

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Subdirección de Estudios de Posgrado



UANL

**HISTORIAS DE LA AFICIÓN. IDENTIDADES DE LOS
SEGUIDORES DEL CLUB DE FÚTBOL TIGRES DE LA
UANL**

Por

JORGE RENÉ GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

**Como requisito parcial para obtener el Grado de MAESTRÍA
EN COMUNICACIÓN DEPORTIVA CON ORIENTACIÓN
EN PERIODISMO DEPORTIVO**

Octubre, 2026



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Subdirección de Estudios de Posgrado



FCC

HISTORIAS DE LA AFICIÓN. IDENTIDADES DE LOS SEGUIDORES DEL CLUB DE FÚTBOL TIGRES DE LA UANL

QUE PRESENTA

JORGE RENÉ GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

**Como requisito para para obtener el Grado de MAESTRÍA
EN COMUNICACIÓN DEPORTIVA CON ORIENTACIÓN
EN PERIODISMO DEPORTIVO**

Director de tesis
DRA. ALMA ELENA GUTIÉRREZ LEYTON

Monterrey, Nuevo León, México. A 01 de octubre de 2026



UANL

HOJA DE APROBACIÓN POR EL COMITÉ DE TESINA

**HISTORIAS DE LA AFICIÓN. IDENTIDADES DE LOS SEGUIDORES DEL
CLUB DE FÚTBOL TIGRES DE LA UANL
POR**

**JORGE RENÉ GONZÁLEZ HERNÁNDEZ
COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA
EN COMUNICACIÓN DEPORTIVA CON ORIENTACIÓN EN PERIODISMO
DEPORTIVO**

**DRA. ALMA ELENA GUTIÉRREZ
LEYTON**
Director de tesina

DR. HÉCTOR ALVARADO LUMBRERAS
Presidente del comité de tesina

DRA. BERTHA ALICIA RAMIREZ SALAS
Secretario del comité de tesina

M.C.D. ARTURO ESCALANTE FLORES
Vocal del comité de tesina

DRA. PATRICIA GEORGINA LLAMAS VILLARREAL
Subdirectora de Estudios de Posgrado



UANL

**HISTORIAS DE LA AFICIÓN. IDENTIDADES DE LOS SEGUIDORES DEL
CLUB DE FÚTBOL TIGRES DE LA UANL**

**Este trabajo fue realizado en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, en la
Subdirección de Estudios de Posgrado de la Facultad de Ciencias de la
Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, bajo la Dirección de la
Dra. Alma Elena Gutiérrez Leyton y la Codirección de la Dra. María Roble
Obando Rodríguez.**

Dra. Alma Elena Gutiérrez Leyton
Director de tesina

Dra. María Roble Obando Rodríguez
Co director de tesina

AGRADECIMIENTOS

A mis hijas Janis Renata y Abril Tonantzi

A mis padres Silvia y René

A mis hermanas Alin y Silvia

A los amigos de Oriente 164, la primaria Michoacán, la Secundaria 40 “Don Melchor Ocampo” y el CCH Vallejo, por los fantásticos años de fútbol de sol a sol

A la mejor afición de México, la de Tigres de la UANL

A la Puerta 5ª de la cancha más pasional del país

DEDICATORIA

A mis hijas Janis Renata y Abril Tonantzi

A mis padres Silvia y René

A mis hermanas Alin y Silvia

A los amigos de Oriente 164, la primaria Michoacán, la Secundaria 40 “Don Melchor Ocampo” y el CCH Vallejo, por los fantásticos años de fútbol de sol a sol

A la mejor afición de México, la de Tigres de la UANL

A la Puerta 5ª de la cancha más pasional del país

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	5
DEDICATORIA	6
ÍNDICE	7
LISTA DE ABREVIATURAS	9
LISTA DE TABLAS	10
RESUMEN.....	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO.....	17
ANTECEDENTES.....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. OBJETIVOS	19
1.2.1. Objetivo general	19
1.2.2. Objetivos específicos	19
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.5.4. Limitaciones y delimitaciones	20
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	22
2.1. DIAGNÓSTICO DEL CONTEXTO: EL FÚTBOL COMO ELEMENTO DE IDENTIDAD	22
2.2. EL FENÓMENO DEL FÚTBOL EN NUEVO LEÓN	24
2.2.1. Categorías de aficionados	26
2.3. LA FORMACIÓN, EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DE LAS IDENTIDADES DE LOS SEGUIDORES, AFICIONADOS Y FANS DEL EQUIPO DE FÚTBOL TIGRES DE LA UANL	28
2.3.1. La formación	28
2.3.1.1. La evolución	29
2.3.1.2. La actualidad	30
2.3.2 Perfiles históricos y actuales de los aficionados al equipo. Rasgos culturales, idiosincrasia, intereses deportivos, intereses comerciales.	31

CAPÍTULO 3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA METODOLOGÍA.....	34
3.1. RESUMEN	34
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	34
3.3. HIPÓTESIS O GUÍAS DE TRABAJO	35
3.4. VARIABLES E INDICADORES	36
3.5. TÉCNICA E INSTRUMENTOS: ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA	37
3.6. POBLACIÓN POR ESTUDIAR Y MUESTRA	39
3.7. RECOLECCIÓN DE DATOS Y TRABAJO DE CAMPO	41
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	43
REFERENCIAS	54
ANEXOS	58
ENTREVISTAS	58
Entrevista 1.	58
Entrevista 2	66
Entrevista 3	69
Entrevista 4	73
Entrevista 5.	76
ACERCA DEL AUTOR.....	81

LISTA DE ABREVIATURAS

BBVA	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria
CONCACAF	Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Fútbol
UANL	Universidad Autónoma de Nuevo León
ZMM	Zona Metropolitana de Monterrey

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Títulos del Equipo de Tigres (1997-2023)	30
Tabla 2 Concentrado de personas entrevistadas, datos generales, 2023	40

RESUMEN

La presente investigación analiza la evolución del perfil del aficionado del Club Tigres de la UANL durante su trayectoria en la Primera División del fútbol mexicano. Su objetivo es comprender los rasgos identitarios que distinguen a esta afición y explicar los procesos sociales y culturales que han dado forma al denominado “Perfil Tigre”.

El estudio parte de la relevancia del fútbol como elemento central de identidad en el estado de Nuevo León, México. Aunque existen investigaciones sobre el fútbol como factor de construcción identitaria, los trabajos académicos centrados específicamente en la afición de Tigres son escasos. Por ello, la investigación retoma conceptos de identidad personal, social y cultural, así como clasificaciones sobre los tipos de aficionados al fútbol.

La investigación es de carácter cualitativo y no plantea hipótesis formales; se guía por preguntas orientadas a explorar qué significa ser aficionado de Tigres. La estrategia metodológica se basó en entrevistas semiestructuradas aplicadas a seguidores representativos de distintas etapas históricas del club, lo que permitió identificar continuidades, cambios y matices en la construcción de su identidad.

Los hallazgos muestran que la identidad Tigre se construye a partir de la familia, las vivencias de infancia, la memoria colectiva y la experiencia compartida alrededor del equipo. Entre sus rasgos principales destacan el sentido de pertenencia, la lealtad, el compromiso que trasciende los resultados deportivos, la pasión compatible con el desarrollo personal, la tolerancia ante la derrota y el rechazo explícito a la violencia. En conjunto, estos elementos conforman el “Perfil Tigre”, asociado con la fidelidad al club y el orgullo de ser “Incomparable”, como se autodenominan.

Se concluye que el “Perfil Tigre” no surge de un solo factor, sino de un proceso histórico marcado por los logros del equipo, la cultura de Nuevo León, la transmisión familiar y la memoria compartida. Se trata de una identidad colectiva distintiva, definida por la pasión, la lealtad y la continuidad generacional de la afición. Por ello, la afición de Tigres representa un fenómeno cultural relevante dentro del tejido social de Nuevo León.

ABSTRACT

This study analyzes the evolution of Tigres UANL supporters throughout the club's history in Mexico's First Division. Its main objective is to identify the defining characteristics of Tigres fandom and to explain the social and cultural processes through which the "Tiger Profile" has been constructed over time.

The research is grounded in the idea that football plays a central role in the identity of Nuevo León, Mexico. Although previous studies have examined football as a factor in the construction of individual and collective identities, academic work focused specifically on Tigres supporters remains limited. To address this gap, the study draws on concepts of personal, social, and cultural identity, as well as existing classifications of football fandom.

Rather than testing formal hypotheses, this research follows a qualitative approach designed to understand what it means to be a Tigres supporter. Data were collected through semi-structured interviews with fans from different generations, showing how experiences, memories, and perceptions have changed across historical periods.

The findings indicate that Tigres supporters construct their identity through family traditions, childhood experiences, shared memories, and enduring loyalty to the club. Participants expressed a strong sense of belonging, deep emotional attachment, resilience during difficult sporting moments, and a clear rejection of violence. Together, these elements shape what supporters describe as the "Tiger Profile," closely associated with their self-identification as "Incomparables".

The study concludes that the identity of Tigres supporters is not produced by a single factor, but by a long historical process shaped by the club's achievements, the culture of Nuevo León, family socialization, and collective memory. The "Tiger Profile" therefore emerges as a distinctive collective identity marked by passion, loyalty and the transmission of fandom across generations, making it an important cultural phenomenon within the social fabric of Nuevo León.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

El objetivo general de este trabajo es caracterizar la evolución del perfil del aficionado del equipo de fútbol Tigres durante su trayectoria en la primera división profesional. A través de un enfoque de investigación cualitativa, se busca describir, analizar y caracterizar los rasgos de identidad de estos aficionados.

Este estudio se desarrolló como el Producto Integrador de Aprendizaje para la Maestría en Periodismo Deportivo, ofrecida por la Facultad de Ciencias de la Comunicación y la Facultad de Organización Deportiva de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL).

El contexto del objeto de estudio, que es el aficionado al equipo de fútbol Tigres de la UANL, se encuentra estrechamente vinculado a la historia del Club de Fútbol Tigres, desde su fundación hasta la actualidad. El concepto clave desarrollado en el marco teórico y en la aplicación de la investigación es la identidad, considerando el fenómeno del fútbol contemporáneo y la evolución de los rasgos esenciales de los aficionados de Tigres. Además, se han tomado en cuenta categorías previamente propuestas por otros autores sobre los diferentes tipos de aficionados para sustentar el trabajo.

De la presente investigación podemos destacar que la afición de Tigres ha construido, social y culturalmente, a lo largo del tiempo y el espacio, la idea colectiva de un “Perfil Tigre”, que se expresa claramente en las entrevistas a los aficionados seleccionados. Este perfil se define por el significado de la palabra “incomparable”, utilizada por la afición felina para auto reconocerse y nombrarse. Describe a quienes son leales a su equipo, no son “villamelones” (es decir, no siguen ni simpatizan con otros equipos), y han desarrollado una experticia en el mundo Tigre. Esta identidad se nutre de recuerdos, una profunda esencia familiar y un alto grado de compromiso que roza el fanatismo, pero sin llegar a sus términos clásicos. Además, el Perfil Tigre se basa en la consciencia de evitar la violencia y no provocarla, así como en la tolerancia a la frustración

y la capacidad de dimensionar la derrota. Este conjunto de rasgos que forman la identidad del Perfil Tigre es uno de los principales hallazgos de la presente investigación.

CAPÍTULO 1
NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL
ESTUDIO

CAPÍTULO 1. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DEL ESTUDIO

ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se ha dicho en términos coloquiales por diversas voces de la opinión pública que en el estado de Nuevo León el fútbol es “una forma de vida”, o “una religión” que trasciende lo estrictamente deportivo (Rodríguez, 2020). Se podría decir que, en la Zona Metropolitana de Monterrey (ZMM) como corazón de un estado eminentemente industrializado, la afición por el fútbol es una de sus principales características de identidad regional, y un rasgo distintivo con el resto del país. Parafraseando de concepto de las ciudades-estado que dieron origen a las naciones modernas, en la ZMM se puede hablar de una “ciudad-estadio”, donde el fútbol es no solo un catalizador de la unidad territorial, sino como definió el filósofo Jorge Ignacio Ibarra, “el fútbol es un símbolo de la cultura regiomontana” (Rodríguez, 2020) los estadios de Tigres de la UANL y Rayados de Monterrey se han vuelto también en sedes simbólicas del poder político y económico, de la lucha por la hegemonía no solamente deportiva sino también social y cultural en el funcionamiento cotidiano de la sociedad del noreste regio.

En el caso de la presente investigación, se analizó la afición del equipo de fútbol Tigres de la UANL desde el año de su arribo a primera división del futbol profesional mexicano en 1974 hasta el 2023, cuando se realizó este trabajo de titulación. Se exploró la construcción social, cultural y económica de su identidad o identidades, como elemento esencial de los alcances extradeportivos del fútbol en la sociedad regiomontana, y como posibilidad de dimensionar aspectos positivos para una mejor vida comunitaria.

Esta investigación buscó responder a las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los rasgos que distinguen a la afición de Tigres? ¿Por qué la afición ha mantenido un

compromiso tan fuerte con los colores de la camiseta durante décadas? ¿Qué factores potencian los aspectos positivos del ocio desde la perspectiva de la afición?

A través del análisis del proceso histórico de la afición de Tigres, su evolución y la formación de su identidad, se identificaron rasgos que pueden contribuir a la prevención de la violencia y el racismo, así como a la promoción de una educación en valores.

En la época actual de bonanza deportiva del Club Tigres, que ha llevado a que desde 2015 se le considere “el Quinto grande a nivel nacional” a la par de América, Chivas de Guadalajara, Pumas de la UNAM y Cruz Azul, y la formulación en la última década de lo que se conoce como “el Perfil Tigre” (Rojas, 2023), son condiciones favorables para hurgar en el pasado y contribuir a nuevas perspectivas de responsabilidad social en el presente y futuro de una institución deportiva protagonista del deporte nacional, desde el protagonismo del aficionado que es el sujeto de la presente investigación.

