parteaguas con el uso de las recientes tecnologías.

El nacimiento de estas, nos obligan a todos a adentrarnos a ellas , y la necesidad por comunicarse abre la puerta a miles de portales con información, obteniendo un sinnúmero de referencias.

Sin duda alguna el periodismo como se conocía en sus inicio se ha revolucionado, y se ha tenido que adaptar a los nuevos cambios debido a las nuevas tecnologías.

La aparición del internet lo ha transformado, y esto ha tenido desventajas, pero también grandes ventajas; ahora la información está al alcance de la mayoría sino es que de toda la población. Ahora es posible actualizarse de los acontecimientos que suceden en cualquier parte del mundo minuto a minuto, es cuestión de contar con un celular o bien una tableta para poder hacerlo.

Como lo cito en el capítulo 1.3.3, página 23 “El internet entró como una herramienta de globalización, poniendo fin al aislamiento de culturas. Debido a su rápida masificación e incorporación en la vida del ser humano, el espacio virtual es actualizado constantemente de información fidedigna o irrelevante”. (Jaquelin Díaz, Importancia del internet en la actualidad, 2016)

La Asociación Mexicana de Internet realizó un estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2017, en el que destaca que el país alcanza un 63% de penetración entre la población mexicana de 6 años en adelante.

Además nos revela que 7 de cada 10 internautas mexicanos, utilizan la herramienta al menos, desde hace 8 años. En promedio, los internautas Mexicanos llevan 7-6 años navegando en la red.

Sin duda alguna las redes sociales también han jugado un papel muy importante para la transmisión de mensajes, así lo corrobora el mismo estudio que nos arroja que cada usuario de internet en México posee 5 redes sociales en promedio y solo el 1% no se encuentran inscritos.

Los mexicanos, según el estudio que realiza AMIPCI pasan el 38% de su tiempo conectados en internet en alguna red social.

Sabiendo esto, un sitio web se vuelve esencial para poder llevar a la gente información que haga que se interesen por el deporte. No podemos dejar de lado que el ciberperiodismo cuenta con ciertas características para que su uso se pueda llevar correctamente a cabo.

De acuerdo a la información recopilada, la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad son características inherentes al ciberperiodismo.

Por un lado la multimedialidad permite que la información sea interactiva a través del uso de: texto-imagen y sonido.

La hipertextualidad nos da la capacidad de conectar unos elementos informativos con otros, generando que la información sea secuencial. Nos vuelve más ordenados y por ende el público se mantiene interesado en el sitio web y por consiguiente que no la abandone.

La interactividad abre la comunicación y realiza un proceso, en el cual se emite información y se consigue una respuesta a ella.

En México no existe el ciberperiodismo con todas características ya mencionadas, existen plataformas que se asemejan, pero ninguna cumple al pie de la letra el formato.

En conclusión, tenemos las herramientas para crear un sitio web que sea atractivo para el público y que, la información llegue a los usuarios responsablemente, cubriendo todos los requisitos para que el sitio eduque, culturice y retroalimente al usuario.

El deporte necesita del ciberperiodismo, necesita de periodistas informados y preparados profesionalmente, el deporte necesita difundirse a través de las nuevas tecnologías y sobre todo, necesita que la gente se informe de él.

“La imagen que ha representado la mexicanidad más frecuentemente es la figura del charro, ese varón que usa un traje propio para montar a caballo, un sombrero de ala ancha y que lleva una soga, además de una pistola. Esta imagen ha dado la vuelta al mundo y es reconocida en todas partes como propia de México, a pesar de la pluralidad cultural y étnica que contiene la nación.” (Cristina Palomar, 2004).

La charrería y el charro es un ícono del mexicano y como tal tenemos que defenderlo y hacerlo ver.

La raíz y origen de la charrería se remonta a aquellos hombres que trabajaban arduamente en el campo, amansando y arreando animales, estas personas eran los indígenas que, durante la Colonia fueron menospreciados y juzgados con dureza; eran mejor conocidos como: “Los Chinacos”, eran considerados como hábiles en el manejo de la lanza, la reata y de las armas de fuego que existieron en ese tiempo.

