



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
Facultad de Ciencia Política y Relaciones
Internacionales

DOCTORADO EN COMUNICACIÓN

TITULO DE LA TESIS

*Prácticas de sociabilidad en un grupo de hinchas del
fútbol argentino y sus vinculaciones con la producción
de ambientes de violencia en torno del espectáculo
fútbolístico.*

AUTOR

Lic. Juan Manuel Sodo

DIRECTOR

Dra. Sandra Valdetaro

CO-DIRECTOR

Dr. Pablo Alabarces

FECHA

08/06/2011

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	2
-------------------	---

APÉNDICE A LA INTRODUCCIÓN:

Sobre tipos de hinchas y sobre tipos de aguantes; entre el glosario de términos y la reflexión metodológica.

1 Dos problemas de las clasificaciones en investigaciones sobre hinchas del fútbol argentino.....	15
2 Aguantes.....	26

BREVE INTRODUCCIÓN AL FÚTBOL:

Aspectos históricos y sociológicos.

1 Orígenes.....	28
2 Sociología.....	33
3 Recapitulación histórico-sociológica.....	41

CAPÍTULO I:

Coordenadas para una historia del fútbol argentino en clave violencia..... 43

1.1 La popularización del fútbol en Argentina.....	53
1.1.2 Popularización del fútbol en Buenos Aires.....	57
1.1.3 Popularización del fútbol en Rosario.....	61
1.2 Recapitulando y respondiendo a una pregunta: ¿qué elementos contienen las primeras dos décadas del siglo XX para pensar el problema-violencia?.....	65

CAPÍTULO II:

Coordenadas para una cartografía de los estudios sobre fútbol en clave comunicación..... 67

2.1 Sobre fútbol hay algo escrito. Y sobre hinchas también.....	71
2.1.1 ¿Sobre fútbol o sobre deporte?.....	72
2.1.2 Zonas de vacancia comunicacional.....	77
2.2 Zona de detenciones.....	86
2.3 Recapitulando.....	101

CAPÍTULO III:

Rosario (y) Central..... 103

3.1 Rosario, su especificidad.....	104
3.2 Rosario, la rivalidad.....	115
3.3 Observaciones sobre el folklore (o variaciones sobre lo popular).....	119
3.4 Los hinchas, las implicancias de sus prácticas de sociabilidad.....	132
3.5 Canalla.com.....	139

3.5.1 El hinchismo y el hinchismo institucionalizado, las implicancias de sus posiciones de enunciación.....	144
3.6 Recapitulación e interrogantes abiertos para los capítulos sucesivos.....	151

CAPÍTULO IV:

Los hinchas, sus maneras de hablar y la política.....	155
4.1 Hinchas jóvenes, política, subjetividad mediática y subjetividad de mercado.....	156
4.2 Fútbol, territorio del performativo absoluto.....	160
4.3 Subjetividad mediática en reunión.....	167
4.4 Ranciere, o cómo pensar en el ruido.....	176
4.5 ¿Por qué los hinchas, activos como son, no se involucran en la vida institucional de su club?.....	180
4.5.1 Las dos condiciones (televisiva y deportiva) del <i>aguante-presencia</i>	185
4.5.2 Encerronas y dilemas del <i>sentimentalismo</i> y del <i>aguante-presencia</i>	189
4.5.3 Hacia otra noción de aguante.....	191
4.6 El ritual también juega.....	195
4.7 Recapitulando	200

CAPÍTULO V:

De “violencia” a “ambientes de violencia” en torno del fútbol argentino.....	202
5.1 Breve mención a algunas investigaciones europeas existentes.....	203
5.2 Los factores del problema.....	205
5.3 Seis razones para no utilizar el término <i>violencia</i> en investigaciones sobre hinchas del fútbol.....	213
5.3.1 De <i>violencia</i> a <i>ambientes de violencia</i> y lo que éste pasaje posibilita.....	219
5.4 El cuerpo como criterio de definición.....	221
5.5 Fútbol y muerte, y lo que nos permite leer esta relación.....	227
5.6 Interrogantes y reflexiones en diálogo con algunas propuestas y experiencias de intervención y prevención.....	231
5.7 Recapitulando.....	241

CAPÍTULO VI:

El automatismo de las coberturas y la hipocresía del hincha; análisis de un caso.....	244
6.1 Lugares comunes: breve mención a investigaciones sobre coberturas.....	245
6.2 Tematización y puesta en serie.....	247
6.3 Protesta de hinchas de Newells en la Sede de Central.....	250
6.3.1 Los diarios y la TV, más lugares comunes.....	251
6.3.2 Los hinchas.....	254
6.4 Recapitulación e interrogantes finales.....	259

CAPÍTULO VII:

Hinchas mediatizados.....	262
7.1 Sobre tecnologías, medios y mediatizaciones.....	263
7.2 Sistema de medios, sociedad mediática y sociedad mediatizada.....	266
7.3 Lo televisivo, la televisión.....	271
7.4 Las tres etapas de la televisión.....	275
7.5 Fútbol y TV: historia de una relación.....	278
7.5.1 Fútbol de Primera.....	285
7.6 El Aguante, o el momento en que tres series se encontraron.....	290
7.6.1 Acerca de El Aguante.....	291
7.7 Indicios en recepción.....	297
7.7.1 Indicios en canciones de cancha y otras textualidades.....	309
CONCLUSIONES.....	319

A la Vida en espacios colectivos de pensamiento...

A la familia...

A Sandra y Pablo, de alegrías, confianzas y generosidades (afectivas e intelectuales, si es que son dos cosas distintas) poco comunes en el ambiente...

Al fútbol, sin las personas que lo afean y lo banalizan...

Y al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, claro, cuyas becas sucesivamente recibidas desde el año 2006 han hecho posible el trabajo de investigación...

INTRODUCCIÓN

En el prólogo al libro *Maestros Errantes* (Paidós, 2007), se dice que el horizonte último de la interrogación de toda práctica es reflexivo e involucra la pregunta por su propio ser. Acaso no sea éste el lugar más indicado para preguntarnos, en ese sentido, qué es investigar, cuándo está uno investigando, cuál es el alcance de las actividades “de investigación”, cómo se investiga solo y en el contexto de unas determinadas condiciones institucionales de producción, qué es y cuándo se tiene algo para decir, qué implica formular(se) una pregunta, qué tiene que ver la investigación con la escritura, y con la alegría, con la pasión, con la soledad, con el deseo y con una ética-política... Pero sí, en todo caso, seguramente sea esta una buena instancia para interrogarnos acerca de cuándo empieza una investigación. Y con ese interrogante, otro más puntual: ¿cuándo empieza una tesis? Y más concreto todavía: **¿cuándo empezó esta tesis?**

¿Fue cuando leímos, hacia finales de 2005, un artículo en el *Suplemento Ñ* que, entre la crítica, el comentario y la reseña, trataba sobre la reciente publicación de un libro, *Hinchadas* (Prometeo, 2005), que venía a dar cuenta de un campo de estudios cuya existencia hasta entonces desconocíamos? ¿Fue cuando, mirando fútbol por TV o en la cancha, al comparar la imagen de la hinchada con la de recitales de rock y manifestaciones políticas callejeras, creímos observar, debido a la similitud de prácticas y estéticas (los cantitos y las bengalas, por ejemplo), una suerte de futbolización de lo social? Seguramente. Quizás, incluso, las dos cosas juntas. Pero hay algo más: podría decirse que esta tesis nació de un enojo y de un desafío.

Un enojo, para con lo que entendemos como parte de un discurso cínico e hipócrita del periodismo (le dedicamos un capítulo entero –el seis- al análisis de sus mecanismos enunciativos) cada vez que en Argentina, y en el marco de un evento futbolístico, un hincha muere, resulta herido, estafado o simplemente maltratado. Cínico e hipócrita, pero también repetitivo e irresponsablemente estigmatizador (porque ante la duda todo siempre es culpa de “las barras bravas”), así como perezoso en lo que respecta a profundizar en las causas de un problema cuya complejidad es extrema.

Lejos de ello, una escena recurrente: la proliferación incansable de imágenes sensacionalistas, estadísticas alarmantes, conductores radiales y televisivos increíblemente afectados; el desfile de voces que no dicen nada (dirigentes, jugadores, fuerzas de seguridad, los mismos periodistas, ~~h~~“hinchas comunes” que aparecen como víctimas y a cuya hipocresía también dedicamos el mencionado capítulo), o que dicen sin decir, o dicen siempre lo mismo, como si hallaran un goce en la repetición; programas de TV que tratan a los ~~h~~“hinchas”, o bien como ~~l~~“los inadaptados de siempre” (postura represiva), o bien como pintorescos personajes que se rigen por unos cuántos códigos de honor, fetichizando sus nombres (~~E~~“El Rafa”, ~~A~~“Alan”, ~~E~~“El Bebote”, ~~E~~“El Uruguayo”, etc.), reduciendo sus prácticas a folklore o anécdotas costumbristas, o bien espectacularizándolas al convertirlas en capítulos de una apasionante novela policial de final abierto (postura contemplativa). Y todo esto, como decíamos, repitiéndose calcado una y otra vez, especialmente cuando algún hincha muere y el asunto permanece en agenda por un par de días.

El desafío, por su parte, está íntimamente ligado a una pregunta: ¿Se puede pensar en el ruido, esto es, entre el exceso de *opiniones* (ver 4.3 del capítulo cuatro), la sobresaturación de signos y el sobre-estímulo de informaciones propios del actual sistema de medios, su temporalidad, sus gramáticas y sus tipos de interpelaciones somáticas (ver 7.2 del capítulo siete)? ¿Cómo hacerse de lugares de enunciación no-mediáticos para hablar de algo de lo que todos hablan, como es el caso de ~~l~~“la violencia en el fútbol”?

Fue precisamente a partir de un enojo y de un desafío, entonces, que surgió la tesis que en las páginas sucesivas se despliega. En consecuencia, y partiendo de las investigaciones locales existentes en el campo de los estudios sociales y culturales del deporte (Archetti, 2003; Alabarces, 2004; Garriga, 2007...), a su vez informadas por las producciones europeas (Dunning, 1988; Giulianotti y otros, 1994; Armstrong, 1998...), y tomando como caso a un grupo de hinchas del fútbol del Club Atlético Rosario Central, en la tesis nos proponemos aportar a la cartografía de factores constitutivos de *ambientes de violencia* en torno del fútbol argentino (el cual cuenta, desde 1924 a la fecha, 250 víctimas fatales), focalizando en las que serían sus especificidades y dimensiones mediáticas.

En esa dirección, y dicho de otra manera, el **objetivo principal** es demostrar que, en articulación con los factores del problema en cuestión (ver 5.2 del capítulo cinco), las maneras de televisar el fútbol local en la década de 1990, con eje en el programa *El Aguante*, contribuyeron en la modificación de las *prácticas de sociabilidad* de los hinchas. Y que, lejos de aquello que las coberturas de la prensa sostienen (ver capítulo seis), es a partir de allí que podemos terminar de entender las actuales modalidades del problema-violencia de una manera integral.

Detengámonos un momento a desglosar estos dos últimos párrafos, ya que los enunciados contenidos en ellos merecen una serie de consideraciones aclaratorias.

Primero: si bien sistematizados en el mencionado 5.2, a lo largo de los siete capítulos de la investigación situamos, al menos, 19 elementos a tener en cuenta a la hora de abordar el problema que nos convoca. Respectivamente desandados y respaldados con trabajos de investigadores del campo, testimonios de hinchas, observaciones, hechos puntuales y ejemplos, los mismos involucran componentes históricos, sociológicos, políticos, deportivos, aspectos que tienen que ver con irregularidades organizativas y arbitrales, con el hinchismo como discurso (Verón y Sigal [1986] 2003), con las valoraciones propias de la cultura futbolística argentina y las modalidades que desde sus inicios fue asumiendo, con la identidad de género que los hinchas se juegan en el ritual futbolero, con la concepción del fútbol como un “combate ritualizado” (Elías, 1992) y configurado en torno de la “lógica partisana” (Ferreiro y Fernández, 2005), con la particular dialéctica exhibición / mirada del otro que sostienen los hinchas para dirimir su grandeza especialmente en ciudades dicotómicas, con la noción de “binarismo endogámico” (Galvani y Palma, 2005) a partir de la cual hinchas y policías se perciben mutuamente, etcétera, etcétera.

Pero también, y paralelamente, los factores del problema involucran a las distintas modalidades que en el país fue asumiendo la relación entre fútbol y televisión, y a las implicancias derivadas de éstas. Implicancias en el sentido de que es en el devenir de esta serie, justamente, que, por ejemplo, el periodismo deportivo va adoptando retóricas dramáticas en sus maneras de narrar, que los clubes se tornan crecientemente deficitarios o que surgen programas como *Fútbol de Primera* y *El Aguante*. Programas que a su vez contribuyeron en la generación de nuevas *subjetividades espectatoriales* (el primero) así como en la generación

de nuevas maneras de ser hinchas del fútbol argentino (sobre todo el segundo). No siendo sino a partir de éstos ~~“nuevos hinchas”~~ que podemos entender en su integralidad el fenómeno violento. A ello nos referimos, en suma, cuando hablamos de aportar a las investigaciones precedentes sobre violencia, al mapa de factores arrojados por éstas, focalizando en las que serían sus especificidades mediáticas. Especificidades en las que encontramos, por otra parte, el anclaje o **fundamento comunicacional** de nuestra tesis.

En esa línea, y dicho nuevamente, partíamos de una serie de preguntas: ¿Incidieron los cambios operados por la televisación del fútbol argentino, con eje en el programa *El Aguante*, en las *prácticas de sociabilidad* de los hinchas? ¿Y en sus valoraciones del *aguante-fiesta* y el *aguante-presencia* (ver *Apéndice a la introducción*)? ¿Y en sus valoraciones de lo popular y la difusión de imágenes y relatos-grandeza? ¿Y en los capítulos atendidos por la *novela*? (ver capítulo tres). Preguntas para las cuales formulamos una **hipótesis**, que es la siguiente: si bien en un primer momento la serie televisiva con eje en *El Aguante* capta las prácticas aguantadoras de los hinchas incluyéndolas en su relato, en su registro audiovisual y en sus estrategias publicitarias, luego con el tiempo introduce efectos en esas mismas prácticas, contribuyendo en la producción de un nuevo tipo de hincha.

Hipótesis que respaldamos, fundamentalmente, a través de dos procedimientos: por un lado, efectuando un abordaje descriptivo-analítico de base sociosemiótica del programa en cuestión. Por el otro, y leyéndolos en textualidades diversas (entrevistas, testimonios, canciones de cancha, coberturas de medios partidarios, difusión de imágenes en youtube, la sintaxis de esas imágenes, etc.), situando distintos tipos de *indicios* o *efectos en recepción* de la incidencia del mismo en la producción de un nuevo modo de ser hincha del fútbol argentino.

Segundo: decimos ~~“prácticas de sociabilidad de los hinchas”~~ pero bien sabemos (ver *Apéndice a la introducción*) que el universo de hinchas del fútbol argentino no constituye una masa, ni uniforme, ni homogénea. Entonces, ¿concretamente a las prácticas de qué tipo de hinchas nos referimos? A las prácticas de los *hinchas activos* (HA). ¿Y por qué estos hinchas y no otros, como ser los hinchas integrantes de las *bandas* (insistimos, ver el mencionado *Apéndice*)? Por dos series de razones.

En primer lugar, porque sobre la incidencia de éstos últimos en el problema, el campo ya cuenta con sobrados antecedentes de investigación, especialmente en lo que concierne a su vertiente etnográfica (Moreira, 2005; Garriga y Moreira, 2006; Garriga, 2007), mientras que sobre los HA, en cambio, no encontramos trabajos preexistentes, con lo cual consideramos estar realizando un aporte, también, en ese nivel.

Por otro lado, -como podrá leerse sobre todo en los capítulos tres, cuatro y cinco-, y dado que nuestra investigación se propone avanzar no solamente en el diagnóstico del problema-violencia sino además en las posibilidades de intervención sobre el mismo desde la perspectiva de los propios hinchas, porque entendemos que, de existir posibilidades en ese sentido, éstas no van a ser impulsadas sino por los *hinchas activos*.

Finalmente, una tercera consideración aclaratoria: ¿por qué los hinchas activos del Club Atlético Rosario Central (CARC)? Primero, por razones de factibilidad, en tanto somos de la ciudad de Rosario y conocemos el “paño” de la “comunidad canalla”, de la misma manera en que tenemos acceso a sus hinchas, a sus actividades, a su estadio y demás. Luego, porque el campo de estudios en el que nos inscribimos, al menos en lo que a Argentina respecta, cuenta con trabajos sobre hinchas de clubes de Capital Federal (Colegiales, Huracán), de Avellaneda (Independiente), de Mar del Plata (Aldosivi), de Jujuy (Talleres de Perico, Gimnasia y Esgrima), pero aún no de Rosario, urbe futbolera y singular si las hay, como veremos en el capítulo tres. Pero fundamentalmente porque partimos de un supuesto. Un supuesto, a la par, en el que basamos una afirmación. A saber: en la etapa actual del hinchismo, posterior al programa *El Aguante*, habiéndose acortado las diferencias entre las modalidades de las hinchadas, y con éste acortamiento el de sus idiosincrasias, consideramos que, aún con sus límites, un **estudio de caso** nos permite formular generalizaciones hacia el resto de los hinchas de los clubes del fútbol argentino. Como los *hinchas activos* de Newells, el otro club de Rosario, el rival histórico de CARC, sin ir más lejos, a los que hacia principios de la investigación también incluimos en las entrevistas pautadas. Entrevistas que arrojaron testimonios de suma riqueza y que utilizamos en distintos capítulos para respaldar nuestras argumentaciones.

Lo dicho en último lugar nos da el pie para otro comentario, antes de pasar a lo que a los contenidos y la estructura del documento concierne: un comentario vinculado a los “lugares” de los que proceden nuestras argumentaciones. O, dicho de otra manera, un comentario ligado a nuestras **actividades de investigación**

En ese sentido, desde abril de 2007 hasta finales de 2010, y esto dicho sin pretender un orden cronológico, llevamos a cabo algunas de las siguientes actividades, de diversa índole, las cuales, con el tiempo, han tomado forma y se han ido materializando en el documento que aquí se introduce.

Entre otras: leer sobre la historia del deporte, y del fútbol, y del fútbol en Argentina, y del CARC¹; leer para reconstruir, problematizar, detectar continuidades y zonas de vacancia, trazar líneas y ejes temáticos, en definitiva, cartografiar el estado del campo de estudios sociales, antropológicos, comunicacionales, culturales, del fútbol y del deporte; presentar ponencias y publicar artículos vinculados a algunos de los temas de los que trata este trabajo; revisar si en internet, en congresos o en publicaciones, especializadas o no, nacionales e internacionales, surgían nuevos aportes en el campo, o nuevos jóvenes investigadores interesados en él; entablar vínculos con investigadores del mismo, o simplemente con personas convocadas por alguna de sus dimensiones, para testear hipótesis y sostener discusiones; llevar adelante un diario con vivencias personales, apuntes, ideas, notas, afecciones corporales, registros varios de investigación; establecer vínculos con *hinchas activos* del CARC - y también de Newells, en un principio-: entrevistarlos, ir a la cancha, concurrir a eventos que

¹ Unas notas breves para situar al lector que no está al tanto del Club Atlético Rosario Central. El período fundacional, aquél que se extiende desde 1889 hasta la década de 1920, en el marco del proceso local de apropiación, difusión y resignificación del fútbol, práctica arribada desde Inglaterra, y acaso el más interesante a nuestros fines, fue volcado directamente en el capítulo uno de la primera parte. Aquí solamente diremos, en consecuencia, que en 1925, tras años de peregrinar de terreno en terreno según la empresa dueña del Ferrocarril Central Argentino -que los facilitaba- fuera necesitando las tierras a medida que se agrandaba, los socios del CARC rompen formalmente con ésta y se lanzan a la gestión de la cancha propia en un nuevo terreno cedido por la Municipalidad, que con el tiempo comprarían en su totalidad, ubicado en las coordenadas de lo que hoy es su estadio actual, con capacidad para 45 mil personas, en el barrio de Arroyito, zona norte de la ciudad. Ese hecho, sumado al ingreso en el profesionalismo en 1939, marcarán, podría decirse, la historia moderna de Central. Hoy el club cuenta con 45 mil asociados, predios e instalaciones en distintos puntos de la ciudad, pero también en las ciudades de Arroyo Seco y Granadero Baigorria, aledañas a Rosario. Ostenta cuatro campeonatos nacionales de primera división (1971-1973-1980-1987) y es conocido a nivel internacional no sólo por su rivalidad con Newell's sino también por sus hinchas ilustres (con Roberto Fontanarrosa, Alberto Olmedo y Ernesto Guevara a la cabeza), por los futbolistas de renombre que ha dado al mundo y por contar con una masa de seguidores muy particular.

los tuvieran como protagonistas (festejos, rituales, aniversarios, actos, celebraciones), asistir a reuniones de los grupos en los que participaran; mantener comunicaciones y contactos informales con algunos de ellos, nuestros informantes-clave; ver el programa de TV *Rosario de Central*; leer y archivar diariamente testimonios publicados en el sitio www.canalla.com; leer cadenas de *e-mails* de hinchas de CARC; revisar blogs y videos de hinchas en *youtube*; recuperar emisiones del programa *El Aguante*; recopilar inventarios de canciones de cancha; reconstruir coberturas de la prensa sobre algunos hechos puntuales analizados; ir a fuentes que nos permitieran reconstruir la historia del fútbol en relación con la TV en Argentina; recurrir a estadísticas acerca de las muertes de hinchas en la historia del fútbol argentino; repasar experiencias estatales y no-gubernamentales de intervención sobre el fenómeno de las prácticas violentas, en distintos países, en torno del espectáculo futbolístico...

En cuanto a las páginas del documento que continúa, caben algunas **aclaraciones** tipográficas: por ejemplo, toda vez que, al interior de una cita directa o indirecta se abre un corchete o se destacan palabras y frases en negrita, tal acción gráfica corre por nuestra cuenta. Fuera de ello, el resto de los recursos estilísticos aparecidos al interior de éstas (comillas internas, cursivas, mayúsculas...), corresponden a la edición original de los respectivos autores, ediciones que al reproducir en absoluto hemos alterado. Adoptamos el mismo criterio de uso de corchetes y negritas para con los fragmentos de entrevistas a hinchas, sus comentarios tomados de la web o sus testimonios.