La necesidad social de encontrar mejores prácticas en el deporte-espectáculo, en un momento histórico donde la humanidad se recupera de una pandemia sin precedente en la época contemporánea, implica una situación concreta que compromete a devolver las posibilidades de la convivencia entre multitudes, como instrumentos comunitarios para el renacimiento de la esperanza en el porvenir, la recuperación del tejido social y el combate a la violencia y las expresiones racistas, aspectos todos que ameritan ética y culturalmente adentrarse en el tema.

Debe recordarse que, desde el periodismo de investigación, la pertinencia de analizar los buenos comportamientos, el deportivismo, la pasión sincera, las situaciones extra cancha, y otras virtudes o rasgos entre los aficionados al fútbol, podemos desaprovechar el sentido de oportunidad que la nueva normalidad derivada de la pandemia da la oportunidad para ser mejores ciudadanos en la casa, la escuela y los espacios de convivencia masiva, -que ante nuestra incredulidad- estuvieron suspendidos por más de un año para su uso y disfrute como nuestro acostumbrado catalizador de tensión de la vida cotidiana.

1.2. OBJETIVOS

A continuación, se presenta el objetivo general y los objetivos específicos de este trabajo de investigación.

1.2.1. Objetivo general

El objetivo de esta investigación es caracterizar la evolución del perfil del aficionado del Equipo Tigres de fútbol durante la trayectoria del equipo en primera división profesional con la finalidad de describir, analizar y caracterizar sus rasgos de identidad.

1.2.2. Objetivos específicos

- Describir la evolución, continuidad y cambios en los rasgos identitarios y otras características sociales y culturales de la afición a Tigres, de sus orígenes a la actualidad.
- Caracterizar los tipos de aficionados que existen en la actualidad en la denominada década de oro.

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La vinculación del presente trabajo con la Maestría en periodismo deportivo deviene de la búsqueda para desarrollar proyectos de investigación que ayuden a estimar la función social del deporte, y no solo la superficie de los grandes resultados o competencias deportivas, sino del papel de vertientes de ocio constructivo como es la práctica y el interés por un deporte, en el contexto de una sociedad determinada.

A nivel mundial existen numerosos estudios acerca de una mirada al mundo del fútbol profesional desde la óptica de su principal sostén económico, cultural y social: el aficionado. A nivel nacional es consenso el alto grado de compromiso de los aficionados de Tigres con su equipo de fútbol, sin embargo, poco se ha interiorizado en la esencia del perfil que lo mantiene vigente o la cuestión social que alumbra este fenómeno. En el caso de Tigres son escasas las investigaciones o trabajos de periodismo de investigación de corte académico, y predominan los productos de difusión con fines comerciales.

Esta investigación permitió adentrarse en el mundo de la afición de Tigres desde sus inicios en la década de los sesenta del siglo XX hasta nuestros días, recuperando fuentes como revistas y diarios de épocas pasadas, testimonios de aficionados y protagonistas, y el reciente auge de producción de información que permite la era digital. La importancia de hacer una historia de la afición radica en recuperar, sistematizar y mantener las voces y perspectivas que originadas el siglo pasado a corren el riesgo de no perdurar para el aprovechamiento de nuevas miradas. En términos de la investigación histórica la perspectiva de la historia de las mentalidades permite tener un marco conceptual para realizar un ejercicio de investigación sin precedente.

1.5.4. Limitaciones y delimitaciones

Las limitaciones inherentes a toda investigación académica también representarán retos para este trabajo. Entre ellos se encuentran: descubrir fuentes que robustezcan el marco teórico, encontrar referencias adecuadas para construir los conceptos, acceder a diversas fuentes que sirvan a los fines de la investigación, y tener la capacidad de interpretar, confrontar y obtener los resultados esperados para desarrollar un trabajo de investigación desde el periodismo crítico. La principal limitante para el desarrollo del trabajo es el tiempo, ya que deberá concluirse durante el semestre junio-diciembre de 2023. Además, la restricción temporal implica no poder realizar un mayor número de entrevistas para la construcción del enfoque cualitativo.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

En este apartado se fundamentan los conceptos involucrados en este trabajo de investigación, a fin de ofrecer elementos conceptuales que permitan su comprensión.

2.1. DIAGNÓSTICO DEL CONTEXTO: EL FÚTBOL COMO ELEMENTO DE IDENTIDAD

El fútbol es un deporte que ha evolucionado a lo largo de los años, décadas y siglos. Aunque se desconoce su origen exacto, se cree que se originó en China hace más de 2000 años. El juego se extendió a Japón y Corea antes de llegar a Europa en la Edad Media. Pero fue en Inglaterra, donde se convirtió en un deporte popular en el siglo XIX, y fue en este país donde se establecieron las primeras reglas del juego, misma que después fueron cambiando hasta como se conocen en la actualidad. Hoy en día, el fútbol es uno de los deportes más populares del mundo, con millones de aficionados en todo el mundo.

Desde su expansión a lo largo y ancho del imperio británico, este deporte no ha dejado de ser un deporte muy popular. A tal grado que se ha convertido en un elemento importante para la construcción de la identidad nacional de muchos países como es el caso de Argentina, Brasil, Alemania e Italia, entre otros (González, 2016). Dado que este deporte es fácil de entender y seguir lo hace accesible para personas de todas las edades y clases sociales. Además, es un deporte que se juega en equipo, lo que fomenta la integración entre individuos y la creación de lazos sociales, pero también de rivalidades (Vera & Valenzuela, 2012).

En cuanto a la función social del deporte, se ha considerado tradicionalmente como un medio apropiado para conseguir valores de desarrollo personal y social. El deporte conecta personas y las integra dentro de un sistema de normas y comportamientos compartidos. En este sentido, la cultura deportiva elimina barreras entre personas y grupos sociales, fomentando la participación comunitaria y el desarrollo de habilidades sociales (Ruíz & Cabrera, 2004). Sobre todo, al interior fomenta la integración entre individuos y

la creación de lazos sociales, lo que lo convierte en un elemento importante para la construcción de la identidad. La identidad se construye y se refuerza por los grupos de aficionados que se identificaba y se reconocen (Acosta & Mendieta, 2018).

La identidad es un concepto complejo y multifacético que ha sido objeto de estudio en diversas disciplinas, incluyendo la psicología, la sociología, la filosofía y las ciencias políticas. En su esencia, la identidad se refiere a la forma en que un individuo o grupo se percibe a sí mismo y se presenta ante los demás. A continuación, se presentan una descripción más detallada de los diferentes tipos de identidad seleccionados para esta investigación:

Identidad personal. Es el conjunto de características que definen a un individuo y le permiten reconocerse a sí mismo como un ente distinto y diferenciado de los demás. Esta autopercepción puede estar influenciada por una variedad de factores, incluyendo nuestras experiencias de vida, nuestras relaciones, nuestra cultura y nuestra biología (Real & Caño, 2018).

- **Identidad social.** Es la relación, la participación, el cuidado y el orgullo que proviene del conocimiento de la pertenencia a un grupo social. Esto puede incluir la nacionalidad, etnia, religión, orientación sexual, género, profesión, entre otros. La identidad social puede influir en cómo se interactúa con los demás y cómo se percibe a las personas (García, 2021).
- **Identidad cultural.** Es el conjunto de manifestaciones socioculturales (creencias, tradiciones, símbolos, costumbres y valores) que le provee a los individuos pertenecientes a una comunidad un sentido de pertenencia y comunión con sus pares. Esto puede incluir tradiciones, costumbres, valores, lenguaje, música, y comida que son compartidos por un grupo de personas (Pérez & Muñoz, 2018).

Es importante destacar que la identidad no es estática, sino que puede cambiar y evolucionar a lo largo del tiempo. Las experiencias de vida, el crecimiento personal y los cambios en el entorno social y cultural pueden influir en nuestra identidad (Real & Caño, 2018).

Según Schkolnik (2004) la identidad es establecida por la sociedad y es lo que distingue al individuo de las demás personas. Por otro lado, la identidad es una condición de pertenencia que expresa la vinculación a un territorio, género, clase, familia, entre otros; esta vinculación puede expresarse a nivel individual o colectivo. Según Vera y Valenzuela (2012), la identidad es un concepto complejo que se refiere a la forma en que los individuos se ven a sí mismos y cómo son percibidos por los demás.

Costa (2004) sostiene que la identidad es la suma intrínseca del ser y su forma, auto expresada en el conjunto de los rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás. La idea de identidad supone la idea de verdad o de autenticidad. En esta línea de razonamientos, la idea de identidad supone la idea de verdad o de autenticidad, que determina los gustos, necesidades, prioridades y acciones.

La identidad colectiva se forja por medio de varias herramientas en el caso del fútbol, tales como la identidad a partir del estilo, a partir de los jugadores, el uniforme con sus colores y símbolos, la herencia familiar, hasta el mismo éxito de un equipo (González, 2016). El fútbol es un deporte que ha sido estudiado desde diferentes perspectivas, incluyendo su impacto en la identidad y la cultura, y en síntesis el fútbol hace que todos logren el uso un mismo lenguaje para expresarse y un sentido de comunidad con el que se sienten identificados. Además, de contar con conocimientos similares que los unifica como el recuerdo de la o las épocas doradas o triunfantes de su equipo de fútbol, recuerdos que se convierten en un elemento clave de la identidad, generado por el recuerdo de las glorias (Dosal, 2006). Algo parecido pasa con el recuerdo de los diseños de las playeras o campeonatos ganados, así como de jugadores celebres, todo esto hace que se forme y mantengan los grupos de aficionados que generan una ideología identificable que afianza su reconocimiento social y un sentido de comunidad.

2.2. EL FENÓMENO DEL FÚTBOL EN NUEVO LEÓN

El fútbol, más que un simple deporte, se ha convertido en un objeto de estudio desde diversas disciplinas, incluyendo su impacto en la identidad y la cultura (Pérez, 2016; Polvorino, 2020 y Meneses & González 2023). En Nuevo León, este deporte ha adquirido un papel preponderante, trascendiendo su esencia puramente deportiva para transformarse

en un fenómeno social, un emblema de identidad y un estilo de vida para los seguidores regiomontanos.

Los expertos en filosofía y psicología de la UANL han analizado este fenómeno, concluyendo que el fútbol es un componente inevitable del proceso cultural de la sociedad. La cultura dominante y global ha determinado que el fútbol y su maquinaria mercadológica sean preponderantes, convirtiéndolo en una fuerza que moldea las costumbres y comportamientos de las personas (Arriola 2019 y Cárdenas, 2022).

Las personas aficionadas, por su parte, invierten no solo su tiempo y dinero en este deporte, sino también sus emociones y pasiones. Asisten a los partidos, siguen las noticias de sus equipos, participan en discusiones y debates sobre el juego, y celebran las victorias como si fueran propias. El fútbol se ha convertido en una parte integral de su vida cotidiana, un elemento que define su identidad y su pertenencia a una comunidad. En Nuevo León, el fútbol se experimenta con gran pasión y devoción. Los equipos de fútbol Rayados y Tigres son dos de los más seguidos en la región y se ven como símbolos potentes y profundamente arraigados en la cultura regiomontana. Los seguidores de estos equipos demuestran su pasión de maneras que exceden lo puramente deportivo, como pintar su habitación o vehículo con los colores de su equipo, tatuarse el rostro o nombre de su jugador favorito, o incluso pintar un ataúd con los colores de los Rayados y Tigres (Rodríguez, 2020).

En Nuevo León, el fútbol es mucho más que un simple juego; es un fenómeno social que refleja y da forma a la cultura de la región. Este deporte se ha convertido en un emblema de identidad y un estilo de vida para los seguidores regiomontanos, quienes no solo ven los partidos, sino que viven y respiran fútbol en su día a día (Rodríguez, 2020). El fútbol en Nuevo León es un reflejo de la cultura dominante y global, que ha decidido que el fútbol y su maquinaria mercadológica sean preponderantes.

Esto se evidencia en la forma en que los partidos de fútbol se transmiten en televisión y radio, en la cobertura mediática de los equipos y jugadores, y en la comercialización de productos relacionados con el fútbol, desde camisetas y balones hasta videojuegos y tarjetas coleccionables (Rojas, 2023). Pero más allá de su aspecto comercial,

el fútbol en Nuevo León es, sobre todo, una pasión que une a las personas, independientemente de su edad, género o condición social. Los partidos de fútbol son eventos comunitarios que reúnen a familias y amigos, y las victorias y derrotas de los equipos locales se viven con intensidad, generando emociones compartidas que fortalecen los lazos sociales (Dosal, 2006).

Las y los aficionados regiomontanos muestran su amor por el fútbol de muchas maneras: asistiendo a los partidos, siguiendo las noticias de sus equipos, participando en discusiones y debates sobre el juego, y celebrando las victorias como si fueran propias. Para ellos, el fútbol es más que un deporte; es una forma de expresar su identidad, de pertenecer a una comunidad, y de vivir su vida con pasión y entusiasmo (Rodriguez, 2020). En resumen, el fútbol en Nuevo León es un fenómeno social y cultural que va más allá del juego en sí. Es un emblema de identidad, un estilo de vida, y una pasión que une a las personas y da forma a la cultura de la región. Es un reflejo de la cultura dominante y global, y es una forma de entretenimiento que atrae a una amplia gama de seguidores, desde niños hasta adultos, y de todas las clases sociales. Es, en definitiva, una parte integral de la vida en Nuevo León.

2.2.1. Categorías de aficionados

Para la presente investigación se propone la siguiente categoría de aficionados, la cual fue considerada a partir de los trabajos de Forbes y Boy:

- A. **El Villamelón (El casual).** Este aficionado no sabe mucho de fútbol y rara vez va al estadio, a menos que lo inviten. No sabe de reglas, mucho menos de estadísticas, y dice que le va al equipo que está de moda. No pasa absolutamente nada con su vida si ‘su’ equipo gana o pierde.
- B. **Aficionado Light (El social).** Este aficionado tiene una identidad definida, tiene simpatía por un equipo en particular, acude al estadio con un grupo de amigos a pasarla bien y desahogarse de la vida cotidiana. Es resultadista, si gana su equipo es que jugó bien, y si pierde el juego estuvo feo y su equipo no juega a nada.
- C. **El Aficionado (El leal).** Este aficionado gusta de ver el fútbol todos los fines de semana, trata de ir al estadio cuando puede y, si no puede, ve los partidos por

televisión. Puede que tenga o no tenga preferencia por un equipo en particular, en los estadios los puedes ver sentados, observando el partido, de vez en cuando comentan algo con respecto al juego sin hacer mucho aspaviento.

