

Futbol: Generador de Identidades

Eduardo Macías Carrillo
e.maciascarrillo@gmail.com

Licenciatura en Comunicación Pública
Universidad de Guadalajara

RESUMEN

El deporte del balompié ha evolucionado a lo largo de los últimos años en la ciudad de Guadalajara. Se ha transformado de un juego deportivo a un espectáculo de masas e, incluso, se ha arraigado aún más en la cultura tapatía. Uno de los equipos más populares de la ciudad, el Club Deportivo Guadalajara, es un referente de la metrópoli; de Jalisco e incluso de México. Sus aficionados son fieles, con una gran tradición y amor por la institución Chiva, a la cual aman porque representa a su ciudad, en la misma medida en que es parte de sus costumbres familiares. El presente artículo busca detectar cómo la historia y territorialidad en la que se sitúan los aficionados Chiva influyen en su identificación con el Club Deportivo Guadalajara.

PALABRAS CLAVE

Futbol, Guadalajara, territorio, Club Deportivo Guadalajara, Chivas, identidad, cultura, tradición, familia.

ABSTRACT

The sport of soccer has evolved throughout recent years in the city of Guadalajara. It has transformed from a sports game to a spectacle of the masses, and it has become even more rooted in tapatian culture. One of the most popular teams in the city, Club Deportivo Guadalajara, is a landmark for the metropolis, for Jalisco and even for Mexico. Its fans are loyal, with a great tradition and love for the Chiva institution. They love it because it represents their city as much as it partakes in their family customs. This article seeks to detect how the history and territoriality in which Chiva fans are situated influence their identification with Club Deportivo Guadalajara.

KEYWORDS

Soccer, Guadalajara, territory, Club Deportivo Guadalajara, Chivas, identity, culture, tradition, family.

Elaborado: -
Recibido: marzo de 2014
Aceptado: mayo de 2014



El fútbol es un deporte practicado a lo largo y ancho de todo el mundo, atraviesa credos religiosos, convicciones y contextos políticos. Esta actividad ha pasado a ser mucho más que sólo un deporte. Se ha convertido en un eficaz movilizador de masas, un productor e integrador de identidades y, para algunas personas, hasta una especie de religión.

Como nos lo dice Andrés Fábregas Puig (2010) en su libro *Lo sagrado del rebaño*: con notable rapidez el fútbol pasó de ser un juego practicado en las escuelas públicas de Inglaterra en los postreros años del siglo XIX, a un deporte que primero se difundió por Europa antes de convertirse en un verdadero espectáculo planetario. Las multitudes acuden a lo mismo a un estadio en Estambul que a otro localizado en Londres. El fútbol despierta pasiones entre los árabes y los hindúes, entre los brasileños y los japoneses o entre los mexicanos y los holandeses. Se juega con similar entusiasmo en las canchas de los Estados Unidos que en las de Centro América y el Caribe. Se habla de fútbol en todos los idiomas (Fábregas, 2010).

En México, el fútbol se ha convertido en una costumbre socio-cultural en productor de identidades y factor esencial para la vida de los aficionados a este deporte. El escudo y los colores de tu equipo se convierten en la segunda bandera nacional. El estadio de fútbol no es solo un inmueble en el que se practica este deporte, también es tu casa. Los días en que hay partido,

los aficionados de tu equipo se transforman en una gran familia que se reúne semanalmente para apoyar al conjunto que los llena de alegría al conseguir la victoria o de tristezas cuando no logra alzarse con el triunfo, el que te hace olvidar los problemas del día a día con solo el sonido de un gol.

En la ciudad de Guadalajara, este deporte inició como entretenimiento de trabajadores obreros que jugaban en sus ratos libres de esta nueva práctica traída desde los potreros de Inglaterra.

Actualmente, es una de las actividades más importantes del país, pues con 24,245 aficionados al año que representa un 53% de ocupación en los estadios de fútbol, es capaz de producir una gran cantidad de capital económico y humano.

