



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

octavio.islas@uhemisferios.edu.ec

Universidad de los Hemisferios

Ecuador

Chong, Blanca; Gavaldón, Eiko; Aguilar, Gabriela
IDENTIDAD REGIONAL Y FUTBOL. LOS AFICIONADOS AL SANTOS LAGUNA
Razón y Palabra, núm. 69, julio-agosto, 2009
Universidad de los Hemisferios
Quito, Ecuador

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330026>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

IDENTIDAD REGIONAL Y FUTBOL. LOS AFICIONADOS AL SANTOS LAGUNABlanca Chong,¹ Eiko Gavaldón,² Gabriela Aguilar,³

RESUMEN: La identidad regional existe cuando por lo menos una parte importante de los habitantes de una región ha logrado incorporar a su sistema cultural los símbolos, valores y aspiraciones más profundas de su región. En el caso de la Comarca Lagunera, un símbolo de identidad es actualmente el equipo de futbol Santos Laguna. En este trabajo se presenta parte de los resultados de la investigación que se desarrolla en torno al equipo de fútbol Santos Laguna, la cual busca analizar las representaciones, prácticas y formas de organización social de sus fans, de acuerdo con el objetivo general del proyecto “Identidades, prácticas y representaciones de los aficionados al fútbol en México: un análisis multiregional”. En lo que se refiere a la metodología, se trata de un estudio cualitativo que contempla la aplicación de diversas técnicas. En los resultados que se muestran en este trabajo se consideran únicamente los resultados de entrevistas semiestructuradas a distintos grupos de aficionados. En nuestros días, el fútbol se ha convertido en un deporte-espectáculo que, en el plano de las significaciones, va más allá de la competencia deportiva para convertirse en un medio de construcción y expresión de identidades colectivas. Los partidos constituyen un espacio donde se desarrollan rituales, a partir de los cuales se expresan códigos, valores y actitudes de quienes en ellos participan. El fútbol debe pensarse no sólo como un deporte, sino también como un campo productor de significados. Surgido en 1983 como un equipo de la Segunda División B, y participando en Primera División desde 1988, el Santos Laguna ha logrado ubicarse como uno de los equipos más importantes del norte de México, junto con los Rayados y Tigres de la ciudad de Monterrey. Al mismo tiempo que su consolidación, en torno al Santos ha crecido una importante afición cuyo estudio resulta relevante, pues apoyar a un equipo en particular representa una “marca sociocultural”.

ABSTRACT: Regional identity exists when at least a significant portion of the inhabitants of a region has succeeded the incorporation to its cultural system, of the symbols, values and deepest aspirations of their region. In the case of the Comarca Lagunera, a symbol of identity is actually the soccer team Santos Laguna. This paper presents the results of a research developed around the football team of Santos Laguna, which analyzes the representations, practices and forms of social organization of their fans, in line with the overall objective of the project " Identities, practices and representations of football fans in Mexico: a multiregional analysis". In terms of methodology, it is a qualitative study which includes the application of various techniques. In the results shown in this paper, only the findings of interviews with different groups of fans are presented. Nowadays, football has become a sports show. At the level of significance goes beyond sporting competition to become a media of construction and expression of collective identities. Soccer games are a space where rituals take place, which express codes, values and attitudes of those who participate in them. It should be thought not only as a sport, but also as a multiregional meanings producer field. Emerged in 1983 as a team from the Second Division B, and participating in the First Division since 1988, Santos Laguna has managed to locate itself as one of the most important teams in northern Mexico, along with the Rayados and Tigres of Monterrey city. While consolidating as a team, around Santos has grown an important

group of fans, which is relevant to study because supporting a particular team represents a "sociocultural mark."

PALABRAS CLAVE: Futbol, Aficionados, Identidad regional, Santos de Torreón, Laguna.

INTRODUCCIÓN

Podemos hablar de identidad regional cuando por lo menos una parte importante de los habitantes de una región logra sumar a su sistema cultural los símbolos, valores y aspiraciones más profundas de su región. Actualmente, en la Comarca Lagunera, un símbolo de identidad es el equipo de futbol Santos Laguna.