Como lo menciono en el capítulo 2, en la página 2, “Los chinacos siempre estaban acompañados de su “China Poblana”, este personaje jamás pudo haber quedado de lado en la historia y mucho menos restarles importancias, estas damas se volvieron el complemento perfecto del “Chinaco”, para más tarde convertirse en damas a charras, a caballo.

Más tarde llegó a la historia del charro llegó el “Caudillo del sur”, mejor conocido por todos como Emiliano Zapata, este personaje en un estereotipo para todos los hombres de ese entonces.

Zapata que como el revolucionario que era, con grandes bigotes, enemigo de la civilización, dirigente de rudos campesinos maderistas y de presencia gentil, abrió paso a una nueva visión del charro con signos de poder, prestigio, mexicanidad, tradición y sobre todo valentía.

Enrique Krauze, en 1917 escribió sobre la relevancia de este personaje para el mundo charro, y como lo cito en mi capítulo 2, página 3 explica: << Lo que más atraía en Zapata no sólo eran las mujeres sino a todo el que lo conocía, era su carácter de “ charro entre charros”

Emiliano se presentaba en las plazas de toros montando los mejores caballos del rumbo, sobre las mejores sillas vaqueras. Los jaripeos, las corridas de animales en el campo, las carreras de caballos, el jineteo de toros, las peleas de gallos o el simple campear eran sus diversiones favoritas. Su impecable figura de charro no tenía afectaciones ni rebuscamientos, era clásico a su manera..[...] pero no era la indumentaria, sino su habilidad con los caballos, el lazo y los toros lo que lo definía sin dudas como un charro.>>

Con estos extractos puedo deducir, que la valentía, el poder y el prestigio son características que siempre han definido al charro mexicano.

Buenas son las características que diferencian al charro de otros hombres, sin embargo muchas de ellas no son buenas.

El cine mexicano es uno de los elementos que ha llevado a tener una mala imagen de este hombre a caballo, mostraron al charro como un hombre mujeriego, tomador, machista y libertino, si bien este no estaba tan alejado de la realidad, pues antes de la existencia de los medios de comunicación masivos, los charros y gente de campo dedicaban la mayor parte de su tiempo a componer música y organizar bailes, esto aportó ahora lo que conocemos como el "Folclore".

En México la cultura de la fiesta y de la convivencia, hicieron del charro un personaje alegre, un tanto fanfarrón, es por eso que en la actualidad se habla de una crisis en la imagen de charro y del deporte de la charrería.

No hay que olvidar que la concepción del charro y la charrería está sujeta a cambios debido a que todo tiene que revolucionar, sin embargo la esencia es algo que nunca debe perder el deporte y las personas que están dentro del ambiente tienen la responsabilidad de hacer que perdure.

De acuerdo a lo recopilado en el trabajo de campo podemos enlistar los sucesos que han hecho que la charrería se encuentre en una crisis.

Al comenzar el estudio tenía ciertas expectativas respecto a la situación actual del charro, realmente creía que iba a encontrarme con quizá los problemas que eran más evidentes, pero existen otros que se le unen y nos muestra los claros aprietos en lo que se encuentra.

El Campeón Nacional Juvenil en la suerte del paso de la muerte, Mauricio Cuevas explica que la charrería en sus antepasados era más vista como una actividad que nació en las haciendas y se practicaba en el campo, servía para entre muchas tantas cosas como para marcar ganado, de diversión o como forma de trabajo, con el tiempo fue evolucionando y se le dio una reglamentación: "Con el paso de los años ha cambiado mucho, sigue

evolucionando y se ha convertido en un deporte, pero a la par de la evolución, se fueron perdiendo ciertas cuestiones muy importantes que antes eran de suma importancia como lo es la vestimenta, convivencia y algunas otros valores que eran importantes. Dentro del ambiente charro existen costumbres que fueron heredadas y que se siguen conservando con el paso de los años, pero también en la actualidad han cambiado mucho esta tradición.” (Mauricio Cuevas, comunicación personal, 28 de mayo de 2016).

Una de las tradiciones que se han visto desvirtuadas ha sido la vestimenta; la adjudicación de particularidades extranjeras como las botas al estilo cowboy, texanas, la playera se ha cambiado por la camisa, entre otras han hecho que la tradición colorida en las vestimentas del charro se vea trastocado.