Y caben, también, otras aclaraciones; una de ellas reside en la inexistencia de un apartado metodológico propiamente dicho. Si bien podría decirse que en parte el *Apéndice a la Introducción* funciona como tal, las consideraciones de orden metodológico han sido plasmadas –en acto”, esto es, encarnadas en el vaivén de los distintos apartados y capítulos del texto a medida que éstos lo van exigiendo, y no aisladas y en abstracto. Es el caso de las fundamentaciones acerca del uso inicial de la entrevista en profundidad como herramienta y su posterior abandono, por ejemplo, que figura en el Apéndice aludido pero que va retornando en el transcurso de los capítulos tres, cuatro y cinco a la luz del relato y la descripción de distintas experiencias en el trabajo de campo con los hinchas. Lo mismo para el

caso de otras decisiones metodológicas. Sin ir más lejos, la decisión de no utilizar más el término *violencia*, optando, en su lugar, y debido a las que consideramos seis razones (ver 5.3 del capítulo cinco), por la utilización de *ambientes de violencia* (ADV).

Y aquí radica una segunda aclaración, precisamente, puesto que si bien partimos de esa decisión tomada, privilegiando efectos de contundencia argumentativa, no es sino hasta el mencionado apartado del capítulo cinco que la hacemos explícita. Hasta entonces, y porque por entonces el texto aún no lo exige, podrá advertirse que usamos provisoriamente “*violencia*” en sentido lato y demorando cualquier tipo de definición.

Finalmente, y en base a las mismas preferencias relativas al apartado metodológico, tampoco podrá encontrarse un apartado exclusivamente dedicado al estado del arte de los estudios sobre violencia. Funcionan como tales los puntos 2.2 y 5.1 de los capítulos dos y cinco respectivamente, pero lo cierto es que dichos estudios van apareciendo al entrar en diálogo permanente con los planteos que a cada paso vamos haciendo en el transcurso del documento.

Un documento que estructuramos, justamente, en diálogo abierto y creciente con el problema-violencia, volviendo una y otra vez al mismo, rodeándolo, asediándolo desde distintos frentes. Con esa perspectiva, y queriendo dar forma a verdaderos círculos concéntricos, refirámonos brevemente a los capítulos de la tesis propiamente dichos. Y si decimos “*propiamente dichos*” es porque entre la presente introducción y éstos proponemos dos textos. En el primero de ellos, mezcla de glosario de términos y de espacio de reflexión metodológica, indispensable para entender de qué hablamos cuando hablamos de *hinchas activos*, *bandas*, *aguante-enfrentamiento* o *aguante-fiesta*, por ejemplo (y de ahí que recomendamos sea lo primero en ser leído), nos explayamos largamente al respecto de tipos de hinchas y tipos de *aguante*. En el otro, situamos algunos antecedentes históricos de lo que hoy se conoce como fútbol e introducimos elementos de la sociología del deporte de Elías, perspectiva de análisis que los sociólogos, antropólogos, historiadores y comunicólogos del fútbol coinciden en reconocer como pionera y fundante en la materia.

Ahora sí, los capítulos.

El **capítulo uno**, entrada histórica al tema, está configurado en función de una pregunta: ¿qué elementos contienen ya las primeras dos décadas del siglo XX, décadas de apropiación de la inglesa práctica del fútbol en Argentina, para pensar el problema-violencia? Así, en la reconstrucción histórica, relevamos los elementos que aparecen a lo largo de nuestras páginas, de una u otra manera, cada vez que rodeamos nuestro objeto. Entre ellos: la identidad, la hombría, la honorabilidad, la exhibición ante la mirada alterna, la construcción de otredad, y fundamentalmente los medios.

El **capítulo dos**, por su parte, y como decíamos, funciona como estado del arte de una serie de tópicos. Tal es así que en el mismo afirmamos: que así como existe una clave sociológica y otra etnográfica de cartografiar el campo de las investigaciones, trabajos y estudios sobre deporte-fútbol, existe una clave comunicacional que nos permite situar zonas de vacancia Y que la misma nos interesa, entre otras cosas, porque varias de esas zonas habilitan preguntas que guardan íntima relación con el problema de la producción de *ambientes de violencia* y sus actores (periodistas, relatores, futbolistas, televisadores, etcétera.). Sobre el final de este capítulo, por otro lado, nos detenemos y profundizamos puntualmente en una serie de investigaciones, trabajos y estudios del campo que plantean elementos de análisis que a nuestra investigación particularmente convocan, como la *cultura del honor* (Moreira, op cit.), la identidad de género, la identidad territorial, la lógica de bandos y el *capital-violencia* (Garriga, op cit.), en tanto son constitutivos de la producción de ADVs.

En cuanto al **capítulo tres**, comenzamos proponiendo algunos indicadores que nos posibilitarían leer en Rosario a una ciudad futbolera singular. Luego nos sumergimos en variaciones en torno de la rivalidad Newells-Central, y en las diversas implicancias derivadas de la imposibilidad de dirimirla, empezando por el hecho de que los hinchas ingresan en una dialéctica exhibición / mirada del otro destinada a impresionar a los terceros legitimados por ellos para sancionar la grandeza de un club sobre el otro (los periodistas deportivos), deviniendo sujetos de una especie de panóptico constante, a la vez que agentes difusores de imágenes y relatos-impresión. En dicha dialéctica encontramos el antecedente o la condición de posibilidad sobre la que se asienta, mediatización televisiva de por medio (ver capítulo siete), lo que designamos como ética del *aguante-fiesta*.

Enseguida, pasamos a otra de las implicancias de la carrera siempre irresoluble por la grandeza. La misma tiene que ver con una puja por establecer cuál de los dos clubes es más popular. Entonces, nos preguntamos por los significados de lo popular en el contexto de la enunciación futbolera, y en esa línea, si el “lo popular” futbolero remite a “lo subalterno” o a “lo masivo”. Nos preguntamos, además, y principalmente, si ese *popular* se sostiene más allá de sus aspectos enrostrables, noticiables y espectacularizables, es decir, más allá de su destino de imagen-relato-impresión, en suma, de sus aspectos capitalizables. Así, entramos en detalle en el caso de CARC y concluimos en que un “lo popular” sostenible más allá de eso tendrá necesariamente que ver con nuevas imágenes de la política, de la participación, de la institucionalidad, ligadas a un nuevo modelo de club que aloje las prácticas solidarias, comunitarias y autogestivas de una serie de *hinchas activas*. Y planteamos que, de la intensa vida social de los hinchas de CARC, por su potencial para intervenir tanto directa como indirectamente sobre el problema de la violencia, esas son las prácticas que especialmente nos interesan.

Finalmente, enumeramos *prácticas de sociabilidad* (PDS) de los *hinchas activos*; asimismo, algunas de sus posiciones de enunciación en base a un trabajo de relevamiento en canalla.com. Y, acaso como otra de las implicancias mencionadas, observamos cómo tanto a las PDS como a las posiciones de enunciación propias del canallismo como tipo de discurso dentro del hinchismo y del hinchismo institucionalizado, subyacen la aludida lógica del *aguante-fiesta* o *aguante-presencia*.

El **capítulo cuatro** puede ser pensado en dos grandes bloques. Uno de ellos presenta distintos caminos para responder a una misma pregunta. La pregunta acerca de por qué los hinchas, activos como son, no se involucran en la vida institucional de su club. En ese sentido, sostenemos que ello obedece, por un lado, a una posición de enunciación: el *sentimentalismo*. Y por el otro, a una práctica (práctica que, dicho nuevamente, subyace como trasfondo de la mayoría de las posiciones de enunciación relevadas): *el aguante-fiesta* o *el aguante-presencia*. Argumentamos que, en parte, los por qué se deben a ambas y a las encerronas y dilemas que suscitan en el hincha. Y si decimos “en parte” es debido a que otro de los “por qué” nos lo da el pasar revista a la noción de *ritual* a la luz de la experiencia de campo con los hinchas de CARC.

El restante gran bloque del capítulo aborda un caso en los que sí se da algún tipo de involucramiento, tal el de los integrantes jóvenes de un grupo de cuyas actividades estuvimos participando. En el marco de la aproximación al mismo, consideramos que la potencia de sus acciones, conversaciones e intervenciones está ligada, en buena medida, a su capacidad para hacerse de una temporalidad y de una voz propias que pongan en suspenso tanto a algunos de los procedimientos discursivos del *hinchismo* y del *hinchismo institucionalizado*, como así también en suspenso a la enunciación y la *subjetividad mediático-mercantil*, concepto central que trabajamos. La evaluación de la potencia en cuestión nos da el pie, por último, para analizar, con Virno (2005), los contextos discursivos con los cuales interactúan y dialogan los hinchas (género periodístico-deportivo; género-cancha de fútbol), y para manifestar, como producto de ese análisis, que el fútbol es el territorio del *performativo absoluto*.

El **capítulo cinco** está estructurado alrededor de una serie de actividades: de entrada hacemos un rápido mapeo de las investigaciones europeas existentes sobre el tema, en diálogo con las sudamericanas, y fundamentalmente con las argentinas. Posteriormente sistematizamos y enumeramos todos aquellos factores que para nosotros contribuyen en la generación de ADV en torno del espectáculo futbolístico; en tercer lugar, proponemos seis razones para hacer a un lado el término *violencia* a la hora de abordar la problemática que nos convoca, adoptando definitivamente, de allí en más, *ambientes de violencia*; al respecto manifestamos que dicha mudanza terminológica contribuye, entre otras cosas, a correr el eje de la represión a la prevención como modalidad de intervención sobre el problema. Después, en el apartado “fútbol y muerte, y lo que nos permite leer esta relación”, damos cuenta de dos muy sugerentes trabajos estadísticos sobre muertos relacionados al fútbol en Argentina, como el trabajo de Alabarces (2004) y el de los integrantes del Departamento de Investigaciones de Salvemos al Fútbol. Por último, dialogamos con propuestas de acción e intervención y prevención de especialistas locales en la materia, así como con exitosas experiencias inglesas y colombianas al respecto, encontrándose el lector, sobre el final, con que dicho diálogo arroja algunas preguntas y algunas conclusiones, especialmente relativas a las dimensiones del cambio que dependen exclusivamente de los hinchas.

El propósito del **capítulo seis**, en tanto, es doble: por un lado, y a partir del breve análisis de la cobertura de un caso -a la que tomamos como estándar y por ende pasible de ser generalizada a coberturas de acontecimientos similares-, los incidentes protagonizados por hinchas de Newells en la ciudad el 4 de mayo de 2009, mostrar cómo, lejos del mapa de factores constitutivos desplegado en el capítulo anterior, la misma no hace sino caer en reduccionismos irresponsables, en automatismos y en compendios de lugares comunes estigmatizantes. Por el otro, y siempre a partir del mismo caso, mostrar en pleno funcionamiento parte del *dispositivo de la enunciación canalla*.

Los contenidos del **capítulo siete**, ya llegando al final del documento, y si bien intercalados con cuestiones de orden bien teórica sobre *tecnologías, medios y mediatizaciones*, con disquisiciones sobre lo *televisivo* y la *televisión*, así como con una caracterización del actual sistema de medios desde una perspectiva semiótica, tienen por objeto alcanzar el objetivo principal y la hipótesis de la tesis más arriba referidos. En función de ello, en sus páginas podrán encontrarse apartados dedicados a: una historia de la relación fútbol-TV en el país, y de sus derivas e implicancias, con especial detenimiento en el que, desde el punto de vista de nuestro argumento, consideramos uno de los puntos de inflexión: el programa *Fútbol de Primera*; un abordaje descriptivo-analítico de base sociosemiótica del programa *El Aguante*; y al análisis de distintos *indicios en recepción* de la incidencia del mismo en las prácticas de los hinchas, leídos en diversas textualidades, pero trabajados con particular énfasis en los *cantitos*.

Para terminar, y porque ~~no~~ solo de fútbol vive el hombre”, como suele decirse, **¿qué otras tesis es esta tesis?**

Las respuestas quedarán supeditadas, desde ya, a la impresión de sus evaluadores y lectores, por lo que el interrogante deberá quedar abierto. No obstante, y como ya a esta altura del texto puede inferirse, quisiéramos poder decir que, desde nuestra óptica, esta tesis intenta o se propone ser, también, algunas de las tensiones que la atraviesan. O, dicho de otra manera, las líneas que recorren transversalmente sus páginas y la tensan. El siempre problemático vínculo entre *producción* y *reconocimiento* (Verón, 1987), más en el tapete que

nunca en días de conflicto *Clarín*-Gobierno, constituye una de ellas: cuál es, y de qué tipo, el alcance de los “efectos” de los medios en las sociedades y en las personas. La pregunta por el funcionamiento de la producción social del sentido acerca de determinados temas de relevancia pública, en épocas de un lazo social fuerte y complejamente mediatizado -en tanto en las mediatizaciones contemporáneas convergen y se articulan diferentes niveles de semiotización-, constituye otra de esas tensiones. Una tercera, como podrá notarse, orbita alrededor de lo que llamamos “implicancias políticas de las maneras de hablar”, de decir, de nombrar, nuevamente, de tratar temas, en tiempos de *subjetividad mediático-mercantil* (Ver 4.1 del capítulo cuatro).

Por todo lo dicho, creemos que una tesis sobre “violencia en el fútbol” no es solamente una tesis sobre “violencia en el fútbol”.

APÉNDICE A LA INTRODUCCIÓN

Sobre tipos de hinchas y sobre tipos de aguantes; entre el glosario de términos y la reflexión metodológica

El propósito de este apéndice es explicitar algunas decisiones metodológicas, así como aclarar algunos de los principales términos que, por su centralidad, se repetirán en el transcurso de este documento.

Especialmente dos series de términos. Por un lado, aquellos que tienen que ver con las maneras de nombrar a los hinchas del fútbol argentino. Por otro, variaciones sobre el aguante, el principio ordenador, el valor a reivindicar, el capital en disputa, la práctica articuladora, en suma, la palabra que, como si fuera una sombra espectral, operará, acompañará y se asomará tras gran parte de todo lo que vayamos diciendo.

Para alcanzar nuestra meta, nada mejor que hacerlo pasando revista a los que consideramos, a partir de la propia experiencia, dos problemas de las clasificaciones en investigaciones sobre hinchas del fútbol argentino. Y así, nos vamos familiarizando con autores, antecedentes de investigación, prácticas de hinchas del fútbol argentino, etcétera, adelantándonos de a poco a lo que vendrá luego.

Abrimos puntualmente este apéndice aclaratorio para desplegar cuestiones pudiendo contar con un espacio en sí mismo, cuya extensión excede al formato de la introducción, que es el lugar en el que debería hacerse.

1. Dos problemas de las clasificaciones en investigaciones sobre hinchas del fútbol argentino

Como es sabido, el universo de hinchas del fútbol argentino no constituye una masa ni uniforme ni homogénea. Y no lo decimos pensando tanto en las distintas edades y extracciones socioeconómicas de los aficionados como en sus prácticas.

Tan es así que en algunas publicaciones nacionales encontramos que se divide y clasifica a dicho universo de hinchas utilizando diversos nombres: *hinchada*,

espectadores, simpatizantes, hinchas militantes, hinchas comunes, pibes, banda, barra.

Antes de indagar en estos nombres, y en los que para nosotros son dos de sus problemas, una observación sobre las variables en las que, entendemos, se sustentan estas diferentes tipificaciones.

Pasando revista a una serie de trabajos (Alabarces, 2004; Ferreiro y Fernández, 2005; Moreira, 2005; Salerno, 2005; Garriga y Moreira, 2006; Garriga y Salerno, 2008; Moreira, 2008) identificamos que a los hinchas argentinos se los suele clasificar según:

- La frecuencia con la que asisten a los partidos disputados por su equipo: ¿van siempre a la cancha? ¿Van a todos lados? ¿Asisten solo de local? ¿Asisten solo de local y únicamente cuando el equipo atraviesa una buena racha?
- Su ubicación en el estadio: ¿se ubican en el sector platea o en el sector popular? ¿En qué parte de la platea? ¿En qué sitio de la popular?
- Sus conductas, prácticas y acciones durante un partido: ¿solamente ven el partido, como quien asiste a la contemplación pasiva de un espectáculo, desentendiéndose del aliento al equipo? ¿Solamente alientan, desentendiéndose del devenir del partido? ¿Hacen ambas cosas?
- Los sentidos que atribuyen al aguante: ¿se trata de sentidos prácticos o de sentidos lúdicos y simbólicos?
- El tipo de posesión de aguante que ostentan: en conexión con el punto anterior, ¿poseen un aguante entendido en términos simbólicos y lúdicos o en términos prácticos? Es decir, y respectivamente, ¿un aguante que se prueba poniendo el cuerpo estoica y festivamente al servicio del apoyo y el aliento en la adversidad, o un aguante que se prueba así, pero fundamentalmente en el enfrentamiento físico con los hinchas rivales?

Aquí hay una primera cuestión sobre la que detenernos: ¿de qué hablamos cuando hablamos de aguante? ¿Habrá dos tipos de aguante? Continuemos con el hilo de la presentación y al final lo respondemos.

- El tipo de vínculo o contrato que tramitan con el club: ¿se trata de un contrato pasional-emocional-sentimental con inversiones desinteresadas de tiempo, energía y dinero, dando “sin esperar nada a cambio” (Moreira, 2008), o se trata de algún contrato de tipo económico-instrumental redundante en la obtención de beneficios (entradas y micros gratis, dinero, etcétera)?
- De dónde extraen recursos para costearse entradas y viajes: si éstos provienen de iniciativas autogestionarias, como rifas y colectas, o si provienen de apoyos y prebendas dirigenciales.
- El grado de inversión (energética, monetaria, laboral) en asuntos del club: ¿se trata de una inversión puntual, un domingo cada tanto yendo a la cancha? ¿O de una inversión que excede a los partidos, consistente en presencias entre semanas para intervenir en asuntos institucionales del club, en prácticas organizativas de cara a un partido -conseguir recursos para viajar, conseguir globos y pirotecnia para alentar-, en eventos festivos y rituales, en prácticas folklóricas en general, etcétera?
- Sus características visuales: si se pintan la cara, si van con camisetas, si llevan banderas, etc.
- Su grado de organización
- Si tienen o no relación con los dirigentes del club, y de qué tipo de relación se trata.

Moreira, alrededor de este punto, realizó un trabajo etnográfico en ocasión de los festejos organizados por hinchas del Club Atlético Independiente de Avellaneda para conmemorar el aniversario número 100 del nacimiento de la institución. Concretamente, observó las disputas entre *hinchas comunes*, autodenominados Grupo Centenario, o caravanistas, con *barras* y *dirigentes* en

torno de la preparación de una caravana por la ciudad de Buenos Aires en el marco de los festejos de cumpleaños. Mejor dicho, antes que en torno de la preparación, en torno de sus criterios y significados. Los siguientes fragmentos son interesantes en tanto dan cuenta de cómo los *hinchas comunes* perciben a los *dirigentes* y conciben a la política, un poco lo que plantea esta variable:

Separar la dimensión festiva de la política fue un aspecto que caracterizó al Grupo Centenario. La mayor parte de sus integrantes creía que la política de los dirigentes y de aquellos que aspiraban a obtener cargos en el club estaba signada por la búsqueda del interés personal, más que por la del beneficio de la entidad, los socios y los hinchas. La política estaba asociada al robo y a la corrupción [...] El uso que los caravanistas hacían del término hincha se fundaba en los valores que para ellos esta figura concentraba: la lealtad, la fidelidad, el amor, el sentimiento verdadero e incondicional sentidos hacia el club, los cuales se confirmaban en múltiples sacrificios ofrecidos en su nombre [...] La concepción generalizada entre los caravanistas era que cuando una persona, transitando por el camino de la política, accedía a un cargo directivo perdía, en la consagración, los atributos constitutivos del hincha (2008: 118-120).

VARIABLES A LAS QUE PODRÍAMOS SUMAR:

- Si son o no son socios de la institución. Nuestra investigación con hinchas de Rosario Central (CARC) ha revelado la importancia que, desde su perspectiva, a la hora de distinguir entre quiénes son verdaderos hinchas y quiénes no, tiene esta variación (a tal punto que el medio partidario virtual www.canalla.com, el más visitado entre los hinchas de Rosario Central, quienes, entre otras cosas, además de leer noticias referidas a la actualidad del club también tienen la posibilidad de escribir notas o dejar comentarios a las notas de los otros, sugiere que para opinar la persona deba ser preferentemente socio de la institución).
- Los grados y modalidades de participación en la producción del nosotros-hincha, una producción sustentada en un cúmulo de atributos, y a la que empezaremos a referirnos en el capítulo tres.

En definitiva, según cada uno de estos puntos el universo de hinchas del fútbol argentino se dividiría en, nuevamente, *hinchada*, *espectadores*, *simpatizantes*, *hinchas militantes*, *hinchas comunes*, *pibes*, *banda*, *barra*... que, insistimos, no son sino tipos ideales. Abstracciones que en ningún caso pretenden perder de vista el carácter relacional, procesual, móvil e inmanente a una situación de las clasificaciones.

Por ejemplo, en el trabajo citado sobre los festejos de los hinchas de Independiente, la autora nos muestra cómo, para definirse en relación a los dirigentes, los hinchas se nombran como *hinchas*, mientras que para definirse en relación a los *barras*, estos mismos hinchas se auto-mencionan como *hinchas comunes*. En tanto, si tuvieran que definirse en relación a la violencia, podríamos añadir, se definirían como *no-violentos*, tal como nos encargaremos de mostrar a medida que la tesis avance.

Desglosado el punteo, y hechas las observaciones, veamos cuáles son los problemas que nos presenta el trabajo con dichas categorizaciones.

a) Primer problema: problema terminológico

Nos preguntamos: ¿cuáles de esas categorías son nativas? ¿Cuáles son mediáticas? ¿Cuáles encierran prejuicios o supuestos estigmatizantes?

Empecemos por “*barras*” y digamos que no es una categoría nativa. Es decir, los hinchas a los que se agrupa bajo esta denominación no se llaman a sí mismos “*barras*”. Por el contrario, y justamente porque “*barras*” es un término mediático, no nativo, y claramente estigmatizante, se reconocen como “*la hinchada*”.