En nuestros días el fútbol se ha convertido en un deporte-espectáculo que, en el plano de las significaciones, va más allá de la competencia deportiva para convertirse en un medio de construcción y expresión de identidades colectivas. Los partidos constituyen un espacio donde se desarrollan rituales, a partir de los cuales se expresan códigos, valores y actitudes de quienes en ellos participan. El fútbol debe pensarse no solo como un deporte, sino también como un campo productor de significados.

En este trabajo se presenta parte de los resultados de la investigación que se desarrolla en torno al equipo de fútbol Santos Laguna, la cual busca analizar las representaciones, prácticas y formas de organización social de sus fans, de acuerdo con el objetivo general del proyecto “Identidades, prácticas y representaciones de los aficionados al fútbol en México: un análisis multiregional” de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México.⁴

Se trata de un estudio cualitativo que contempla la aplicación de diversas técnicas. Los datos que aquí se muestran consideran únicamente los obtenidos a través de entrevistas semiestructuradas a distintos grupos de aficionados: los miembros de porras, los que asisten regularmente al estadio, los que viven fuera de la región, pero son seguidores del equipo y los que no acuden a presenciar los juegos.

Surgido en 1983 como un equipo de la Segunda División B, y participando en Primera División desde 1988, el Santos Laguna ha logrado ubicarse como uno de los equipos más importantes del norte de México, junto con los Rayados y Tigres de la ciudad de

Monterrey. Al mismo tiempo que su consolidación, en torno al Santos ha crecido una importante afición, cuyo estudio resulta sin duda importante.

FUTBOL E IDENTIDAD REGIONAL

Un aspecto que destaca en la información obtenida en el estudio sobre la afición santista es la asociación que se hace entre el equipo y la identidad como lagunero.

La identidad, según Castells (2001), es la fuente de sentido y experiencia para la gente, entendiendo por ella el “proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido”. Para un individuo o un grupo puede haber pluralidad de identidades, que se constituyen en fuente de tensión y contradicción tanto en la representación de uno mismo como en la acción social. Aún cuando las identidades pueden originarse en las instituciones, sólo se convierten en tales cuando los actores sociales las interiorizan y construyen su sentido en torno a esa interiorización.

Para Jiménez (2007:60), “La identidad tiene que ver con la idea que tenemos acerca de quiénes somos y quiénes son los otros, con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás”. La identidad contiene elementos tanto de lo “socialmente compartido” como resultado de la pertenencia a distintos grupos, como de lo “individualmente único”. El proceso de formación de las identidades colectivas responde a mecanismos complejos y con frecuencia depende de la interacción de fuerzas históricas y sociales.

La identidad regional puede definirse, según Bassand (1985 cit. por Jiménez. 2007:137), como “la imagen distintiva y específica que los actores sociales de una región se forjan de sí mismos en el proceso de sus relaciones con otras regiones y colectividades”.

Aunque las condiciones sociales de la región lagunera distan de ser similares a las de Chiapas, en el caso de Santos Laguna es posible retomar de alguna manera la tesis que propone Fábregas (2006:9), para explicar el papel actual del futbol en aquel Estado, en donde el balompié llega en medio de tensiones de una sociedad fragmentada, en la que el futbol “ofrece las condiciones para congregar a la población y brindarle un símbolo

tangible de sí misma. (...) El equipo de futbol puede generar un símbolo de integración que atraviese las desigualdades sociales y las diferenciaciones culturales”.

En La Laguna también se ha presentado una movilización social en torno al futbol que no se había visto en mucho tiempo, más allá de desigualdades socioeconómicas de la población. Esto por supuesto sin olvidar que el futbol es un medio para la movilización social, no la causa. “El futbol es un mecanismo creíble en contraste con la política y aún, la religión, tan cuestionadas en los últimos tiempos. De ahí la capacidad de este deporte (...) que atraviesa las diferencias sociales y culturales realmente existentes. El futbol no borra las desigualdades sociales, sino que provee un sistema de simbolización por el que es posible llegar a la integración” (p.16).