- D. **El Ultra (Fanático).** Vive con mucha pasión y un entusiasmo desmedido el fútbol, disfruta más que nadie, pero también sufre como ninguno. Añora que llegue el sábado para ir al estadio, su equipo puede llegar a ser más importante que el resto de lo que lo rodea. Y muchas veces este disfruta coleccionando recuerdos del fútbol, como camisetas, bufandas, entradas, etc.
- E. **La Barra. (Mercenarios).** Se trata entre 14 y 25 años de edad, identificados con algún equipo local. No les importa lo que suceda en el campo de juego mientras su equipo gane, asisten a los estadios para gritar, saltar y corear cánticos, normalmente violentos y con la única función de tratar de intimidar a los equipos y aficionados contrarios.
- F. **El Experto.** Este aficionado conoce todos los detalles del juego, desde las reglas hasta las estadísticas de los jugadores. A menudo disfruta discutiendo tácticas y estrategias. Este aficionado siempre tiene una opinión sobre el rendimiento del equipo, los jugadores o el entrenador. No dudan en expresar sus críticas.
- G. **El Coleccionista.** Este aficionado disfruta coleccionando recuerdos del fútbol, como camisetas, bufandas, entradas, etc, (Forbes, 2014 y Boy, 2023).

También se consideran como complemento las aportaciones de Monfort y Pérez (2021) para sintetizar desde la lógica del marketing deportivo los tipos de aficionados de fútbol, que también se emplean como términos referenciales para el presente trabajo, tales son:

- H. **Hincha de un club.** Aquella persona que muestra fidelidad por un club, por el que más pasión demuestra, y es el único al que defiende, y su fin, es verle ganar, aunque el juego no sea el más vistoso, ni el espectáculo sea bueno. Esta fidelidad, es muy importante para las marcas, a través de estos clubes, pueden llegar a estos hinchas, y si se llegan al extremo, se pueden incluso crear necesidades en ellos.
- I. **Amante del fútbol.** Este es diferente al anterior, ya que no existe un grado tan alto de fidelidad por un club, sin embargo, disfruta viendo a los buenos jugadores y los

mejores equipos para poder divertirse a través del espectáculo. Este grupo supone un mayor esfuerzo para los clubes, ya que su asistencia no está garantizada, como en el caso de los hinchas, por tanto, son necesarias algunas otras actividades para evitar que vayan a un bar o se queden en casa para verlo y acudan al estadio. Por ejemplo, la marca gallega de agua, Cabreiroá, por la compra de botellas de agua, daba la oportunidad de participar en sorteos de productos de merchandising y de entradas para un partido de la selección española.

- J. **Asistente casual al estadio.** Estos, son aquellos que disfrutan más con el espectáculo que se genera, que, con el partido, su fidelidad hacia al club prácticamente no existe, y el hecho de asistir al estadio, es simplemente una actividad de ocio. Es difícil que este grupo acuda al estadio con normalidad, por tanto, no se les suele dedicar mucho esfuerzo desde el club.
- K. **Aficionado al fútbol.** Es aquel que disfruta con el partido y además están vinculados a un club. La diferencia con el amante es que su experiencia no es tan grande, pero el grado de afiliación es superior, por tanto, para los clubes es un mercado más atractivo y donde pueden explotar mejor sus oportunidades. Es un público más abierto a los cambios, y no tan cerrados como los hinchas de un club, aceptan mejor las fluctuaciones y este hace que el nivel de las ligas se incremente, y los clubes puedan reforzarse y traer a jugadores top (Monfort & Pérez 2021).

2.3. LA FORMACIÓN, EVOLUCIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DE LAS IDENTIDADES DE LOS SEGUIDORES, AFICIONADOS Y FANS DEL EQUIPO DE FÚTBOL TIGRES DE LA UANL

El equipo de fútbol Tigres de la UANL ha cultivado a lo largo de los años una base de seguidores apasionados y leales. A continuación, se expone la formación, evolución y situación actual de las identidades de los seguidores, aficionados y fans de Tigres. Desde sus inicios hasta su consolidación como uno de los equipos más importantes de México.

2.3.1. La formación

El Club Tigres, oficialmente fundado el 7 de marzo de 1960, es el resultado de una transformación del equipo Jabatos, que se fundó tres años antes y fue entregado a la

Universidad Autónoma de Nuevo León. Este equipo se formó con jugadores de las ligas llaneras y amateurs del fútbol regiomontano, gracias a la convocatoria de Lauro Leal, César M. Saldaña, Manolo Pando y Ramón Pedroza Langarica (Tigres, s.f.). Estos fundadores incorporaron a los jugadores al Deportivo Anáhuac, aunque no se encontró información adicional sobre este equipo en las fuentes consultadas.

El Club de Fútbol Nuevo León, también conocido como Jabatos o Club Esmeralda, hizo su debut en la Liga del Torneo 1958-59 de Segunda División. A pesar de su destacada actuación deportiva, el club comenzó a enfrentar dificultades financieras. En los primeros meses de 1960, los Jabatos dejaron de existir debido a múltiples problemas económicos, lo que provocó que el club fuera cedido a la UANL (Cárdenas, 2014).

Respecto al escudo del Club Tigres ha evolucionado a lo largo de su historia como el equipo representativo de la UANL. El Estadio Universitario, construido en 1967 y ubicado en el corazón del campus de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en el municipio metropolitano de San Nicolás de los Garza, es conocido en todo el mundo futbolístico porque aquí nació “La Ola”. Desde sus inicios, el equipo ha tenido una fuerte identidad vinculada a la universidad y a la comunidad local (Cárdenas, 2014).

2.3.1.1. La evolución

El equipo ha tenido una evolución notable a lo largo de los años. Bajo la dirección del brasileño Ricardo Ferretti de Oliveira, Tigres pasó de ser un equipo casi desconocido en el fútbol profesional mexicano a convertirse en uno de los equipos más competitivos y ganadores en los últimos 10 años (Cube, 2023).

El club ha ganado 15 campeonatos nacionales, de los cuales ocho son de Liga, tres de Copa México, y cuatro de Campeón de Campeones. Además, ha obtenido cinco subcampeonatos de Liga. A nivel internacional, el equipo obtuvo su primer título al ganar la Liga de Campeones de la Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Fútbol (CONCACAF) en la edición 2020. El equipo ha tenido varios éxitos recientes, incluyendo el campeonato obtenido ante las Chivas, que llevó al equipo a obtener 8 títulos

en su historia: 1977-78, 1981-82, Apertura 2011, Apertura 2015, Apertura 2016, Apertura 2017, Clausura 2019 y Clausura 2023 (Du León, 2023).

En resumen, la evolución del Equipo Tigres UANL ha sido marcada por su éxito tanto en el campo como fuera de él, y su crecimiento y desarrollo han sido impulsados por la dedicación y el compromiso de sus jugadores, entrenadores y seguidores.

La evolución de la identidad de los seguidores de Tigres UANL ha estado marcada por varios factores. Uno de ellos es el éxito del equipo en el campo. Los logros del equipo han fortalecido el sentido de pertenencia y orgullo entre los seguidores. Además, la identidad de los seguidores también ha sido moldeada por la cultura y las tradiciones de la comunidad local (Tigres, s.f.).

2.3.1.2. La actualidad

El equipo de Tigres UANL se ubica en la 3ª posición de la Liga MX 2024-25 (ESPN, 2024). En los últimos torneos, los Tigres se han convertido en uno de los grandes equipos del fútbol mexicano, reafirmando su protagonismo e instalándose en la lista de los máximos ganadores con cinco campeonatos en ocho años.

Tabla 1 Títulos del Equipo de Tigres (1997-2023)

Liga o Copa	Número de títulos	Descripción de los títulos
Liga MX (Primera División)	8 títulos	1977–78, 1981–82, Apertura 2011, Apertura 2015, Apertura 2016, Apertura 2017, Clausura 2019, Clausura 2023.
Copa MX	3 títulos	1975–76, 1995–96, Clausura 2014.
Campeón de Campeones	4 títulos	2016, 2017, 2018, 2023.
Concachampions	1 título	2020.

Fuente: Elaboración propia con base en Club Tigres, 2023.

Además, Tigres ha tenido actuaciones destacadas en competencias internacionales como la Copa Libertadores 2015 y el Mundial de Clubes 2020, donde llegaron a la final en ambos torneos. En total, Tigres ha ganado 16 títulos en la historia del fútbol profesional.

En cuanto a la plantilla del equipo, cuenta con jugadores destacados como Nahuel Guzmán, Samir Caetano, Diego Reyes, Fernando Gorriarán, Sebastián Córdova, André-Pierre Gignac, entre otros.

En la actualidad, los seguidores de Tigres UANL continúan demostrando su pasión y compromiso con su equipo. El Estadio Universitario, hogar de los Tigres, se llena en su totalidad en cada partido, lo que demuestra el fuerte apoyo de los seguidores. Este fenómeno es un testimonio del amor y la lealtad que los seguidores tienen por su equipo, y es una prueba de la fuerza de la identidad de los seguidores de Tigres UANL.

Sin embargo, también ha habido desafíos. Por ejemplo, se han presentado problemas con el comportamiento de algunos seguidores, lo que resultó en la detención de tres aficionados por incitar a la violencia. Este incidente es un recordatorio de que, aunque la pasión y el compromiso son aspectos importantes de la identidad de los seguidores, es crucial que estos sentimientos se expresen de manera positiva y respetuosa. Es importante destacar que estos incidentes no representan a la mayoría de los seguidores de Tigres UANL, quienes son respetuosos y apoyan a su equipo de manera positiva. No obstante, estos eventos subrayan la importancia de promover un ambiente seguro y respetuoso en los partidos de fútbol.

2.3.2 Perfiles históricos y actuales de los aficionados al equipo. Rasgos culturales, idiosincrasia, intereses deportivos, intereses comerciales.

Los seguidores del Equipo Tigres UANL, apodados los “Incomparables”, son famosos por su fervor y lealtad inquebrantable. A lo largo de la historia del club, han demostrado un apoyo constante, siendo una parte esencial de la identidad del equipo.

Históricamente, los Incomparables se han distinguido por su entusiasmo y pasión. Han estado presentes en los momentos más destacados del club, desde la conquista de sus primeros títulos en la década de 1970 hasta sus recientes éxitos en la Liga MX y la Concachampions. Su apoyo ha sido una constante, ya sea en el Estadio Universitario, conocido como “El Volcán”, o en los estadios visitantes (Tigres, s.f.).

Culturalmente, los seguidores de los Tigres reflejan la diversidad y la idiosincrasia de la región norte de México. Su amor por el fútbol se entrelaza con una profunda apreciación por la música, la comida y las tradiciones locales. Durante los partidos, es común escuchar los acordes de la música norteña resonando en las gradas, mientras los aficionados disfrutaban de platillos típicos como las carnitas y los tacos (Acosta & Mendieta, 2018).

Los intereses deportivos de los seguidores de los Tigres no se limitan al fútbol. Muchos también siguen de cerca otros deportes como el béisbol y el baloncesto. Sin embargo, su pasión por los Tigres es incomparable, y se refleja en su asistencia constante a los partidos y su interacción en las redes sociales.

Desde el punto de vista comercial, los Tigres representan una oportunidad atractiva para las empresas. El club tiene una base de seguidores sólida y comprometida, que se extiende más allá de la región norte de México. Los patrocinadores del equipo tienen la oportunidad de llegar a un público amplio y diverso, que se identifica fuertemente con los valores y la identidad del club.

Los seguidores de los Tigres son un grupo apasionado y leal, cuyo amor por el equipo va más allá del simple interés por el fútbol. Son una comunidad unida por la pasión por los colores azul y oro, y su apoyo ha sido fundamental en el éxito y la popularidad del club.

CAPÍTULO 3 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA METODOLOGÍA

CAPÍTULO 3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA METODOLOGÍA

3.1. RESUMEN

En este capítulo, se presenta la metodología utilizada para investigar las identidades de los seguidores del Club de Fútbol Tigres de la UANL. Se describen las técnicas de recolección de datos, incluyendo entrevistas a profundidad y análisis de contenido. Además, se detallan los procedimientos de análisis de la información.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

En este trabajo se realizó mediante una investigación cualitativa, ya que, es un enfoque que se utiliza ampliamente en las ciencias sociales y otras disciplinas relacionadas, como la educación, la enfermería y el trabajo social. Este enfoque se centra en explorar y entender el significado que las personas dan a sus experiencias y a los fenómenos sociales que encuentran en su vida cotidiana (Taylor & Bogdan, 1987).

A diferencia de la investigación cuantitativa, que busca medir y cuantificar los fenómenos a través de la recopilación de datos numéricos, la investigación cualitativa se preocupa más por "¿por qué?" y "¿cómo?" ocurren las cosas. En lugar de buscar respuestas definitivas o universales, la investigación cualitativa valora la diversidad de las experiencias humanas y reconoce que la realidad puede ser percibida de diferentes maneras por diferentes personas.

En la investigación cualitativa, los datos se recogen a menudo a través de métodos como las entrevistas, las observaciones y la revisión de documentos. Estos datos se analizan luego para identificar patrones, temas y categorías. A través de este proceso, los investigadores pueden obtener una comprensión profunda de las experiencias de las personas, sus motivaciones, sus creencias y sus comportamientos.

Un aspecto clave de la investigación cualitativa es su enfoque en el contexto. Los investigadores cualitativos entienden que los fenómenos sociales y las experiencias humanas no pueden ser separados de los contextos en los que ocurren. Por lo tanto, se esfuerzan por entender cómo el contexto social, cultural, histórico y personal influye en las experiencias de las personas.