El traje de charro es un distintivo que se porta con elegancia, incluso aún en la actualidad mucha gente hace uso de la pistola, cabe destacar que la portan descargada, pero que es un elemento sustancial como una fuerza simbólica del charro, otros elementos como el sombrero de ala ancha y una soga son símbolos únicos de México y de los charros, a pesar de la pluralidad de cultura con la que contamos.

El nueve veces campeón nacional, José Luis Samperio Retamoza añade: “Con este deporte hemos trascendido fronteras, gracias a los esfuerzos de los mexicanos que han emigrado, el deporte se está practicando en otros países. Nuestro deporte, es el único creado en su totalidad por México , sus raíces deportivas y tradicionales son totalmente mexicanas , desde los artesanos que elaboran nuestros atuendos y artículos, hasta el ganado que usamos para practicarlo.” (Samperio, comunicación persona, 26 de mayo, de 2017).

Como lo cito en mi capítulo 3, página 6 , cuando Pascual Ortiz Rubio era presidente del país (1930-1932), decretó que el traje de charro fuera considerado símbolo de la mexicanidad. De ahí en adelante pareció consagrarse como emblema nacionalista por excelencia. «Vestirse de charro es vestirse de México», dicen los charros, y trasladan al traje los sentimientos que les inspira la patria: respeto, dignidad y orgullo. Por eso debe portarse de manera que no se desvirtúe su significado. Y también se dice: «Vestirse de charro es vestirse de caballero», lo cual tiene una referencia a la condición de género y al honor que esto supone. (Palomar, 2004, p.74).

En la actualidad y por parte de la mayoría de la sociedad tenemos una imagen desvariada del traje charro, por una parte está la sociedad que no está cerca del deporte y que no sabe de él, esas personas muchas de las ocasiones suelen confundir el traje, asimilándolo con el de un mariachi, que si bien, es un símbolo mexicano, pero no tiene nada que ver con la charrería.

Por otra parte están los charros, que debido a la entrada de nuevas “modas” han hecho que el traje nuevamente se vea expuesto y desvirtuado por los cambios.

Como lo mencionaba Juan Carlos Osnaya, charro pasador de yegua, perteneciente a la agrupación “Charros de Morelia, equipo Oro”, actuales bicampeones y que cito en mi capítulo 3, página 29, la crisis de imagen que sufre la charrería, muchas veces son por las nuevas generaciones y su falta de valores hacia el deporte.

“Existe una crisis principalmente por la forma en que se están perdiendo los valores. Ahora llegan mucho chavos que les gusta el ambiente, pero no tiene los valores para llevar en alto el nombre del charrería, pues los que estamos ahí llevamos sobre todo por generaciones la tradición y es una formación desde la manera de vestir; cuando vas a andar de charro tienes que estar con tu moño, siempre bien fajado, y portando traje con mucho orgullo, y la gente nueva que se va incorporando, o que es ya muy grande y se mete se les hace muy fácil estar en un lienzo desfajado, sin moño y sin sombrero. Ahora simplemente se quitan la camisa de charro y están con una playera cualquiera o también, quitarse el sombrero y andar de gorra. Hay una crisis en la que se tiene que poner algunas sanciones a los equipos o individualmente hablando. Hay gente que se acerca a ver el deporte y ve cómo se visten. No portan el traje con orgullo y eso hace que se desvirtúe su imagen.” (Juan Carlos Osnaya, comunicación personal, 16 de mayo de 2017).

Evidentemente la sociedad tiene un desconocimiento total de la historia de la charrería; no sabe de qué trata una charreada, desconocen totalmente las suertes y que se realiza en el ruedo, tienen una imagen mala del charro debido a muchas comparaciones que se le ha hecho con el cine mexicano, la tradición está olvidada y eso es algo que debemos conservar; la tradición se tiene que sostener por todos los mexicanos, no por un solo sector.

Por parte del gobierno, las personas que practicamos el deporte, no contamos con ningún apoyo gubernamental que nos ayude a difundir el deporte, que es otro problema. No estamos presentes en la memoria de los mexicanos.

La falta de difusión y apoyo gubernamental son otro de los factores que ha influido para que la gente esté en desconocimiento y totalmente alejada del deporte. La aparición casi nula de la charrería a nivel televisivo es increíble y nos afecta.