Ahora bien, llamar a estos hinchas como “*la hinchada*” nos presenta una dificultad, puesto que para el sentido común futbolero nacional “*la hinchada*” designa al genérico de los hinchas de un club, y no a un sector particular. Así, se habla de “*la hinchada de San Lorenzo*”, por ejemplo, en alusión al colectivo o al universo de hinchas de San Lorenzo. Cuando se escucha “*La hinchada de San Lorenzo es muy numerosa*” o “*San Lorenzo tiene mucha hinchada*”, allí, “*hinchada*” no está utilizado como sinónimo de “*barra*”.

En síntesis: ~~“barrabrava”~~ no es un término nativo sino mediático, como arroja, por otra parte, un trabajo de Conde (2005) que, historizando las maneras en que la prensa gráfica a lo largo de la historia fue nombrando a los hinchas, sitúa su génesis en la década de 1980. Por lo que, atentos a la vigilancia epistemológica de toda aproximación que se pretenda validamente científica, no habría de usarse. Pero ocurre que el término nativo apropiado tampoco podría utilizarse porque debido a sus ambigüedades se presta a confusión.

Pasemos ahora al grupo que a los ojos de nuestra propia investigación más nos interesa: *hinchas militantes*. Interés cuyos por qué se irán viendo a partir del capítulo tres.

Siguiendo algunos de los puntos arriba señalados, los hinchas militantes (en adelante HM) son aquellos hinchas activos que, relativamente organizados o no, por lo general siguen al club a todas partes cualquiera sea la distancia a recorrer o la ubicación en la tabla de posiciones, haciéndolo de manera independiente y autogestionada; aquellos que entablan con el club un contrato de tipo emocional según el cual invierten su tiempo y su trabajo desinteresadamente; aquellos para quienes, según su escala imaginaria de valores, los mejores hinchas son, no solamente los que más se entregan e invierten, sino aquellos que más festivamente alientan en las buenas y en las malas, de visitante o de local, etcétera. Y esa, esa, a modo de adelanto, es su asepción de ~~“aguante”~~. Es decir, una asepción vinculada esencialmente al fervor, a la fidelidad y a la abnegación, y no necesariamente al enfrentamiento corporal (asepción de ~~“aguante”~~ para los *barras*) no al menos como rasgo distintivo o límite de inclusión, tal como ocurre con aquellos.

A propósito de este diferencial, citamos dos trabajos.

Uno, de Moreira:

Los actores mencionan al menos dos dimensiones de esta categoría. En primera instancia, los hinchas hablan de un aguante vinculado directamente con el aliento [...] Un aguante que es compartido, tanto por los hinchas militantes como por algunos miembros de la hinchada, y que refiere al compromiso y a la fidelidad de los que están incondicionalmente presentes [...] En segunda instancia, el aguante se vincula al arrojo de la persona que va al frente, que tiene huevos, en una situación de conflicto y riesgo, como la que sucede en los combates. [...] La segunda modalidad del aguante

funciona como propiedad diferenciadora [...] El aguante físico es el signo de distinción que marca el límite entre los simpatizantes del mismo cuadro de fútbol (2005: 81).

El otro, de Garriga y Salerno:

En el ámbito del fútbol encontramos dos conceptos de aguante. La diferencia radica en la importancia atribuida a las peleas, a ~~–ds~~ combates”. Mientras algunos espectadores, los denominados hinchas militantes, llaman aguante al fervor y a la fidelidad por el club, los ~~–pibes~~” de la hinchada lo vinculan solo al enfrentamiento corporal [...] Por eso, ~~–ir~~ a todos lados” y alentar siempre son particularidades relevantes en la conformación de una comunidad de valores, pero tienen un lugar secundario en la conformación de un límite de inclusión. El aguante es la característica específica que distingue a ~~–os~~ pibes” [la barra] del resto de los espectadores (2008: 71)².

En suma, se trata de hinchas que, precisamente a raíz de los diferenciales apuntados, no son ni ~~–barras~~” ni ~~–espectadores~~”, lo cual nos lleva a pensar que está todo bien, pero no, no todo es tan fácil como parece. En este caso el problema es más complejo. Veamos.

En primer lugar, HM tampoco es un término nativo sino proveniente de la empiria etnográfica; concretamente Archetti fue el primero en utilizarlo³. Lejos de ello, estos hinchas hablan de sí mismos como ~~–hinchas comunes~~”, ~~–fanáticos~~” o ~~–enfermos~~”.

Sin embargo, y contradiciendo a la mismísima vigilancia epistemológica de la que hablábamos, hay algo de interesante en este nombre, que nos llevaría a la decisión de mantenerlo. Y es lo siguiente: HM es el único término positivo hoy por hoy existente para nombrar y darle entidad a los no-barras. De otro modo, serían apenas definidos por la negativa. Negatividad que en nada contribuye a

² A menos que aclaremos lo contrario, los resaltados y entrecomillados de palabras de las citas directas corresponden siempre a los autores de los respectivos textos. Mantenemos a lo largo de todo el documento dicho criterio.

³ En una de las definiciones posibles que aparecen en la bibliografía existente, elaborada a partir del caso del Club Atlético Huracán, los ya mencionados Garriga y Salerno sostienen, acerca de estos hinchas, genealogía del término de por medio: ~~–Con hinchas militantes, término acuñado por Archetti (1985) nos referimos a espectadores involucrados fuertemente con su club, que organizados en grupos (en subcomisiones del hincha o diferentes agrupaciones) o de forma individual participan activamente en las dimensiones festivas que acontecen en las tribunas. Estos espectadores hacen gala de su fidelidad y su fervor, al igual que la hinchada, pero a diferencia de ellos raras veces participan de enfrentamientos físicos. Es más, tienen una postura resuelta ¿explícita? en contra de la violencia (op cit: 71)”.~~

quitarle efectos de centralidad a los “barrabravas” a la hora de abordar el problema de la violencia; efectos de centralidad que leemos no solamente en el sentido común futbolero y en las coberturas de los medios (ver capítulo seis) sino además, como una especie de efecto no deseado, en las investigaciones académicas y en los trabajos del periodismo de investigación.

El asunto es complejo y requeriría de un tratamiento *ad-hoc* en otro lugar. Sin embargo, así y todo podemos detenernos un instante y decir algo, aunque sea a groso modo, al respecto de estos efectos colaterales de centralidad en investigaciones periodísticas y académicas.

Nos referimos a publicaciones que, con la más valorable de las intenciones por supuesto (de allí lo de “no-deseado”), al postular como objeto de investigación casi siempre a hinchas ligados a las *barras*, a sus aspectos delictivos y negociados (Romero, 1986; Veiga, 1998; Grabia, 2009), y a los sentidos que subyacen a sus prácticas violentas (Garriga, op cit; Moreira, op cit), pero dejando en segundo plano la pregunta por las relaciones de éstos con los otros actores-hinchas que vuelven posible (de distintas maneras) esos negocios tanto como esas prácticas, cuando no directamente las legitiman, generan un efecto de lectura según el cual el problema pareciera circunscribirse al accionar de aquellas. Y para eso, ya vasta y sobra con la cobertura de los medios; o con la legislación y las políticas de seguridad existentes en materia de espectáculos deportivos en Argentina (ver apartado 5.6 del capítulo cinco).

¿Por qué se suele dejar de lado esa pregunta? Conjeturamos dos razones: en cuanto a las investigaciones académicas, quizás tenga que ver con los resabios de una tradición en ciencias sociales según la cual el objeto de estudio es por lo general algo relacionado con el mundo de lo subalterno. Desde ese punto de vista, no es de extrañar que en los congresos o en las publicaciones científicas existan en mayor medida ponencias y artículos sobre nuevos pobres, sobre *chicos de la calle*, sobre hinchas ligados a barras, y no tanto referidas a nuevos ricos, jóvenes empresarios o hinchas comunes de clase media. En cuanto a las investigaciones periodísticas, acaso obedezca a la vigencia de una modalidad crítica del periodismo basada principalmente en la denuncia.

Pero sigamos con los vaivenes que nos depara el término en cuestión: HM. Hasta ahora tenemos que, aún no siendo un término nativo, podríamos mantenerlo en tanto y en cuanto es el único que nos permite sortear los mencionados efectos de centralidad. Pero ojo, porque aún así, simultáneamente el término presenta otra dificultad. Y esa dificultad radica en que da lugar a equívocos, si tenemos en cuenta que el adjetivo “~~h~~inchantante” remite inmediatamente al campo semántico de la política, por lo cual suele creerse que se trata solamente de hinchas que participan en las filas de las facciones que se disputan la conducción de un club, cuando en realidad, ya lo vimos en Moreira, nada más condenable, para ellos, que eso.

En definitiva: de ahora en adelante nos referiremos al grupo de la barra o hinchada como *la banda*, palabra también nativa y de uso extendido entre los hinchas. Y a los *hinchas militantes* los denominaremos *hinchas activos*. Decisiones que se sustentan fundamentalmente en la búsqueda de reducción de ambigüedades.

En cuanto a éste término (“~~h~~inchantante”), por último, si bien no lo tomamos exactamente de ahí, pudimos encontrarlo en entrevista realizada a hincha activo, precisamente, de Newells:

Yo creo que hay dos formas de ser hincha de Newells: activo y pasivo. El pasivo es aquél para el que Newells son 90 minutos cada 15 días. O sea, juega Newells de local, va a la cancha, putea, se emociona, llora, grita, alienta, termina el partido, a casa, chau. Ese es el pasivo. Y el activo es aquél que tiene un compromiso, no con el club sino con la historia del club, con los sueños de Isaac, aquél que no se va a quedar quieto, que no va a dejar que le roben el club, aquél que Newells juega en Japón y va hasta Japón [...] Entonces yo me considero un activo, porque a mí no me gusta quedarme quieto, ya te digo, lo que no me provocó ni una Universidad, ni una Facultad, ni los trabajos ni nada, me lo provoca Newells, entonces, vos me decís, “a las ocho de la mañana nos encontramos” y yo te dejo plantado capaz, pero vos me decís “a las ocho de la mañana juega Newells” y yo a las cuatro de la mañana ya estoy despierto. Entonces eso que no me genera nadie, ni un amigo, ni un familiar, me lo genera todo Newells, las emociones, todo me lo genera Newells. Así que bueno, para mí esas son las

dos formas de hincha de Newells y creo que de cualquier club (Entrevista 10/07/2007).

b) Segundo problema: problema metodológico

Toda *banda* es un grupo organizado. Toda banda posee estrictas reglas de inclusión y permanencia, por lo cual no cualquiera es miembro (Ver acerca de la estructura, de los modos de funcionamiento y estratificación, así como de los límites y normas de inclusión, nuevamente, Moreira 2005 y Garriga 2007). Por su ubicación, las bandas son espacial y visualmente identificables en la cancha. Por último, variando según la importancia y el arraigo popular del club del que se trate, una banda puede estar compuesta hasta por unas mil personas.

Nada de esto sucede con los *hinchas militantes*, o mejor dicho, con nuestros *hinchas activos* (HA), que no siempre están organizados, que no siempre son fácilmente visualizables en el estadio, y que andan desperdigados de a miles y miles por toda una ciudad. De allí que un trabajo empírico con este tipo de hinchas tenga que sortear algunas dificultades de cara a su operacionalización. ¿Qué hacer?

Una opción sería realizar una muestra probabilística con técnica de muestreo al azar simple de entre la nómina de asociados a un club, en nuestro caso Rosario Central. Pero desde nuestra óptica ser socio no lo vuelve a un hincha necesariamente activo. De modo que optamos por trabajar con HA “formales”, esto es, que formen parte de grupos reconocidos al interior de la *comunidad canalla*.

Una acotación, antes de continuar, a título de variaciones sobre la factibilidad de las investigaciones, lo que constituiría, también, todo un tema para otro lugar. A saber:

Lejos de lo que ocurre en los abordajes que tienen por objeto a integrantes de *bandas*, en las que, desde su imaginario, el investigador es en un primer momento situado en la serie policía-infiltrado-buchón-periodista-extractor de información, lo cual dificulta su acceso⁴, los *hinchas activos* son personas que todo el tiempo

⁴ Garriga, de hecho, narra su experiencia con la banda de Huracán: —Fue difícil acercarse a los integrantes de la hinchada, ganar su confianza, crear un *raport* que genere seguridad y que les

quieren hablar. Y no solamente porque Central, por ejemplo, constituya en muchos casos su principal ocupación y tema de conversación, o porque el fútbol sea eso de lo que en Argentina todo el mundo habla o quiere hablar, sino también por dos razones:

- Porque al contrario de la invisibilidad que necesitan los miembros de las *bandas* para seguir desarrollando sus actividades sin sobresaltos, los HA, insertos en redes en las que se disputan prestigio, protagonismo, reconocimientos, lugares y capitales simbólicos varios, legitiman sus posiciones acumulando visibilidad, apareciendo, figurando, hablando (ver en el capítulo 3).
- Y porque en toda relación entre pares antagónicos, como es en Rosario la de la rivalidad entre Newells y CARC, se invoca a un tercero excluido o extranjero que vendría a dirimir la superioridad o la grandeza de uno sobre el otro. Para los hinchas, ese lugar es generalmente ocupado por “los porteños”, “los medios” o “el periodismo”, y por todo aquello que entre en esa serie, incluidos los investigadores, que quedaríamos asociados a los periodistas. Desde su perspectiva “evangelizadora”, la puja por la grandeza más se gana cuanto más se le cuenta y se le habla a los terceros sobre lo que es Central, lo que representa, lo que significa, lo que mueve, etcétera (para un mayor desarrollo de esta idea, ver apartado 3.2 del capítulo tres), favoreciéndose así las condiciones de factibilidad (aunque entrando en crisis, a su vez, herramientas metodológicas como la entrevista, a lo que haremos mención, también, en los capítulos tres y cuatro).

Para ir cerrando, Conde (2005) manifiesta algo que bien puede ser utilizado como remate para cerrar la exposición de estos dos problemas, aunque dejando abierta la discusión. Dando cuenta de una epistemología constructivista del lenguaje, la autora reflexiona a partir de los cambios en las maneras de representar y nombrar de los hinchas por parte de la prensa gráfica en el tiempo. En esa línea,

permite hablar y actuar sin temor. Varios hinchas, cuando entraron en confianza, me reconocieron que en los inicios de mi trabajo creyeron que podía ser un policía (2007: 35)”.

apunta que –si las palabras cambian, los cambios no son nunca aleatorios. Responden a disputas (invisibles y la mayoría de las veces sin contrincantes definidos) en el plano de los símbolos” (*op cit.*: 21). Y agrega.

La prensa dio cuenta del hecho deportivo desde finales del siglo XIX. Y esta acción le valió la posibilidad de ir atribuyendo y reproduciendo nombres y, con ellos, características, idiosincrasias, modos de ser de quienes participaban de ese acontecimiento. Esto resulta relevante si se piensa que el acto de nombrar nunca es inocuo, especialmente cuando se confunde con el acto de categorizar (*ibidem*).

Esto significa, entre otras cosas, que tranquilamente podríamos hablar de un tercer problema, aunque deberíamos decir que, más que un tercer problema, se trata del problema fundante, el que abarca y contiene a los otros dos. Nos referimos al problema epistemológico. Una tensión presente en cualquier tipo de investigación, y más aún en las de quienes trabajamos fenómenos ligados a la producción de hechos de violencia en torno del fútbol, donde, dicho nuevamente, con frecuencia no se interroga el uso de categorías que encierran supuestos, o erróneos o directamente estigmatizantes. Ahí están el capítulo cinco y el seis para dar cuenta largo y tendido de esto.

2. Aguantes

Bien. Planteados los dos problemas que encontramos en las clasificaciones disponibles sobre los hinchas del fútbol argentino, volvemos al punteo de variables en el que se sustentan. Y volvemos para decir que varias de ellas se desprenden directa o indirectamente del aguante, casi como si éste constituyera un organizador, una matriz o una variable madre.

Por ejemplo, si un hincha ostenta un tipo de aguante relacionado con la puesta del cuerpo en el enfrentamiento, seguramente forme parte de una *banda*. Por el contrario, si un hincha ostenta el tipo de aguante emparentado al estoicismo y al fervor y a lo carnavalesco, probablemente será socio de la institución, participará activamente en la producción del nosotros-hincha, verá con recelo cualquier tipo de vinculación política, etcétera. En suma, será un *hincha activo*, nuestro viejo HM.

Pasando en limpio, **habría dos aguantes**.

Uno, el de la banda, independientemente del resultado de la pelea, se prueba *plantándose*, no *corriendo*, porque lo que desde esta acepción se valora, antes que nada, es la predisposición corporal a la contienda, el “pararse”, el “ir al frente”. Este aguante se mide en cantidad de cicatrices, de heridas, de *trapos* robados, de anécdotas, de piñas dadas y patadas recibidas.

El otro, el de los HA, se prueba estando presentes “en las buenas y en las malas”, soportando festiva y estoicamente. En el torneo imaginario de los hinchas, el club que sale campeón no es aquel que más puntos consigue en el campo de juego sino aquel cuyos hinchas más aguante demuestra en las tribunas. Es decir, que más convocatoria tienen a pesar de los malos resultados deportivos, que más fervorosos y festivos se muestran en la derrota, que más kilómetros recorren para seguir a su equipo sin ningún tipo de apoyo económico, que más alientan en un partido disputado bajo la lluvia o en un día de mucho frío, que más apoyan y menos putean a sus jugadores, etcétera. Este aguante se mide en kilometrajes, en decibeles, en afonías, en cantidad de presencias, en insolaciones o resfríos.

Ya quedó claro que habría dos tipos de aguante. Ahora bien, ¿qué es exactamente el aguante? Si bien numerosos autores los han definido (Elbaum, 1998; Alabarces, op cit; Dodaro, 2005; Ferreiro y Fernández, op cit) nosotros definiremos al aguante como la resistencia de los hinchas de fútbol a la adversidad y al dolor físico, o a la adversidad y al dolor deportivo, según se trate de uno u otro tipo.

Y, nuevamente, para reducir ambigüedades, de ahora en más desdoblaremos el término y nos referiremos a la primera acepción como **aguante-enfrentamiento** (adversidad, dolor físico), mientras que a la segunda la llamaremos **aguante-presencia** o **aguante-fiesta** (adversidad deportiva). Esta última, claro, es la que aquí más nos interesa.

BREVE INTRODUCCIÓN AL FÚTBOL

Aspectos históricos y sociológicos

Como una de las maneras de entrar al universo temático en el que se inscribe éste documento, cabe situar algunos antecedentes de lo que hoy se conoce como fútbol, e introducir algunos elementos de la sociología del deporte de Elías, perspectiva de análisis que los sociólogos, antropólogos, historiadores y comunicólogos del fútbol coinciden en reconocer como pionera y fundante en la materia.

1. Orígenes

Según Martínez (2006), además de caracterizarnos por el desarrollo de ciertas habilidades que nos distinguen como animales racionales (*homo sapiens*) y fabril constructores (*homo faber*), los seres humanos también nos identificamos por nuestra constante propensión al delirio (*homo demens*), al juego (*homo ludens*), a la imaginación, al desgaste y al consumo dilapidador (*homo consumans*). De ahí que seguramente —a lo largo de nuestra historia buena parte de los tiempos de ocio [...] hayan sido fervorosamente dedicados a la recreación, el disfrute, el juego, el descanso, la fiesta, el relajamiento, el placer, la diversión y, claro está, el entretenimiento” (*op cit:* 2).

¿Cuál es el supuesto que subyace al planteo? Simple, pero no por ello redundante: el supuesto que **antes de la cultura estaba el juego**.

Tan poco redundante que Alabarces subraya, refiriéndose al carácter lúdico de determinadas prácticas populares a los ojos del análisis cultural:

No parece redundante volver a insistir sobre la legitimidad del espacio de *escape*, de las posibilidades de *fuga* de lo económico-productivo; insistir sobre la necesidad de leer a los actores culturales en la *gratuidad* de ciertos gestos y prácticas [...] El juego, lugar indispensable de la cultura, espacio transicional (en términos de Winnicott -1982) entre el *yo* y el *no-yo*, entre el individuo y la realidad que sólo pretende de él su sujeción a normas e instituciones regladas, aparece como la geografía donde la creatividad

ejercita la fantasía, la transgresión, la solidaridad, los *valores* que el tiempo de la historia y la mercancía parece haber suprimido (1996: 32)⁵.

De hecho, la raíz etimológica de la palabra *deporte*, estrechamente vinculada con el término *deportar*, guarda íntima relación con esta línea de análisis. Además de ~~expulsión~~”, ~~destierro~~”, etcétera, ~~deportarse~~” alude a la experiencia de distraerse, apartarse, fugarse hacia otro mundo, el de la alteridad lúdica, ese que está más allá de toda obligación instrumental y restrictiva cotidiana.

Pero teniendo en cuenta los fines de nuestra investigación, no será éste el lugar para abocarnos a una filosofía o una teoría de los juegos. Para eso ya está, entre otros, Huizinga (1944). Eso por no decir que se verán los aspectos gratuitos, las aristas de fuga de los deportes cuando revistemos a Elías en el apartado que prosigue a éste. Comenzaremos directamente por los antecedentes de lo que hoy conocemos como fútbol.

Los historiadores locales Gauna y Farías (1994), en un trabajo que será retomado en los dos últimos apartados del capítulo uno, sitúan algunos de ellos, que datan de:

- 2500 años atrás en Atenas (la Esferomaquia, juego consistente en dos bandos de entre 6 y 50 hombres pugnando por trasponer una enorme bola de madera recubierta en el campo contrario la mayor cantidad de veces).
- 2400 años en Roma (el *Harspatum*, de características similares al de los griegos, que Julio Cesar introduce luego en Gran Bretaña).
- De la época precolombina en América, con los *Tschoktu*, en México, que constituían equipos de 250 hombres en una cancha de 250 metros, disputando por introducir una bola en un arco de 5 metros de largo.
- Del siglo XIV en Gran Bretaña, donde se practicaban juegos de pelota clandestinamente, debido a la prohibición impuesta por Eduardo II en 1374 – ratificada luego por Eduardo III hasta llegar a la prohibición definitiva de Jacobo I en el año 1500- en base a considerar dichos juegos

⁵ A menos que aclaremos lo contrario, los resaltados y entrecomillados de palabras en las citas directas corresponden siempre a los autores de los respectivos textos. Mantenemos a lo largo de todo el documento dicho criterio.

peligrosos y sangrientos, así como disminuidores de la capacidad bélica y alteradores del orden público, panorama que se revertiría recién en el siglo XVIII

Asimismo, dichos historiadores manifiestan que el desarrollo de los deportes modernos, tal como los conocemos actualmente, halla su principal origen y difusión en la Inglaterra victoriana. El fútbol habría nacido, en efecto, en el siglo XIX en los aristocráticos *Public Schools* y en las Universidades inglesas.

