

EL FUTBOL COMO UN FENÓMENO RELIGIOSO SECULAR II: LA AFICIÓN POR EL EQUIPO LEÓN

Gallegos, Martínez José Emmanuel (1), Demetrio Arturo Feria Arroyo (2)

¹ [Licenciatura en Sociología, Universidad de Guanajuato campus León] | emmanuel_gallegos@hotmail.com

² [Estudios Sociales, Ciencias Sociales y Humanidades, Campus León, Universidad de Guanajuato] | demetrioferiarroyo@gmail.com

Resumen

El presente artículo es la continuación o segunda parte del artículo homónimo resultado del verano de investigación del 2015 y cuya temática era analizar a la afición por el equipo León como un fenómeno religioso secular. En ese primer momento enfatizábamos en las similitudes entre la forma de ser aficionado y la religiosidad católica. Sin embargo, la temática de este proyecto es analizar las funciones sociales, que las formas religiosas tradicionales cumplen en las sociedades, encontrando por homologación conceptual las posibles funciones sociales del equipo León manifiestas en sus aficionados. Con esto no se quiere decir que el fútbol sustituya a la religión sino más bien encontrar las causas o motivaciones que impulsan a miles de aficionados a rendirle culto o apasionarse por un equipo de fútbol, la grado de hacer marchas en favor de su equipo.

Abstract

This article is the continuation or second part of the article titled research results summer 2015 and whose theme was to analyze the fans by the Lion team as a secular religious phenomenon. In the first moment we emphasized the similarities between the way of being an amateur and the Catholic religion. However, the theme of this project is to analyze the social functions that traditional religious forms meet in societies, finding conceptual approval by the possible social functions of the team Leon manifest in their fans. This did not mean that football replace religion but rather to find the causes or motivations that drive thousands of fans to worship or passion for a football team, the extent of making gear for their team.

Palabras Clave

Identidad; Linaje de creyentes; Reacomodo de creencias; Memoria histórica; Significado.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo es la continuación o segunda parte del artículo homónimo resultado del verano de investigación del 2015 y cuya temática era analizar a la afición por el equipo León como un fenómeno religioso secular. En ese primer momento enfatizábamos en las similitudes entre la forma de ser aficionado y la religiosidad católica. Sin embargo, la temática de este proyecto es analizar las funciones sociales, que las formas religiosas tradicionales cumplen en las sociedades, encontrando por homología conceptual las posibles funciones sociales del equipo León manifiestas en sus aficionados. Con esto no se quiere decir que el fútbol sustituya a la religión sino más bien encontrar las causas o motivaciones que impulsan a miles de aficionados a rendirle culto o apasionarse por un equipo de fútbol, la grado de hacer marchas en favor de su equipo.

Fenómenos religiosos: secularización y fútbol

La importancia social que puede tener el equipo León es observada en la capacidad que este tiene para movilizar a sus aficionados. La primera marcha fue en 1999, ante el anuncio de la venta del equipo León al Puebla, razón por la cual cientos de aficionados salieron a las calles para exigir al ex alcalde panista, Jorge Carlos Obregón que interviniera para que el equipo no fuera vendido, gracias a este se evitó que el equipo desapareciera [1]. En el 2002 ante el descenso del equipo, los panzas verdes se organizaron para exigirle al alcalde que se hiciera cargo del equipo [2] y en 2014 se buscó evitar que el director técnico que regresó al equipo a primera, se fuera al equipo América [3]. Por estas razones consideramos que la afición por el equipo León, va más allá de un simple evento deportivo, lo que nos hace cuestionar sobre el nivel de movilización que tiene este equipo sobre la sociedad leonesa, aventurándonos a presuponer que el motivo se encuentra en la historia e identidad municipal, aunado a fuertes elementos económicos y políticos.