Existen tres equipos de fútbol en la zona metropolitana de la ciudad de Guadalajara: las Chivas de Guadalajara, el Atlas y Estudiantes Tecos. Existe una vieja rivalidad entre los dos primeros equipos.

Las Chivas, un equipo integrado solo por jugadores mexicanos, es el equipo popular de la ciudad; y Atlas, el equipo burgués que prefiere por jugar con extranjeros. Esta especie de distinción entre “ricos y pobres” se extiende hasta prácticamente los orígenes de ambos equipos.

Los aficionados del fútbol hacen de esta actividad en Guadalajara más que un deporte: lo convierten en casi una religión, en un estilo de vida. En él, crean sus identidades alrededor de los colores del equipo. Los aficionados ta-

EL FUTBOL ES UN DEPORTE PRACTICADO A LO LARGO Y ANCHO DE TODO EL MUNDO, ATRAVIESA CREDOS RELIGIOSOS, CONVICCIONES Y CONTEXTOS POLÍTICOS



patíos del Club Deportivo Guadalajara se han imbricado con esta institución. Esto sucede por diversos factores, tales como la herencia de la tradición familiar, por orgullo de su ciudad, porque el equipo representa algo más que un equipo de fútbol y pasa a ser un símbolo de la mexicanidad del país.

La problemática que plantea esta investigación consiste en conocer algunas de las razones por las cuales los aficionados al Club Deportivo Guadalajara crean un sentido de identidad alrededor de éste, a un punto de que todas sus acciones cotidianas, actitudes y personalidad, son definidas por un equipo de fútbol como lo es el Club Deportivo Guadalajara.

Se escogió este tema en particular porque al autor le apasiona el fútbol, le gusta mucho este deporte y le intriga la manera en la que logra traspasar las barreras del tiempo y los límites geográficos, los distintos ideales políticos y religiosos a la voz de un mismo deporte. De la misma manera, porque le parece importante averiguar cómo muchos aficionados se apropian de esta práctica deportiva para transformarla en su vida.

Este tema tiene una relevancia social debido a que el fútbol se ha convertido en un productor de identidades, en un gran movilizador de masas y en un negocio que genera grandes cantidades de dinero. Saber por qué se desarrolla violencia entre los aficionados de los distintos equipos cuando para algunos escépticos solo es un juego, conocer la razón de que uno de los torneos internacionales más importantes en el mundo

sea precisamente la copa mundial de fútbol de la Federation International Football Association (FIFA), lugar donde –para los amantes del fútbol- se refleja la grandeza o mediocridad de un país y saber por qué este deporte, las instituciones que lo reglamentan y los mismos clubes de fútbol, tienen tanta influencia sobre la sociedad.

Pero para empezar a dar respuestas a estas estas interrogantes comencemos desde un punto en particular y específico: la creación de una identidad propia con bases en un deporte llamado fútbol, en un equipo con nombre Club Deportivo Guadalajara y en un contexto cultural como lo es el de la ciudad de Guadalajara.

Los aficionados a este club tapatío han mostrado que su amor al equipo lo llevan más que en la camiseta, lo llevan en la vida diaria. Sus actividades diarias, sus actitudes, vocabulario y forma de vestir giran alrededor de este club. Por lo cual, es importante conocer cuál es la razón de tanto apego con

el equipo y todo lo que desata dicha obsesión desde costumbres familiares hasta violencia en masa. Es un tema que la Licenciatura en Comunicación Pública debe estudiar, porque estas actitudes pueden lograr estrategias con fines lucrativos así como la creación de un producto para venderlo entre los aficionados, tanto socialmente como para poder frenar la violencia entre los aficionados de distintos equipos de fútbol, porque a partir de un estudio micro se puede llegar a un conocimiento macro de un fenómeno socio-cultural a nivel mundial como lo es el fútbol.