Se trata de formar un nuevo tipo de *gentleman*: atlético, dinámico, robusto, sano, disciplinado, respetuoso de las reglas, acostumbrado a la división del trabajo propia del trabajo en equipo –metáfora de la fábrica- y a la camaradería. Y el fútbol tendrá un papel protagónico en ese proceso.

A propósito de la división del trabajo, Ferreiro y otros (2000) dicen que el fútbol reitera la misma lógica organizacional que el trabajo industrial, disciplinado, organizado, colectivo, en el que cada hombre tiene su puesto previamente estipulado en el cual desarrolla sus capacidades. Y que a través de esa lógica se enseña a ganar y a perder, y a comportarse en una sociedad racional y democrática.

Finalmente, Gauna y Farías comentan que hacia el año 1863 en los colegios y clubes de Inglaterra había, al menos, seis reglamentos distintos para jugar al fútbol. Así, ese año, miembros de varias instituciones reunidas en Cambridge, redactaron un reglamento todavía muy primitivo en el cual se admiten los puntapiés. Según informan:

El 26 de octubre de 1863, representantes de varios colegios, reunidos en una taberna de Londres, contemplan el propósito de terminar con las brusquedades y dejan de lado los resabios medievales y fundan una organización reglamentada. El 8 de noviembre de dicho año se redactan las leyes del juego que con alguna variación son las que actualmente rigen (1994: 21).

Similar versión sobre los orígenes del fútbol moderno vinculados a los *public schools* ingleses postula Alabarces:

Se trata de los colegios privados para los hijos de la nobleza y la gran burguesía británica. Los chicos, un tanto inquietos, son disciplinados –y así

entrenados para la guerra y para ser clase dirigente- entre otros medios a través del deporte y el castigo corporal. Y los deportes se inventan *codificando* –es decir, imponiendo reglas aceptadas por todos los participantes- antiguos juegos populares, a fin de reducir su carga de violencia. Después de todo, los primeros antecedentes del fútbol hablaban de dos pueblos enfrentándose tratando de introducir un balón en una meta contraria... pero ese balón era una cabeza humana (2004: 34).

Otro de los que sitúan el origen del deporte moderno y del fútbol en esa línea es Julio Frydemberg, el historiador sobre el que basamos buena parte del capítulo uno. Frydemberg manifiesta que:

El deporte moderno nació - en buena medida - como un intento por construir mecanismos eficaces para la reproducción de la dirigencia de la burguesía inglesa, a través de sus colegios que se dedicaron a entrenar a los futuros dirigentes en la escisión del mundo afectivo y del universo de las decisiones, buscando que el primero no contaminase al segundo (1997: 20).

Reglamentación, función social del deporte moderno, Inglaterra, codificación de los juegos populares antiguos y medievales, reducción de la violencia: todo nos conduce a Elías. Pero antes, redondeemos la perspectiva de Alabarces acerca de los orígenes y extensión de la práctica del fútbol en Inglaterra:

Entonces, y acompañando un proceso general de reducción de la violencia social –por ejemplo, con la introducción de las formas democráticas de la reglamentación parlamentaria, que evita que los distintos grupos se enfrenten por las armas para dirimir sus intereses- los deportes se inventan como una de las formas de canalizar esa violencia de manera regulada, y de transformarla en violencia socialmente aceptada (*ibidem*).

Con el tiempo, y con el surgimiento de otro tiempo –el tiempo libre de la clase obrera inglesa fruto de sus conquistas sindicales-, gobiernos e iglesias promoverán la extensión de la práctica futbolística -y de su función disciplinaria- más allá de las clases acomodadas y de la nobleza. Así, el fútbol irá despertando rápidamente el interés de vastos sectores de la población y hacia fines del siglo ya contará con una Liga Profesional. Empresarios, marineros, empleados medios y obreros del ferrocarril de origen británico lo expandirán luego por Argentina. Pero para ésta parte habrá que esperar al capítulo que viene.

Por último, una buena manera de conectar este apartado con el siguiente es pasar revista a la mirada que tiene Elías a propósito del fútbol y sus antecedentes:

En fuentes inglesas que datan desde aproximadamente el siglo XIV, encontramos referencias razonablemente fidedignas a un juego de pelota llamado fútbol [...] [La mayoría de ellas] proceden de las prohibiciones oficiales del juego en los edictos de reyes y autoridades civiles o de los informes sobre los procesos judiciales contra personas que habían quebrantado la ley por jugar pese a estas prohibiciones oficiales. Nada más revelador sobre la clase de juego que entonces se practicaba bajo el nombre de fútbol que los constantes y, en general, aparentemente fallidos esfuerzos de las autoridades estatales y locales por suprimirlo (1992: 213).

Eso apunta el sociólogo alemán en *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, libro que reúne, por un lado, ensayos de Elías y, por otro, ensayos de Eric Dunning, hoy principal heredero de Elías en la Universidad de Leicester. Respalda sus aseveraciones con una prolija recuperación textual, detallada y minuciosa de proclamas y edictos de la época en distintas ciudades como Perth, Londres, Manchester y Leicester. Y agregando, al echar mano a informes de antiguos procesos judiciales, que ~~p~~ese a parecer una conducta antisocial a los ojos de las autoridades, en muchas partes del país y a lo largo de los siglos fue un pasatiempo favorito del pueblo divertirse jugando al fútbol, hubiera o no huesos rotos y narices ensangrentadas (*op cit.*: 215)".

Para cerrar, pasamos en limpio dos puntos fundamentales de este apartado, dos puntos que nos permitirán una mejor elucidación del próximo:

a) Primero

Si bien etimológicamente ~~d~~eporte" arma serie con lo lúdico, es decir, con esa pulsión tan arcaica como humana que tiende al juego, **en el marco de la modernidad y el capitalismo industrial los deportes se inventan codificando juegos**. Codificándolos al punto de, con el tiempo, tornarlos casi esferas autónomas, distanciándose como si operaran en registros diversos. En síntesis, y con Alabarces, ~~a~~unque el juego puede rastrearse hasta lo más primitivo y arcaico del género humano ~~c~~omo pulsión lúdica-, el deporte es un invento de la modernidad, más preciso, del capitalismo inglés a mediados del siglo XIX" (2009:

3). En ese sentido, en los siguientes elementos radicarían los principales diferenciales entre los deportes y los juegos:

- Secularismo: los deportes modernos no guardan necesariamente relación con rituales religiosos.
- Burocratización: como veremos al principio del capítulo uno, los deportes dejan atrás todo tipo de resolución inmanente y tercerizan su fiscalización en instituciones reguladoras.
- Racionalización: el deporte introduce tácticas, planificaciones y técnicas específicas de entrenamiento, esto es, casi un universo paralelo (que excede) al acto, al puro presente del jugar.
- Cuantificación: el deporte mide, cuantifica rendimientos, archiva resultados, atiende a las estadísticas, se obsesiona con la ruptura de marcas y *record*, etc.

b) Segundo

Primero con Inglaterra (cricket, fútbol, rugby, ciclismo, boxeo, esgrima), luego con los Estados Unidos (béisbol, voleyball y básquetball), **la difusión global de los deportes modernos es simultánea de la construcción de los mercados mundiales y de los imperios coloniales.**

2. Sociología

A la entrada histórica le sumamos una sociológica. A la hora de evaluar los aspectos sociológicos del deporte, la perspectiva de Elías no es la única (ver, por ejemplo, García Ferrando 1990), pero es la fundante.

¿Por qué la gente practica deportes o ve deportes en sociedades como las nuestras?, se pregunta Elías. Se pregunta y aclara, como nosotros recién, que, si bien no ha existido sociedad humana sin algo equivalente a nuestros deportes, con “deporte” se refiere a los deportes modernos, es decir, a aquellos surgidos en

Inglaterra en la segunda mitad del siglo XIX y caracterizados por hacer de su codificación una búsqueda constante.

En ese sentido -y trazando una analogía con los buenos vinos, que cuanto más viejos mejor- la mayoría de los deportes habrían requerido mucho tiempo de ajustes, de ensayo y error para asentarse y encontrar su punto óptimo.

Según se desprende de la lectura de Elías, el núcleo del deporte moderno, aquél sobre el que se aplicaría el “ensayo y error”, estaría dado por una delicada máquina de polaridades que, en el marco de un espacio mimético regulado, generan y liberan tensiones. Así, ir a la letra del autor es encontrarse con que el deporte implica “un grupo de personas que realizan una actividad deportiva [que] es siempre una lucha fingida, con las tensiones controladas que engendra y la catarsis –o liberación de la tensión- final (1992: 195)”.

¿Qué quiere decir todo esto? Vayamos por partes

En primer lugar, alcanzar la “tensión suficiente”, el “punto óptimo”, depende de cómo se tensan, precisamente, distintas polaridades. Podríamos enumerar algunas de ellas, para el caso de los deportes en equipo como el fútbol, que corren por nuestra cuenta:

- Polaridad entre la categoría o jerarquía de los contendientes. Por ejemplo: si uno es muy superior al otro la tensión se resuelve rápidamente.
- Polaridad entre las estrategias adoptadas por los contendientes. Si ambos adoptan estrategias defensivas, probablemente el resultado sea un empate.
- Polaridad entre la planificación estratégica del equipo y la impronta o repentización espontánea de alguno de sus integrantes para, como se dice, salirse del libreto.
- Polaridad entre los intereses colectivos del equipo y el interés individual de cada jugador por figurar y destacarse.
- Polaridad entre brindar un buen espectáculo y conseguir resultados de la forma que sea.

- Polaridad entre la ambición de sacar ventaja para ganar y el respeto de las reglas.

Un extenso párrafo sobre el viejo deporte inglés de la caza de zorros da cuenta de esta idea. Lo reproducimos dada su contundencia:

Otro de los continuos problemas de los deportes en general, que los deportistas encontraron con bastante anterioridad en relación con la caza de zorros, era el de cómo hallar el correcto equilibrio entre la prolongada tensión-emoción de la batalla misma y el relativamente breve placer culminante de la catarsis, del climax y la liberación de la tensión. El problema sobre cuál de estos dos polos era prioritario, como en las correspondientes polaridades de otros deportes, suscitó polémicas entre quienes preferían la caza misma y quienes atribuían mayor importancia al hecho de matar zorros, es decir, entre los partidarios del buen deporte y los que estaban por obtener victorias. La recurrencia con que se presentan discusiones análogas en diferentes deportes y en épocas distintas es un indicador de que la estructura básica del deporte continúa siendo la misma de siempre [...] La dinámica figuracional de un deporte debe estar equilibrada para impedir, por un lado, que las victorias sean demasiado precipitadas y, por otro, que haya demasiados empates (*op cit*: 206)

Habiendo repasado la definición de *deporte*, retomamos la pregunta: ¿Por qué la gente practica deportes o ve deportes en sociedades como las nuestras? La siguiente afirmación de Elías supone un marco para introducirnos en ella:

Uno de los problemas fundamentales a que se enfrentan las sociedades en el curso de un proceso civilizador era –y sigue siendo- el de encontrar un nuevo equilibrio entre placer y restricción [...] El deporte fue una de las soluciones a este problema (*idem.*: 202).

El problema al que alude el autor radica en cómo dar a los individuos la oportunidad de experimentar plenamente la excitación agradable que parece ser una de las necesidades más elementales de los seres humanos sin los consiguientes peligros sociales y personales para otros o para uno mismo, y a pesar de una formación de conciencia pronta a suprimir muchas formas de emoción que, en épocas anteriores, habían sido fuente de gratificación placentera así como de revueltas, daños y sufrimientos humanos.

De hecho, para Elías el grado de desarrollo alcanzado por una sociedad se puede inferir a partir de lo que él denomina “~~tr~~íada de los controles básicos”:

- Por el grado de control que ejerce sobre las conexiones extra-humanas de acontecimientos, por ejemplo fenómenos naturales
- Por el grado de control que ejerce sobre las conexiones inter-humanas
- Por el grado de autocontrol de cada uno de sus miembros.

Como es de suponer, las afirmaciones precedentes no pueden leerse sino en la perspectiva del contexto. Se trata del mentado período de expansión y consolidación de lo que en Ciencias Sociales se consensúa en llamar Modernidad, con sus mutaciones a nivel de organización del trabajo, de percepción del espacio y del tiempo, de urbanización; mutaciones a nivel epistemológico, a nivel de organización de lo social, etcétera.

Pero no por mentado omitiremos la cita de Elías sobre los deportes y su vinculación con dicho contexto:

La industrialización y la urbanización tuvieron sin duda alguna un papel en el desarrollo y difusión de las ocupaciones de tiempo libre con características de deportes, pero también es posible que tanto la una como la otra fueran síntomas de una transformación más profunda [...] Puede que en ello tuviera que ver la creciente longitud y diferenciación de las cadenas de interdependencia. Este proceso halló expresión en la sumisión de los sentimientos y la conducta de las personas a un calendario regulador minuciosamente diferenciado y a una contabilidad igualmente ineludible en términos de dinero (*idem.*: 186)

Ahora bien, es precisamente en ese contexto que un gran porcentaje de las personas practican y van a ver deportes. ¿Pero exactamente por qué?

No solo porque en condiciones de vida crecientemente sedentarias el deporte proporciona una oportunidad para la actividad física, sino además, y sobre todo, porque éstos operan suscitando en las personas emociones miméticas. Esto es, afectos como la alegría, la tristeza, el odio, la venganza, la humillación, el deseo

de superioridad que imitan a los de la vida real, la vida no-recreativa, solo que en un espacio que, finamente codificado, regulado, las promueve y las desencadena.

Como es dable notar, las citas de Elías son largas, pero por su claridad y su contundencia argumentativa creemos que merecen la pena.

En estas sociedades, mientras, por un lado, las rutinas de la vida, sea pública o privada, exigen que la gente sepa contener con firmeza sus estados de ánimo y sus pulsiones, afectos y emociones, por el otro, las ocupaciones durante el ocio permiten por regla general que éstos fluyan con más libertad en un espacio imaginario especialmente creado por estas actividades, el cual, en cierto modo trae a la memoria aspectos de la realidad no recreativa [...] Mientras la excitación es severamente reprimida en el ejercicio de lo que comúnmente consideramos las cuestiones serias de la vida –salvo la excitación sexual, confinado en sentido más estricto a la intimidad-, muchas actividades recreativas nos proporcionan un espacio ficticio para hacernos sentir una excitación que imita de algún modo la producida por situaciones de la vida real, aunque sin los peligros y los riesgos que ésta conlleva. Películas, bailes, obras pictóricas, juegos de naipes, carreras de caballos, óperas, historias de detectives y partidos de fútbol, todas estas y muchas otras actividades recreativas pertenecen a esta categoría (*idem*: 57).

Elías también habla de “~~de~~-control controlado”, de “~~excitación~~ libre de peligro o de culpa”, de “~~antídoto~~ para las tensiones por sobreesfuerzo”, es decir, el sobreesfuerzo resultante del esfuerzo de años por “~~auto~~-controlarse”. En suma, consideramos que a esta altura el argumento queda desplegado lo suficiente.

Y también a esta altura consideramos que es momento para plantear que lo dicho en este apartado quizás no exprese toda su productividad sino como disparador, o mejor dicho, sino en función una problematización que quisiéramos esbozar en diálogo con la obra del autor alemán. Entre la problematización, y el ejercicio intelectual lúdico (no por nada estamos en un capítulo sobre el deporte), y el diálogo imaginario contra-fáctico. Sin otra pretensión que esa. No obstante, previo a ello, una aclaración y un comentario.

La aclaración: este apéndice deja afuera un tópico eliasiano de relevancia que aquí no tuvimos por finalidad recuperar. A saber: la pregunta de por qué los deportes surgieron primero en Inglaterra. En ese sentido Elías se pregunta: ¿Qué

características del desarrollo y de la estructura de la sociedad inglesa explican el desarrollo en su seno de actividades recreativas con las características concretas de lo que hoy conocemos como deporte?

El comentario: para analizar prácticas y comportamientos de las personas que concurren masivamente a eventos como un partido de fútbol, tal en parte nuestro objeto, entendemos prudente privilegiar textos que partan del fútbol en toda su compleja especificidad. Sin ir más lejos, y como en parte ha podido leerse, en Elías el fútbol aparece como uno más de los deportes (junto al críquet, al boxeo, al rugby, la caza de zorros, etcétera.), que a su vez son una más de las actividades recreativas del ocio (ver películas, bailar, etc.), que a su vez son una más de las actividades en las que pueden leerse los avances del proceso civilizador (como la parlamentarización política, los buenos modales, los modos de gestionar las necesidades fisiológicas, los olores o la desnudez).

Ahora sí el ejercicio problematizador, seguido de preguntas, que quisiéramos dejar planteado: Elías escribe los ensayos publicados en *Deporte y ocio...* entre 1966 y 1972. Teniendo en cuenta, desde entonces, las particularidades del devenir del fútbol, y puntualmente del fútbol argentino:

a) ¿Puede plantearse, tal la hipótesis de Romero en una conferencia, que la agresión en el fútbol se codifica tanto que se va desplazando del campo de juego y los jugadores a las tribunas y sus actores? El dato que proporciona Alabarces (2004) y que sostiene que hasta el año 2004 el 85% de las muertes en el fútbol argentino se produjeron desde 1976 en adelante, quizás no sea en esta dirección un dato menor (Profundizar estadísticas en el apartado 5.5 del capítulo cinco). Dice a propósito Romero, el periodista especializado en asuntos vinculados con muertes en torno del fútbol argentino, en una conferencia sobre el tema:

En 1700 en un solo condado de Inglaterra hubo más de cuatrocientos ochenta muertos entre los jugadores de fútbol de entonces, que todavía no era el fútbol tal como hoy lo conocemos. La primera violencia que tiene el fútbol se dio entre los protagonistas primarios [...]. Después hay violencia de tipo esporádica entre las hinchadas [...] Yo, para hablar de una continuidad te hablaría de fútbol y muerte, que fútbol y muerte son inseparables desde sus orígenes. Esa relación entre fútbol y muerte va sufriendo transformaciones y

cambios hasta que aparece esto nuevo en la década del sesenta donde la muerte se traslada del campo de juego, concreta o simbólica, o ritual, y se va a las tribunas entre los protagonistas secundarios (<http://www.efdeportes.com/> Revista Digital - Buenos Aires - Año 7 - N° 41 Octubre de 2001).

Recordemos, respecto de esta violencia primaria a la que se refiere Romero, las narices rotas y los huesos fracturados a los que hacía alusión Elías. Asimismo, los partidos disputados con una cabeza humana que refería Alabarces.

b) Dadas las condiciones institucionales y económicas de déficit estructural que redundan en una precarización de la faz deportiva de los clubes argentinos, que a su vez redundan en una creciente caída del nivel del juego y de la jerarquía de los jugadores torneo a torneo, todas cuestiones que retomaremos en el apartado 4.5.1 del capítulo cuatro, ¿puede afirmarse que los partidos y los torneos rara vez logran armar el climax del que trata Elías, y que, cultura del aguante-fiesta de por medio, la gestión de las tensiones tiene lugar principalmente en las tribunas?

c) A propósito del climax, y de una hipotética dificultad para ser alcanzado, ¿tendrá algo que ver el hecho de que las actuales generaciones de espectadores futboleros hayan sido crecientemente socializados en ambientes de un fútbol televisado cuyos formatos más exitosos, al decir de Levín y Valle (2010) respecto del programa *Fútbol de Primera*, han erradicado la espera⁶?

Veamos, en ese sentido, un largo pero jugoso fragmento:

A diferencia del tenis o el volley, donde cada jugada equivale a un punto a favor o en contra, en el fútbol suele estar no pasando nada. Un equipo puede ser superior a su adversario, un jugador puede destacarse por su habilidad o su inteligencia, sin que por esto algo cambie en el resultado [...] Eso que puede o no pasar, ese evento por excelencia del fútbol, es el gol. El gol resignifica las acciones del juego convirtiéndolas en los hitos que condujeron a su realización. El gol es el quiebre, siempre inesperado, de la temporalidad estática del juego [...] El gol es, entonces, el instante inesperado que produce

⁶ *Fútbol de Primera* fue, desde 1985 hasta que el Estado se hizo cargo de los contratos de transmisión de los partidos de primera división, “el clásico de los domingos por la noche” y el caballito de batalla de la empresa Torneos y Competencias. Emitido de 22 a 00hs y con la presencia ininterrumpida de Enrique Macaya Marquez en la conducción, Fútbol de Primera fue la innovadora cita obligada de todo aquél futbolero que se precie de tal para ver los compactos de los partidos y los goles de la fecha (Para un análisis de este programa, ver 7.4.1 del capítulo siete).

un quiebre en la espera. La propuesta del formato actual de Fútbol de Primera, alentada por las conveniencias de las empresas auspiciantes, no parece tener en cuenta la importancia de que pueda no pasar nada: erradica la espera. Los goles del fin de semana se suceden, se intercalan con goles de partidos de años pasados, estadísticas inverosímiles, publicidades que inventan sus propios goles reales, opiniones de los actores principales o secundarios, jugadas musicalizadas con ritmos africanos, hinchadas sincronizadas a melodías balcánicas, exóticos festejos de goles que no hemos visto...; todo el tiempo pasa algo [...] La saturación del tiempo del programa por goles desnaturalizados es producto de una política del puro goce. Se elimina el tiempo, la dificultad, el trabajo que deriva en un resultado (2010: 30)

En similar dirección apunta Mira (2010) cuando describe de manera sugerente algunos de los rasgos de las subjetividades espectatoriales forjadas en la Era del fútbol-pantalla: el *híperespectador* y, como su par antagónico pero complementario, el *híperhincha*. Acerca de las condiciones que facilitan su emergencia, argumenta el autor:

La ley de la repetición es la del desgaste. Cuanto más se repite un gol más conexión pierde con el aquí y ahora del estadio, con el grito de gol que pudo haber desencadenado [...] Paralelamente, el fragmentarismo aísla al gol del continuo emotivo del partido, como si la demora, el aburrimiento, la lucha, no fuesen también fuentes de emociones. En el living, la repetición y el fragmentarismo entrenan al espectador para dejar de percibir al gol en su economía de escasez y en su rareza, y aceptarlo como una abundancia. Y es mediante el fragmentarismo y la repetición que la televisión funda las nuevas subjetividades futboleras (2010: 93).