Desgraciadamente, debido a la poca aceptación que tiene a nivel nacional la charrería estamos llamados a realizar como implementación de esta investigación un plan de medios completo, donde tu tengamos una cartera de clientes. Sin publicidad es muy difícil llegar a las personas.

Necesitamos llevar a la charrería a las cabezas y a los corazones de los mexicanos. Necesitamos el apoyo de los medios de comunicación y del gobierno para poder seguir enaltecendo el deporte y llegar a los lugares más recónditos de la República.

Lo que realmente urge es que nuestro gobierno y nuestra gente nos voltee a ver, que voltee a ver lo suyo , lo conozca , lo fomente y lo presuma.

Una pieza clave para que el deporte sea reconocido por la mayoría de la sociedad es sin duda una sitio web informativo, bien cimentado, bien planteado y bien alimentado.

Tenemos que crear los canales correctos para informar a la gente, un canal innove, que alimente la curiosidad de las personas, que nos ayude a indagar más sobre el tema y que aparte lo haga interesante.

La tecnología avanza constantemente, por ello, adaptamos un medio que cuente con una planificación determinada, que constantemente se ponga a la vanguardia con los temas y contenidos que a nuestro público le parezca atractivo sobre el deporte. Contamos con una arquitectura del sitio, que sin duda ayudará a organizar la distribución de la información y su flujo.

El diseño de la página está adaptado para facilitar el acceso a toda la información, que hará que las personas que desconocen el tema, se involucren y, a los que forman parte del deporte, fomenten la tradición y fortalezcan el nombre de la charrería.

Como parte del proyecto, se elaboró una versión beta de la página web, con una arquitectura y un diseño realizado cuidadosamente y dándole un toque mexicano, pero a su vez elegante. La página estará disponible en el siguiente link:
<https://danielaaguilar8.wixsite.com/sombrerobotaycaballo>

BIBLIOGRAFÍA

Andrés Resillas. (2002). En busca de la verdad. Periodismo de investigación en Michoacán.. México: Aristeo Mercado.

Carlos Septien García. (1979). EL QUEHACER DEL PERIODISTA. México: Imprenta Venecia.

Edgardo Guadalupe López Calvillo. (2004). "Un análisis comparativo entre la prensa deportiva en Morelia. Hacia una nueva propuesta". Morelia, Michoacán: UVAQ.

Emy Armañanzas, Javier Díaz, Koldo Meso. (1996). El periodismo electrónico. Barcelona: Ariel.

Erika Cecilia Rodríguez Morales. (2003). "El uso que le dan los jóvenes al internet: un estudio a los cibercafés. Morelia, Michoacán: UVAQ.

Erika Leyva Morales. (2013). Proyecto para un ciberperiódico especializado en actividades de organizaciones independientes, colectivos y grupos artísticos de Morelia. Morelia, Michoacán: UVAQ.

Herón Pérez Martínez. (1989). Lenguaje y tradición en México. México: Zamora.

Ingo Lackerbauer. (2000). Easy internet. Barcelona: Marcombo.

Javier Fernández del Moral. (2004). Periodismo especializado. España: Ariel.

José Pérez Espino. (1999). Riesgos y perspectivas del periodismo latinoamericano. México: Talleres Gráficos de la Cámara de Diputados.

Luis Izquierdo Labella. (2012). Comunicación Glocal El periodismo local abre una ventana al mundo. Valencia: Comunica.

Manuel Buendía. (1996). Ejercicio Periodístico. México: Fundación Manuel Buendía.

María Purificación Cervera Rivero- María Candelaria Kú Puc. (2005). Antropología, sociedad y cultura. México: Mc Graw Hill.

Montse Quesada. (2014). Curso de periodismo especializado. España: Síntesis.

Octavio Islas y Fernando Gutiérrez. (2001). Internet: el medio inteligente. México : CECSA.

Preston Gralla. (2007). Cómo funciona Internet. España: Anaya.

Ralph Linton. (1945). Cultura y personalidad. México: Fondo de cultura económica.

Sergio Levinsky. (2002). El deporte de informar. Buenos Aires: PAIDÓS.