El marco teórico que se utilizará para el proyec-

EL ESCUDO Y LOS COLORES DE TU EQUIPO SE CONVIERTEN EN LA SEGUNDA BANDERA NACIONAL



to de investigación es el de los *cultural studies*. De acuerdo con el libro de Armand Mattelart y Erik Neveu (2002) “*Los Cultural Studies. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje*” los *Cultural Studies* nacen en la Universidad de Birmingham, con la creación del *Centre of Contemporary Cultural Studies (CCCS)* en 1964 de la mano de Richard Hoggart como primer director del centro de estudios, Edward P. Thompson, Stuart Hall y Raymond Williams.

El objetivo inicial del CCCS era oponerse al paradigma —entonces dominante— de la *Mass Communication Research*, de la sociología funcionalista estadounidense de la escuela de Chicago. La corriente de los *Cultural Studies* nace como una nueva forma de estudio para la comunicación, en la cual se analiza como una práctica social fundamental para las relaciones sociales y no solo como un ciclo mecanizado o una fórmula matemática.

Se aborda una nueva línea de investigación en los *Cultural Studies*: la etnografía, esta consiste en observar las prácticas de los distintos grupos humanos y sociales. Se redefinen, entonces, las modalidades de análisis de los medios de comunicación social.

Antes, los investigadores de Birmingham le habían otorgado una importancia creciente al análisis a los medios de comunicación y sus programas, para prestar más atención a la recepción de los medios de comunicación social, tratando de operar modelos como el de

la codificación-decodificación. El proceso de codificación-decodificación consistió en observar y estudiar cómo es que las distintas clases sociales comprendían y adaptaban a su vida los mensajes que se presentaban en los medios de comunicación social.

Postura teórica del autor

El autor que se utilizará para desarrollar este proyecto es Anthony D. Smith. Éste nació en 1939 en Inglaterra, estudió filosofía en la Universidad de Oxford, donde se graduó en 1960. Es un

destacado investigador en el campo en los estudios del nacionalismo. Catedrático de Etnicidad y Nacionalismo en el Instituto Europeo de la London School of Economics y editor-fundador de la revista *Nations and nationalism*. Entre sus obras más destacadas se encuentran: *Teorías del Nacionalismo* (1971), *El origen étnico de las naciones* (1986), *Identidad Nacional* (1991) y *Naciones y Nacionalismos en la era global* (1995).

Anthony D. Smith, en su libro *La Identidad Nacional* (1997) plantea que

La historia subraya claramente el problema de la identidad, ya que desvela cómo el yo está constituido por múltiples identidades y roles: familiares, territoriales, de clase, religiosos, étnicos y sexuales. También pone de manifiesto cómo estas identidades se basan en clasificaciones sociales que pueden ser modificadas o incluso abolidas (Smith, 1997).

LOS AFICIONADOS DEL FUTBOL HACEN DE ESTA ACTIVIDAD EN GUADALAJARA MÁS QUE UN DEPORTE: LO CONVIERTEN EN CASI UNA RELIGIÓN, EN UN ESTILO DE VIDA



La identidad es algo presente en todo individuo, implica un proceso de diferenciación del uno con respecto a los demás. De acuerdo con Smith (1997), algunas de las características importantes para la construcción de una identidad son el territorio y la historia.

El territorio hace referencia al lugar geográfico en el que habita el individuo y se entrelaza con todo lo que existe dentro de esa misma zona, creándose así una identidad en base a su situación geográfica.

Al referirse a la historia, se aglutina todo lo que está detrás del individuo, tanto como su familia, religión y valores inculcados a través de los años por sus parientes y/o sociedad a la que pertenece, que le producen un factor fundamental en la construcción de su identidad.

En este punto se presenta cómo los conceptos de Anthony D. Smith (Historia y Territorio), influyen en la construcción de una identidad. Las herramientas que se utilizaron fueron entrevistas a cuatro aficionados tapatíos del Club Deportivo Guadalajara. Las conductas, costumbres y actitudes de los entrevistados giran alrededor de este club.