A esto habría que sumar la existencia de redes sociales, habilitadas por las nuevas TICs, por las que proliferan al infinito imágenes concebidas desde ese formato, socializando, modelando y entrenando crecientemente algo así como una percepción fragmentada y sin espera⁷.

⁷ Si bien no utilizan exactamente las mismas categorías y no estudian el caso de las subjetividades futboleras sino de la subjetividad contemporánea en sentido amplio, para una profundización en torno de la percepción fragmentada y sin espera, o de la cultura del puro goce, pueden consultarse trabajos de dos filósofos muy interesantes: Franco Berardi (2007) y Peter Pal Pelbart (2009)

d) Partiendo de que la función social del deporte en Elías es generar y liberar emociones miméticas en los asistentes al mismo (y en sus practicantes, claro está), nos preguntamos: en el tiempo actual, ése en el que las mediatizaciones hegemónicas son unas que, mediante estrategias de contacto (Valdettaro, 2004) interpelan lo somático, lo afectivo, lo pulsional... ¿no queda desfasada esa función? Es decir, ¿no están ya en circulación constante las emociones miméticas antes del ir a la cancha? Más aún, ¿no es el tiempo en cuestión uno dominado por condiciones de vida inestables, vertiginosas, prolíficas en excitación y en humores a flor de piel antes que ese tedio regular y restrictivo que requería de espacios para la catarsis y la descarga de emoción?

3. Recapitulación histórico-sociológica

Esta vez, a modo de recapitulación, fragmentos de un trabajo que, como podrá comprobarse, resume de manera muy clara cuestiones del apartado 1 tanto como del apartado 2. En ese sentido, en un texto de Rodríguez (1996) se afirma:

- Que el deporte, tal como lo conocemos hoy, es una construcción social que no puede ser considerada si no es sincrónicamente con la constitución de los Estados-nación y, por consiguiente, con la sociedad de masas. Es decir, la existencia moderna del deporte solo puede ser pensada en el contexto de una formación histórica concreta como es el del surgimiento de las sociedades masivas industriales.
- Que para hacer una sociología del deporte debemos preguntarnos: ¿qué modelo de ciudadano imagina para sí misma la sociedad de masas? ¿A través de qué mecanismos se genera consenso sobre los principios que la constituyen? ¿Cuál es la forma de regulación de las relaciones humanas? ¿Cómo imagina una sociedad específica sus prácticas? Y a la inversa: ¿cómo leer en ellas los contenidos simbólicos que la sostienen?
- Que de la respuesta a esos interrogantes se puede extraer cuatro rasgos en común entre los deportes modernos y las sociedades de masas. Rasgos que ya vimos en Elías y Alabarces, a saber:

- 1) **Igualitarismo y meritocracia.** Este principio en común –supone la igualdad formal de oportunidades y de acceso a los recursos” (*op cit.:* 138), a través de una serie de mecanismos que los garantizan, como el establecimiento de categorías, la disputa en escenarios neutrales, la designación de jueces imparciales, etcétera. De allí, según la autora, –la importancia que adquieren los mitos referidos al éxito por la ruta del mérito, puestos en escena a través de los modernos héroes deportivos” (*ibídem*).
- 2) **Disciplinamiento de la violencia.** Esto opera por vía del monopolio de la violencia física legítima, por un lado, y el auto-control personal, por el otro. En ese sentido, en el sentido de los paralelismos y los rasgos comunes, los organismos de supervisión serían al deporte lo que el Estado a la sociedad, y el *fair play* sería al deporte lo que el auto-control emocional a la sociedad.
- 3) **Racionalización.** A la acepción planteada por Alabarces sobre el final del primer apartado, podemos sumarle otra a la que echa mano Rodríguez citando a Bromberger, quien –hace un interesante paralelismo entre la organización laboral del industrialismo y las manifestaciones deportivas, en tanto ambas comparten las nociones racionales de la división del trabajo y la especialización de las funciones (*idem.:* 139)”.
- 4) **El rol de los medios de comunicación** en la creación de imaginarios y en la transmisión de valores.

1. COORDENADAS PARA UNA HISTORIA DEL FÚTBOL ARGENTINO EN CLAVE *VIOLENCIA*

En los orígenes del fútbol argentino tal cual hoy lo conocemos, encontramos muchos de los elementos que, de alguna u otra manera, irán apareciendo cada vez que en el transcurso de éstas páginas tengamos que rodear nuestro objeto.

A nosotros ahora nos interesa una en particular, pero varias podrían ser las claves de lectura desde las que emprender una historia de la práctica futbolística en el país. Aunque, previo a mencionarlas, comencemos con dos que valen para el fútbol en general, como para ir poniéndonos a tono de lo que en éste capítulo proponemos.

Si tomamos a las tecnologías de la comunicación en sentido amplio -esto es, en el cruce de los desarrollos conceptuales de McLuhan (1962, 1966), Fiddler (1997), Mumford (1992) o Williams (1990, 1992), entre otros filósofos de la técnica-, por ejemplo, vemos que podría escribirse una historia del deporte que nos convoca desde el punto de vista de las tecnologías que han ido condicionando su devenir. Así, por qué no, se podría situar a la escritura como condición de posibilidad del lugar del reglamento, de la ley trascendente, de la instancia tercera arbitral; en suma, como condición de posibilidad del pasaje del juego al deporte. Esto es, el pasaje del acto de jugar -inseparable de los jugadores de turno y de las reglas situacionales e inmanentes que éstos se dieran, e inseparable de la tradición regional e informal del lugar en el que estuvieran jugando-, el pasaje del acto de jugar, decíamos, al deporte codificado con reglas homogéneas, escritas, avaladas por asociaciones, listo para universalizarse y dejar atrás todo componente local.

En ese sentido, Elías relata que:

En el nivel previo al del deporte, pasatiempos como la caza o diversos juegos de pelota se regulaban de acuerdo con las tradiciones locales, distintas con frecuencia de una localidad a otra. Tal vez algún parroquiano de más edad, quizás un padrino o patrocinador de la villa, se encargaba de vigilar que la joven generación observara las costumbres tradicionales; tal vez nadie lo hacía [...] En el nivel de las competiciones tradicionales locales

a campo abierto, sin reglas concisas ni estrictas, el juego y los jugadores eran idénticos en gran medida (1992: 53).

Según el autor, el críquet constituye al respecto un ejemplo típico porque:

Cuando surgió la costumbre de organizar competiciones por encima del nivel local dado que los equipos de críquet viajaban de un lugar a otro, hubo que garantizar la uniformidad del juego [...] El acuerdo sobre un marco de reglas y de costumbres sociales relacionadas con el juego iba generalmente del brazo con el desarrollo de un organismo de supervisión que se encargaba del cumplimiento de las reglas y proporcionaba árbitros (1992: 53).

Este pasaje del juego al deporte, de las reglas inmanentes y locales a las reglas institucionalizadas universalmente, se puede cotejar en el funcionamiento del *potrero* o del *campito* -para decirlo en términos locales-, pre-historia del fútbol deportivizado, hermanos menores e informales del fútbol codificado por reglas. Cuando el fútbol no es deporte, entonces, es como describe Mira:

Los partidos suelen comenzar cuando hay cuatro o cinco jugadores. El número de integrantes de los equipos puede variar y verse compensado de distintas maneras: un jugador de más se compensa con un gol de ventaja, la participación de un jugador demasiado bueno con uno o dos jugadores más en el equipo contrario. A medida que van llegando nuevos jugadores, los equipos se van reorganizando para reconstruir una paridad [...] Se alteran las medidas del campo de juego, que son por lo general un trazado más o menos imaginario. Al principio, nadie ataja y se juega con arcos pequeños. Luego el arco se agranda, y se establece su altura de acuerdo a la altura del arquero. Situaciones similares ocurren en el transcurso del juego, es normal que un gol muy hermoso sea premiado con doble valor, mientras que una patada muy grosera sea castigada con un penal aunque haya ocurrido en el medio del campo. Cada una de estas imprecisiones ante las eventualidades suele provocar detenciones del juego y largas discusiones para decidir lo que, por lo general, resulta una más o menos consensuada resolución justiciera. Estas discusiones, a su vez, van componiendo un pasado legal del juego, un sustrato de antecedentes penales al cual se puede recurrir para definir situaciones posteriores, por el cual ciertas arbitrariedades se transforman en reglas. Con el tiempo, cada campito va adquiriendo su propio régimen legal y va componiendo un nosotros que lo acepta (2010: 81).

Otra clave pasaría por efectuar una historia comparativa de las especificidades de los deportes. Desde esa perspectiva, ¿qué es lo específico del fútbol sino el uso de los pies (y de la cabeza, ¿qué otro deporte involucra tanto el uso de la cabeza?)?

El pie es, en un período de la hominización en el que los objetos se manipulan cotidiana y mayormente precisamente con las manos, el atributo humano que el fútbol promueve y privilegia. Los pies son la base de la hominización, pero la mano es su cúspide diferencial; el dedo prensil culmina nuestra singularidad. Y con el fútbol irrumpen los pies al poder. Los pies a desarrollar la fuerza y la finura, la suavidad e invención, los pies a *amasar*, a *tocar*, a *empalmar*, los pies a *enganchar*, como se dice en la jerga futbolera.

¿Y qué es también lo específico del fútbol sino el tener hinchas? ¿Qué otro deporte moderno tiene, además de espectadores y aficionados, hinchas?

Además, ¿qué elemento más distintivo del fútbol, respecto de otras prácticas deportivas, que el gol? Nos demoramos un poco en el hilo de nuestra argumentación, somos concientes de ello, pero creemos que merece la pena compartir un fragmento de Mira nuevamente. Entre otras notables caracterizaciones del gol y del grito de gol, el autor, en este tramo puntualmente acerca de la economía del gol (porque en otros tramos también caracteriza su naturaleza visual) sostiene que:

En el campito se juega a llegar a una determinada cantidad de goles, a seis goles, a diez goles, a doce. Es decir, el gol abunda más que en el juego reglado y se transforma en la medida de duración del juego. Esta diferencia es fundamental en tanto significa un corrimiento del fútbol hacia sus hermanos menores, los deportes que definen sus pleitos por tanteador, pero sobre todo porque descarta de plano la posibilidad de que un partido termine cero a cero. En el fútbol reglado, en cambio, el cero inicial es un fantasma que gravita sobre la duración del partido en noventa minutos: el gol puede no ocurrir, y muchas veces, no ocurre. Esta posibilidad, esta realidad latente, transforma a la búsqueda de gol en una lucha contra el destino y al grito de gol en una descarga libertaria que arrastra los intentos frustrados, los largos pasajes intrascendentes del juego, los goles errados o anulados [...] El gol se rige por una economía de la escasez y esta economía dota al grito de gol de

su agonística esencial, transformándolo no ya sólo en una descarga sino en una resurrección (*op cit.*: 88).

Planteado lo de las tecnologías de la comunicación y lo de la comparación entre las especificidades de los deportes, vayamos ahora a las claves que conciernen puntualmente al fútbol argentino.

Una de ellas, entre otras posibles, podría residir en emprender una historia del mismo desde la perspectiva de los discursos de sentido común que lo hablan y confluyen en su narración.

Desde ese ángulo de lectura, así, diríamos que, en consonancia con la escasa disponibilidad de ensayo sobre fútbol -inversamente proporcional a la abundante y creciente disponibilidad de narrativa futbolera (Galeano, 1995; Fontanarrosa, 2007; Sacheri, 2000, 2004, etcétera)-, existiría un discurso muy instalado según el cual el fútbol puede sentirse, relatarse, narrarse como situación costumbrista, pero no pensarse. Más concretamente: según este discurso, el fútbol no se piensa; al fútbol se lo siente. El fútbol no se piensa; de fútbol se sabe.

Ahora bien, según otro discurso, en el fútbol no hay siquiera nada que saber ni sentir: es un espacio de descargas y ya. No más que una zoncera vacía donde aliviarse del oprobio semanal; tan sólo una zona liberada para la catarsis, papelera de reciclaje de la sociedad. Lejos de pensar desde las positivities y especificidades del juego, se señala altaneramente al estadio o el bar como algo irracional, como un lugar para embrutecerse de a muchos en torno a veinte fulanos corriendo atrás de una pelota. Palabras más palabras menos, este discurso abreva en el descalificativo de alienación con que se acusa al popular juego. Ahí está, si no, Sebrelí (1981) siempre listo para declamarlo.

Desde nuestra óptica, sin embargo, circulan algunos otros textos con una coincidencia: el fútbol como experiencia lúdica, deportiva y estética aparece como lo inútil, lo que convoca presencias masivamente sin servir para nada, y eso es festejado. Veamos algunos fragmentos en los que es factible leer esa coincidencia:

El fútbol es, en muchos sentidos, inexplicable, porque nos hace sentir cosas muy parecidas en el estómago sin que lo que ocurra el domingo modifique sustancialmente nuestras vidas (Jorge Valdano en Villoro, 2006)

[El fútbol] es el espacio de la salvajería feliz. Y no hay tantos. Sospecho tres: la mesa, la cama y la tribuna. Y los dos primeros producen discursos tanto más complejos. Uno puede organizar su vida alrededor de lo que hace en la cama o entender la historia del mundo y de la cultura alrededor de lo que hay sobre la mesa. En cambio, el fútbol no tiene nada de eso. Los noventa minutos de un partido son un tiempo de lo más intenso y, a la vez, perfectamente improductivo, inútil. Y eso es, para mí, lo mejor que tiene [...] La identidad futbolera es circular: no produce hechos que producen efectos reales sobre los que los producen. Por eso a veces pienso que es *improductiva* (Caparrós, 2005: 9)⁸

Kant analiza el uso de la palabra *bello* como un *juicio de gusto* [...] El *juicio de gusto* se refiere a una *pura satisfacción desinteresada*. En otras palabras: ver jugar bien a su equipo o ver a su atleta favorito rompiendo un record no tendrá nunca una utilidad objetiva en su vida cotidiana [...] No hay nada que pueda *comprar* con la victoria de su equipo [...] Esta desconexión de la vida cotidiana es lo que algunos pensadores han descrito como *autonomía* o *insularidad* de la experiencia estética (Gumbrecht, 2006: 28)

Incluso más: acostumbrados a tramar la mayoría de nuestros vínculos e intercambios a partir de una lógica de extracción de utilidad, de capitalización y rendimiento, en lo que Marx (1984) llamaba la alienación del hombre respecto de su ser genérico, donde la vida misma se le aparece como un medio, tendríamos en el fútbol un vehículo de desalienación de la vida y el mundo.

Pero además, ¿cómo podría ser irracional, rudimentario y embrutecedor algo que, nuevamente, se hace con los pies? Y no sólo eso. ¿Cómo podría ser irracional algo que se hace en movimiento, que requiere de resoluciones inteligentes en situaciones siempre cambiantes, en espacios reducidos y poblados de obstáculos, procesadas en milésimas de segundo?

Apunta Alabarces sobre esto último que ~~las~~ destrezas corporales implican un alto grado de *inteligencia* -frente a la pretendida irracionalidad o irreflexividad de esas prácticas” (1996: 31), para terminar reivindicando que ~~un~~ deporte de *resolución de situaciones*, como el fútbol o el básquet, exige la toma de decisiones en fracciones brevísimas de tiempo, imposibles de ser adiestradas, en los términos

⁸ A menos que aclaremos lo contrario, los resaltados y entrecomillados de palabras de las citas directas corresponden siempre a los autores de los respectivos textos. Mantenemos a lo largo de todo el documento dicho criterio.

en que ese adiestramiento puede producir mecanización de movimientos, no su invención permanente” (*ibidem*).

Este argumento se puede profundizar en el imprescindible “Del fulbito al acto táctico: deporte e inteligencia”, de María Graciela Rodríguez (1996). Allí la autora, entre otras cosas Profesora de Educación Física y Licenciada en Comunicación, pasa revista a la Teoría del Acto Táctico y en base a ésta divide entre tres clases de deportes, siendo los denominados “deportes de situación”, entre los que se encuentra el fútbol, y en tanto involucran distintos niveles de movimiento, los más complejos. A la par, dando pie a una especie de teoría de los discursos deportivos, sitúa las condiciones discursivas de la que sería una “doble degradación” del fútbol, práctica iletrada escasamente intercambiable en el mercado de los bienes simbólicos doctos⁹, como fenómeno complejo y de alto valor táctico. Recorre, finalmente, distintos estudios que echan por tierra las consabidas escisiones entre cuerpo e inteligencia.

Pero en fin, haremos un esfuerzo por dejar de lado la merecida y tentadora reivindicación de la complejidad del fútbol ante lo peyorativo de uno de los discursos que lo convocan, para concentrarnos en una segunda clave, dentro de las varias que se podrían postular. Una que, por ejemplo, trabaja Archetti (1995, 2003) y retoma luego Alabarces (2002): la de una historia del fútbol argentino leída en clave de lo nacional. La siguiente, veamos.

Archetti recupera una frase de uno de sus informantes. La misma reza que, en cualquier parte del mundo, suponiendo que no se está previamente informado, nada en la ejecución de un pianista argentino revela que el pianista es argentino. Por el contrario, de la performance de un futbolista nacido en territorio argen-

⁹ Dice al respecto: —E general el cuerpo ha sido subvalorado culturalmente y, en el proceso de domesticación de los cuerpos producidos durante el último siglo el deporte no ha quedado liberado de los efectos de su aplicación, sino más bien todo lo contrario: junto con los bailes populares, ciertos saberes ligados a lo no verbal, el carnaval u otras formas culturales, forma parte de un repertorio de prácticas basadas en lo corporal. Para su cometido, el proceso de domesticación utilizó algunos de los sistemas masivos que la modernidad diseñó para llevar a cabo sus objetivos. La escuela, entre otros, fue un soporte privilegiado de esta estrategia de domesticación: ciertamente su fuerza se encuentra en el centro mismo de un sistema educativo basado en un aprendizaje de sólidas raíces escriturales. Sin embargo, el único ámbito legitimado por la escuela donde lo motriz es pertinente y socialmente significativo, es decir, la educación física y el deporte, lejos de cumplir un rol de impugnación o, al menos, de resistencia, históricamente ha construido y mantenido una visión de sí misma superficial y atemporal. Esto le ha impedido, entre otras cosas, pensar políticamente sus prácticas y, por ende, atribuirle un sentido programático a los contenidos sociales que se desprenden de ellas” (*op cit.*: 156-157). Recomienda, además, para rastrear el menosprecio de la Educación Física en la escuela al fútbol, un trabajo de Tulio Guterman de 1995.

desarrolle donde la desarrolle, el observador atento puede inferir fácilmente su nacionalidad, su argentinidad. Esto es, habría una manera de jugar, de manejar la pelota, de comportarse dentro de la cancha, pero sobre todo una corporalidad típica y reconociblemente argentina.

Del proceso de construcción de esa corporalidad del futbolista argentino, y de los modelos ideales masculinos que de ella se desprenden para los hombres de la clase media urbana incipiente, se ocupa el autor, encargándose de uno de los principales agentes de dicha construcción: el discurso de los periodistas, columnistas y editorialistas de la popular revista *El Gráfico*¹⁰, especialmente en las décadas de 1920, 1930 y 1940, responsables, a su vez, mediante sus ilustres plumas, de la construcción de figuras aún notablemente arraigadas en el imaginario del fútbol nacional: el *pibe*, el *potrero*, el *jugar a la nuestra*, el *estilo criollo*, etcétera. Figuras, decíamos, aún hoy muy arraigadas en el sentido común futbolero argentino, siempre listas para retornar al centro de la escena cada vez que una crisis deportiva del seleccionado nacional dispara interminables discusiones sobre cuál debería ser el estilo de juego, qué estilo identifica más a los hinchas, etcétera¹¹.

Construcciones que tuvieron lugar en un marco determinado: el de la refundación simbólica del fútbol criollo, como parte de los primeros éxitos deportivos en el contexto del progresivo desprendimiento de la herencia inglesa¹². De hecho, las figuras mencionadas, que redundan en la corporalidad típica y

¹⁰ *El Gráfico* es una revista deportiva argentina, nacida como publicación semanal en mayo de 1919, creada por Constancio C. Vigil para Editorial Atlántida (creadores, luego, de otras revistas emblemáticas: *Billiken* y *Para Ti*). En una época con textos poco amenos y diagramaciones rígidas, la nueva publicación se destacaba por su despliegue gráfico y agilidad. Nacida como una revista de interés general, se volcó definitivamente al deporte en 1925. La mayor venta de ejemplares corresponde al título mundial ganado por Argentina en México en 1986: 690.998. Lo sigue el título de la Selección en 1978: 595.924. Y los datos, lectura de Archetti mediante, tal vez no sean casuales. Desde 2002 se distribuye mensualmente y tiene una tirada que ronda los 45 mil ejemplares contando el envío de revistas al exterior. Es una de las publicaciones deportivas más antiguas y respetadas, cuya fama trascendió la Argentina y se instaló en Latinoamérica. Sus crónicas y coberturas, además de su increíble despliegue fotográfico, la convirtieron en «la Biblia del deporte», tal como se la conoce.

¹¹ Nunca más en el centro de la escena que tras la derrota de Argentina ante Alemania por 4 a 0 en el Mundial de Sudáfrica 2010. La conferencia de prensa de Diego Maradona, finalizado el encuentro, generosa en frases del tenor de «perdimos, pero este es el fútbol que le gusta a los argentinos», es un claro ejemplo de ello.