A pesar de que reconocemos la dificultad para identificar rasgos de identidad cultural a partir de un instrumento diseñado por el investigador, sin considerar un elemento esencial para comprender la dinámica de las relaciones sociales a partir de las identidades: que estas son por lo general espacios de referencia coyuntural y situacional (Tejera. 1992), consideramos que a través de las entrevistas realizadas a los aficionados al futbol de la región fue posible acercarnos a la construcción que ellos hacen de su identidad como laguneros, a partir de ser seguidores del equipo Santos Laguna.

LOS AFICIONADOS DE SOMBRA SUR Y PLATEAS

Los entrevistados de las zonas sombra sur y plateas, tienen una edad entre los 21 a 70 años. Su nivel de estudios se reparte entre preparatoria, licenciatura en su mayoría, y maestría en algunos casos. La religión católica es predominante en estos informantes y no demuestran preferencias políticas por algún partido.

Por la simple división del estadio en relación al costo del boleto, se podría suponer que los aficionados que acuden a sombra sur y plateas pertenecen a un estrato socioeconómico medio, medio alto y alto. Sin embargo esta regla no aplica en la geografía del estadio.

Este grupo de aficionados vive dentro del núcleo familiar primario en líneas directas; conformado principalmente por padres y hermanos, así como cónyuge e hijos. Las

actividades que desarrollan estos aficionados en una semana, se describen entre el trabajo y la familia, trazando una rutina casi circular.

Precisamente el gusto por el futbol en este grupo, surge de manera natural en la familia, la escuela o la colonia, enmarcado mayoritariamente en el periodo de la infancia:

Te digo que como crecemos rodeados del futbol, no es que sea una elección propia. Por ejemplo yo llegue a jugar futbol americano y varios deportes llegue a practicar; pero el futbol siempre está presente en todos lados, ya de mis papas de mis tíos, de mis amigos, los equipos de futbol. Por ejemplo en la escuela en los recesos pues eso es lo que juegas, te vas acostumbrando al deporte y a ese deporte en particular. (Rogelio, contratista, 27 años).

Los aficionados afirman que sus “otras pasiones”, además del futbol, las constituyen otros deportes, como son el tenis, frontón, boxeo, lucha libre, pesca, futbol americano, béisbol, basquetbol. En coincidencia, todos los deportes mencionados se practican en la región, y algunos cuentan con equipos representativos de alto desempeño; lo cual habla de una región con un marcado interés en el desarrollo deportivo.

Algunos elementos que definen lo que el futbol significa para los aficionados, son la pasión, el escape, la convivencia familiar y de amistad que este deporte representa:

Mira para mí el futbol es sinónimo como de convivencia y de unión. A mi me parece importante más que nada aquí en la Comarca Lagunera, porque no tenemos playa, pero tenemos equipo de futbol. Entonces es un detonante muy importante a nivel regional, porque la familia y los amigos se unen, nos unimos y este, y nos apasiona. (Gabriela, secretaria, 41 años).

Por otro lado es claro que la representación regional es un elemento de significación en el imaginario colectivo de los aficionados del Santos; así como la tradición nacional del deporte:

El futbol es una representación regional, en el caso particular es una representación ante toda la república, y es el aspecto de aquí estamos. Somos buenos en el futbol, tanto en la economía y en otros aspectos regionales, no tanto... como la violencia. Y obviamente un poco más allá en aspectos como la religión; como por ejemplo si tú crees en la Virgen de Guadalupe, ah bueno pues eres católica, y yo creo en Santos, soy lagunero... y soy Santista. (Miguel Angel, locutor de radio, 36 años).

El aficionado al futbol, se define principalmente por dos elementos: pasión y fidelidad:

Un aficionado, bueno, este pues hay de muchos tipos hay desde el que llaman el villamelón que nada mas va a las finales y los que son así que de hueso colorado; que desde el principio de temporada siguen al equipo, van al estadio, se compran su camisa. Muchas veces están caras... y ves a la gente con su camisa o sea de que disfrutan, que lo viven completito, o sea de que no nada más en las finales: todo en las buenas y en las malas. Para mi ese es el verdadero aficionado, verdad, el que está ahí siempre no nada más el que está en las finales. (Juan David, vendedor de autos, 28 años).