En resumen, la investigación cualitativa ofrece una forma valiosa y flexible de entender la complejidad de las experiencias humanas y los fenómenos sociales. Aunque no proporciona resultados cuantitativos que puedan generalizarse a toda la población, ofrece una comprensión profunda y contextualizada que puede ser invaluable en muchas áreas de investigación.

3.3. HIPÓTESIS O GUÍAS DE TRABAJO

- Preguntas sociodemográficas básica: edad, sexo, ocupación y nacionalidad.
- ¿Qué significado tiene para ti el ser aficionado del fútbol?
- ¿Desde cuándo le vas a Tigres?
- ¿De dónde surge tu afición a Tigres?
- ¿Con qué frecuencia asistes a los juegos de Tigres?
- ¿Para ti qué significa ser aficionado de Tigres?
- ¿A qué te dedicas en la vida?
- ¿Viajas para ver a Tigres?
- ¿Cómo te informas o informabas de todo lo relacionado a Tigres?
- ¿Participas en una porra o barra?
- ¿Cómo influye tu afición a Tigres con tu familia?
- ¿Cómo influye tu afición a Tigres en tu entorno?
- ¿Qué haces antes, durante y después de un juego de Tigres?
- ¿Si gana Tigres como reaccionas?
- ¿Si pierde Tigres como reaccionas?
- ¿Has visto a Tigres ser campeón, que nos puedes contar de lo que sentiste o viviste?

- ¿Cuál es tu anécdota preferida por ser Tigre?
- ¿Cuál ha sido tu mayor momento de alegría que te dio Tigres, cuál el de mayor tristeza?
- Con el paso del tiempo ¿Cómo ha evolucionado tu afición a Tigres?
- ¿Qué te gusta y que no te gusta de ser Tigre?
- ¿Te vistes con prendas relacionadas a Tigres?
- ¿Coleccionas objetos relacionados a Tigres?
- ¿Qué significan para ti los recuerdos que te remiten a Tigres?
- ¿Qué mensaje le darías a otros aficionados a Tigres?
- ¿Qué mensaje le das a la afición a Tigres y en especial a los niños?
- ¿Para ti quien es el mejor jugador de Tigres en la historia?

3.4. VARIABLES E INDICADORES

Para este trabajo se diseñó un instrumento como guía de la entrevista que se aplicó a 8 personas aficionadas. Este instrumento incluyó una serie de preguntas que abordan diversos temas relacionados con la identidad y la experiencia de ser seguidor del Club de Fútbol Tigres de la UANL. A continuación, se describen los temas abordados por las preguntas de la guía:

- A. **Preguntas sociodemográficas básicas:** Estas preguntas recogen información sobre la edad, sexo, ocupación y nacionalidad de los entrevistados, proporcionando un contexto sobre el perfil de los aficionados.
- B. **Significado de ser aficionado:** Se explora qué significa para los entrevistados ser aficionados al fútbol y, específicamente, al Club Tigres. Esto incluye preguntas sobre la duración de su afición y el origen de su interés por el equipo.
- C. **Frecuencia y hábitos de asistencia:** Se indaga sobre la frecuencia con la que los aficionados asisten a los partidos de Tigres y sus hábitos relacionados con la asistencia a los juegos, incluyendo si viajan para ver al equipo.
- D. **Impacto en la vida personal y social:** Se examina cómo la afición a Tigres influye en la vida diaria de los seguidores, incluyendo su entorno familiar y social.

También se pregunta sobre la participación en grupos de animación como porras o barras.

- E. **Reacciones y emociones:** Se investigan las reacciones emocionales de los aficionados ante las victorias y derrotas del equipo, así como sus experiencias y sentimientos al ver a Tigres ganar campeonatos.
- F. **Evolución de la afición:** Se analiza cómo ha evolucionado la afición de los seguidores a lo largo del tiempo y qué aspectos les gustan o no de ser aficionados de Tigres.
- G. **Identidad y pertenencia:** Se exploran aspectos relacionados con la identidad de los seguidores, como el uso de prendas y la colección de objetos relacionados con Tigres, y el significado de los recuerdos asociados al equipo.
- H. **Mensajes y percepciones:** Se recogen mensajes que los aficionados desearían transmitir a otros seguidores y a la afición en general, especialmente a los niños. También se pregunta sobre quién consideran el mejor jugador en la historia de Tigres.

El instrumento completo con todas las preguntas detalladas se encuentra en los anexos de este trabajo.

3.5. TÉCNICA E INSTRUMENTOS: ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA

En el caso de esta investigación sobre las identidades de los seguidores del Club de Fútbol Tigres de la UANL, el enfoque cualitativo es apropiado porque te permite explorar en profundidad las experiencias y percepciones de los seguidores. A través de entrevistas semi-estructuradas, se puede obtener una comprensión detallada de cómo los seguidores se identifican con el club, cómo esta identificación afecta su identidad personal y social, y cómo su relación con el club evoluciona con el tiempo.

La población objetivo o participante entrevistada fueron los participantes serán seguidores del Club de Fútbol Tigres de la UANL. Se buscó una muestra diversa en términos de edad, género, y tiempo de seguimiento al club.

Las entrevistas semi-estructuradas son una herramienta de investigación cualitativa muy valiosa que permite una exploración en profundidad de las experiencias y percepciones de los individuos. En tu caso, estas entrevistas se utilizarán para explorar la identidad de los seguidores del Club de Fútbol Tigres de la UANL, su relación con el club y cómo esta relación influye en su identidad personal y social.

En una entrevista semi-estructurada, el entrevistador tiene un conjunto de preguntas predefinidas, pero también tiene la libertad de seguir las pistas que proporciona el entrevistado y explorar ciertos temas en mayor profundidad. Esto puede permitir que surjan ideas y temas que no se habían considerado inicialmente, lo que puede enriquecer enormemente los datos recogidos (Patton, 1990).

Por ejemplo, si un seguidor menciona que su apoyo al Club de Fútbol Tigres de la UANL es una parte importante de su identidad personal, puedes seguir esta pista y preguntar más sobre cómo se desarrolló esta identidad, qué significa para ellos y cómo se manifiesta en su vida cotidiana.

Además, las entrevistas semi-estructuradas permiten al entrevistador adaptar su enfoque a cada individuo. Esto es especialmente útil cuando se entrevista a una variedad de seguidores, ya que cada uno puede tener experiencias y percepciones únicas. Al adaptar tus preguntas a cada individuo, puedes asegurarte de que estás recogiendo datos que son verdaderamente representativos de su experiencia (Levitt, 2020).

En resumen, las entrevistas semi-estructuradas son una herramienta flexible y poderosa que permitirá explorar en profundidad las identidades de los seguidores del Club de Fútbol Tigres de la UANL. A través de estas entrevistas, se podrá obtener una comprensión rica y matizada de cómo los seguidores se relacionan con el club y cómo esta relación forma parte de su identidad personal y social. La elección de una metodología cualitativa para la investigación permitirá obtener una comprensión detallada de estas

identidades, proporcionando información valiosa para el club y contribuyendo al cuerpo de investigación existente sobre la identidad de los seguidores de los equipos de fútbol.

3.6. POBLACIÓN POR ESTUDIAR Y MUESTRA

Para seleccionar a los participantes, se utilizó un muestreo intencional, enfocándose en aficionados del Club de Fútbol Tigres de la UANL que cumplieran con ciertos criterios predefinidos, como la antigüedad en su afición y su nivel de participación en actividades relacionadas con el equipo. Se buscó incluir una diversidad de perfiles en términos de edad, género y ocupación para obtener una visión más completa y representativa de las identidades de los seguidores. A continuación, se expone de manera detallada la conformación de la muestra:

- A. **Contacto con los participantes.** Se identificaron a los posibles participantes que sean seguidores del Club de Fútbol Tigres de la UANL y que representen diferentes épocas del club. Se les contactó a través de los medios más convenientes y se les explicó el propósito de la investigación. Se les aseguró que su participación fuera voluntaria y la posibilidad de retirarse en cualquier momento.
- B. **Consentimiento.** Una vez que los participantes conocieron el propósito de la investigación y dispuestos a participar, se les pidió que su consentimiento. Para garantizar la confidencialidad y el anonimato de los participantes, se les informó que sus respuestas serían utilizadas únicamente con fines académicos y que sus identidades no serían reveladas en ningún momento. Asimismo, se obtuvo el consentimiento informado de cada participante antes de iniciar la entrevista.
- C. **Programación de las entrevistas.** Se programaron las entrevistas en un momento que fuera conveniente para los participantes. Se hizo todo lo posible para crear un ambiente cómodo y seguro para la entrevista.
- D. **Realización de las entrevistas.** Las entrevistas se llevaron a cabo en un formato semi-estructurado, permitiendo a los entrevistados expresar libremente sus pensamientos y experiencias mientras se seguía una guía de preguntas previamente diseñada. Cada entrevista tuvo una duración aproximada de 60 minutos y se realizaron en entornos cómodos y familiares para los participantes, como sus hogares, cafeterías o espacios comunitarios. Las entrevistas fueron grabadas con

el consentimiento de los participantes y posteriormente transcritas para su análisis. Este proceso permitió capturar de manera precisa las respuestas y asegurar que se mantuviera la integridad de la información proporcionada.

E. **Participantes.** La muestra estuvo constituida por cinco participantes que presentan las siguientes características: se seleccionaron seguidores que representan diferentes épocas del club, incluyendo:

- Un aficionado de la fundación (1960), década de los sesenta y setenta.
- Un aficionado del primer y segundo campeonato, década de los setenta y ochenta.
- Un aficionado de la época de la sequía, década de los ochenta, noventa y primera década del siglo XXI.
- Un aficionado del tercer campeonato, 2011.
- Un aficionado de la actualidad, década 2010 a la fecha.

Tabla 2 Concentrado de personas entrevistadas, datos generales, 2023

Etapas	Aficionado	Edad	Sexo	Nacionalidad	Ocupación	Grado de estudios	Identificador
Un aficionad(a) de la fundación (1960), década de los sesenta y setenta	Fernando P.	62 años	Hombre	Mexicano	Profesor de primaria	Licenciatura	Fernando
Un aficionad(a) del primer y segundo campeonato, década de los setenta y ochenta	Carlos T.	42 años	Hombre	Mexicano	Directivo en Institución Pública	Maestría	Carlos
Un aficionad(a) de la época de la sequía, década de los ochenta, noventa y primera década del siglo XXI	Ricardo O.	34 años	Hombre	Mexicano	Regidor de San Nicolás de los Garza	Licenciatura	Ricardo
Un aficionad(a) del tercer campeonato, 2011	Alejandra H.	31 años	Mujer	Mexicana	Servidora pública	Bachillerato	Alejandra
Un aficionad(a) de la actualidad, década dos mil diez a la fecha	David M.	23 años	Hombre	Mexicano	Empleado	Licenciatura	David

Fuente: Elaboración propia, 2023.

3.7. RECOLECCIÓN DE DATOS Y TRABAJO DE CAMPO

El procesamiento y análisis de los datos recogidos en las entrevistas se llevó a cabo de la siguiente manera:

Transcripción de las entrevistas. Después de realizar las entrevistas, estas fueron transcritas. Este proceso implicó convertir las grabaciones de audio en texto escrito, lo cual fue un paso crucial para permitir un análisis más detallado de los datos. Se transcribieron cada palabra, pausa, risa y cualquier otra forma de comunicación verbal para capturar la totalidad de la conversación.

Análisis de contenido. Una vez transcritas las entrevistas, se procedió a realizar un análisis de contenido. Esta técnica de investigación se utiliza para interpretar el contenido textual de los datos cualitativos, identificando patrones recurrentes o temas dentro de la información recopilada. En este caso, se buscaron temas comunes relacionados con la identidad de los seguidores, su relación con el club y cómo esta relación influye en su identidad personal y social.

Identificación de temas y patrones. Durante el análisis de contenido, se identificaron temas comunes y se buscaron patrones en las respuestas de los participantes. Este proceso implicó codificar las respuestas, asignando etiquetas a partes del texto que representaban ciertos temas. Estos temas y patrones ayudaron a responder las preguntas de investigación y a comprender mejor las identidades de los seguidores del Club de Fútbol Tigres de la UANL.

Consideraciones éticas. A lo largo de todo el proceso de investigación, se garantizó la confidencialidad de los participantes. Esto implicó proteger cualquier información que pudiera identificar a los participantes, utilizándola únicamente para los fines de la investigación. Además, se informó a los participantes sobre su derecho a retirarse de la investigación en cualquier momento, sin enfrentar ninguna consecuencia negativa (Levitt, 2020).

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE RESULTADOS

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Posterior al procesamiento se realizó un análisis de contenido para identificar patrones y temas recurrentes relacionados con la identidad de los seguidores y su relación con el club. A continuación, se enumeran los principales hallazgos y puntualizaciones de la investigación encontrados en las entrevistas-semiestructuradas realizadas a personas aficionadas clave del Equipo Tigres:

- I. El presente trabajo no se propuso describir los rasgos y evolución de las llamadas porras, que en el caso de Tigres en los años sesenta, ochenta y novena predominó con el nombre de “Porra de Sol” como grupo particular de animación, ubicada en la grada central del Estadio Universitario de ahí su nombre, porque al atardecer y durante los partidos habituales de Tigres -los días sábado el sol extremo pega directo de frente-, y que fue dirigida por Ángel Soriano, un aficionado de Tigres que murió en 2020 durante la pandemia de COVID, a los 77 años de edad, tras protagonizar décadas de lealtad indiscutible a los colores de Tigres.

Tampoco, el presente trabajo se propuso revisar el surgimiento y rasgos de la barra “Libres y Lokos”, que este 2023 ha cumplido 25 años de alentar a Tigres, ahora desde la zona norte del estadio (originalmente inicio en la zona alta de general), y que es dirigida por Samuel Reyes, un egresado de la Facultad de Contaduría Pública y Administración de la UANL. La barra “Libres y Lokos” ha roto con los estereotipos o prejuicios que han vertido diversos analistas sobre las barras de fútbol; incluso es un grupo de animación lejano a la caracterización que hace Boy de la barra como un grupo violento, y se acerca más a la de Monfort “del hincha de fútbol”, como aquella persona o personas que muestra o muestran fidelidad por un Club. La barra “Libres y Lokos” ha promovido acciones cotidianas contra la violencia, realizan actividades culturales tales como cine club, promueven la práctica de diversos deportes y competencias internas de los mismos entre los barristas, y se organizan a partir de los barrios populares de la Zona Metropolitana de Monterrey. No obstante, analizar la barra sería motivo de un estudio particular.