¹² El campeonato de Racing, en 1913, con todos jugadores criollos, rompiendo con años de hegemonía del Alumni, fiel representante del estilo inglés. Luego, la exitosa gira de Boca por Europa en 1925 y los segundos puestos del seleccionado en las Olimpiadas de 1928 y en el Mundial de 1930.

reconociblemente argentina, surgen como elementos de contraposición. Al disciplinado y correcto alumno inglés que juega al fútbol bajo las órdenes del recio profesor en la selecta y exclusiva escuela (ver más abajo), se le opone el *pibe*, el atorrante, el hijo de las mezclas de inmigrantes que aprende a jugar en el campito (ver Mira más arriba), en los *potreros*, en los descampados de los barrios porteños de urbanización creciente, en la calle, siendo ahí -porque quizás hay que cuidar la única pelota disponible para que no la pise un auto o se pierda en lo de un vecino, y porque el *potrero* es muy chico- donde desarrolla su precisión, tanto como su habilidad y su picardía para jugar y *driblear* contrarios en espacios reducidos. Y, por qué no, donde forja el coraje y la viveza necesarias para jugar, sin mediación de adultos, contra jugadores más grandes.

De allí al *jugar a la nuestra* y al *estilo criollo* hay un solo paso. Y muchos contrastes: la habilidad versus la fuerza, la *gambeta* versus el pase largo, la impronta del genio individual versus el trabajo en equipo, la inventiva versus la repetición monótona, la imaginación versus el esquematismo y la obediencia al pizarrón, la viveza versus la ingenua caballerosidad, el aprendizaje que se hace desde abajo versus el aprendizaje que posibilita la privilegiada posición social, etcétera.

Pero construcciones, también, que tuvieron lugar en otros marcos, no sólo el de la mítica invención parricida del fútbol criollo. Si de invenciones se trata, por aquellos años lo que está en juego en un territorio-babel cultural como el patrio es, directamente, la invención de la argentinidad. En ese sentido, el modelo de futbolista ideal criollo forjado por Borocotó y Chantecler, entre otros, en medio del campo de debates por dirimir entre la pampa (lo pastoral) y el arrabal (lo urbano) como espacios privilegiados de producción de lo nacional (el gaucho y el compadrito, respectivamente), es parte de la producción de lo argentino.

Al respecto, una interpretación posible, de la mano de Alabarces. Para éste autor, y ya veremos por qué las citas que vienen no están de más, la inmigración supuso la fractura de un modelo económico y social, pero también narrativo. Y:

Si hasta ese momento el paradigma hegemónico hablaba del triunfo de la civilización sobre la barbarie, de la cultura europea sobre el salvajismo americano, la modernización acelerada de la sociedad argentina necesitó echar mano de nuevas explicaciones que, al mismo tiempo, disolvieran los

peligros que acarrearían la formación de las nuevas clases populares urbanas –sensibles a la interpelación socialista y anarquista; y constituyeran una identidad nacional, unitaria, que la aguda modificación del mapa demográfico ponía en suspenso y fragmentaba en identidades heterogéneas. La respuesta de las clases dominantes, con diferencias y contradicciones, tendió a trabajar en un sentido fundamental: la construcción de un nacionalismo de elites que produjo, especialmente a partir de 1910, los mitos unificadores de mayor importancia. Un panteón heroico único y sin fisuras; una narrativa histórica, oficial y coercitiva sobre todo discurso alternativo; el modelo del *melting pot* como política frente a la inmigración y el subsecuente mito de unidad étnica; y un relato de origen que instituyó la figura del *gaucho* como modelo de argentinidad y figura épica (*op cit.*: 36).

Modelo del *melting pot* y la asimilación que halló su éxito en dos pilares fundamentales: la escuela pública y la industria cultural (primero gráfica y desde 1920 también radial), que haciendo pie en la creciente alfabetización de los sectores populares construyó un incipiente público de masas ya en los primeros años del siglo XX. Y aquí es donde *El Gráfico* entra a formar parte de un campo de debates, tal cual lo sugiere Alabarces:

Aunque partícipes de la narrativa hegemónica del nacionalismo de las elites, los nuevos productores de los medios masivos, tempranamente profesionalizados, provenían de las clases medias urbanas constituidas en ese proceso modernizador. Y sus públicos, masivos y heterogéneos, presentaban otro horizonte de expectativas: trabajados por la retórica nacionalista de la escuela, sí, pero atentos también a otras prácticas cotidianas. Junto a los arquetipos nacionalistas, las clases populares estaban construyendo otro panteón: junto a los *gauchos* de los intelectuales nacionalistas hegemónicos y académicos, como Leopoldo Lugones y Ricardo Rojas, aparecían héroes populares y reales: los deportistas” (*op cit.*: 39-40).

Y donde vuelve Archetti:

El análisis del contenido de la revista es, en efecto, un análisis de la construcción de un imaginario masculino de las clases medias. Si fue o no hegemónico es discutible, pero no hay dudas acerca de su influencia decisiva en la definición de las diferentes áreas del pensamiento moral nacional y masculino. Los periodistas de *El Gráfico*, generalmente excelentes

escritores, piensan como miembros de la clase media pero, al mismo tiempo, dan espacio a la expresión y diseminación de las voces, imágenes y prácticas de los jugadores de fútbol y otros deportistas de orígenes populares y trabajadores. La transformación de éstos en *héroes* o *villanos*, en *modelos* a ser emulados o no, y el cuidadoso análisis de sus desempeños, son ejemplos del proceso de construcción simbólica de lo *nacional* a través del examen de las virtudes deportivas” (*op cit.*: 420).

De modo que, frente a una idea de nación que remitía a lo pastoril, la nación que se construye en el fútbol asumía un tiempo y un espacio urbano. Frente a una idea de nación anclada en el panteón heroico de las familias patricias, el fútbol reponía una nación representada en sujetos populares e hijos de inmigrantes pobres. O, siguiendo a Alabarces, “frente a un arquetipo gauchesco construido sobre las clases populares suprimidas por la organización económica agropecuaria, los héroes nacionales que los intelectuales *orgánicos* del fútbol propusieron eran miembros de las clases populares *realmente existentes*” (*op cit.*: 45).

En esa dirección, el autor hablará de un primer nacionalismo deportivo, que alcanzará su climax durante el primer peronismo. Y analizará sus mecanismos:

- La mitificación de éxitos deportivos
- la construcción de un “otro cercano” (en principio los uruguayos; con el tiempo, los brasileños); y de un “otro distante” (los ingleses, siempre los ingleses).
- La construcción de héroes (mecanismo que, con los años, alcanzará su climax con Maradona, ideal de *pibe*, e ideal de jugador exitoso anti-inglés).
- La inclusión en los equipos de fútbol de los hijos de inmigrantes españoles e italianos en oposición a la exclusión de los descendientes ingleses.

A propósito, y como nota de color, en el libro de Osvaldo Bayer, *Fútbol argentino*, se cuenta que en 1953, tras la primera victoria de la selección argentina

a la de Inglaterra, un periodista vociferó exultante: “primero nacionalizamos los ferrocarriles, hoy nacionalizamos el fútbol”.

Finalmente, y si bien inseparable de ésta clave -la clave de lo nacional¹³-, así como de la anterior, pero fundamentalmente de ésta, la clave que nos convoca en éste trabajo es la del fútbol desde el punto de vista de la violencia entre sus hinchas. De manera que nos adentramos en ella, en una historia del fútbol argentino en clave *violencia*. Buscando dar respuesta a los siguientes interrogantes fundamentales: ¿Qué tienen las primeras décadas del siglo XX, épocas de una creciente popularización del fútbol en nuestro país, para decirnos sobre los hinchas? ¿Y sobre sus prácticas? ¿Qué hay para leer allí en relación al objeto que nos convoca?

1.1. La popularización del fútbol en Argentina

En este punto priorizamos menos la rigurosa presentación histórica (ver para eso: Palomino y Scher, 1988; Alabarces, 1996; Alabarces, 2002; Archetti, 2003) que el relato didáctico y esquemático de un proceso de relevancia a los ojos de nuestra clave.

Hecha la aclaración, comenzamos.

El dato es sabido: el fútbol llega al país con la primera oleada de inmigrantes ingleses en las últimas décadas del siglo XIX. Estos utilizarán su práctica como una excusa más para juntarse y mantener cohesionada a la colectividad, una vez instalados en suelo argentino. Dicha práctica tendrá lugar en colegios exclusivos, para que los futuros caballeros británicos se forjen a imagen y semejanza de un nuevo ideal de *gentleman* atlético, sano, higiénico, adiestrado en el trabajo en equipo y el autocontrol del cuerpo. Es el tiempo de las ideologías modernistas (Archetti, 1985), y en ellas la educación física tiene un elevado componente moral. Pero la práctica también tendrá lugar en clubes sociales y deportivos no

¹³ Para profundizar en este complejo asunto al que nosotros no nos referimos más que de pasada, ir directamente a las fuentes trabajadas (Archetti y Alabarces) Y puntualmente sobre fútbol y peronismo, ver Rodríguez 1996. Allí la autora exhibe parte de los resultados del proyecto de investigación titulado “El deporte y la Educación Física durante el período 1945-1955”. El mismo estudió el desarrollo del deporte y de las actividades físicas durante el período, en relación con tres áreas: el sistema escolar, las políticas comunitarias y el imaginario medial.

menos selectos, en los que la comunidad británica, en tiempos de conquistas sindicales aún no conquistadas para la mayoría de la población, ostenta su poder de perder el tiempo.

En algún momento, dentro del resto de los grupos de inmigrantes (italianos, españoles, etcétera.) que se congregan en barrios (caso paradigmático el de los genoveses en La Boca), avezados en prácticas asociacionistas que les permiten sobrevivir en un país en el que todavía no hay mucho lazo social armado (centros vecinales, sociedades de fomento, etc.), van surgiendo cada vez más muchachos interesados en el deporte inglés, que se hallan deseosos de formar un equipo para poder jugar con otros.

El asunto es que para ello necesitan formar un club, con un nombre, y un distintivo, y una comisión directiva, y afiliarlo a las ligas barriales y zonales nacientes. De ese modo surgen muchos de los clubes: como excusa administrativa para jugar. Sus fundadores y sus jugadores son una y la misma cosa. Se trata de los clubes-equipo. Entre los que, a medida que van jugando y creciendo en cantidad, se van armando torneos amistosos, es decir, paralelos a los de la Liga Oficial (ver más abajo).

Un detalle interesante a los fines de nuestra investigación: los jugadores que no tienen cabida en el equipo, porque ya están los once que juegan, mientras esperan su turno o una vacante en el once inicial se dedican a apoyarlo. Así nace la figura del **simpatizante**. El simpatizante es un no-jugador o, mejor dicho, un jugador potencial. Alguien que estuvo a un escalón de llegar a ser *player*, según Frydemberg, quien agrega que «algunos clubes - aún dentro del marco del fútbol amistoso - tuvieron una franja de simpatizantes cercanos que hicieron las veces de público y de potenciales integrantes del equipo (1997: 13)».

Lo mismo que los **militantes**. Se trata de personas que, siempre con Frydemberg, por dedicarse al diseño de la competencia (publicar avisos en el diario *La Argentina* buscando rivales u ofreciéndose como tales, consiguiendo personas para arbitrarlos, etcétera), no tienen tiempo para jugar, no pueden estar en los dos lugares a la vez:

A veces los militantes se vieron ante una forzada e incómoda opción: jugar u organizar los torneos. Debido a la multiplicación de tareas les resultaba materialmente imposible cumplir las dos funciones. Así, muchos debieron abandonar la idea de competir en los torneos creados por ellos. La militancia también implicó estar al tanto de la información aparecida en la sección deportiva de los medios periodísticos, en especial en "La Argentina". Sus páginas se transformaron en material de estudio indispensable para manejar el movimiento global del fútbol amistoso. Las comisiones directivas (CD) de los clubes necesitaban conocer exhaustivamente el ambiente para poder elegir a sus adversarios y a las competencias en las cuales participar” (*ibidem*)¹⁴.

El tiempo pasa y cada vecindario, cada cuadra, cada barrio tiene su club o sus clubes, sumándose a los clubes que surgen de parroquias, o de ferrocarriles o de comercios. Así resume Alabarces el proceso de transmisión del fútbol en nuestro país, como para sumar a la de Frydemberg otra mirada sobre el período:

Si por un lado lo practican los residentes británicos, directivos de empresas o representantes comerciales, relacionados con las clases dominantes a las que inculcan sus aficiones; también es difundido por marineros y empleados de los ferrocarriles, en una relación más horizontal con las capas medias y medio-bajas creadas por la urbanización intensiva de la Argentina en el último cuarto de siglo” (1996: 24).

En cualquier caso, éste es el punto que aquí nos importa: a diferencia de los inmigrantes ingleses, más interesados en el ejercicio del auto-control corporal y la caballeridad deportiva, los clubes de los nuevos migrantes ya nacen indisolublemente ligados a la idea de competencia y de triunfo. Y no sólo a éstas

¹⁴ *La Argentina* se editó por primera vez en Buenos Aires hacia fines de 1902, mientras que su sección deportiva data de 1903, y contaba con sub-secciones como “fútbol amistoso”, “desafíos”, “torneos” y “avisos de los clubes”. Apareció los martes y viernes por la tarde hasta 1907 y desde esa fecha fue editada todos los días. La política editorial del periódico intentó producir un acercamiento con el público lector. Con este propósito, incentivó un ida y vuelta de información, como la publicación de avisos laborales y un fluido contacto epistolar. Gran parte de los nuevos *footballers*, para armar su programa de partidos, usaban al periódico. Avisaban al diario para desafiar a otros competidores, de quienes esperaban respuesta o leían la sección deportiva para enterarse contra quienes debían jugar, cuando una liga independiente anunciaba su programa de partidos. Sólo *La Argentina*, y unos años más tarde *La Mañana*, dedicaron espacio al fútbol aficionado. La gran prensa porteña sólo percibió a los sectores populares -en el marco del fenómeno del fútbol- en su papel de público del incipiente espectáculo de las ligas y partidos oficiales. A su vez, los periódicos socialistas y anarquistas de principios de siglo tampoco incluyeron noticias al respecto; por el contrario, se opusieron a la práctica activa del fútbol, al percibirlo como un elemento portador de nocivas influencias.

sino también a las ideas de honor e identidad; el club pasa a ser la representación del territorio para esos recién llegados que aún no tienen demasiada oferta de pertenencia a mano.

Así, jugar contra otros clubes es jugar contra otros barrios, y jugar contra otros barrios es jugar por demostrar qué territorio es mejor. De igual manera lo entiende Frydemberg, cuando manifiesta:

La competencia y el exitismo combinados con el deseo de defender cierto elemento integrador e identitario devinieron en una rivalidad con un tono diferente a la diseñada por los valores del sportivismo [...] Este interés por posicionarse en la totalidad del mundo competitivo se realizó a través del sentimiento de la defensa de lo pequeño, lo grupal y lo vecinal. La práctica futbolística se fue transformando en vehículo de reconocimiento de lo propio y de lo ajeno, esto último percibido como amenazante” (*op cit.*: 18 - 19).

Lentamente, y dando inicio a una valoración propia de la cultura futbolística argentina que en nuestros días perdura, competidor, rival y enemigo se iban homologando.

Proceso claramente graficado por Alabarces, cuando, al referirse a los implicados tanto en el juego como en el apoyo de los nuevos clubes-equipo, enfatiza que ~~no~~ sólo han reemplazado el apellido Brown por el Perinetti, sino que ha sido reemplazado todo un sistema ideológico y de clase. La oligarquía es desplazada por las nuevas clases populares en formación, pero también es desplazado el *fair play*, entendido como un conjunto de normativas éticas que remite a una concepción ideológica –y de clase– de la práctica” (2002: 52); para redondear su argumento afirmando que “[un] nuevo concepto de masculinidad está siendo creado, vinculado a condiciones de vida radicalmente diferentes, donde el tiempo libre y de ocio no aparece como natural sino como conquista gremial” (*ibidem*).

El tiempo sigue pasando: los clubes barriales aumentan su base social (en contraste con los británicos, que la restringen). Los varones comienzan a emular a sus nacientes ídolos jugando en la calle y en los campitos del barrio (en contraste con los jóvenes ingleses, que sólo juegan en colegios). El *fair play* entra en tensión con la trampa, con la artimaña, con la viveza criolla, necesarios para ganar

de cualquier manera. Y jugar en territorios vecinos se va volviendo cada vez más una aventura.

Hasta que los británicos, en un gesto de preservación de su esencia, y de lo que entendían por espíritu del deporte, retiran sus equipos de fútbol dedicándose, desde entonces, a la práctica del rugby. Y es interesante notar cómo ese mismo proceso se da tanto en Buenos Aires como en Rosario¹⁵.

1.1.2. Popularización del fútbol en Buenos Aires

En 1893 se crea la Liga de fútbol en el país, la *Argentine Association Football League*, integrada por unos 20 equipos, provenientes en su mayoría de las escuelas de la colonia inglesa. Para 1907, y como para ilustrar la rapidez del proceso que resumíamos recién, existen ya una docena de ligas paralelas que nuclean a unos 350 equipos.

Para Frydemberg, seguramente el historiador que más ha trajinado este período¹⁶, y el autor sobre el que nos focalizaremos en este apartado, dos dimensiones se entrecruzan en tan rápida expansión: por un lado, el ejercicio asociacionista característico de los sectores populares del que hablábamos. Por otro, su resignificación o reapropiación del sistema de valores adherido al deporte sostenido en la práctica por los *sportmen* ingleses. Esto es, con la difusión de la práctica se produjo un **desplazamiento del eje valorativo: desde el valor dado por el solo hecho de jugar hacia el valor dado por el solo hecho de ganar.**

Y en mostrar esa transición radica buena parte de su reflexión. Vamos de a poco.

En 1867 se practica por primera vez, junto a otros deportes modernos o deportes ingleses, el fútbol en Buenos Aires. Al igual que en la mismísima

¹⁵ Y no sólo en esas ciudades sino también en ciudades de otros países de América Latina. Al respecto, ver Alabarces (2009): trabajo en el que historiza los diferentes procesos de difusión de distintos deportes –no sólo el fútbol– en los países del continente.

¹⁶ Pueden consultarse también los mencionados Palomino y Scher (1988). Y bibliografía no solamente abocada a la historia de los clubes de fútbol sino a consideraciones sobre los modelos institucionales asociacionistas y a los aspectos sociológicos del deporte, como Daskal y Gruschetsky (2006).

Inglaterra, son los educadores de los colegios los que en su difusión asumen un papel principal. Estos, al decir de Frydemberg, —dieron especial atención al fútbol, transformado en práctica cotidiana para escolares y ex-alumnos, tanto ingleses como pertenecientes a la elite dirigente criolla, y además organizaron la liga oficial (*op cit.*: 8)”. Por otra parte, organizaron seleccionados y giras, y visitas de equipos ingleses o seleccionados vecinos, como el uruguayo, para disputar los primeros partidos internacionales¹⁷.

Todo esto, por supuesto, siempre bajo la égida del *fair play*, identificado con el juego caballeresco, con un compromiso ético individual aprendido durante años de educación formal e institucional. Se trataba de una actitud interna dirigida a controlar los actos y las emociones e incorporada a través de una rígida vigilancia externa modeladora de la niñez y la juventud; una actitud que dibujaba cuerpos y almas de los futuros dirigentes.

Un lugar también muy activo, como señalamos anteriormente y como veremos a lo largo de este apartado, tuvo el periódico *La Argentina*, aunque cabe aclarar que no tanto en la difusión del fútbol institucionalizado como en la propagación de la práctica en todos aquellos espacios informales (calles, baldíos) que devendrían caldo de cultivo para la formación de todas esas mencionadas ligas paralelas a la oficial.

El periódico, según nuestro historiador de referencia, no sólo —cumplió un papel activo en la organización de la práctica del fútbol aficionado y constituyó un aporte decisivo en la construcción del universo de adeptos al nuevo deporte fuera del marco institucional de la liga oficial (*op cit.*: 8)”, sino que además —contribuyó a la difusión de las reglas del juego y a la formación y propagación de una serie de hábitos y valores que quedarán, de ahí en más, asociados a la experiencia futbolística” (*ibidem*).

Pero mayor centralidad aún le otorga Frydemberg a otro actor social, la juventud de los sectores populares, a quienes analiza en el marco de las nacientes prácticas urbanas del esparcimiento y demás experiencias masculinas de sociabilidad, como la reunión en la esquina y en el bar, al punto de afirmar que

¹⁷ En ese sentido, quien tendrá una actuación decisiva, al punto de ser considerado el *father* del fútbol nacional, es Alexander Watson Hutton, Director del English Hight School de Buenos Aires, y de su equipo, más tarde conocido como Alumni, el cual dominará los campeonatos durante toda una década, y a su vez fundador y principal artífice de la Liga Oficial creada en 1893.

—na verdadera oleada fundacional se inició con la vuelta del siglo entre sectores sociales ajenos a la elite criolla y a la colonia inglesa (*op cit.:* 10)”.

Se trató de los clubes-equipo a los que hacíamos mención. Y de jóvenes, nuevamente, que no tuvieron solamente al lugar de residencia como criterio para armar el equipo sino también al de la creencia religiosa, tal el caso de las parroquias (una de las cuales dio a luz al hoy legendario Club Atlético San Lorenzo de Almagro), y al lugar de trabajo, entre los que podemos destacar a ferrocarriles (de los que surgen, por ejemplo, Ferrocarril Oeste o, ya en Rosario, Central Córdoba y Rosario Central) y comercios (como la tienda porteña de la que surgió el Club Atlético Independiente de Avellaneda).

Se trató de los clubes-equipo, decíamos, clubes de los migrantes no-ingleses asentados en los florecientes barrios, diferenciados de aquellos, los cuales hicieron de la restricción un valor. Contrariamente, como apunta Frydemberg, —los nuevos clubes debieron ensanchar su base social de apoyo como forma de sobrevivir y si fuera posible, crecer” (*op cit.:* 10). De hecho, —algunas de estas nuevas asociaciones llegaron a constituirse en los clubes tal como los conocemos ahora pero la mayoría murió en el intento” (*ibidem*). Clubes que fueron dando forma al llamado *football* aficionado, dentro del cual tenían lugar partidos amistosos, desafíos por objetos de arte, y otras variantes de competencia.

¿Pero qué hay de las prácticas y los valores de estos jóvenes, objeto que a Frydemberg más convoca, y en el que nos detendremos de aquí hasta el final del apartado? Escribe el autor:

Al examinar el fútbol aficionado encuadrado en las ligas independientes puede apreciarse un clima intemperante. En las crónicas periodísticas de muchos de los partidos se percibe la tensión provocada por insultos, brusquedades y toda una gama de conductas "poco caballerescas". Quienes poseyeron cancha propia gozaron de la ventaja del apoyo de un escaso aunque activo público. Estos espectadores generaron -a menudo- violencia física o de palabra, sobre árbitros y/o jugadores visitantes en pos del triunfo del equipo de sus simpatías. Esta postura excesivamente atenta al logro de la victoria se observa también en la paradójica insistencia de jugadores de los partidos amistosos (fuera de cualquier torneo) por "cobrar los dos puntos", y

la consecuente actitud docente del diario [La Argentina] que insistía en explicar que en el fútbol amistoso no había puntos en juego” (*op cit.*: 16).