En este sentido acuerdan que las mejores aficiones del país son las de Monterrey; así como la santista.

¿La mejor y por qué? Pues, por más que me duela yo creo que la mejor sería cualquiera de Monterrey, la de la de rayados o la de tigres. Porque por ejemplo aquí en Torreón el estadio tiene capacidad para 18 mil personas y hay partidos en los que no se llena y este, son 18 mil; el Santos es un equipo... pues ganador... y en Monterrey los equipos no... pueden ser. Tienen raza, y tienen mucho que no hacen nada, o sea, y no hay un sólo partido en el que el estadio no esté repleto. (Alfadir, estudiante, 21 años).

Es difícil decir qué significa mejor afición. Si decimos que sigues a un equipo aunque sea el más odiado, entonces la mejor afición es la del América. Si sigues a un equipo aunque pierda, la mejor afición es la de los tigres de la UANL. Si una buena afición es aquella que va al estadio cuando su equipo va bien y lo reprende cuando va mal, esa es la del Santos: obliga a los jugadores a hacer un buen papel. (Anónimo, médico, 34 años).

Es indiscutible la afinidad de los aficionados al club expresada en el regionalismo. La representación geográfica es un factor observado en este caso en donde se delimita un territorio de afinidad.

Bueno representa un símbolo de la ciudad de Torreón y de la Comarca Lagunera, y qué representa, que le han dado tanta importancia tanto a los patrocinadores como los gobiernos municipales y estatales y ha sido un buen representante. Ha llevado el nombre de la ciudad y de la Comarca Lagunera ya no digamos a todo el país, sino a niveles internacionales (Omar, contador público, 68 años).

El individuo traslada su identidad de lagunero, a la identidad como santista; fundiendo los valores de la región que han sido característicos históricamente -y además apropiados publicitariamente por los gobiernos estatales y municipales-.

Fíjate que para mí el Santos representa, este, un equipo guerrero que siempre viene de menos a más. Se cae, se ha caído muchas veces pero lo más importante no es caerse sino levantarse. Como podrás darte cuenta mi hijo se llama Jared, por qué... por qué se llama Jared por Jared Borghetti. Jared Borghetti perteneció al Santos, y fue una pieza clave para lograr el campeonato que se llevó a cabo en el Azteca. Entonces para mí el Santos, como te digo representa mi historia, mis raíces y es un equipo guerrero, como siento yo que es la gente de la Comarca Lagunera: que lucha, lucha y sale adelante. Nada es fácil aquí en el desierto; como muchos sabemos aquí fue un desierto y mira nada mas el tipo de ciudades que se han logrado concretar ¿a base de qué? de luchas y así lucha el Santos y para mí es un detonante muy importante para mi familia y para mí. (Gabriela, secretaria, 41 años).

LOS AFICIONADOS DE SOL

La edad de los entrevistados que acuden a la sección de sol en el estadio va de los 15 a los 71 años. Su nivel de estudio es entre primaria y licenciatura. Todos afirmaron ser católicos y únicamente tres personas, entre las de mayor edad, aceptaron tener alguna filiación política. El resto expresó no tener interés por esa actividad.

Al preguntarles qué significa para ellos el futbol, por qué les parece importante, algunos aficionados responden que para ellos ese deporte es pasión, alegría, emoción, la posibilidad de expresar sentimientos, desahogar tensiones.

El futbol yo lo veo como una pasión, algo que siente uno por su equipo, porque representa a su región, mas que nada pos yo me siento santista desde chico, que me acuerdo yo desde niño tenia yo mi camisa del Santos, ya me vestían, me acuerdo que me sacaban mis papás al estadio, cuando quedo santos campeón en el 2001 con Jared Borgetti, o sea todo eso a mi me fue apasionando, o sea y hasta ahorita no cambio la playera por otra. (...) yo sí le tengo amor al equipo, de hecho traigo tatuado, con el nombre del Santos. (Miguel, estudiante, 18 años).