Aunque dos de los entrevistados para el presente trabajo formaron parte en alguna época de la barra, el objeto de estudio no ha sido la porra o la barra, sino el aficionado o seguidor como tal.

- II. "El fútbol es la cosa más importante entre las cosas menos importantes", es una frase que suele decirse en el argot del mundo del fútbol occidental donde el fútbol como deporte de práctica popular, espectáculo de masas, y negocio mediático de planos superiores con réditos multimillonarios, constituyéndose como un elemento distintivo de las sociedades contemporáneas.

Existe polémica en torno al origen de esta frase. La mayoría atribuyen su autoría al exjugador y entrenador argentino y campeón en el Mundial de México 86 Jorge Valdano, pero algunos afirman que fue Arrigo Sacchi, el histórico técnico del Milán, el primero que la pronunció. Lo importante es que la frase sintetiza una filosofía de la vida en la que el fútbol es tan o más importante que la religión que se profesa y las filias y fobias políticas que se expresan, desde el sitio de los aficionados a este deporte.

Un rasgo común entre la y los entrevistados es su pasión por el fútbol, en particular por los Tigres, que se convierte en un elemento importante en su vida cotidiana. Este interés ayuda a aligerar la carga de los problemas cotidianos. Sin embargo, a pesar de ser seguidores de los Tigres durante toda su vida, la y los entrevistados han logrado equilibrar su afición con su desarrollo personal. Han alcanzado metas de superación personal, académica y profesional, como formar una familia y alcanzar el mayor grado de estudios posible, según sus propias condiciones y posibilidades.

En el caso de la y los aficionados que compartieron sus palabras, la afición intensa al equipo no significó el estancamiento personal o laboral para poder lograr objetivos en la vida, lo que se distinguió como un rasgo de identidad cultural: se buscan logros del equipo al que se le tiene cariño, pero también se compaginan con deseos de éxito en la vida personal.

- III. En todos los casos analizados la afición al equipo comienza, nace o surge desde la infancia; los recuerdos de la identificación con el Equipo Tigres, los colores y la camiseta auriazul remiten a dos factores clave: la niñez, y el contexto familiar. Predomina el contexto familiar en las generaciones más jóvenes, pues ya se verificó un proceso de la transmisión de la necesidad de pertenencia a través del abuelo, el tío, el papá u otro familiar que ha inculcado el afecto a Tigres. Siendo este un elemento también a destacar en cuanto a describir los rasgos de identidad de los aficionados de Tigres. “¿De dónde surge tu afición a Tigres?” “-De mi familia”, ha respondido puntualmente Alejandra, la joven entrevistada en este trabajo.
- IV. Los estadios de los Tigres de la UANL y los Rayados de Monterrey, así como los juegos de cada jornada de estos, se han convertido en sedes simbólicas del poder político y económico. Son el corazón de la vida cotidiana, el epicentro de las polémicas mediáticas, el tema de conversación en las reuniones familiares y las comidas de cada semana. Estos lugares son el escenario de la lucha por la hegemonía, no solo en el ámbito deportivo, sino también en los aspectos sociales y culturales de la sociedad del noreste regio. Dentro de esta sociedad, los equipos alternan los roles de héroes y villanos, mientras que, en el resto de la liga, la supremacía deportiva define el éxito de esta capital del fútbol del siglo XXI. En la ZMM el fútbol es el tema de todos los días. Tan significativos son los estadios como puntos de referencia e identidad en la ciudad, que una de las principales promesas del actual gobernador de Nuevo León para acceder al cargo en las elecciones de 2021, fue construir un nuevo estadio para Tigres, planteamiento que tuvo gran auge en el ciudadano común. Además prevalece el contexto de que Rayados tiene estadio nuevo desde 2015, que lleva el nombre de la marca patrocinadora BBVA, en tanto en la afición de Tigres hay un debate si realmente se requiere un estadio nuevo, o sería suficiente una remodelación, pues un sector importante se opone, precisamente por identidad, que el estadio salga del circuito de Ciudad Universitaria, aunado a que otro sector importante alerta sobre que un estadio nuevo puede enfriar la pasión que caracteriza al actual Estadio

Universitario, como ha ocurrido con Rayados en su cambio de casa del “Estadio Tec” al BBVA.

En la confrontación entre los dos equipos de la ciudad, el denominado clásico regio es el ágora eterna entre las dos deidades populares -el bueno y el malo, el yin y yang, el héroe y el villano- que entremezclan todo tipo de sentimientos en su entorno, desde la ternura y el amor sincero hasta la hilaridad y el enojo, como el entramado irreplicable de un ansiado partido de fútbol. Para que exista el uno, debe existir el otro, y con ello la rivalidad que es el eje principal del desarrollo cultural y social de la pasión por el fútbol en Nuevo León, y que se condensa en la gran pasión por Tigres ante su histórico antagonista.

La rivalidad deportiva, que se ha convertido en social y cultural entre Tigres y Rayados es un elemento también determinante de la identidad, “¿Desde cuándo le vas a Tigres?” –“Desde chico, mi mamá y hermano son rayados y jamás me gustó vestir esos colores”, respondió Ricardo, un aficionado que en su momento fue miembro de la barra “Libres y Lokos” y que actualmente se desempeña como Regidor en el cabildo de San Nicolás de los Garza, Nuevo León; en todos los casos entre la y los entrevistados hay menciones o alusiones a lo que significa ser Tigre en función también de ser y reconocerse como el adversario del Rayado; siendo este un elemento fundamental; aderezado con el consenso -por decirlo así-, expresado de manera recurrente y coloquial en cuanto a que Tigres es el equipo del pueblo, mientras Rayados es el equipo de las clases altas.

- V. Se observa que, en el caso de la y los entrevistados, sus rasgos comparten y entremezclan una o más categorías o tipos de aficionado que han construido Boy -desde el escenario de conocer el fútbol regio-, y Monfort -desde el ángulo del marketing deportivo-; pues las categorías rígidas son desafiadas por la multívoca realidad; puede darse el caso de quien es “experto”, “coleccionista” y “aficionado light” pues aunque expresa su pasión buscando información para tener una expertiz propia, a su vez colecciona o coleccionaba por ejemplo vasos o recortes de periódico, y de la misma forma no acude habitualmente al estadio ni ha viajado,

pero es un aficionado del fútbol en los términos propuestos por Monfort, con una gran e insuperable lealtad al equipo.

En general, a la y los entrevistados se ubican más cercanos al concepto de “hincha de fútbol” en los términos propuestos por Monfort: “Aquella persona que muestra fidelidad por un club, por el que más pasión demuestra, y es el único al que defiende.”

De ahí que la afición de Tigres ha construido social y culturalmente a lo largo del tiempo y espacio la idea de un “Perfil Tigre”, que sin duda se expresa transversalmente en las entrevistas. Perfil definido por el significado de la palabra “incomparable” para auto reconocerse y nombrarse desde dentro de la propia afición felina, que describe a quien es leal a su equipo, no es villamelón pues no sigue o simpatiza con otros equipos, que ha generado una expertiz del mundo Tigre, una memoria de la identidad a través de recuerdos, una profunda esencia familiar, y a su vez un alto grado de compromiso que ronda en el fanatismo pero sin llegar al mismo en sus términos clásicos, e incluso, por el contrario basar el Perfil Tigre en el cuidar conscientemente de no caer ni provocar la violencia, y también tener tolerancia y dimensionar la derrota. Siendo este uno de nuestros principales hallazgos de la presente investigación.

Entre 1982 y 2011 pasaron 29 años sin que Tigres lograra ser Campeón, e incluso en 1996 el equipo descendió a la segunda división, estos capítulos de tres décadas sin resultados deportivos no implicaron el alejamiento o el abandono de la afición a Tigres, por el contrario cada derrota se fue convirtiendo en un acicate, tan es así que ese cúmulo de experiencias que se tradujeron en un estadio que se mantuvo lleno en sus gradas aún durante el año en Segunda División se fueron condensando en el imaginario colectivo en una narrativa muy potente: “en Tigres no se abandona”; y se aprendió a perder y no sólo a ganar, siendo esta una premisa con la que se ha construido la narrativa de las nuevas generaciones de Tigres: “los incomparables”; ya en época de triunfos (6 campeonatos entre 2011 y 2023), la afición se consolidó ahora en sintonía con resultados deportivos.

Por ello el tema de la aceptación de la derrota como parte del juego, es un valor que aleja los sentimientos generados de la pasión y que en el caso de otros equipos desemboca en violencia, pero en Tigres no, pues se comparte una idea de evolución e historicidad de los logros, se advierte que hay “buenas y malas”, que hay ciclos, que hay día y noche. En palabras de Carlos, “¿Cómo reaccionas si pierde Tigres?” “-Al principio con tristeza, pero ya luego entiendes que es un juego y sigues apoyando al equipo”.

- VI. En el terreno de la anécdota los recuerdos entre la y los entrevistados ronda entre una pasión que lleva a lo espiritual y en preservar la memoria derivada de la afición al equipo:

Relata Alejandra:

“Si, este último campeonato me pego más, siempre en todos los campeonatos que me tocó ver desde el 2011 estaba mi abuelita conmigo, y ella falleció era aficionada a Tigres, pero aficionada, siempre rezaba y esta vez no iba estar, cuando iban 2-0 dije ‘sé que los vas a apoyar desde donde estes’ y de repente gol y gol, y miré al cielo y dije falta uno “weli” y mete gol Pizarro, grité, lloré, como nunca”.

Relata Fernando:

“Pues es que el fútbol es pasión, el fútbol es aparte que es un ejercicio físico que es muy necesario para nuestra salud, es muy pasional. Y, entre otras cosas también, pues era, ahora sí que como que lo más económico. Para jugar porque pues con una pelotita a veces ni con pelota jugábamos. Eran algunas bolas de tela que amarrábamos con mecates o con hilos. Era con los que jugábamos, pero pues yo creo que a lo mejor eso nos inspiró a jugar fútbol porque no batallamos para jugar con cualquier bote, con cualquier pelota empezamos a jugar fútbol”.

Por su parte, relata Carlos:

“Crecí en el centro de Monterrey y el grupo de amigos con el que me juntaba me empezó a platicar de que ellos le iban a Tigres y así le empecé a decir a mi papá que me llevara al estadio, a él le gustaba más el beisbol.”

Los recuerdos del familiar que ha partido, los recuerdos de divertirse con una pelota de tela porque no había recursos económicos para comprar juguetes, los recuerdos de pedir al padre que te lleve al estadio, son momentos que van formando al ser humano, no solo en la afición a un deporte sino a la vida misma, por ello hay una convicción y conexión muy profunda con el seguir a Tigres y la intersubjetividad; en este caso el fútbol como el correlato de las condiciones objetivas de la sociedad, la cultura, la familia, etc., y los sentimientos ante las adversidades.

En el ámbito del acceso a la información se observa nítidamente el gran salto en las formas de enterarse de Tigres en el pasado, desde la era de la comunicación analógica de los años setenta, ochenta y noventa, previa a la revolución de las nuevas tecnologías del siglo XXI y la actualidad. Algunos entrevistados afirman escuetamente enterarse del mundo de Tigres por las redes sociales hoy en día. No obstante Fernando refiere e ilustra las condiciones adversas para informarse de Tigres en el siglo pasado fuera del epicentro natural del equipo ubicado la región de en Monterrey.

Comenta Fernando:

“Este comentario lo voy a hacer y casi no lo he hecho, pero lo voy a hacer yo en aquellos años más o menos como del 80 al 88, yo estuve trabajando en el sur del país, concretamente en el estado de Oaxaca, en la montaña donde no había estos medios de comunicación, entonces no sabía cómo iba mi equipo, entonces sabía a través en algunos telegramas, en aquel tiempo eran los telégrafos a los que ibas por los telegramas. Yo le mandaba telegramas a mis papás para que mis papás le dijeran a un vecino que se llama Arnulfo Martínez, qué me mandara cómo iban los resultados, cómo iban quedando, porque estaba en la montaña y yo ya cuando tenía chance de la montaña a bajar o trasladarme a la capital del Estado lo que es Oaxaca, Oaxaca, el Valle de Oaxaca ya compraba los periódicos para ver la tabla de posiciones, así me empezaba yo a enterar de cómo iba mi equipo”.

En nuestros días la información corre vertiginosa, en cualquier parte del mundo te puedes enterar en tiempo real de un acontecimiento deportivo más allá del continente, país o ciudad donde se efectúe, esto implica a su vez un intenso bombardeo de noticias, imágenes, etc.; ya las vivencias comienzan a tomar un segundo plano, siendo este un factor de riesgo para la preservación de la identidad en cuanto a sus características construidas en el tiempo espacio revisado; pero analizar estos aspectos sería motivo de otros estudios, aunque se observan en las respuestas que los comentarios de quienes remontan su afición a Tigres a las primeras décadas de existencia del equipo han atesorado y preservado sus recuerdos y rasgos a contra viento y marea, mientras las nuevas generaciones evidentemente están imbuidas e influidas por el boom de las redes sociales con todo lo que ello significa y significará.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La formación de la identidad de los aficionados de Tigres UANL es un fenómeno fascinante que se ha desarrollado a lo largo de varias décadas. Esta identidad comenzó a formarse con la creación del equipo, un momento crucial que marcó el inicio de una relación duradera entre los seguidores y el equipo. Los aficionados se identificaron con el equipo no solo por su desempeño en el campo, sino también por su asociación con la UANL. Esta identidad se fortaleció con el tiempo, a medida que el equipo lograba éxitos y enfrentaba nuevos desafíos.