Este imperativo del triunfo se puede leer en algunos hechos protagonizados por esta nueva camada de futbolistas:

- El presentar jugadores de una edad no correspondiente a una determinada categoría para sacar ventaja deportiva¹⁸.
- El publicar en la sección deportiva de *La Argentina* resultados falsos adjudicándose el triunfo de un partido. Para evitar su contracara: la humillación y la vergüenza de aparecer como derrotados.
- El aparecer a toda costa en las páginas de *La Argentina*, como símbolo de notoriedad, no solo ganando sino desafiando como signo de hombría y guapeza¹⁹.

Lo que observamos a partir del punteo es que el imperativo no fue sólo de triunfo sino también de exhibirse triunfador ante la mirada de los otros. El tiempo irá corriendo y los años pasando, y **llegados a nuestra época lo que se exhibirá ya no será la supuesta superioridad deportiva de un equipo sino el aguante de su hinchada**. Pero ese es otro tema, y tendremos que esperar hasta la segunda parte para desandararlo.

Por lo pronto, cabe remarcar, siempre con Frydemberg, que “para conseguir el éxito se apeló a una amplia gama de medios, desde argucias reglamentarias hasta reacciones cargadas de brusquedades” (*op cit.*: 17). Tal es así que “en las fuentes consultadas aparece recurrentemente evaluada la presencia en la competencia por una parte de la caballerosidad, la diversión y el desinterés, y por otra, la vergüenza y la deshonra” (*ibídem*).

¹⁸ Y una variante similar, que compartimos en palabras de Frydemberg: “Los clubes que tuvieron más de un equipo a menudo inscribieron en las Ligas a su mejor conjunto con el N° II o III y no con el I para que éste no jugase en la primera división del torneo y así estar en mejores condiciones para ganar en una división menor” (*op cit.*: 16)

¹⁹ Al efecto, Frydemberg recupera cartas de lectores de la época. En una puede leerse: *El Sr. Trabucco no es un aficionado, no, es uno de los tantos que juegan al football por decir "a mi nadie me ha vencido". ¡Nosotros lo hemos vencido! (...) Si alguna de mis palabras (lo) ha ofendido, el Sr. Trabucco ya sabe donde me puede encontrar. Nicolas Rubercampf, Capital del IV team del C.A. Liniers. Laprida 1218*

Ante la recurrencia de dichas actitudes, *La Argentina* se retira de su papel activo en el fútbol aficionado. Pero ahí no termina el asunto: los que se retiran en masa, aprovechando el descenso de categoría del Belgrano Athletic Club en 1916, y su decisión de desafiliarse, son los equipos ingleses en su totalidad. Clubes cuya desafiliación, en palabras de nuestro historiador, “se puede asociar a un intento descontaminante, a un rechazo a participar en un mundo que aparecía descontrolado y vulgarizado” (*op cit.*: 23).

Son los últimos pasos de la ética del *fair play*, y de sus concepciones de honorabilidad. Y los primeros de una **larga y riesgosa relación entre exhibición, hombría y guapeza.**

1.1.3. Popularización del fútbol en Rosario

Podría decirse que cada tipo de juegos tuvo su década. Los juegos de tradición española, con la taba, la tauromaquia y la riña de gallos a la cabeza, para la década de 1870. Juegos de origen campero (carreras de sortijas y cuadreras) en la de 1880.

Prácticas que, como escriben Gauna y Farías, quienes reconstruyen el proceso mediante artículos de los diarios *La Capital* y *El independiente* de la época, “en el fin de siglo fueron entrando en franca decadencia dando paso a las nuevas disciplinas deportivas de origen europeo, como el cricket, el fútbol, el tenis, el atletismo, el hipismo, el golf, el remo y el rugby, que fueron introducidas al país por la comunidad de inmigrantes ingleses” (1924: 24), siendo éstos, “principalmente comerciantes y funcionarios de las empresas británicas radicadas en la Argentina, quienes asentaron las bases de los clubes deportivos y difundieron la costumbre del ocio al aire libre” (*ibídem*).

En 1896, habiendo rastreado el dato en la Memoria y Balance del ejercicio 1896/7 del Club Atlético del Rosario, los autores sitúan un primer intento de formación de una Liga Rosarina de Fútbol, del que formaron parte el mencionado club, los alumnos del Colegio Inglés del Señor Robb y el Club Atlético del Ferrocarril Central Argentino (luego Rosario Central). No obstante, es

verdaderamente a comienzos del nuevo siglo cuando el fútbol rosarino se organiza.

Apuntan Gauna y Farías:

La pasión por el fútbol crece día a día y son numerosos los clubes en Rosario en los comienzos del siglo; al decano Atlético y a Rosario Central del siglo anterior, se suman en 1903 Newells Old Boys y Provincial. Un año después, Argentino (hoy Gimnasia y Esgrima) y Tiro Federal, en 1906 aparece el Córdoba and Rosario Railways Athletic Club (Central Córdoba). Tan desbordante fervor comienza a consolidarse en la reunión del 30 de mayo de 1905, celebrada en el Hotel Britania en la que nace la Liga Rosarina de Fútbol (*op cit.*: 43).

Pero queremos poner el acento en lo siguiente, porque allí está el meollo del asunto. Aseguran nuestros dos historiadores rosarinos que ~~—a~~ medida que el fútbol se organiza con campeonatos estables ~~—recordemos~~ que el primer campeonato local aconteció en 1905- se desarrolló una creciente rivalidad entre los clubes más importantes, que podían ganar un campeonato, nos referimos a Rosario Central y a Newells Old Boys” (*op cit.*: 48). Y que la misma ~~—no~~ sólo se manifestará en los campos de juego, sino que se trasladó a las tribunas, originando hechos de violencia que ponían al descubierto el perfil y las características que iban teniendo las hinchadas” (*ibídem*).

En ese sentido, ya en un cotejo disputado en 1908 entre ambos contendientes, la mala actuación del árbitro desencadena la invasión del campo de juego. Al año siguiente, y por la misma razón, los partidarios de Rosario Central agreden con piedras al árbitro y al público contrario. La Liga decide no jugar más ese partido en la cancha del CARC, por lo que se traslada a Plaza Jewell, terreno neutral. Pero la medida no alcanza: nuevamente, y esta vez arrojando heridos, se producen incidentes.

Ante semejante seguidilla toma cartas en el asunto la Asociación Argentina de Fútbol, quien solicita a su par rosarina que eleve un informe. En el mismo, fechado en 1911, se puede leer:

Al tratarse de los cuadros más fuertes de esta [ciudad], entre quienes se ha definido siempre el campeonato de primera división, desde que fue instituido, existe entre ambos la consiguiente rivalidad de competencia, entre los que se han destacado los que acompañan a Rosario Central como los más exaltados y menos cultos, especialmente cuando juegan en su propia cancha en cuyas proximidades hay el centro donde habita su mayoría (Barrio Talleres) (*op cit.*: 51).

En 1912 se intensifican los conflictos disciplinarios, casos de violencia y demás, lo que motiva una escisión en la Liga Rosarina. Los clubes de los barrios obreros de la zona norte (Talleres, Arroyito, Refinería) forman una nueva entidad. Aunque en 1914 se disuelve y se reintegran a la Rosarina, Liga que ostentaba el reconocimiento de la Asociación Argentina.

Así llegamos al 20 de agosto de 1916, donde tras un partido ante Gimnasia y Esgrima en cancha de éste en el Parque Independencia, por circunstancias que se desconocen exactamente, los directivos del Club Atlético del Rosario deciden retirar sus planteles de fútbol de la Liga Rosarina. En 1920 hará lo propio el propio Gimnasia y Esgrima. Sobre esto último, y sobre el período en general, Gauna y Farías proponen una lectura final:

El origen del conflicto era el mismo que motivó también la desvinculación del Atlético del Rosario, es decir, la violencia que se producía por la creciente popularización del fútbol, aunque después de trataba de esgrimir otros argumentos, como por ejemplo los malos arbitrajes o las medidas implementadas por la Liga. La presencia popular en las canchas –más allá del alboroto o de algunos casos bastante aislados de violencia- era lo que verdaderamente molestaba la tranquilidad de los clubes más *refinados* y *cultos* de la ciudad [...] Es así como en esos años se produce esta escisión de los deportes, el fútbol para el —pueblo”, donde se gana a través del ingenio, la picardía, el engaño, la gambeta; y el rugby para los sectores *refinados* donde se fomentaba el espíritu de cuerpo, la disciplina, el *tercer tiempo* y el orden (*op cit.*: 56).

Yendo ahora a un ejemplo bien concreto, los inicios de Rosario Central, el club cuyos hinchas nos convocan, en nada difieren de los inicios del fútbol argentino en general.

La escena nos suena de algún lado: inmigrantes queriendo fundar un club para jugar al fútbol; inmigrantes aglutinados por el barrio y el lugar de trabajo. Esta vez son ingleses y criollos que trabajan mayormente como obreros de los talleres de construcción y reparación de vagones del Ferrocarril Central Argentino, la empresa británica. El anhelo se concreta el 24 de diciembre de 1889. La empresa les cede un terreno que oficiará de primer campo de juego, en el corazón del barrio Talleres, ahí donde empieza la zona norte de la ciudad.

La escena nos sigue resultando familiar cuando sumamos otros elementos: en una asamblea de 1903 se suceden dos hechos. En primer lugar, se decide la castellanización del nombre del hasta entonces *Central Argentine Railway Club*. Por otra parte, un club que por mandato fundacional sólo podía asociar a trabajadores de la empresa, decide cambiar abriendo la posibilidad de la inscripción a miembros de la comunidad en general.

Finalmente, la historia suma otro aspecto conocido, en el que resuena, dicho sea de paso, lo expuesto más arriba a partir de Archetti. Escribe el periodista Jorge Brisaboa:

Isaac Newell acostumbraba a que sus alumnos jugaran al fútbol en el patio del colegio que dirigía, ubicado en la céntrica calle Entre Ríos 139. Atraídos por el deporte y con la nostalgia de tantas jornadas en la escuela corriendo atrás de la pelota, varios ex alumnos se reunieron en ese mismo patio y resolvieron crear –con el apoyo de don Isaac y de su hijo Claudio, en quien había delegado la dirección- el Club Atlético Newell's Old Boys [...] Comenzó entonces una dura rivalidad que en lo social se emparentaba con dos clases bien definidas: la elite era de Newell's y los sectores populares de Central (1996: 19).

Tenemos al club como excusa para jugar, tenemos su posterior expansión social, identificaciones territoriales, la calle versus el colegio. Para que la historia sea la historia, sólo nos queda un elemento vinculado a los estilos de juego. En ese sentido, dice el periodista Cipriano Roldán en *Anales del fútbol rosarino*, una publicación de 1959 que recupera en su libro sobre Central Brisaboa:

Se trata de jugadores que al fútbol <gringo> le están adosando su genio innato, su viveza y <picardía criolla> [...] Sale el fútbol de la estrechura rígida, del formulismo práctico y positivo de los ingleses, para transformarse

substantialmente [...] La tendencia a la gambeta”, que demora el avance pero que lo va tejiendo tenuemente, aparece como una modalidad que adquiere relieve, de manera particular, entre los hombres que visten la camiseta de Rosario Central (*op cit.*: 28).

Y entonces, la familiaridad es total.

1.2. Recapitulando y respondiendo a una pregunta: ¿qué elementos contienen las primeras dos décadas del siglo XX para pensar el problema-violencia?

De lo dicho en este capítulo, se puede pasar en limpio:

- Que habría, por lo menos, tres claves de lectura para hacer una historia del fútbol local.
- Que de esas tres, la que nos convoca en esta instancia es la clave *violencia*.
- Que a los ojos de esta clave, es necesario tener en cuenta una serie de elementos, que son los que irán apareciendo a lo largo de las páginas de este documento, de una u otra manera, cada vez que tengamos que rodear nuestro objeto. A saber: **la identidad, la hombría, la honorabilidad, la exhibición ante la mirada alterna, la construcción de otredad, y fundamentalmente los medios.**
- Sobre nociones de identidad, hombría y honor hablaremos largamente en el capítulo dos. Por el momento solo resta decir que, como apuntábamos, a diferencia de los ingleses, el fútbol para los sectores populares de la floreciente Argentina ya nace, por un lado, estrechamente ligado a la identificación con el territorio y con lo propio; por otro lado, lejos de la ética del *fair play*, asociado a una nueva concepción de honor basada en el acto de mostrarse ganador, y por ende dejar bien parado al territorio que se representa. De ahí a lo que subraya Alabarces (2002) – una nueva concepción de masculinidad- habrá un solo paso. Y será el paso (o al menos uno de los pasos) a tener en cuenta a la hora de pensar en clave *violencia*. No por nada, al momento de indagar en los valores de la cultura futbolística argentina a través del análisis de los cánticos de los hinchas,

Archetti (1985) sostendrá que la argentina es una cultura futbolística fuertemente atravesada por identidades de género. También nos detendremos en ello en el capítulo dos.

- En cuanto a los medios, **no es posible leer la historia del fútbol argentino, y menos todavía en clave violencia, sin tener en cuenta el papel decisivo que en ella han tenido los medios de comunicación.** Así como Archetti en el trabajo citado postula a la revista *El Gráfico* como una de las principales vías de formación del imaginario del fútbol nacional; y así como nosotros intentaremos demostrar, a partir de una serie de *indicios en recepción*, que el programa de televisión *El Aguante* contribuyó en la producción de un nuevo modo de ser hincha, vimos el papel central que, en el proceso de difusión del fútbol entre los sectores populares, desempeñó el periódico *La Argentina*.
- Finalmente, sobre la exhibición planteamos lo siguiente: con la avidez de aparición en las páginas de *La Argentina*, como vimos, nace una larga y riesgosa relación entre exhibición, hombría y honorabilidad, de la que, entre otros, al llevar a cabo una etnografía de un grupo de hinchas del Club Atlético Huracán, Garriga (2007) se ocupará. Y de la que nosotros, en los capítulos sucesivos, también nos ocuparemos.

2. COORDENADAS PARA UNA CARTOGRAFÍA DE LOS ESTUDIOS SOBRE FÚTBOL EN CLAVE *COMUNICACIÓN*

Lo vimos en el capítulo anterior: debido a los procesos locales de fundación de clubes, en el marco de los modos de apropiación y difusión de la británica práctica del fútbol, el acto de jugar, el de simpatizar y el de identificarse nacen y se desarrollan prácticamente al mismo tiempo.

Desde entonces, hablar de fútbol no será solo hablar de fútbol. Mejor dicho: desde entonces, hablar de fútbol será hablar del juego en sí y de sus jugadores, pero también será hablar de sus hinchas y de las identificaciones que en estos suscita, así como de los sentidos que en sus vidas genera. Ahora bien, con el correr de los años, una serie de discursos se repartirán ese **doble hablar de fútbol** en Argentina.

El periodismo especializado (–deportivo”) se abocará a hablar del universo del juego en sí y de sus jugadores, postulándose como legítimo detentador del saber respecto de todo lo concerniente al análisis de partidos, incidencias del juego, rendimiento de los jugadores, informaciones e historias de los clubes, estadísticas, etcétera. En tanto, discursos provenientes de las ciencias sociales se ocuparán de lo segundo. Nos referimos a los estudios que, especialmente desde la sociología, la antropología y la comunicación, tienen por objeto al deporte, y puntualmente al universo del fútbol y sus hinchas.

Podríamos agregar que, orbitando entre ambos discursos, y sobre todo a partir de los últimos años, como mencionábamos en el capítulo uno, encontramos un discurso más de tipo narrativo, literario, que se habría desarrollado con fuerza al calor del éxito de *Todo con afecto*, el programa radial de Alejandro Appo, y al compás del avance del género-cuento de fútbol como fenómeno editorial. Tal es así que en el año 2001 podemos ubicar los primeros antecedentes de Ediciones Al Arco, la primera editorial argentina de literatura deportiva.

Los por qué de la focalización del discurso de las ciencias sociales en los sentidos y en las identificaciones que el fútbol genera en los hinchas antes que en el juego en sí y sus dimensiones, es un planteo que constituye todo otro tema. Casi un capítulo de una tesis que no es ésta. Sin embargo, cabe apuntar rápidamente

una razón posible: su función crítica ante la urgencia. Una urgencia dada, por ejemplo, en ocasión de la proliferación mediática de retóricas nacionalistas o de enunciados estigmatizantes sobre un sector determinado de los hinchas que concurren a los estadios. Hacemos alusión –y estamos hablando siempre de Argentina- a ese bombardeo constante de consignas e imágenes publicitarias xenófobas y chauvinistas que pretenden olvidar las dramáticas desigualdades sociales de un país, por ejemplo, en ocasión de la disputa de los mundiales. O a la circulación irresponsable de enunciados que estigmatizan a los “barras bravas” como “los inadaptados de siempre” sin abrir una pregunta por la implicación en el asunto de otros actores futbolísticos, cada vez que un hincha muere, o es agredido o estafado, etcétera.

Entonces, el hecho de que desde las ciencias sociales se privilegien objetos que no son aquellos estrictamente relacionados con el juego en sí y sus jugadores, acaso obedezca más a una cuestión de urgencias que a una jerarquía de intereses según la cual serían considerados poco relevantes. O, por qué no, a la vigencia de cierta tradición que, informada por el periodismo de investigación, concibe a las operaciones críticas en términos de operaciones de denuncia.

De hecho, para nosotros, el juego en sí, lejos de un objeto menor, plantea algunos interrogantes que bien valdrían, en base al aporte de otras disciplinas (psicología del deporte, ciencias de la educación, etc.), investigaciones desde las ciencias sociales.

Por ejemplo, una interrogación pasible de ser formulada es la disparada por un planteo del ex-futbolista y actual manager deportivo Jorge Valdano, al ser entrevistado por el escritor y periodista mexicano Juan Villoro en el libro de ensayos *Dios es redondo*. Allí Valdano dice:

Para mi generación todo era más fácil: el fútbol era lo único y ahí concentrábamos toda la energía. Ahora se dificulta que el futbolista se concentre sólo en el juego. Tiene muchas obligaciones paralelas. Además se somete a una cantidad excesiva de juegos y eso condiciona los plazos de asimilación. Cuando todavía jugaba, escribí un artículo que se llamaba <los tres partidos>. Trataba de las fases psicológicas que enfrenta un jugador. La primera consiste en soñar el partido: <quién me va a marcar, es zurdo o derecho, por qué lado me va a convenir irme, quién va a ser mi compañero,

cómo voy a encontrarlo> Luego está el partido real, el de en medio, y finalmente el partido que ocurre en la mente y repasa las cosas, para corregir o fortalecer el rendimiento. Hoy el futbolista apenas tiene tiempo de jugar el partido de en medio (2006: 209).

Si a este tipo de futbolista que describe Valdano lo caracterizamos, además, como un futbolista informal-mediatizado, esto es, siempre movilizado por tener que hablar y opinar tanto como por tener que escuchar habladurías y opiniones en el marco del auge de los canales deportivos con cobertura informativa al instante las 24hs, ávidos por rellenar a cualquier precio los minutos de programación (ver apartado 7.4 del capítulo siete); si a ello le sumamos su socialización en los vertiginosos parámetros del gol fragmentado y la percepción sin espera de los que hablábamos en el anexo fútbol, cabe preguntarse: ¿es, una subjetividad como esa, pasible de asimilar ideas como las de pausa y pensamiento estratégico, dos de las nociones más caras al acto del jugar al fútbol? ¿Qué desafíos presentan, esas subjetividades, para la labor formativa-educativa de formadores y entrenadores a la hora de transmitir las?²⁰

Y así como esos interrogantes, otros. Por ejemplo, y comparado con otros juegos, ¿en dónde radica el fatal, el inefable, el letal atractivo con que el fútbol seduce y atrapa a la mayoría de las personas tarde o temprano?

Al respecto Martínez dice que “son múltiples las cosas que han hecho de este juego tan sencillo un mundo de bastas y aleccionadoras complejidades” (2006: 3).

Y procede a detallarlas:

Al jugarse con los pies, conecta de inmediato con lo mágico, lo pasional, lo instintivo y lo alejado de lo racional; al ser un juego colectivo, establece comunidades de afecto y sentimiento, sistemas de lealtades y solidaridades, representaciones e identidades grupales; al ser de connotación festiva, activa reminiscencias de orden dionisiaco y carnavalesco; y, finalmente, al ser un ritual regulado por un calendario y un tiempo cíclicos, nos transporta al mítico retorno de lo mismo. José de la Colina lo sintetizó de forma

²⁰ Cabe compartir una anécdota. Cuenta Rafael Bielsa que una tarde lo encontró a su hermano, Marcelo, en épocas en las que éste dirigía el seleccionado argentino, caminando solo y en círculos por el predio de su casa de campo, en clara actitud reflexiva y vacilante. Intrigado, Rafael se acerca y le pregunta qué le pasa. Y Marcelo contesta algo así como: “estoy tratando de encontrar la manera de transmitirle a Ortega, en un minuto, que es el tiempo que dura su capacidad de mantener la atención, un concepto que me llevaría diez minutos desplegar”.

insuperable al decir que –el mar es como el fútbol, lo puedes ver durante horas aunque siempre sea igual” (*ibidem*)

Un camino similar transita Caparrós al preguntarse cómo es que, si vinieron todos en el mismo barco, el barco inglés de los deportes modernos, el fútbol superó y supera ampliamente a otro tipo de prácticas deportivas en adhesión:

Es obvio que, en esos tiempos de constitución de la sociedad moderna, de ruptura de los vínculos tradicionales, un deporte colectivo tenía ventajas sobre los individuales: hay algo muy fuerte en ese modo de sentirse parte, aliado con otros en busca de lo mismo [...] El football tiene un par de ventajas: parece menos peligroso, requiere más habilidad y menos fuerza física y sus reglas son más claras [...] Pero siempre creí que la ventaja inicial es que el football es mucho más adaptable: cuatro chicos con una pelota de papel pueden jugar a algo que se parece mucho al football; en cambio el rugby, por organización y por su extraña bola, sólo se arma cuando se arma un partido más o menos en serio. Y, sobre todo, el football tiene el goal. En otros deportes colectivos, los equipos hacen muchos tantos: un partido de básquet puede terminar 90 a 85, uno de rugby 35 a 15: el momento supremo –el de la conquista- se vuelve, por repetido, un poco pavo (2005: 13).