Es tanta la afición por el equipo de fútbol que podemos definir a este fenómeno social como un

fenómeno religioso secular, pues no pertenece al campo de la religión propiamente, pero su peculiaridad reside en que se mezclan elementos o prácticas del catolicismo con la forma en que se vive la afición por este equipo. Los fenómenos religiosos según Durkheim [4] cumplen con tres funciones: una es la división del mundo en la dualidad sacro y profano, esto genera una identidad excluyente que sacraliza a todo símbolo o representación por el hecho de cohesionar y diferenciar al grupo. La segunda función es que permite la mezcla de diferentes prácticas y creencias, ya sea de religiones extintas o de distintos ámbitos de la sociedad, esto es la mezcla de prácticas y creencias religiosas con no religiosas o seculares, un ejemplo es la frase “en Dios confiamos” del billete de un dólar o decir que un candidato por la presidencia es la “esperanza de México”. Por último, los fenómenos religiosos se centran en la transmisión de una memoria histórica o conjunto de creencias de generación en generación mediante un “linaje de creyentes” que se reivindican mediante prácticas específicas o rituales festivos que recuerdan la pertenencia a ese grupo y reivindican su identidad y permanencia en el tiempo. Para ahondar en nuestra postura teórica mostramos una serie de estudios que nos dan luces para comprender a la afición como un fenómeno religioso.

La religión está en todas partes: estudios desde la sociología de la religión

El principal aporte de estos estudios es que analizan a los fenómenos religiosos desde su función social, más que enfatizar en cuestiones semánticas, por ejemplo René de la torre [5] buscando explicar la mezcla de creencias religiosas y no religiosas, es aquí donde caben estas nuevas manifestaciones religiosas que no necesariamente pertenecen a una institución religiosa, un ejemplo es la sacralización de los deportes, de las estrellas de rock o los la sacralización de los símbolos patrios. Este tipo de investigaciones enfatizan en el vínculo de la religión o la sublimación de las manifestaciones religiosas en otros ámbitos de la sociedad, a partir de los procesos de secularización, entendidos como un reacomodo de creencias y como una configuración individualizada de los sistemas de creencias o remiendos de creencias que retoman partes o retazos (de múltiples religiones y ámbitos

sociales) [5]. Danielle Hervieu-Léger [6] menciona para construir nuevos referentes ante las crisis sociales, con la finalidad de construir un sistema de creencias que se adapte al fiel, quien asume una postura de consumidor ante un conjunto de religiones que se le ofrecen a manera de bufete, esto es señalado por Berger y Luckman señalan [7] que en las sociedades modernas la religión se ha descentralizado y compite por la construcción de significados con otros ámbitos sociales, seculares como la política o la economía.

Es preciso enfatizar que las condiciones que posibilitan esta creación de sistemas de creencias, tanto a la secularización de las sociedades modernas, como a una especie de crisis de sentido o de confianza en las grandes instituciones sociales como la familia, los bancos, los sindicatos y las iglesias. Esto responde a una reconfiguración estructural que obliga a los actores a construir sus propias estrategias de sentido para hacerle frente a esta incertidumbre social [8].

El nuevo opio del pueblo: estudios desde la sociología del deporte

Estos estudios principalmente se centran en la capacidad que tienen los equipos de futbol para generar significados, identidades colectivas y como instrumento de dominación política o de reproducción de las relaciones económicas, sin embargo, nuestro énfasis reside en la capacidad que tiene este espacio como un medio de significación social

Para Ubeda, Molina y Villamón, el futbol es instrumento de ejercicio político, expone los casos históricos de la Alemania nazi, la Italia fascista y la España franquista donde los equipos de futbol eran utilizados como instrumento de propaganda política que pugnaban por el nacionalismo autoritario y la superioridad de las dictaduras apelando a la creación de una identidad colectiva que cohesiona a la población en torno a la promesa del éxito deportivo de forma que se pueda “desviar al pueblo de sus intereses reales utilizando diversos medios: canalizar las energías colectivas hacia un fin que no sea la defensa de sus intereses y satisfacer deseos asociados con los afectos profundos de los individuos”; pero también como una arma contra hegemónica, como el caso del equipo Barcelona como una postura anti centralista del real Madrid franquista o la

negativa de aceptar a Sudáfrica dentro de la FIFA por el apartheid, contribuyendo a la supresión racial[9].

Villena por su parte enfatiza en la capacidad del futbol como una “arena publica en la que concurren diversos actores sociales con el fin de elaborar y hacer manifiesta, usualmente bajo formas simbólicas muy elaboradas, su propia concepción de la vida y la sociedad” un escenario de conflicto entre diversos grupos sociales, que apelan en el caso de las barras bravas a un “profundo involucramiento emocional que busca la afirmación propia mediante la elaboración de una autoimagen”. También se considera al futbol como un escenario ritual y catártico que apela a los sentimientos comunitarios y de común unión. [10]

Llopis critica el concepto de la modernidad racional y secular, donde no caben los rituales comunitarios por ser considerados irracionales, sin embargo considera que el futbol es una “transfiguración social de los rituales y fiestas n las sociedades de la modernidad tardía” que contempla 4 dimensiones: una colectiva donde el rito genera significados que agrupan a la comunidad; una espacio temporal que involucra lugares específicos así como rupturas y continuidades temporales en la vida de los actores; una dimensión simbólica debido que el ritual genera significados que dan orden y explican las relaciones sociales y por ultimo una dimensión metafórica que representa al orden moral y un ideal de sociedad [11].