El éxito del equipo en el campo ha sido un factor importante en la evolución de la identidad de los seguidores de Tigres UANL. Cada victoria, cada gol, cada momento de triunfo ha fortalecido el sentido de pertenencia y orgullo entre los seguidores. Los logros del equipo han servido como un recordatorio constante de lo que significa ser un seguidor de Tigres UANL. Cada vez que el equipo gana un partido, los seguidores se sienten validados en su apoyo y su identidad como seguidores se fortalece.

Además, la identidad de los aficionados también ha sido moldeada por la cultura y las tradiciones de la comunidad local. Los seguidores de Tigres UANL no son solo seguidores de un equipo de fútbol, son parte de una comunidad más amplia. Esta comunidad comparte una serie de valores y tradiciones que se reflejan en la forma en que los seguidores apoyan al equipo. Por ejemplo, es común que los seguidores de Tigres UANL se reúnan para ver los partidos juntos, creando un sentido de camaradería, familiaridad y unidad.

La identidad de los aficionados de Tigres UANL también se ha visto influenciada por la historia del equipo. Los altibajos del equipo, sus luchas y triunfos, han dejado una huella indeleble en la identidad de los seguidores. Cada derrota que el equipo ha superado ha servido para fortalecer la resiliencia y la determinación de los seguidores.

En resumen, la identidad de los aficionados de Tigres UANL es el producto de una serie de factores interrelacionados. Estos incluyen el desempeño del equipo en el campo,

la cultura y las tradiciones de la comunidad local, y la historia del equipo. Juntos, estos factores han creado una identidad de seguidor fuerte y duradera que continúa evolucionando con el tiempo, se le puede describir como “Perfil Tigre”.

La identidad ha sido un camino labrado en décadas y transmitido en el seno familiar, como un bálsamo de narrativas que ayudan a trascender o a hacer menos amargo el paso por las problemáticas de la vida real; en este caso se han combinado en la última década el discurso de no tener comparación con aficionados de otros equipos, en cuanto a la calidad de lealtad y amor al equipo que profesan los seguidores de Tigres y la práctica deportiva concreta de un equipo de fútbol profesional, por ello la afición desborda el estadio Universitario cada quince días, lo que ya hacía en épocas difíciles, ahora lo ratifica y con las nuevas redes de información se ha convertido en un fenómeno que comienza a salir del ámbito regional. Se ha generado un círculo virtuoso donde el aficionado ve recompensado su esmera y entrega a los colores del equipo, misma que data, nace y parte desde la infancia y el despertar en el mundo.

En la evolución de la identidad, el mayor rasgo es la continuidad de la pasión, reconocida la misma en la euforia, la tolerancia a la derrota, el apoyo incondicional, la presencia física para apoyar en el estadio cada partido e incluso en los entrenamientos, y la comprensión colectiva de la historicidad de un equipo que se ha construido entre las experiencias de todos (jugadores y afición), por ello no podemos hablar de fanáticos pero si de hinchas, ni de simples seguidores sino de aficionados leales al equipo, que habitualmente portan con orgullo prendas o camisetas del equipo más allá de si hay partido o no, más allá y del resultado del último torneo o campeonato. Es decir, se ha construido social y culturalmente el “Perfil Tigre” como síntesis de una forma de vida a través de la pasión por Tigres en la sociedad regia de las últimas cinco décadas.

REFERENCIAS

- Acosta, H. J., y Mendieta, V. J. (2018). El fútbol como fenómeno cultura, un acercamiento desde la literatura científica de la comunicación. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Arriola, Z. (2019). Liderazgo transformacional en los deportes representativos Tigres de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Boy, A. (1 de enero de 2023). “Tipo de aficionado” Columna invitada de Andrés Boy. RÉCORD. <https://www.record.com.mx/futbol-futbol-nacional-tigres/tipos-de-aficionado-columna-invitada-de-andres-boy>
- Cárdenas Coronado, R. (2022). Breve historia de los Tigres de la UANL. Memoria Universitaria. Boletín del Centro de Documentación y Archivo Histórico de la UANL, 5(58)
- Cárdenas, C. J. (2014). Breve historia de los Tigres de la UANL. Memoria.
- Costa, E. (2004). Identidad y subjetividad. En Revista de Humanidades, 1-10.
- Cube, M. (3 de febrero de 2023). Tigres, la evolución del mejor equipo de la década de la Liga MX. TUND. <https://www.tudn.com/futbol/fifa-mundial-de-clubes/tigres-uanl-la-evolucion-del-mejor-equipo-de-la-decada-de-la-liga-mx-2021>
- Dosal, U. R. (2006). El fútbol: un juego de identidad. Universidad Iberoamericana.
- Du León, A. (7 de junio de 2023). Todos los títulos y trofeos en la historia de Tigres UANL. 90min <https://www.90min.com/es/posts/todos-los-titulos-y-trofeos-en-la-historia-de-tigres-uanl>
- ESPN (2024). Posiciones de la Liga MX 2024-25. ESPN https://www.espn.com.mx/futbol/posiciones/_/liga/MEX.1/temporada/2024
- Forbes (6 de mayo de 2014). ¿Qué tipo de aficionado al fútbol eres?. Forbes <https://www.forbes.com.mx/que-tipo-de-aficionado-al-futbol-eres/>
- García, D. (2021). Qué es la teoría de la identidad social. Psicología Hoy. Recuperado en diciembre de 2023. <https://www.sicologiahoy.com/inteligencia/la-teoria-la-identidad-social-explicada/>

- González, M. J. y Sanjuán, L. (2016). El fútbol como elemento de la identidad nacional. Gol y Fútbol. <https://golyfutbol.com/2016/06/02/el-futbol-como-elemento-de-la-identidad-nacional/>
- Levitt, H. M. (2020). Reporting Qualitative Research in Psychology: How to Meet APA Style Journal Article Reporting Standards, Revised Edition, 2020 copyright. American Psychological Association. <http://www.jstor.org/stable/j.ctv1chrts9>
- Meneses, G. y González, J. M. (2013). La investigación del fútbol y sus nexos con los estudios de comunicación: Aproximaciones y ejemplos. Comunicación y Sociedad, (20), 33-64. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2013000200003.
- Monfort y Pérez (2021). Marketing deportivo y el valor de la marca en el fútbol. Tesis de grado. Universidad Politécnica de Valencia.
- Patton, M. Q. (1990). Qualitative evaluation and research methods. Sage Publication. <https://aulasvirtuales.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/02/qualitative-research-evaluation-methods-by-michael-patton.pdf>
- Pérez, F. A., y Muñoz, S. V. (2018). Deporte, cultura y sociedad: un estado actual de la cuestión, (34), Revista de Humanidades, 11-38.
- Acuña, G., y Acuña, Á. (2016). El fútbol como producto cultural: revisión y análisis bibliográfico. Citius, Altius, Fortius, 9(2). <https://doi.org/10.15366/citius2016.9.2.003>
- Polvorinos, J. (2020). Los 50 mejores artículos científicos sobre fútbol. Blog de Jorge Polvorinos. <https://www.jorgepolvorinos.com/post/50-articulos-futbol-mas-citados>.
- Real, O. y Caño, G. (2018). Sobre la identidad y el cambio. Psicología Online. <https://www.psicologia-online.com/sobre-la-identidad-y-el-cambio-2868.html>
- Rodríguez, P. E. (2020). El futbol como símbolo en la cultura regiomontana, Vida Universitaria. <https://vidauniversitaria.uanl.mx/expertos/el-futbol-como-simbolo-en-la-cultura-regiomontana/>
- Rojas, M. (2023). Razones por las que Tigres se considera como el quinto grande. Somos tigres.

- <https://www.somostigres.com.mx/noticiasdetigres/Razones-por-las-que-Tigres-se-considera-como-el-quinto-equipo-mas-grande-de-MX-20230920-0001.html>
- Ruíz, L. Cabrera, S. D. (2004). Los valores del deporte. *Revista de Educación*, (335) 9-19.
- Schkolnik, S. (2016). Identidad: Pertenencia y Participación. *Revista De Filosofía*, 21, 115–121. <https://doi.org/10.5354/0718-4360.1983.44327>
- Taylor, S. J., y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados*. Grupo Planeta.
- Tigres, C. (s.f.). *Historia de Tigres*. Club Tigres. <https://www.tigres.com.mx/es/club-tigres-uanl/historia/>
- Vera, N. J., y Valenzuela, M. J. (2012). El concepto de identidad como recurso para el estudio de transiciones. *Psicología & Sociedade*, 272-282.

ANEXOS

ANEXOS

Instrumento de recolección de información (Preguntas guía)

Mensaje para el entrevistado: La presente entrevista es para uso exclusivo de una investigación académica y no tiene otros fines.

ENTREVISTAS

Entrevista 1.

Nombre: Fernando Paredes

Edad: 62 años

Estudios: Licenciatura

Ocupación: Profesor de primaria

Sexo: Hombre

Nacionalidad: Mexicano

Instrumento

En primer lugar, darle la bienvenida, también aficionado del fútbol y de los Tigres, y preguntarle su ocupación y edad estimado profesor Fernando.

Bueno, mira René, muchas gracias primero por la invitación, gracias por la entrevista. Yo tengo 62 años de edad cumplidos. Y me dedico a la educación, soy maestro de educación primaria con 44 años de servicio.

¿Y usted es un aficionado al fútbol?

Sí, sí, sí.

¿Por qué le gusta ser aficionado al fútbol?

Pues es que el fútbol es pasión, el fútbol es aparte que es un ejercicio físico que es muy necesario para nuestra salud, es muy pasional. Y, entre otras cosas también, pues era, ahora sí que como que lo más económico. Para jugar porque pues con una pelotita a veces ni con pelota jugábamos. Eran algunas bolas de tela que amarrábamos con mecates o con hilos. Era con los que jugábamos, pero pues yo creo que a lo mejor eso nos inspiró a jugar fútbol porque no batallamos para jugar con cualquier bote, con cualquier pelota empezamos a jugar fútbol.

Muy bien, ese es el significado que tiene para usted ser aficionado al fútbol. Digamos la posibilidad de algo que es sencillo.

Sí, sí, sí, sí, porque era lo más este fácil, porque pues también había en aquel tiempo, pues yo a la edad que les acabo de mencionar. Pues en aquel tiempo vio los juegos de los trompos de las canicas. También los baleros hechos con botes y todo eso, pero más más nos gustaba el fútbol. A la mayoría de los de los chicos que habitamos allá en las colonias, en los barrios, ¿no?

¿Y, desde cuándo le va a Tigres?

Pues en el caso del Tigres del fútbol te cuento que yo primero empecé viendo a rayados, cuando jugaban en el en el universitario, los Rayados no jugaban en el “Tec”. Y luego yo le empecé a ir a Tigres antes de que ganaran la Copa contra el América con goles de con gol de Manzotti. ¿Este qué año estamos hablando? ¿76 verdad o algo así por ahí? Más o menos en estos años yo le empecé porque me invitaron a ir a ver a Tigres y hoy fui a ver a ver la realidad solamente una vez. Vi a Milton Carlos Romero, corbo este, pero y luego me invitaron a ver a Tigres y ahí no sé, me gustó mucho la forma de juegos, la afición, los jugadores que atendían, nos saludaban hasta de mano porque se acercaban a donde estábamos o los esperábamos cuando llegaban a entrenar y nos recibieron amablemente no sé, me gustó mucho cómo nos trataron los jugadores a los a los aficionados y me incliné por Tigres, dejé a un lado el Rayados, que era el equipo que

estaba en primera. Y me incliné por Tigres, quizá por eso, por la familiaridad con la que nos trataron, por la Ah, el sentido de amistad que los jugadores nos hacían sentir.

¿Y de ahí que, si la siguiente pregunta que ya casi respondió es, de dónde surge su afición a Tigres?

Sí, yo creo que de ello porque era algo así como fraterno, porque vemos a los entrenamientos a parte de los juegos y vamos a los entrenamientos y ahí. El “Pillo” Herrera era muy amable con nosotros, este era muy, muy, muy buena gente, entrenamos y hasta nos daban las pelotas, los balones. Al final del entrenamiento nos aventaba órale para que jueguen échele y échele este, pues éramos chicos, tenemos 13, 12, años por ahí más o menos. Ahí convivían. Sí.

¿Y desde entonces, con qué frecuencia asiste desde esa época los partidos de Tigres?

Fíjate que en aquellas en aquellos años de pues yo creo que de los 12 a los 17 o 18, estaba yendo constantemente porque yo recuerdo que en aquellos tiempos lo que ahora es la puerta 5, la en la portería norte del estadio Universitario ahí era la puerta 18. Ahí se daba la promoción, por decirlo así, de que el Club decía que los niños entraban gratis. Acompañados de un adulto y nosotros todavía éramos niños de 12, 13 años, nos consideraban niños y nos dejaban entrar, nosotros nos íbamos y nos pegamos con un adulto y entrábamos gratis. Bueno, ahora la frecuencia. Sí, yo recuerdo que no sé cómo le hacíamos la verdad, pues no había dinero. No sé cómo le hacíamos, pero íbamos. Vendíamos periódico, o el que trabajaba te invitaba de los muchachos, de los de los mismos compañeros o amigos de nuestra edad, vámonos, vamos al estadio, acabamos por entrar gratis y luego ya cuando nos empezaron a cobrar como quiera, buscábamos la manera y compramos el boleto. Sí, vamos cada 15 días, casi casi muy frecuente en ese lapso, más o menos el de los 12 o 13 años a los 16 a 17 que ya empecé mis estudios y ya me fue un poquito más complicado.

¿De qué años estamos hablando?

Más o menos uy estamos hablando por ahí del 76 al 80, 81, por ahí o antes porque yo me recibo en el 80, entonces sería como el 75 al 79 algo así.

¿Y para usted, qué significado tiene ser aficionado de tigres?