Entrevistas

Las personas entrevistadas fueron específicamente seleccionadas debido a su seguimiento personal que tienen referente a las Chivas, el cual es intenso, recurrente y pasional.

Lo que se averiguará es si los conceptos de Historia (Antigüedad) y Territorio (Perteneencia) influyen en la formación de su identidad con base al club. Se realizó un par de preguntas: ¿Cómo influye la Historia en tu identidad con el club? y ¿Cómo forma parte el territorio en el que vives dentro de tu identidad con el equipo?

Primer entrevistado

La primera entrevista se realizó a Juan Galván, miembro de “La banda de la reja” (este grupo forma parte de la barra¹ de las Chivas) a la que

pertenece hace 5 años. Juan tiene 20 años y él dice reconocerse como un Chiva, miembro del Club Deportivo Guadalajara.

I.- ¿Cómo influye la Historia en tu identidad con el Club?

R: En este aspecto, la familia primeramente te forma en el sentido de llevar la tradición de seguir al equipo, de sentirte identificado con él. Que desde chico te

compren una playera e inclusive de la mano de tu padre te lleve a ver a tu equipo a temprana edad al estadio te va formando e inculcando a conocer más, lo que provoca que investigues a su historia, para conocer a los que han sido los ídolos que llevaron a ser grande a tu club.

2.- ¿Cómo forma parte el territorio en el que vives dentro de tu identidad con el equipo?

R: Te identificas con él, porque es el club que

¹ Denominación utilizada en América Latina para referirse a los partidarios de un equipo deportivo.

LA FAMILIA PRIMERAMENTE TE FORMA EN EL SENTIDO DE LLEVAR LA TRADICIÓN DE SEGUIR AL EQUIPO, DE SENTIRTE IDENTIFICADO CON ÉL



representa tu ciudad. Creo que no es el mismo sentimiento por ejemplo el de ser de aquí de Guadalajara y ser de Tigres, que pertenece a la Ciudad de San Nicolás de la Garzas, Monterrey. Porque pues además de que no asistes al estadio y no estás de lleno con el club ni con tu gente, así que no puedes sentirte tan identificado.

Todo lo contrario es ser de Guadalajara y ser de Chivas o de Atlas en su caso. Acá sientes el ambiente de tu equipo y todo lo que conlleva seguir al club, desde estar en los entrenamientos y los días de juego en el estadio.

Segundo entrevistado

Para la segunda entrevista, se preguntó a Antonio Álvarez, integrante de “la irreverente” (otro grupo que también conforma parte de la barra de las Chivas), joven de 18 años, quien su percepción propia es la de un aficionado que dedica su vida al Club Deportivo Guadalajara.

1.- ¿Cómo influye la Historia en tu identidad con el Club?

R: En el sentido histórico puedo decirte que influyó el hecho que de niño veía a mi colonia metida los fines de semana con el equipo. El que se juntaran en una casa para ver el juego o el ir al estadio cuando Chivas era local. El ambiente influye cuando estás chico, para después seguir con la pasión que te llevara a seguir al equipo a donde éste fuera.

El saber la historia de tu equipo, que vas colectando a través de los años mediante las anécdotas de tus padres, viendo juegos históricos de tu equipo y leyendo artículos viejos.

Desde que se es joven influye mucho que tus padres te inculquen el amor a la camiseta, y muy gracioso es que hasta te llevan a misa a pedirle a Dios que ganen las Chivas. En si es muy importante la historia tanto del club como la que respalda tu identidad.

2.- ¿Cómo forma parte el territorio en el que vives dentro de tu identidad con el equipo?

R: Pues en este aspecto es porque representas al orgullo de tu ciudad, al equipo que te sientes identificado por su gente portando los colores de esa institución que a diario la vez caminando por las calles de la ciudad. Lo que te lleva a sentirte más pleno con tu

equipo al verlos en entrenamientos y partidos. Para después viajar a donde va el club y llenar de esta fiesta a otros lugares del territorio nacional, dejando la huella tapatía a su paso.