Montero y Celis consideran al futbol como una actividad que manifiesta el vínculo entre las elites económicas y políticas de México, un espacio donde se reproducen redes de poder que monopolizan al futbol con la finalidad de adquirir cuantiosas ganancias, beneficiándose los consorcios empresariales, cerveceros y televisivos así como un espacio de propaganda política, por ejemplo durante el sexenio de Felipe calderón se aprovechó, en octubre de 2009 el partido de eliminatoria mundialista de México vs salvador para anunciar la desaparición de Luz y fuerza. Peña Nieto utilizo al equipo Toluca y las transmisiones de televisa para hacerse campaña política, al grado de que en 2010 en la final santos vs Toluca, quedando campeón este último, la FMEXFUT le da una medalla de campeonato que solo se le da a los jugadores. En 2013 Peña

también utiliza un partido de eliminación mundialista, para ignorar las marchas de la CNTE que estaba en contra de la reforma educativa [12].

Como podemos observar los estudios de la religión se centran en su potencial para crear significados en torno a múltiples ámbitos, entre los que podemos considerar al fútbol, cuya función también es la de generar identidad, cohesión y significados sociales.

MATERIALES Y MÉTODOS

La principal fuente para captar la información fueron las entrevistas semiestructuradas pues es prioridad el conocimiento de las percepciones subjetivas que el encuadrarnos a un marco conceptual rígido, lo cual concuerda con la definición de entrevista que Taylor define como “encuentros estos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras” [13]

La guía de entrevista, para el caso de esta investigación no es un rígido cuestionario que tiene que ser respondido por el informante, al cual no se le contempla como una fuente a la que se le extrae información, sino como una persona con la que se entabla una plática horizontal, procurando un ambiente de confianza y de escucha, orientada mediante una guía con preguntas generales. En pocas palabras, se deja al entrevistado hablar y expresarse en torno al tema, y el entrevistador solo va dirigiendo la conversación. Las entrevistas se concretaron en lugares que los entrevistados consideraban cómodos, se tomó nota de las entrevistas, las cuales también fueron grabadas en audio para su análisis posterior.

RESULTADOS

Para dar cuenta de cómo la afición por el equipo León tiene la función de generar identidad, cohesión y mantener a un grupo unido, se muestra un breve análisis de lo que los entrevistados nos dijeron. Se hicieron cuatro entrevistas. El primero de los entrevistados es A, tiene 59 años y es

psicólogo; C tiene 25 años y estudia sociología; E tiene 24 años y estudia Administración Pública y es Barra brava al igual que L quien tiene 52 años y es jefa de cobranza en una fábrica. Todos son aficionados al León.

Como habíamos dicho el equipo León como fenómeno religioso genera una sacralización de aquello que los diferencia, esta sacralización se responde como una fidelidad al equipo o como un orgullo de pertenencia, pues representa al municipio C: “Me identifico como leones, primero porque me siento orgulloso de ser leones y todo lo que representa, las tradiciones y sus barrios, las costumbres y por el equipo que es algo muy arraigado a la ciudad”, por su parte E: mí me nació la identidad por la ciudad, por el amor a la ciudad, si tiene mucho que ver la ciudad con el amor que tienes por la ciudad y el equipo, pues yo siento que es uno solo, no puedes querer a la ciudad y no querer al equipo... Si te sientes orgulloso de ser de la ciudad, te sientes orgulloso de su equipo. Esta sacralización del equipo también define pautas específicas de comportamiento que definen al aficionado del que no lo es, una de estas es la fidelidad pues C: “es como si eres fiel a tu esposa, novia o una gran amistad que tienes. Esta fidelidad es así como de decir, ‘yo no te cambio porque estoy tan a gusto contigo que si yo te cambiara es porque ya perdí ese vínculo que tenía contigo, y se cambia porque ya no estoy dispuesto a vivir esa relación que tengo contigo’. Sobre los símbolos que constituyen esta fidelidad está involucrados el León como nombre de la ciudad y del equipo, así como el color verde, relacionado con el proceso de la curtiduría y la recolección de lechuga.