Vicente Leñero y Carlos Marín. (1986). MANUAL DE PERIODISMO. México: Grijalbo.

CIBERGRAFÍA

Alberto Morales. (2007). Asociación de Charros Carlos Rincón Gallardo, A.C.. 9/julio/17, de De charros Sitio web: http://www.decharros.com/noticia/varios/crg_sep25.htm

Antonella Santori Merzagora. (2010). Una cultura no tiene futuro posible si pierde su identidad. 2/julio/2017, de La gaceta Sitio web: <http://www.lagaceta.com.ar/nota/480429/sociedad/cultura-no-tiene-futuro-posible-si-pierde-identidad.html>

Armando Arreguín Hernández. (2016). La Charrería llega a la UNAM. 3/agosto/17, de Fundación UNAM Sitio web: <http://www.fundacionunam.org.mx/cancha-puma/la-charrería-llega-a-la-unam/>

Cristina Palomar. (2004). El papel de la charrería como fenómeno cultural en la construcción del Occidente de México. 2017, de Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe Sitio web: http://www.cedla.uva.nl/50_publications/pdf/revista/76RevistaEuropea/76Palomar.pdf

Don Quijote. (Sin fecha). EL DEPORTE NACIONAL DE MÉXICO. 22/julio/17, de Don Quijote Sitio web: <http://www.donquijote.org/cultura/mexico/deportes/charrería>

ELMA ELIZONDO DE LA LAMA CELSO TREVIÑO CANTU. (2016). Reglamento de escaramuzas y damas charras. 1/julio/17, de Federación Mexicana de Charrería Sitio web: <http://www.pasioncharra.net/portal/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-Escaramuzas-2016-Pasioncharra.pdf>

GRAFEMA. (2016). Foro de Periodismo Especializado en la UNAM. 2016, Sitio web: <http://grafema.com.mx/2016/10/08/foro-de-periodismo-especializado-unam/>

Gustavo Fernández Balbuena. (2011). El deporte nacional de México. 4/agosto/17, de Don Quijote Sitio web: <http://www.donquijote.org/cultura/mexico/deportes/charrería>

Ing. Manuel Aguirre. (2005). La charrería. 1/julio/17, de Méxicomáxico Sitio web: <http://www.mexicomaxico.org/dadivas/charrería.htm>

Jorge Oswaldo Ramírez. (2013). Culturas y tradiciones para las escuelas. 30/julio/17, de Cultura y tradición Sitio web: <http://culturaramirez.blogspot.mx/2013/04/introduccion.html>

jujuyalmomento.com. (2015). La importancia de la cultura para la sociedad. 12/junio/2017, de jujuyalmomento.com Sitio web: <http://www.jujuyalmomento.com/post/40898/la-importancia-de-la-cultura-para-la-sociedad>

Lizy Navarro Zamora. (2013). LA INTERACTIVIDAD EN LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE LOS CIBERMEDIOS. 2013, de razón y palabra Sitio web: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N84/V84/09_Navaro_V84.pdf

Lizy Navarro Zamora. (2012). Tiempo de cibergéneros periodísticos. 2012, de Revista Mexicana de Comunicación Sitio web: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/10/31/tiempo-de-cibergeneros-periodisticos/>

Lizy Navarro Zamora. (2013). LA INVESTIGACIÓN DEL CIBERPERIODISMO EN AMÉRICA LATINA . 2013, de QUESTION Sitio web: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/32841/Documento_completo.pdf?sequence=1

María del Rosario Andrade. (2017). Sin fecha. 8/agosto/17, de Organización Editorial Mexicana Sitio web: <https://www.oem.com.mx/oem/>

Mary Gomez Camba, René Flores. (2012). Herencia Bonita: Asociación de Charros. Rene VIVO, de 5/julio/17 Sitio web: <https://www.youtube.com/watch?v=2I2jT4MQLz8>

México Desconocido. (2016). LAS "SUERTES" DE LA FIESTA CHARRA. 6 Junio 2017, de México Desconocido Sitio web: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/las-suertes-de-la-fiesta-charra.html>

México Desconocido. (2017). MADAME CALDERÓN DE LA BARCA. 16/julio/2017, de México Desconocido Sitio web: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/madame-calderon-de-la-barca.html>