La familia es un elemento central para estos aficionados, quienes en muchos casos son seguidores del Santos por tradición.

Mi papá siempre le ha gustado también el futbol. Jugaba mucho el cuando era más joven y pues casi siempre me llevaba al estadio con mi tío y yo siempre íbamos. Y aparte el es chiva, es una cosa muy rara porque él es chiva de corazón, tiene ya muchos años, pero siempre me llevó al Santos y nunca me dijo te vas a ir a tal equipo o algo sino que él siempre me llevaba simplemente. (José Jesús, estudiante, 23 años).

Mis papás son de hueso colorado al Santos, desde niño fui creciendo escuchando al Santos, porque es el equipo de aquí, porque ningún otro equipo me ha llamado la atención, nunca he sido aficionado a otro equipo. (César, estudiante, 23 años).

Por qué le voy (al Santos). Bueno, aparte porque soy de aquí de la Laguna, pues viene siendo como una herencia familiar, que desde mis abuelos, mis padres que siempre me llevaban al fútbol o así. Creo que por ellos yo tengo ese gusto, por eso. (Kristóbal, estudiante, 19 años).

Para este grupo de informantes, un aficionado es quien apoya al equipo “en las buenas y en las malas”, nunca le da la espalda cuando pierde, asiste al estadio, entiende las jugadas, exige al equipo, goza de los partidos sin violencia, convive con el resto de los aficionados de una manera sana.

Pues un aficionado para mí, pues es una persona que le gusta mucho su equipo, que lo apoya, que ve los partidos cuando salen fuera, o que los acompañan también, esos son aficionados de corazón... que puede ir a verlos jugar fuera, también eso es muy importante porque viera que bonito siente el equipo cuando los acompaña uno fuera, van con las tambores, cornetas y banderas, pues es muy importante un aficionado para el equipo (María Elena, enfermera pensionada, 58 años).

El Santos Laguna ha permitido unir a los habitantes de diferentes municipios que conforman la región.

Había antes esta división, no yo soy de Lerdo, yo soy de Gómez, soy de acá y como que había... y el Santos nos ha unido. El Santos si nos ha unido sociológicamente, socialmente nos ha unido, podemos ser de diferentes partidos políticos pero cuando dice uno soy del Santos ya

somos los mismos, no hay ningún problema". (Lázaro, comerciante, 70 años). Para el entrevistado, "El Santos representa una identidad, tengo una camiseta yo que compré allá por 1996 la cual tenía una estrellita del primer campeonato y el otro día un muchachito aquí me dijo: te doy \$600.00 por ella, es una camiseta vieja lógicamente, le dije yo: no, no te la vendo; es una camiseta me dice, no, no es una camiseta es mi piel, no vendo yo mi piel.

Al referirse a lo que representa para ellos el Santos, algunos de los entrevistados señalan que es algo de La Laguna, es algo que nos representa no sólo a nivel nacional sino también a nivel mundial. Es como formar parte de un grupo, como ser parte de algo, identificarse con algo.

Es un símbolo de la región, es un símbolo, bueno uno de los símbolos de la región, (...) con lo que identifican a esta región es con el equipo, si vas a otra ciudad y, ¿de donde eres? De Torreón, ¡aaah! de donde es el Santos Laguna, es como que un símbolo que está muy identificado, que nos identifica aquí (María, contadora, 28 años).

Los aficionados le van al Santos porque existe una tradición familiar, porque representa a la ciudad, incluso al norte del país.

Representa mucho, porque es el equipo que da la cara por el norte de la república y el Santos es lo que nos hace sentir ante la gente de otros estados (Héctor, estudiante de 22 años).

Consideran que es como un emblema de la ciudad.

Porque es de La Laguna, soy lagunero, sería ilógico apoyar otro equipo (Mario, empleado de 31 años).