Tercer entrevistado

En la tercera entrevista se analizó el punto de vista de Alejandro Cortez, de 21 años. Miembro del grupo “la resistencia”, (también parte de la barra de las Chivas). Alejandro compartió su punto de vista sobre estos dos aspectos a analizar y comentó que para él, son los dos factores más importantes.

EL AMBIENTE INFLUYE CUANDO ESTÁS CHICO, PARA DESPUÉS SEGUIR CON LA PASIÓN QUE TE LLEVARA A SEGUIR AL EQUIPO A DONDE ÉSTE FUERA



1.- ¿Cómo influye la Historia en tu identidad con el Club?

R: Influye tanto la historia del club, como la historia de cada persona. La del club es una muy bonita, ya que es un club que está conformado por jugadores nacidos en México, y eso te da un sentimiento de nacionalismo como ningún otro club de México lo ha logrado hacer.

Mientras que mi historia es más que curiosa, desde niño mi papá quiso que fuera aficionado del Atlas, mientras que yo siempre apoyé a las Chivas, por ser un equipo 100% mexicano y un equipo ganador. Desde que tengo uso de razón no sólo soy un aficionado más al rebaño sagrado, me considero parte del Club.

2.- ¿Cómo forma parte el territorio en el que vives dentro de tu identidad con el equipo?

R: Bueno yo estoy enamorado tanto de mi equipo como de la ciudad a la que representa. El amor a mi equipo viene del amor a mi ciudad, sólo esta institución sabe cargar con la responsabilidad de representar a la ciudad más importante y mexicana del país. Es un orgullo ser tapatío y es ser un orgullo pertenecer al Club que lo representa.

Conclusiones

Después de haber realizado las entrevistas a tres aficionados de diferente barra, se pudo

apreciar ciertas similitudes. Los tres concordaron que influye mucho ser inducido a amar al equipo desde temprana edad y que el sentirse parte de su ciudad es base para la construcción de su identidad.

La compañía de los padres en los eventos desarrollados por los clubes, se convierte en tradiciones, valores y memorias infantiles que quedan en la memoria e identidad de las personas; mismas que añoran y recuerdan con alegría, para reproducirlas ellos mismos con las nuevas generaciones.

INFLUYE MUCHO SER INDUCIDO A AMAR AL EQUIPO DESDE TEMPRANA EDAD Y QUE EL SENTIRSE PARTE DE SU CIUDAD ES BASE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE SU IDENTIDAD

Para responder a la pregunta inicial ¿Cómo se produce un sentido de identidad con base a un equipo de fútbol profesional? No es solamente el equipo de futbol con lo que se sienten representados, es todo lo que los indujo a apoyar a ese equipo. Los valores que se te inculcan desde niño, el que te enamoren de la ciudad en la que habitas y te muestren al equipo que lo representa con gran orgullo, sin men-

cionar que ese equipo no sólo represente a tu ciudad ante el mundo, sino también a tu país. Eso es lo que los define, todo lo que el equipo representa para ti, y la relación que guarda con tu familia y sociedad.



Referencias

- Díaz, N. (2002). *Infoamérica*. Recuperado el 19 de octubre del 2011, de [http:// www.infoamerica.org](http://www.infoamerica.org).
- Fábregas Puig, A. (2010). *Lo sagrado del rebaño. El fútbol como integrador de identidades*. Zapopan: El Colegio de Jalisco.
- Gómez, J. (1997). *Chivas. La historia oficial del Guadalajara*. Guadalajara: Editorial Agata.
- Matterlart, A. y Neveu, E. (2002). *Los Cultural Studies. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje*. Buenos Aires: Universidad Nacional de la Plata.
- Piqueras, B. (1997). *Sobre la identidad*. Barcelona. Alex.
- Smith, A. (1997). *La identidad nacional*. Madrid. Trama.
- Vinnai, G. (1998). *El fútbol como ideología*. México: Siglo Veintiuno Editores.