Miguel Ángel Serna Ortega. (2017). LOS CHINACOS LEALES Y FIELES AL LIC. BENITO PABLO. 13/julio/2017, de Nuevo Gráfico Sitio web: <http://www.elnuevografico.com/2013/12/los-chinacos-leales-y-fieles-al-lic.html>

Nicolás Romero. (Sin fecha). El Chinaco. 21/julio/2017, de El informativo Sitio web: <http://elinformativo.mx.tripod.com/nromero/id4.html>

Octavio Chávez. (2014). LA CHARRERÍA BREVIARIO NACIONAL. 18/JULIO/2017, de Secretaría de Educación del Gobierno del Estado de México Sitio web: <http://ceape.edomex.gob.mx/sites/ceape.edomex.gob.mx/files/La%20charrería.pdf>

Oralia G. de Cerón. (2015). La Charrería y el Charro, tradición centenaria. 12/junio/17, de Sobre México Sitio web: <http://www.puertovallarta.net/espanol/informacion-general/charrería-tradición-centenaria.php>

Paloma Gaticia. (2016). HACE 1 AÑO[RUTA LIBRE] Mujer sobre un caballo; el arte de la escaramuza. 23 Junio 2017, de Zócalo Sitio web: <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/mujer-sobre-un-caballo-el-arte-de-la-escaramuza-1446481036>

Portal de charros. (Sin Fecha). DOCUMENTAL DEL ORIGEN DE LA CHARRERÍA POR LA FMCH. 12/junio/2017, de decharros.com Sitio web: <http://www.decharros.com/historia.htm>

Raúl Trejo Delarbre. (2004). Nuevo periodismo, viejos dilemas. 2004, de Wordpress Sitio web: <https://rtrejo.files.wordpress.com/2012/03/ciberperiodismo-santiago-de-compostela-noviembre-2004.pdf>

Real Academia Española. (2015). Significados de Mujeriego. 12 Julio 2017, de Real Academia Española Sitio web: <http://dle.rae.es/?id=Q20ld0z>

Realidad Nacional . (2009). Identidad Cultural. 08/junio/2017, de Identidad Cultural Sitio web: http://identidadculturalfacem.blogspot.mx/2009/10/definicion-de-identidad-cultural_08.html

Rosalía Quinta Rosa (2016). En Reynosa se pierde interés por la charrería14/julio/17, de Hoy Tamaulipas Sitio web: <http://www.hoytamaulipas.net/notas/217223/En-Reynosa-se-pierde-interes-por-la-Charrería-.html>

Saberia. (sin fecha). ¿Qué es la charrería?. 17 Julio 2017, de Sabería Sitio web: <http://www.saberia.com/que-es-la-charrería/>

ENTREVISTAS

Aguilar Zambrano, comunicación personal, 14 de mayo de 2017.

Alfredo Alanis, comunicación personal, 13 de mayo de 2017.

Apolonio Ibarra, comunicación personal, 26 de junio de 2017.

Arturo Cano, comunicación personal, 21 de junio de 2016.

Diego Herrera Valle, comunicación personal, 13 de mayo de 2017.

Diego Reveles, 26 de junio de 2016.

Don Alejandro Yhamel, comunicación personal, 16 de mayo de 2016.

J. Briones, comunicación personal, 4 de julio de 2016.

José Luis Samperio Retamoza, comunicación personal, 26 de mayo de 2016.

Juan Carlos Osnaya, comunicación personal, 16 de mayo de 2017.

Mauricio Cuevas Rodríguez, comunicación personal, 28 de mayo de 2016.

Pascual Ortiz, comunicación personal, 13 de mayo de 2017.

Pedro Aguilar, comunicación personal, 9 de mayo de 2017.

Pedro Palles, comunicación personal, 13 de mayo de 2017.

Raygoza Muñoz, comunicación personal, 26 de mayo de 2017.

Raymundo Ramos Islas, comunicación personal, 17 de mayo de 2017.

Rodrigo Arreygue, comunicación personal, 9 de mayo de 2017.

Rogelio Villalobos, comunicación personal, 24 de junio de 2017.

Socorro Rodríguez, comunicación personal, 22 de mayo de 2017.