No pues es un orgullo porque aparte, yo siempre quise ser universitario, nunca lo logré, nunca pude estar en la “Uni”, pero es un orgullo la verdad irle a Tigres en realidad es un es el equipo del pueblo. Es el ahora sí que tigres era en aquellos tiempos el equipo pobre, porque Monterrey siempre ha sido una institución muy fuerte, entonces yo creo que había identidad, nosotros también estábamos igual, y pues significaba bastante apoyar a Tigres, estar con Tigres. Es era y es muy bonito estar, ser aficionado de Tigres. Y viajaba fuera de aquí de Nuevo León para ver a Tigres algunas veces, pero ahora ya últimamente, porque, repito, de jóvenes no había los recursos para viajar a ver al equipo cuando iba de visita, pero últimamente sí hemos estado en Toluca, en Ciudad de México, en San Luis Potosí, en algunos lugares que es un gusto ir a ver al equipo, en otros estadios. En donde la misma gente voltea a ver “Ah mira son Tigres” “¿Mira de dónde vienen?” y te preguntan “¿y qué tal está el estadio? Y ver qué venden y qué hay afuera y cómo se comporta la gente adentro. Y es bonito que te pregunten, es bonito que te identifiquen cuando se hacen en otro estado o en otro estadio como Tigre.

¿Cómo se informaba o cómo se informa de todo lo relacionado con tigres, cómo se informaba en aquellos años y cómo se informa ahora?

Este comentario lo voy a hacer y casi no lo he hecho, pero lo voy a hacer yo en aquellos años más o menos como del 80 al 88, yo estuve trabajando en el sur del país, concretamente en el estado de Oaxaca, en la montaña donde no había estos medios de comunicación, entonces no sabía cómo iba mi equipo, entonces este en algunos telegramas, en aquel tiempo eran los telégrafos en los telegramas. Yo le mandaba telegramas a mis papás para que mis papás le dijeran a un vecino que se llama Arnulfo Martínez, qué me mandara cómo iban los resultados, cómo iban quedando porque estaba en la montaña y yo ya cuando tenía chance de la montaña a bajar o trasladarme a la capital del Estado lo que es Oaxaca, Oaxaca, el Valle de Oaxaca ya compraba los periódicos para ver la tabla de posiciones, así me empezaba yo a enterar de cómo iba mi equipo.

¿Ha participado en una barra o porra?

No en una barra, en una porra, nunca he sido, eh, un integrante. Sin embargo, pues siempre hemos apoyado con todo al equipo, yo me acuerdo en el en el centro del campo, en la, en la zona de sol este así le llamábamos antes la zona de sol. Creo que ahora se llama general no generales arriba, ¿verdad? Bueno, en la zona de sol donde estaba el chino este este hombre. ¿Soriano?, ¿verdad? Este ahí estábamos siempre atrás de él, este echándole porras y porra y porra, pero nunca como integrantes de la porra, no, pero sí echamos muchas porras.

¿Cómo ha influido su afición o tu afición a tigres con tu familia?

La mayoría de tenemos un contra en la familia, todos somos Tigres hasta los nietos, este los dos nietos que tengo Fernando y Fernanda también son Tigritos, mis nietos, este y sí influye. Sí, influye que el jefe de la de la casa, el jefe de la familia le vaya a un equipo, les influye porque ellos también se inclinan hacia el equipo que le va él. El papá no el abuelo.

¿Y, cómo influye su afición en su entorno?

Bastante, bastante, muy bien, muy bien, muy bonito porque nos identificamos con los amigos, con los cuates e inclusive con los contrarios también. O sea, pues nos echamos ahí, indirectas directas y ahí estamos en el golpeteo, en el golpeo futbolístico, pero siempre sano, siempre.

¿Qué hace durante perdón, qué hace antes, durante y después de un partido?

Bueno. Antes del partido en ocasiones, pues preparamos la parrilla, preparamos la carne, les aviso a mis hijos que vamos a estar viendo el partido, que vamos a poner la televisión y vamos a ver el partido ahí con una carnita, y durante el partido, pues estamos comiendo y estamos conviviendo y echándole un ojo a la parrilla y un ojo al partido, así estamos en el en el juego. Después ya no más los comentarios hacemos los comentarios de finales, la revuelta técnica, la revuelta defensa o qué o qué bien estuvo el centro delantero. Los comentarios finales, los comentarios de rigor ¿no?

¿Cómo reacciona si gana tigres?

Ah no, muy contento, muy contentos, este ahí lo más a veces gritamos. Depende de la importancia del partido porque pues a veces no se celebra igual una final que un partido de Liga normal. Este claro que hay más euforia en una final o en un clásico, pues sales hasta gritar al afuera de la calle e inclusive salimos con los coches. Hablo en caso de finales o de clásicos, salimos con los coches a estar “piti- piti” con el claxon de que festejando el triunfo.

Y si pierde ¿cómo reacciona?

No pasa nada, no pasa nada, lo tomamos como un evento deportivo, como una justa deportiva. Tenemos que tener la madurez necesaria para tomar para tomar las derrotas como tal, nada más.

¿Has visto a Tigres ser campeón, que nos puedes contar de lo que sentiste o viviste?

Ay no una chulada. Este una chulada. ¿Se siente? Algo en indescriptible. O sea, no lo pudiera comentar, pero se siente muy bonito que Tigres sea campeón muy, muy bonito. ¿Es algo? Como que te hace trasladarte algo fuera de lo común, a veces te saca de tus formas de ser y te conviertes en algo con algarabía con júbilo, ver a Tigres ser campeón. Es algo fuera de lo normal, fuera de serie.

¿Cuál es la anécdota preferida de ser tigre?

La anécdota preferida de ser Tigre fue cuando el “Pillo” Herrera, que hace rato lo mencioné, me regaló un balón de fútbol, yo era muy joven, yo creo que yo tenía sí, 12 o 13 años en esa ocasión por ahí más o menos 14 años.

¿Y, cuál ha sido su mayor momento de alegría?

Ese que hasta se me enchinó la piel, cuando metió el gol Dueñas al América, ahí fue donde empatamos. Y que tigres finalmente sale campeón. Dueñas lo empata con un remate certero de cabeza, un martillazo totalmente. Entra desde del centro del área, por ahí por el área penal, viene con velocidad y remata con un martillazo tremendo y volvió

loco a todo el estadio. Estábamos, ese fue mi momento más fuerte. Bueno, ese es primero sí y el otro fue cuando fuimos campeones contra del Atlante. No, hay brincamos, saltamos de gusto. Yo estaba en Oaxaca, me trasladé a la capital para ir a ver especialmente la final. Así saltamos y brincamos todos se me quedaban viendo porque pues yo estaba en Oaxaca, no estaba en Monterrey, pero yo estaba salte y salte. Y, el momento de mayor tristeza. El descenso, la verdad fue, fue muy triste. El irnos este. Mucha gente dice que el Monterrey nos echó, no. El Monterrey no nos echó, no, no. Fueron los números fueron los resultados, Monterrey nada más fue un partido nada más, pero fue el descenso lo más difícil, lo más duro. ¿Y la temporada? La temporada que estuvimos en el descenso fue triste porque fue triste, estar jugando con el San Pancho, con el Correcaminos, o sea, era triste, pero recordemos que aún y con esa tristeza el estadio estaba a reventar. Gente que se quedaba fuera. Porque tigres se siente Tigres especial. Aparte de que el fútbol es pasión, Tigres lo es más todavía.

¿Cómo ha evolucionado su afición por tigres?

Mucho sigue igual, yo creo o más que cuando era joven a pesar de que ya hay pocas oportunidades por las actividades que tenemos. Pero. Yo tengo la misma euforia de ver un partido de tigres. Igual o más ahorita que cuando era muchacho. ¿Yo continúo siendo Tigres hasta las cachas no?

¿Que hay en dado caso que no le gustaría de ser Tigre, algo que no le guste?

Algo que no me guste de no ser tigre de ser Tigre. Hum no creo que haya algo que no me guste, yo quiero ser Tigre, todo me gusta ser tigre, me gusta, me golpean a Tigres y yo también golpeteo me le echan a Tigres, yo también he hecho, pero no, no, no, no hay nada que no me guste, me encanta hacer Tigre.

¿Se viste con prendas relacionadas a Tigres?

Ropa, prendas, sí. Sí, cuando hay oportunidad nos ponemos la playera, el jersey de Tigres sí, con una oportunidad.

¿Qué significan para ustedes los recuerdos que le remiten a Tigres?

No, pues bastantes porque tienes chance de platicar con tus nietos, con tus hijos lo que tu viviste, sobre todo eso, con la pregunta que e que me hiciste hace rato de que si he salido a algunos estadios fuera de la ciudad lo pláticas con tus hijos y nietos con tu esposa.

¿Qué mensaje les daría a otros aficionados de Tigres?

Que no dejen de apoyar que en las buenas y en las malas tenemos que apoyar, que en las malas donde se necesita la afición verdadera que no seamos resultadistas, que seamos Tigres por convicción, Tigres de corazón, porque es muy fácil irle a un equipo cuando un equipo es ganador. Pero no es muy fácil irle a un equipo cuando le está yendo mal y nosotros los Tigres hemos demostrado siempre la firmeza y la convicción de ser Tigres en las buenas y en las malas. Sabemos que va a haber temporadas buenas, ahorita estamos en temporadas muy buenas, pero acordémonos del descenso, acordémonos de la temporada en que la porcentual nos atacaba bastante y nunca dejamos de apoyar al equipo. Siempre vamos a seguir siendo tigres y yo les diría a, los compas de que le van a Tigres que no lo dejemos de apoyar, debemos de seguir apoyando a los Tigres, debemos de seguir con ellos en las buenas y en las malas. Estamos en las buenas, hay que seguir siempre.

¿Y a los niños, qué mensaje?

Les daría sí también a los niños que le van a Tigres, igual que sigan con el apoyo a hacia los Tigres por el amor a un deporte, que lo practiquen también, que ahí están los muchos ejemplos de Tigres que han sobresalido. Tenemos jugadores de cantera que han salido de Tigres, tenemos jugadores que han que han este sobresalido en el equipo y a los niños yo les daría ese mensaje que continúan siendo Tigres, pero que también que hagan deporte.

¿Y, por último, cuál es para usted para ti, el mejor jugador en la historia de Tigres?

Sin duda alguna Tomás Boy. Sin duda alguna Tomás para mí es el mejor jugador tanto de Tigres -es muy personal-, como del país. Aun aún los resultados que tenga Hugo con los resultados que ha tenido Rafa Márquez, para mí Tomás Boy es y ha sido y será para mí siempre el mejor. No he visto otro genio con el balón como él.

Muchas gracias, estimado profesor Fernando, pues ya está todo lo que queríamos saber de un aficionado para este trabajo de Historias de la afición que realizamos para la maestría en periodismo deportivo de la Universidad Autónoma de Nuevo León y pues muchas gracias a todas y todos los lectores y en especial a usted.

Muchas gracias por la entrevista.

Entrevista 2

Nombre: Carlos Treviño Vives

Edad: 42 años

Estudios: Licenciado en Leyes por la UANL

Ocupación: Directivo en CNDH

Sexo: Hombre

Nacionalidad: Mexicano

Instrumento

¿Qué significado tiene para ti el ser aficionado del fútbol?

Es un pasatiempo que permite pasarla bien con amigos, es un sentimiento de pertenencia, emoción y conexión con un equipo, es parte de mi identidad.

¿Desde cuándo le vas a Tigres?

Desde que era niño, al primer jugador que recuerdo fue “el Pato” Lucas y después ya empecé a seguir más al equipo al llegar Carlos Reinoso como DT.

¿De dónde surge tu afición a Tigres?

Crecí en el centro de Monterrey y el grupo de amigos con el que me juntaba me empezó a platicar de que ellos le iban a Tigres y así le empecé a decir a mi papá que me llevara al estadio, a él le gustaba más el beisbol.

¿Con que frecuencia asistes a los juegos de Tigres?

Intento asistir a todos los juegos en casa, pero también viajo para seguir al equipo en partidos importantes.

¿Para ti que significa ser aficionado de Tigres?

Ser aficionado de Tigres para mí significa lealtad, emoción, y orgullo, es no darse por vencido. Es parte de mi vida.

¿A qué te dedicas en la vida?

Soy abogado.

¿Viajas para ver a Tigres?

Sí, ocasionalmente.

¿Cómo te informas o informabas de todo lo relacionado a Tigres?

Ahora por redes sociales y en la app de Tigres

¿Participas en una porra o barra?

En algún momento participé un poco cuando inició la barra de “Libres y Lokos”.

¿Cómo influye tu afición a Tigres con tu familia?

Es una forma de pasar tiempo con ellos también, mi mamá se hizo aficionada de Tigres también.

¿Cómo influye tu afición a Tigres en tu entorno?

Amigos, compañeros de trabajo, todos saben que soy tigre y lo viven conmigo.

¿Qué haces antes, durante y después de un juego de Tigres?

Si es en casa, normalmente voy al estadio con un amigo. En ocasiones aprovechamos para hacer carne asada si juegan de visitante.

¿Si gana Tigres como reaccionas?

Si siente alegría sobre todo si son partidos importantes y te abrazas con el de al lado, aunque no lo conozcas

¿Si pierde Tigres como reaccionas?

Al principio con tristeza, pero ya luego entiendes que es un juego y sigues apoyando al equipo.

¿Has visto a Tigres ser campeón, que nos puedes contar de lo que sentiste o viviste?

Lo vi después de casi 30 años y fue una gran alegría que compartí con mis amigos y familia.

¿Cuál es tu anécdota preferida por ser Tigre?

Cuando entré a un clásico sin boleto en el estadio tecnológico, llegué como estudiante muy temprano y me escondí hasta que abrieran la puerta.

¿Cuál ha sido tu mayor momento de alegría que te dio Tigres, cuál el de mayor tristeza?

El del campeonato de 2011 tristezas ninguna porque lo entiendo como un juego donde perder es parte de las opciones.

Con el paso del tiempo ¿Cómo ha evolucionado tu afición a Tigres?

Con el tiempo, mi afición ha crecido. Pasé de ser un fan a un seguidor aún más comprometido, con más historias y recuerdos que guardo.

¿Qué te gusta y que no te gusta de ser Tigre?

Me gusta sentir la hermandad entre los aficionados, esa unión que solo Tigres puede crear, lo que no es que las nuevas generaciones piensan que es obligatorio estar arriba siempre.