En lo referente a la mezcla de creencias, referido a el uso de elementos religiosos en los partidos... C: “Voy a misa y le pido a Dios que todo salga bien, que nos dé esa tranquilidad. Pido que pase lo que pase, yo esté tranquilo y pido por los jugadores, que tengan esa tranquilidad o fortaleza para que salgan victoriosos”.

En lo referente a la transmisión de la afición que sostiene al linaje de creyentes, podemos citar lo ya antes expuesto, las marchas para conservar al equipo en el nivel social, pero a nivel individual, la familia y el grupo de amigos tienen un papel central... A: “Tuve la oportunidad de identificarme o de sentir el gusto, la pasión con los compañeros y amigos dentro del fútbol... cuando participo en

equipos de la liga municipal, mis amigos y conocidos, el tema es el futbol y desde ahí es como el tema con que socializamos con el que pertenecemos e identificamos y desde ahí es hablar de futbol en otras esferas e interesarnos” o para el caso de L: “mi papa de chica nos llevaba al estadio, mi abuelito era de la barra, de la puerta 5 y mis tíos eran los cubeteros; éramos muchos hermanos. En aquel tiempo los hombres no veían bien que las mujeres fueran al estadio, era algo de hombres y mi papa era de “los niños si van y ustedes no” y yo era de “ah no, yo quiero ir” y me llevaba a fuerzas”. C: “marcado tenemos que en grupos de hermanos vamos al estadio. Eso hace crecer la afición del León porque todavía es muy familiar, vas con la seguridad de que te la vas a pasar bien en familia y es más agradable si vas con amigos. Yo por ejemplo la primera vez que fui al estadio fuimos tres hermanos y dos amigos de la calle, todos le vamos al león y como convives, gritándole groserías al portero contrario, eso se disfruta”

La forma en que los aficionados viven su afición varía, desde la más sutil como observar la mayoría de los partidos como en el caso de A hasta la más extrema como dejar de asistir a clases para comprar los boletos como en el caso de C. L nos da un buen ejemplo de lo que es seguir a la fiera: “nos han tocado balazos, electrocutados que nos dan toques la policía y dices ¿Quién me trae aquí?, pero no es lo mismo que sientes cuando ves el partido por televisión. Yo sigo yendo, dure dos años sin un colchón porque me lo gaste en viajes”. Al respecto A da un interesante análisis desde la psicología de este tipo de comportamientos “pienso que es una de las consecuencias de esta manipulación que hace el sistema económico. Generar una necesidad y el trabajador se casa inconscientemente esta idea, la defiende irracionalmente y es capaz de ir contra sí mismo, al faltar al trabajo e invertir ese recurso que en vez de comprar leche, hace el sacrificio y compra un boleto de futbol pues esto le genera placer y que se vuelve en alto grado adictiva... entonces si el equipo es ganador entonces se vuelve más adicto y es capaz de comprar el boleto a costa de la economía familiar y que no le importa o no logra dimensionar el grado de perjuicio que puede tener para sí mismo y su familia”. Esto parece ser cierto pues según L : “la gente de León cuando pierde, los lunes están desmotivados. Y la