Hay quienes hablan de siete maravillas de La Laguna:

El cerro de las Noas, las dunas de Bilbao, el mercado Alianza, el puente Plateado, la nieve de Chepo, las gorditas de Cuencamé y el equipo Santos. Entonces a lo que voy es que ya para nosotros es una parte de nuestra identidad como ciudad, como región, Santos ya nos tiene identificados. El Santos es para La Laguna como la birria para la ciudad de Guadalajara, por decir algo no. (Mayela, arquitecta, 38 años).

Muchos de los entrevistaron se refirieron a Monterrey y Tigres como los más grandes rivales del Santos, equipos con los que no se puede perder, y esa rivalidad la explican a partir de la región:

Creo que no es tanto una rivalidad futbolística, creo que es una rivalidad de todos los aspectos, desde lo cultural, bueno, yo pienso que desde aquel comercial que salió una vez de “Aquí en Torreón hacemos los mejores pantalones de mezclilla que en Nuevo León” entonces como que desde ahí, aparte han influido mucho los medios de comunicación (Arturo, estudiante de Sociología, 22 años, miembro de una porra).

La rivalidad no es de Tigres contra Santos o Monterrey contra Santos, es de Monterrey, la ciudad, contra Torreón... no es de futbol no es de equipo (José Roberto, empleado, 20 años, miembro de una porra).

Como una muestra de lo que representa el Santos Laguna para la región, en junio de 2008, al proclamarse campeones del futbol mexicano por tercera ocasión, aproximadamente 360 mil seguidores del equipo salieron a las principales avenidas de Ciudad Lerdo, Gómez Palacio y Torreón en un festejo que se prolongó por más de cuatro horas, con una temperatura a la sombra de 39 grados centígrados. Ese día, muy temprano por la mañana la iglesia de San Juanico, ubicada en Torreón, se encontraba repleta de *santistas* que acudieron a pedir porque su equipo lograra una tercera estrella.

Por esos días, entre las razones por las que se rendía un homenaje al equipo, se decía: “Por su identidad regional”, “Porque Santos representa un lagunero luchador” y “Porque Santos es de La Laguna, y como ella ninguna”.

REFERENCIAS

- Castells, M. (2001). *La era de la información*. Economía, sociedad y cultura. Vol. II. 3^a. Ed. México: Siglo XXI.
- Fabregas, A. (2006). “Chiapas: futbol y modernidad”. Revista *Pueblos y Fronteras Digital*, número 002, UNAM.
- Jiménez, G. (2007). *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: CONACULTA-ITESO.
- Tejera, H. (1992). “La identidad cultural y el análisis regional”. Revista *Nueva Antropología*, año/vol XII, número 041.

NOTAS

¹ Chong, B. Universidad Autónoma de Coahuila, Unidad Torreón, México. Doctora en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad de La Habana. Profesora investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas. Responsable del Cuerpo Académico Sociedad, Comunicación y Cultura. Miembro del Comité

Coordinador del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, CONEICC, 2006-2009. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Su correo es: blancachong@mail.uadec.mx

² Gavaldón, E. Universidad Iberoamericana, Plantel Torreón, México. Maestra en Administración y licenciada en Ciencias de la Comunicación. Coordinadora de la licenciatura en Comunicación de la Universidad Iberomericana plantel Torreón. Autora de *Universidad Jesuita en La Laguna Veinte años de UIA, Historia Gráfica*. Jurado del Premio Nacional de Trabajos Recepcionales del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de la Comunicación ediciones 2007 y 2008. Miembro de la Red de Investigación Deporte, Cultura y Sociedad. Su correo es: eiko.gavaldon@lag.uia.mx

³ Aguilar, G. Universidad Autónoma de Coahuila, Unidad Torreón, México. Candidata a Maestra en Metodología de las Ciencias por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Licenciada en Sociología por la Universidad Autónoma de Coahuila. Se desempeñó como Directora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales en el período 2000-2003. Actualmente es profesora de tiempo completo en la misma facultad. Su correo es: gabriela_aguilarmx@yahoo.com

⁴ La investigación sobre los aficionados al Santos Laguna ha sido realizada con el apoyo del Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología del Estado de Coahuila.