¿Te vistes con prendas relacionadas a Tigres?

Sí, sobre todo cuando hay partido.

¿Coleccionas objetos relacionados a Tigres?

Sí, algunos recortes de periódicos y fotografías.

¿Qué significan para ti los recuerdos que te remiten a Tigres?

Son memorias que recuerdan los buenos momentos, Cada vez que los veo, revivo todas esas emociones y momentos inolvidables que he vivido con Tigres.

¿Qué mensaje le darías a otros aficionados a Tigres?

Les diría que sigan apoyando con el corazón, que nunca pierdan esa pasión y amor por el equipo.

¿Qué mensaje le das a la afición a Tigres y en especial a los niños?

A los niños, les diría que sigan sus sueños, que amen a Tigres con toda su alma y que siempre crean en su equipo.

¿Para ti quien es el mejor jugador de Tigres en la historia?

Gignac y Nahuel.

Entrevista 3

Nombre: Ricardo Orozco

Edad: 34 años

Estudios: Maestría

Ocupación: Regidor

Sexo: Hombre

Nacionalidad: Mexicano

Instrumento

¿Qué significado tiene para ti el ser aficionado del fútbol?

Para mí significa la conexión con mi abuelo.

¿Desde cuándo le vas a Tigres?

Desde chico, mi mamá y hermano son rayados y jamás me gustó vestir esos colores.

¿De dónde surge tu afición a Tigres?

De la rebeldía de no seguir el equipo de mi hermano y mamá. Y ver los juegos con mi abuelo.

¿Con qué frecuencia asistes a los juegos de Tigres?

Deje de asistir.

¿Para ti qué significa ser aficionado de Tigres?

Es parte de mi ideología me identifico con las raíces obreras y universitarias de mi club.

¿A qué te dedicas en la vida?

A servir a la gente.

¿Viajas para ver a Tigres?

Antes, no había viaje que me perdiera.

¿Cómo te informas o informabas de todo lo relacionado a Tigres?

Redes sociales.

¿Participas en una porra o barra?

14 años fui miembro activo de Libres y Lokos.

¿Cómo influye tu afición a Tigres con tu familia?

Antes el tema nos llegó a dividir la familia en los clásicos o partidos definitorios.
En la actualidad, es motivo de convivencia.

¿Cómo influye tu afición a Tigres en tu entorno?

Mis mejores amigos los conocí en el estadio, mis relaciones sociales la mayoría son con Tigres.

¿Qué haces antes, durante y después de un juego de Tigres?

Nos juntamos a platicar del partido en la previa, durante el partido alentar a los Tigres independiente del marcador y después si juega de local, directo a tacos popos.

¿Si gana Tigres como reaccionas?

Con felicidad y alegría celebro con los míos.

¿Si pierde Tigres como reaccionas?

Depende del juego, pero es un dolor inmenso que desaparece con la compañía y análisis del partido con otros Tigres.

¿Has visto a Tigres ser campeón, que nos puedes contar de lo que sentiste o viviste?

Después de 29 años sin saber lo que es un campeonato, fue una de las emociones sociales más importantes de mi vida.

¿Cuál es tu anécdota preferida por ser Tigre?

En Bolivia, siguiendo a Tigres en la copa Libertadores, comimos, viajamos y convivimos con los jugadores de forma espontánea.

¿Cuál ha sido tu mayor momento de alegría que te dio Tigres, cuál el de mayor tristeza?

La mayor alegría es la remontada en navidad al América y la peor tristeza es caminar por Buenos Aires cabizbajo mientras la gente de River Plate celebraba haber ganado la final.

Con el paso del tiempo ¿Cómo ha evolucionado tu afición a Tigres?

Ahora mi afición a Tigres se ha vuelto familiar.

¿Qué te gusta y que no te gusta de ser Tigre?

Me encanta la garra y el perfil tigre de venir de atrás, luchando y nunca darse por vencido. Lo que no me gusta es que, gracias a este perfil, la mayor parte del tiempo venimos de abajo.

¿Te vistes con prendas relacionadas a Tigres?

Claro.

¿Coleccionas objetos relacionados a Tigres?

Antes sí, ahora ya no.

¿Qué significan para ti los recuerdos que te remiten a Tigres?

Los momentos más felices de mi vida.

¿Qué mensaje le darías a otros aficionados a Tigres?

Cuidemos nuestra esencia, nuestro perfil y nuestro estadio.

¿Qué mensaje le das a la afición a Tigres y en especial a los niños?

Los momentos más felices de su vida y sus amistades más fuertes serán Tigres.

¿Para ti quien es el mejor jugador de Tigres en la historia?

André Pierre Gignac.

Entrevista 4

Nombre: Alejandra Castañeda Hernández

Edad: 31 años

Estudios: Preparatoria

Ocupación: Servidora pública y jefa de familia

Sexo: Mujer

Nacionalidad: Mexicano

Instrumento

¿Qué significado tiene para ti el ser aficionado del fútbol?

Para mí, es lo mejor del mundo es amar el fut, es gozar, sufrir, llorar.

¿Desde cuándo le vas a Tigres?

Desde que tengo memoria

¿De dónde surge tu afición a Tigres?

De mi familia

¿Con que frecuencia asistes a los juegos de Tigres?

Cuando logro rentar un abono

¿Para ti que significa ser aficionado de Tigres?

Es un sentimiento que no se puede explicar, es lo más bonito es ser incomparable.

¿A qué te dedicas en la vida?

A mi familia

¿Viajas para ver a Tigres?

No siempre, pero trato

¿Cómo te informas o informabas de todo lo relacionado a Tigres?

Por medio de la página Oficial, Facebook, noticias

¿Participas en una porra o barra?

No

¿Cómo influye tu afición a Tigres con tu familia?

Nos reunimos siempre para ver los juegos y podemos convivir mas

¿Cómo influye tu afición a Tigres en tu entorno?

El estar más unidos

¿Qué haces antes, durante y después de un juego de Tigres?

Durante estoy concentrada en el juego, después convivo un rato con mi familia

¿Si gana Tigres como reaccionas?

Me pongo feliz, grito.

¿Si pierde Tigres como reaccionas?

Me enoja más cuando sé que pudieron hacer más, pero sigo apoyándolos.

¿Has visto a Tigres ser campeón, que nos puedes contar de lo que sentiste o viviste?

Si, este último campeonato me pego más, siempre en todos los campeonatos que me tocó ver desde el 2011 estaba mi abuelita conmigo, y ella falleció era aficionada a Tigres, pero aficionada, siempre rezaba y esta vez no iba estar, cuando iban 2-0 dije sé que los vas apoyar desde donde estes y de repente gol y gol, y miré al cielo y dije falta uno “weli” y mete gol Pizarro, grité, lloré, como nunca.

¿Cuál es tu anécdota preferida por ser Tigre?

Aquel 2011 que después de tantos años volvió a ser campeón

¿Cuál ha sido tu mayor momento de alegría que te dio Tigres, cuál el de mayor tristeza?

Alegría cuando ganaron la final a rayados, tristeza esas finales contra Pachuca.

Con el paso del tiempo ¿Cómo ha evolucionado tu afición a Tigres?

Siempre he sido muy aficionada cada día crece más este amor por ellos

¿Qué te gusta y que no te gusta de ser Tigre?

Me gusta que mis Tigres han callado muchas bocas, creo no hay nada que no me guste de ser de Tigres.

¿Te vistes con prendas relacionadas a Tigres?

Claro.

¿Coleccionas objetos relacionados a Tigres?

Si.

¿Qué significan para ti los recuerdos que te remiten a Tigres?

Son los más bonitos que tengo.

¿Qué mensaje le darías a otros aficionados a Tigres?

Que sigan alentando a pesar de que, si vamos perdiendo, porque este amor es para siempre.

¿Qué mensaje le das a la afición a Tigres y en especial a los niños?

Que sigan siendo incomparables, como hasta hoy y los niños que el que persevera alcanza y siempre alienten al equipo.

¿Para ti quien es el mejor jugador de Tigres en la historia?

Walter Nicolas Gaitán.

Entrevista 5.

Nombre: David Montoya

Edad: 23 años

Estudios: Licenciatura

Ocupación: Empleado

Sexo: Hombre

Nacionalidad: Mexicano

Instrumento

¿Qué significado tiene para ti el ser aficionado del fútbol?

Para mí, ser aficionado del futbol, es felicidad, es disfrutar del deporte, siempre y cuando sea sanamente, sin fanatismos excesivos, ni entrar en cualquier tipo de violencia.

¿Desde cuándo le vas a Tigres?

Empecé a ser hincha de tigres, desde el 2014.

¿De dónde surge tu afición a Tigres?

Mi afición surge gracias a un tío que es súper tigre y con él me empecé a empapar y hasta la fecha.

¿Con que frecuencia asistes a los juegos de Tigres?

La neta soy muy aficionado, pero fíjate que no voy tan seguido al estadio, voy unas 3 o 4 veces al año. Siempre veo los juegos por televisión.

¿Para ti que significa ser aficionado de Tigres?

Significa ser incomparables, es tener pasión y garra, que no existe en ningún otro equipo en todo México.

¿A qué te dedicas en la vida?

Me dedico al noble oficio de la política, siguiendo los ideales del presidente Andrés Manuel López Obrador, que son no mentir, no robar y no traicionar al pueblo de México.

¿Viajas para ver a Tigres?

Todavía no tengo esa dicha.

¿Cómo te informas o informabas de todo lo relacionado a Tigres?

La neta, mi fuente confiable es el Gurú deportivo, Pello Maldonado, medio abrazo jajaja.

¿Participas en una porra o barra?

Tengo la fortuna de estar en las previas, cuando he ido al Volcán y me ha tocado estar con los Libres y Lokos de vez en cuando, no voy siempre.

¿Cómo influye tu afición a Tigres con tu familia?

Es que tigres es sinónimo de familia, siempre que hay juegos aprovechamos para hacer una carnita en familia y pasarla bien.

¿Cómo influye tu afición a Tigres en tu entorno?

Influye de una manera increíble, ya que cuando hay juego, se paraliza todo Nuevo León, entonces desde que vemos a alguien con la playera de tigres, aunque no lo conozcas lo saludas y se hace una fraternidad, para mí de esa forma influye tigres en mi entorno.

¿Qué haces antes, durante y después de un juego de Tigres?

Antes: preparamos la carnita asada.

Durante: prestamos atención al partido, con una buena chela.

Después: nos aventamos una plática en familia para hablar del juego y seguir cotorreando.

¿Si gana Tigres como reaccionas?

Alegría total y es puro festejo.

¿Si pierde Tigres como reaccionas?

Te achicopalas un poco, pero seguimos adelante con la misma ilusión que vendrán partidos mejores.

¿Has visto a Tigres ser campeón, que nos puedes contar de lo que sentiste o viviste?

Ya me tocaron varios campeonatos, yo recuerdo cuando en el centenario del América se lo arruinamos, contra pumas cliente frecuente y la joya de la corona cuando ganamos la primera final de clásico regio en su casa y con su gente, lo que viví es de otro planeta lo mejor del mundo, pura fiesta y celebración en la macro.

¿Cuál es tu anécdota preferida por ser Tigre?

Me acuerdo mucho en la secundaria, nos poníamos de acuerdo para ir a ver el clásico Tigres vs rayados, al paseo en el área de comidas acá en Santa Catarina, se armaba el desmadre en el buen sentido de la palabra, porque cantábamos a todo pulmón abrazado de mis amigos de secundaria, simplemente recuerdo que se me quedará grabado para toda la vida

¿Cuál ha sido tu mayor momento de alegría que te dio Tigres, cuál el de mayor tristeza?

Creo que me adelante en esta pregunta, pero creo que mi mayor momento de alegría fue saber que estaríamos en una final del mundo contra el Bayer, también cuando ganamos la final del clásico regio y mi mayor tristeza fue cuando perdimos contra el River en aquella final de copa libertadores.

Con el paso del tiempo ¿Cómo ha evolucionado tu afición a Tigres?

Pues mi evolución es muy simple, aprender a disfrutar las victorias y aprender a llevar las derrotas, sin caer en provocaciones.

¿Qué te gusta y que no te gusta de ser Tigre?

Todo me gusta y no hay nada que no me guste.

¿Te vistes con prendas relacionadas a Tigres?

Siempre con la de gala bien puesta.

¿Coleccionas objetos relacionados a Tigres?

Solo los vasos que compro cuando voy al estadio.

¿Qué significan para ti los recuerdos que te remiten a Tigres?

Significan felicidad al recordar momentos gratos de mi vida al ver a Tigres jugar.

¿Qué mensaje le darías a otros aficionados a Tigres?

Que disfruten a su manera, pero con toda el alma y por supuesto siempre respetarse uno mismo y al rival.

¿Qué mensaje le das a la afición a Tigres y en especial a los niños?

Que se apasionen y disfruten, que vean el futbol como algo maravilloso que une a las masas y que no caigan en el fanatismo excesivo.

¿Para ti quien es el mejor jugador de Tigres en la historia?

El sr. André Pierre Gignac, sin lugar a duda.

ACERCA DEL AUTOR

- Tiene una experiencia de 20 años en el servicio público. Ha sido Director General de Educación del Gobierno de la Ciudad de México (2014); Director Regional del Noreste de la Secretaría del Trabajo en el Gobierno de México del Presidente AMLO (2019); entre otras direcciones y encargos que ha ocupado.
- Ha diseñado y fundado programas como SaludArte (2014) y el Centro Integrador del Migrante Leona Vicario en Ciudad Juárez (2019).
- Es articulista de El Soberano, Polemón, la revista Memoria del Centro de Estudios de Movimientos Sociales (CEMOS) y otros medios alternativos.
- Ha publicado los libros Reverberaciones (1996); Crónicas de un Militante (2017); Los años de la resistencia, Orígenes del movimiento obradorista (2024).
- Coordinó el libro Memorias del CGH, a 20 años de la Huelga de la UNAM publicado por la CNDH en 2022; participó en el libro colectivo Universidad gratuita y popular. Ecos de la huelga universitaria de 1999-2000 (2023).