gente de León sí gana, todos los obreros, pues son mayoría verdad... están al cien”. Esto nos dice que la afición por el equipo León es sumamente pasional, como ya se ha dicho orientada por las estructuras económicas, pero a nivel individual ¿Qué sucede? Nuestra hipótesis plantea que los aficionados de alguna forma se arraigan al equipo para olvidar la situación económica, política o emocional que están viviendo, sin embargo, dejemos que sean ellos mismos quienes lo digan, por ejemplo L: “Es la única diversión de la gente, y van por eso. “Prefiero divertirme que estarme preocupando en si van a aumentar los impuestos, aunque yo los tenga que pagar”, cuando deberías de preocuparte porque tú los vas a pagar, y con ese dinero que vas a pagar, puedes irte a ver al equipo.” Por su parte E: “cuando veo un partido olvido que no ajusto para la casa, que tengo cosas que hacer, que me estoy divorciando... hay mucha gente que va y vive al día. Inconformes con el trabajo, que no están a gusto con el jefe, ahí gritas a más no poder, al portero, sacas estrés. Gritas para apoyar, pero se mezcla”. Cuando se les cuestiona sobre porqué se hacían marchas en favor del equipo y no para exigir mejoras sociales, las respuestas aluden a las mismas estructuras de dominación política o económica. C: “Cuando son marchas por defender el equipo, es porque al aficionado le lastiman, le quitan algo preciado para muchos. Que quiten al equipo, perder su tradición puede ser doloroso para muchos ahí si me manifesté y digo, “yo no quiero que me quiten a mi equipo, yo no quiero que se pierda”. Pero manifestaciones para defender mi trabajo, pedir mejores salarios, ahí sí “no me vayan a correr, luego me meten al bote”. Por su parte L: “te da miedo manifestarte porque dices, ¿qué tal si pasa algo parecido como el 2 de enero del 46 con el asesinato los sinarquistas? Que lleguen y maten a todos, además la gente aquí está más cerrada a muchas cosas. Si te fijas la gente ni se preocupa. Si están en el confort no les importa que maten o roben”. Por su parte A señala el vínculo entre la creación de necesidades y la ganancia económica: “por el interés económico de quienes organizan, la directiva, tratan de mantener la afición dándoles atole con el dedo, dándoles un aparente equipo que se identifica con la sociedad... el caso particular de Boselli, el goleador de León de las últimas temporadas, es bueno y lo endiosan, lo vuelven ídolo y esto, al vivir en la ciudad no hay quien no le brinde loas cuando lo ven, y esto hace

que los jugadores no se sientan identificados, sino contentos y tranquilos en la ciudad porque son queridos, bien pagados, y esto es una forma de decir que defienden al León, pero defienden sus intereses”. Sin embargo, los aficionados son conscientes de que es un negocio que beneficia mayoritariamente a los dueños y la directiva pues según E: “no puedes confiar en nadie. Confías ciegamente en la iglesia o en el futbol. Es conformismo. Hubo lana de por media en la final contra América por ejemplo. El futbol es por lana, si tienes dinero, ganas si no, no ganas.”

CONCLUSIONES

Podemos resumir que el equipo León como fenómeno social involucra a todos los ámbitos, desde el religioso hasta el político, ya que estos construyen relaciones que determinan un tipo de afición específica, con sentimientos definidos que se dejan llevar, olvidan sus problemas y consumen o confían fielmente el producto simbólico que los representa. Más allá de señalar si el aficionado ejerce un nuevo tipo de religiosidad, enfatizamos de nuevo en las funciones sociales que el equipo ejerce y que forman parte de los fenómenos religiosos, pues aparentemente hay una mezcla de creencias o se prefiere ir a un partido en lugar de una misa, como en el caso de C que también suele rezar para que el equipo gane.

REFERENCIAS

- [1] Zacarias, Miguel (Junio 23 1999). Se unen por el León, aficionados marchan para que el equipo se quede. Periodico AM pp.1
- [2] Villegas, Ornelas G. (abril 23 2002) Sufren por el descenso, cientos de aficionados protestan por las calles. Periodico AM pp. 1
- [3] Jimenez, Oscar (noviembre 23 2014) hoy resuelven la continuidad de matosas. Periodico AM pp.2
- [4] Durkheim, Emile (1982). Las Formas elementales de la vida religiosa. España: Akal.
- [5] De la Torre, René. (2013) La Religiosidad popular, encrucijada de las nuevas formas de religiosidad contemporánea. Porto Urbe (12). Disponible en reuves.org
- [6] Hervieu-Léger, D. (2004). El Peregrino y el convertido. México: Helénico.
- [7].Luckman. T. (1973). La Religion invisible.España: agora
- [8] Bajoit, Guy. (2013).La sociedad de la incertidumbre. México: UNAM

- [9] Joan Ubieda, Molina, Pere y Villamón M. (2014). Futbol como instrument sociopolítico. Recorde, Revista histórica do esporte. 1(7).
- [10]Villena, Sergio. (2002). El futbol y las identidades. Balance preliminary en America latina. Iconosn revista de ciencias sociales.Ecuador: FLACSO. (14). Pp. 126-136.
- [11]Llopis, Goig R. (2006) El futbol como ritual festivo, analisis de la sociedad española. Revista andaluzCelis a de ciencias sociales.(6)
- [12] Montero, Oropeza j. y Galindo, C.(2014). El futbol mexicano como instruemnto de poder economico y politico. II coloquio internacional de geopolitica, el control del espacio y el espacio de control. Barcelona.