Para ir redondeando la idea, una última consideración. De no existir las urgencias señaladas, los dichos de Gumbrecht que siguen nos caerían justo para problematizar resistencias del campo intelectual a la hora de efectuar un elogio del juego en sí, o de los deportes en sí. El filósofo y teórico literario alemán se pregunta: ¿por qué es tan difícil hacer un elogio de los deportes? Y a modo de respuesta ensaya el siguiente planteo:

Cuando los intelectuales, incluso aquellos que aman los deportes, escriben sobre atletas y eventos atléticos, se sienten en general obligados a interpretar los deportes como un síntoma de tendencias y funciones muy poco deseables [...] los historiadores y los científicos sociales no dejan de identificar los deportes como algo que llena una función meramente subordinada, dentro del contexto de un desarrollo mayor o de un sistema más poderoso [...] Una razón más general de nuestra incapacidad para hacer el elogio del deporte es que nos sentimos obligados, como intelectuales, a ser –críticos” [...] Sin embargo pienso que el problema que experimentamos cuando queremos que nuestra escritura se mantenga focalizada en los eventos atléticos tiene que ver con la tradición que llamamos –metafísica occidental”. Esta no solo

prescribe que establezcamos distinciones nítidas entre lo que vemos como ~~—material~~” y lo que entendemos como ~~—espiritual~~”. El ser ~~—metafísico~~” implica también que enfatizemos, privilegiemos y optemos consistentemente siempre por el lado espiritual de esta gran división, considerándolo como la realidad más importante [...] Lo que debo obligarme a hacer es, pues, bien simple: mantendré mis ojos y mi mente concentrados en los cuerpos de los atletas, en lugar de ceder el asunto deportivo a su ~~—lectura~~” como una ~~—función~~” o una ~~—expresión~~” de alguna otra cosa (2006: 28-32).

Pero dejemos de lado todo aquello que, dijimos, merecería el capítulo de otra tesis, y volvamos a las ciencias sociales y al terreno que aquí nos interesa.

Recuperando la dimensión de las urgencias, podría afirmarse que uno de los gestos fundantes de los estudios sociológicos, antropológicos y comunicacionales sobre fútbol, al menos en Argentina, es poner críticamente en suspenso al discurso mediático (o a los medios como discurso, mejor dicho, precisión sobre la que volveremos luego), toda vez que éste se pretende también legítimo detentador de saber sobre temas que exceden al juego en sí y sus incidencias, como puede ser el caso de los fenómenos identitarios o los fenómenos de violencia.

2.1. Sobre fútbol hay algo escrito. Y sobre hinchas también.

Libros, revistas especializadas, institutos, áreas, departamentos, centros de estudio, seminarios específicos, publicaciones dispersas, redes de investigadores, grupos de estudio, grupos de trabajo, mesas, congresos, jornadas: pese a su tardía colocación como objeto legitimado al interior de las ciencias sociales, especialmente en América latina - tardanza, obturación cuyas razones posibles indagó sugerentemente Alabarces (2004)-, los estudios sobre fútbol son abundantes. Contando con producciones principalmente inglesas, brasileñas y argentinas, pero también italianas, francesas, mexicanas, peruanas, y algunos trabajos costarricenses, ecuatorianos y chilenos, la masa textual generada al respecto crece y prolifera.

No es la intención de este apartado reponer estudios y producciones en la exhaustividad del detalle, empresa, por otra parte, condenada de antemano a la incompletud, al olvido, al fracaso, precisamente debido al volumen y a la vastedad

mencionados. Más bien se trata, en primer término, de complejizar un poco la parte del doble hablar de fútbol que a la academia le tocó. Pues no todo es solamente –hablar de los hinchas y de las identificaciones que en estos suscita, así como de los sentidos que en sus vidas genera”. Y en segundo lugar, de ir deteniéndonos brevemente en aquellas publicaciones a las que puntualmente nuestra investigación debe estar atenta. Operación insoslayable, por otro lado, para situar las continuidades y las zonas de vacancia del campo en el cual se inserta. Operación que, finalmente, y si bien de una manera poco convencional para lo que son los códigos del género *tesis doctoral*, bien vista, constituye el estado de la cuestión de distintos niveles del campo.

2.1.1. ¿sobre fútbol o sobre deporte?

En el marco de nuestras coordenadas, cabe una impostergable disquisición, porque no es exactamente *de fútbol* que las ciencias sociales hablan sino *de deporte*.

Dicho de otra manera: no es por otra vía que la del deporte, no es sino bajo su gran paraguas protector que el fútbol hace su ingreso en la academia (podría hablarse, también, del paraguas de las –culturas populares”). Paraguas abierto por aquellos sectores de la ciencia que cuentan con la fuerza necesaria para hacerlo: la sociología, por sobre todas las cosas, después la antropología y los estudios culturales; constituyéndose en sub-tema, variación o especialidad, una entre tantas, de una disciplina madre. De manera que así como en un congreso pueden encontrarse mesas de sociología del trabajo, de sociología de la religión, de la literatura, de la moda, del delito, del cuerpo, del tiempo libre o de las emociones, también pueden encontrarse mesas de sociología del deporte. Lo mismo para el caso de los congresos de antropología.

Esto significa, como mínimo, dos cosas, sobre las que valdría la pena extenderse en otra oportunidad:

- Primero, que, bajo el paraguas protector del deporte, y aunque minoritarios, entran estudios sobre otras prácticas deportivas, no solamente sobre el fútbol.
- Segundo, que, en rigor, tomando el ejemplo de Argentina, no existiría propiamente un *hablar de fútbol*, al menos desde discursos no-literarios ni costumbristas (Galeano, 1995; Fontanarrosa, 2007; Sacheri, 2000, 2004), ni de sentido común. ¿Por qué? Porque el periodismo deportivo, definitivamente permeable a los criterios y rutinas productivas del show, así como enredado en sus fórmulas, clichés y lugares comunes de siempre (ver capítulo seis), hace tiempo que dejó de hablar de fútbol para hablar de sí mismo, volviéndose, como la Neo TV (Eco, 1994) o como la Meta TV (Carlón, 2006 y 2009) que vuelven ubicuo al sistema de medios, crecientemente autorreferencial. Y porque la academia, como estamos diciendo, no habla en sentido estricto *de fútbol* sino a partir y a través del fútbol, motivada menos por un deseo o un interés en la experiencia futbolera que por razones de vacancia teórica al interior de sus ciencias, así como por las ventajas comparativas que contiene el fútbol, respecto de otros fenómenos sociales, para leer en él una serie de dimensiones de lo social. Nada más ilustrativo de esto último que el título de una reseña escrita sobre el libro *Fútbol-espectáculo, cultura y sociedad* (Martínez et al, 2010) publicada en el número 42 de la Revista Regiones: “Para encontrar lo social a través del fútbol”. O que este otro título de un libro: *Ese gol existe; una mirada al Perú a través del fútbol* (Panfichi et al, 2008).

Ahí, entonces, ahí cuando el fútbol es un medio para encontrar, para leer lo social, es que hace su ingreso como deporte al escenario de las ciencias sociales. Fundándose las antropologías y las sociologías y los estudios culturales del deporte. Y las revistas especializadas, como *Esporte e Sociedade* en Brasil. Y los seminarios, como el seminario de Sociología del Deporte dictado en la carrera de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Y los grupos de trabajo, como el grupo de Deporte y Sociedad coordinado por Pablo Alabarces entre 1997 y 2003 en CLACSO. Y las redes de investigadores, como la

Red de investigación sobre deporte, cultura y sociedad en México. Y los centros de estudio, como el Centro de Estudios del Deporte, de la Universidad General de San Martín. Y las áreas, como el Área Interdisciplinaria de Estudios del Deporte que funcionó en la Universidad de Buenos Aires en la década de 1990. Etcétera.

Todo, nuevamente, bajo un supuesto, que compartimos a partir de tres fragmentos de tres autores:

Mi hipótesis central es que una lectura de esas sociedades [la argentina y la brasileña] a partir del mundo simbólico del fútbol puede ilustrar algunos de los aspectos centrales de sus culturas y del ethos nacional (Archetti, 1985: 75).

No es necesario leer ensayos académicos para descubrir la presencia cotidiana del deporte en toda América Latina. Esa comprobación llega hasta la desmesura al revisar el lugar que ocupa en los medios de comunicación, excediendo las páginas especializadas de la prensa deportiva o los segmentos noticiosos para adquirir autonomía en emisoras radiales específicas, en periódicos deportivos, en canales de cable íntegramente dedicados a la transmisión de eventos o al comentario de los detalles más minuciosos de la vida atlética. Pero también es desmesurada en la conversación cotidiana, en el grafiti callejero [...] Ser “hicha” o “arcador” de un equipo de fútbol o de béisbol desplaza otros mecanismos identitarios hasta transformarse en central en la constitución de subjetividades contemporáneas (Alabarces, 2009: 1).

Ya sea como balón, como juego o actividad recreativa, como agente socializador y alfabetizador, como espacio de prácticas asociadas al biopoder, como espectáculo en vivo, como negocio, como estética, como parte de la moda y la vestimenta, como narrativa dramático-mediática, como héroes sponsorizados que gatillan el imaginario, como fuente de orgullo nacional y configuración identitaria, como estilo de vida o conjunto de valores; el deporte aparece en las conversaciones y en los cuerpos (de los que juegan y no juegan, de aquellos que lo gozan y de quienes lo sufren) [...] Por su impacto cultural y lo extenso de su influencia, por su omnipresencia mediática y los imaginarios tecno-corporales que vehicula, por su relevancia económica y por su rentabilidad política, el deporte, no cabe duda, es hoy un ámbito clave de la vida social contemporánea (Martínez, 2009: 1).

Y si es por citar fragmentos de autores que den cuenta de este supuesto podríamos hacer un inventario de páginas y páginas enteras. Porque en sus estrategias argumentativas la mayoría de ellos empieza siempre por ahí. Pero no viene al caso. Además, como dice el segundo de los fragmentos, no es necesario ir a ensayos académicos para constatar el peso que el deporte tiene en la vida cotidiana. Para eso, y si de fútbol se trata, alcanza y sobra con vivir en la ciudad de Rosario (ver capítulo siguiente), que a su vez forma parte de Argentina, un país en el que el fútbol constituye un botín estratégico en disputa para las principales corporaciones mediáticas y el Estado. Ahí está el *Fútbol para todos* para demostrarlo (ver en 7.4 del capítulo siete).

Planteada la disquisición, y explicitados los supuestos, continuamos.

Haciendo a un lado las producciones generalistas, es decir, aquellas que establecen los lineamientos teórico-metodológicos fundantes, las bases conceptuales, como las de García Ferrando (1990), Elías y Dunning (1992) o las de Bourdieu (1993) para el caso de la sociología del deporte en la sociología, o tramos de Alabarces y Rodríguez (1996) para el caso del análisis cultural, nos encontramos con lo que llamaremos informalmente la lógica del *deporte y...* Que no es otra que aquella bajo la cual habita el supuesto que apuntábamos: el del deporte en tanto objeto privilegiado, dada su pregnancia en la vida cotidiana, dado su peso en la constitución de subjetividades, dada su masividad, objeto privilegiado para interrogar dimensiones de lo social.

- deporte y culturas populares
- deporte y violencia (en especial, los trabajos sobre *hooliganismo*. Ver apartado 5.3 del capítulo cinco).
- deporte y política (por lo general, vinculados a distintos casos de usos políticos del deporte. Los emblemáticos: el campeonato mundial de fútbol en la Italia de Mussolini en 1934, los juegos olímpicos de Berlín en 1936 durante el nazismo, el mundial de Argentina en 1978).
- deporte y comunicación

- deporte e identidad (estudios sobre cómo el deporte construye identidades territoriales, de género, etarias, tribales, locales, étnicas, raciales. Y sobre todo nacionales).

Con el término fútbol utilizado como sinónimo de deporte, corresponden a estos ejes (que no son los únicos) y plasman en la letra misma de sus títulos la lógica y el supuesto que venimos mencionando, algunas publicaciones, y solamente algunas, dado que, como podrá comprenderse, no tendría mayor sentido aquí extendernos en un listado. Si es por eso, la lista de autores de la página web de la Revista digital *Esporte e Sociedade* es un buen parámetro gráfico (www.esporteesociedade.com). Algunas publicaciones, decíamos; en algunos casos libros, en otros artículos dispersos, en otros primeras aproximaciones; en fin, las siguientes:

- *Peligro de gol; estudios sobre deporte y sociedad en América latina* (Alabarces et al, 2000)
- *Fútbol y patria; el fútbol y las narrativas de la nación en Argentina* (Alabarces, 2002)
- *Futbologías; fútbol, identidad y violencia en América latina* (Alabarces et al, 2003)
- *Crónicas del aguante; fútbol, violencia y política* (Alabarces, 2004)
- *Masculinidades; fútbol, tango y polo en la Argentina* (Archetti, 2003)
- *Football hooligans* (Armstrong, 1998)
- *Mujeres y fútbol: ¿territorio conquistado o a conquistar?* (Binello et al, 2000)
- *Italian football fans: culture and organization* (Dal Lago y De Biassi, 1994)
- *The roots of football hooliganism. An historical and sociological study* (Dunning et al, 1988)

- *Sport matters; sociological studies of sport, violence and civilization* (Dunning, 1999)
- *Haciendo amigos a las piñas; violencia y redes sociales de una hinchada del fútbol* (Garriga, 2007)
- Estadios, hinchas y rockeros: variaciones sobre el aguante (Garriga y Salerno, 2008)
- *Football, violence and social identity* (Giulianotti et al, 1994)
- La selección mexicana de fútbol y la construcción del nacionalismo mexicano (González y Magazine, 2010)
- *Sporting Females. Critical Issues in the History and Sociology of Women's Sports* (Heargreaves, 1994)
- Hooliganisme, Ultras et Ambiguïtés en France (Hourcade, 2007)
- *Il calcio e il suo pubblico* (Lanfranchi et al, 1992)
- *Sport, identity and ethnicity* (MacClancy, 1996)
- *Azul y oro como mi corazón: masculinidad, juventud y poder en una porra de los pumas de la UNAM* (Magazine, 2008)
- La societe francesa e il calcio (Mignon, 1992)
- Club social y deportivo: hinchas, política y poder (Moreira, 2008)
- *Fútbol, identidad, violencia y racionalidad* (Panfichi et al, 1997)
- *Torcidas Organizadas de Futebol. Violencia e auto-afirmação...* (Pimenta, 1997)
- Fútbol e identidad regional en Ecuador (Ramírez, 2003)
- Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile actual (Santa Cruz 2003)
- Gol-balización, identidades nacionales y fútbol (Villena Fiengo, 2003)

2.1.2. Zonas de vacancia comunicacional

Libros. Compilaciones de artículos. Artículos en revistas especializadas. Artículos en números especiales dedicados a la temática en revistas de ciencias sociales. Ponencias en congresos y jornadas: estas son sólo algunas de tantas las publicaciones existentes, proliferantes, emergentes en el campo.

Un campo de estudios que, si bien se auto-postula interdisciplinario, porque «el fútbol y el deporte, objetos dinámicos y de fuerte pregnancia en la vida social, no se dejan horadar por una sola disciplina (Alabarces, 1996: 9)», estaría marcado, como es dable observar, por dos grandes líneas: una sociológica; la otra, claramente identificable en los estudios sobre hinchadas, ultras, *torcidas*, *hooligans*, porras, *tifosis*... marcadamente etnográfica.

Pero si hay un eje sobre deporte y comunicación, es porque hay estudios más vinculados a análisis de discursos, que vendrían a constituir una tercera línea. Enumeramos algunos.

- Polifonía y neutralidad en Fútbol de Primera: la utopía industrial (Alabarces, 1996)
- Fútbol (argentino) por TV: entre el espectáculo de masas, el monopolio y el estado (Alabarces y Duek, 2010)
- Estilo y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino (Archetti, 1995)
- La invención del hincha en la prensa periódica (Conde, 2005)
- De la magia a la merde; la mirada de la prensa argentina sobre la selección brasileña de fútbol en el mundial 2006 (Do Cabo y Helal, 2009)
- Las voces del fútbol. Análisis del discurso y cantos de cancha (Gándara, 1999)
- Las voces del fútbol en la ciudad (Gándara, 2001)
- *Passes e impasses. Futebol e cultura de massa no Brasil* (Helal, 1997)
- El discurso del periodismo deportivo: entre las filosofías de la vida y la continuación de la guerra por otros medios (Mangone, 1997)

- Apología, estigma y represión. Los hinchas televisados del fútbol (Salerno, 2005)
- Imaginando la nación a través del fútbol: el discurso de la prensa costarricense sobre la hazaña mundialista de Italia 90 (Villena Fiengo, 2000)
- *Media Sport* (Wenner et al, 1998)
- *Fields in Vision. Televisión Sport and Cultural Transformation* (Whanel, 1992)

Como se puede observar, el volumen de textos es inferior, aunque no por ello menos convocante. Ahí donde los hinchas, sorteando las capacidades previsoras y judicializadoras de policías y jueces, se auto-convocan masivamente para manifestarse por las calles de una ciudad, utilizando para su difusión medios partidarios en la *web*, cadenas de *e-mail*, mensajes de texto y fundamentalmente *facebook*, como ocurrió con los hinchas de Rosario Central tras el descenso de categoría sufrido por su club en mayo de 2010, ahí, ahí hay una potencial investigación para engrosar las filas del eje deporte (fútbol) y comunicación.

Lo mismo en cuanto a todas las preguntas de investigación posibles que se pueden desprender de este pasaje, que recuperamos del final del capítulo anterior: No es posible leer la historia del fútbol argentino, y menos todavía en clave *violencia*, sin tener en cuenta el papel decisivo que en ella han tenido los medios de comunicación. Así como Archetti (1995, 2003) postula a la revista *El Gráfico* como una de las principales vías de formación del imaginario del fútbol nacional [...] y así como nosotros intentaremos demostrar, a partir de una serie de *indicios en recepción*, que el programa de televisión *El Aguante* contribuyó en la producción de un nuevo modo de ser hincha, vimos el papel central que, en el proceso de difusión del fútbol entre los sectores populares, desempeñó el periódico *La Argentina*.

Si de identificar zonas de vacancia comunicacional se trata, más:

¿Qué representaciones proponen los medios de los *hinchas activos*, nuestros antiguos *hinchas militantes*?

¿Cómo la televisación del fútbol fue modificando las maneras de verlo, creando una nueva subjetividad espectral? Como insumo posible para desandar esta pregunta de investigación potencial, aportamos el punto de vista de Mira, quien sostiene que:

Lo que comenzó como una ampliación del estadio a los livings, se fue invirtiendo y naturalizando: el living comenzó a modelizar la escena futbolística. La exigencia de espectadores sentados, la disposición aspiracional de los palcos paradisiacos, con sus ventanas con forma de pantallas, sus frigobares y sus televisiones internas, culminó con la actual instalación de grandes pantallas que permiten ver en simultaneo el partido y su reproducción en imágenes en el estadio [...] La experiencia colectiva en el estadio es cada vez menos deseable o más llena de molestias, no porque los estadios sean mejores o peores, sino porque los grandes contingentes de espectadores formados en los livings le reclaman al fútbol en los estadios una modalidad cada vez más televisiva (2010: 91).

Y el punto de vista de Caparrós:

La tele nos condiciona la forma de mirar el fútbol: frente a la tele el espectador es más analítico, menos emocional. Las acciones importantes se diseccionan desde todos los ángulos: se pueden ver pero falta, justamente, la emoción de lo irreplicable (2005: 156)

Y otras:

Una en forma de pregunta, que volverá páginas más adelante, allá por el capítulo cinco: ¿En qué medida el periodismo deportivo, con sus afirmaciones irresponsables, siempre proclives a los giros bélicos, a la cizaña, a la polémica y a las retóricas dramáticas para mantener, más con los criterios del show que con los del relato, la tensión en tiempos de sobreabundancia de oferta informativa, contribuye en la generación de hechos de violencia?

Alabarces, a propósito de esto, y no sin un dejo de ironía, dice que en la narrativa periodística del fútbol –deben pasar cosas importantes: se debe discutir la patria (y entonces, cuando juegue la selección, hacer de cuenta que el futuro de la nación está en juego), o la vida y la muerte: *a ganar o morir, es cuestión de vida o muerte*” (2004: 96); y que en consecuencia el relato –se carga de un dramatismo inflamado, dentro del cual nuestros Panza y Rulo encuentran

legitimidad y sentido. Si vencer al otro es una cuestión de tal gravedad, ¿qué problema hay en pegarles un poquito?” (*ibídem*).

Sigamos con otra en forma de pregunta que también retornará tesis arriba: ¿En qué medida lo hacen las transmisiones televisivas en directo y el repaso repetitivo de compactos y resúmenes que, amparados por el desarrollo tecnológico, capaz de detenerse una y mil veces a verificar al milímetro y desde decenas de cámaras lo que el árbitro tiene que resolver en tiempo real, al estar todo el tiempo remarcando los fallos arbitrales están poniendo en duda su imparcialidad?

La cuestión de la disposición minuciosa de las cámaras, en pretensión de visión panóptica total y, de la mano con ello, en pretensión de garante, juez, prueba y última palabra ante jugadas polémicas, es abordada por Alabarces (1996) en su trabajo sobre el programa *Fútbol de Primera* (ver apartado 7.5.1 del capítulo siete); y también por Valle (2008) en un ensayo en el que cuestiona los criterios de verificación mediática a los que se ha sometido a sí mismo el propio fútbol, siendo muy usual, en este sentido, escuchar a un árbitro o a un futbolista cuando al finalizar el partido se los consulta por una determinada jugada (“¿fue penal?” “¿lo tocaste?”), responderle al cronista de turno “no sé, dejame que vea esta noche la imagen por la tele y te digo”. Incluso más: a veces es el director técnico, por ejemplo, quien se lo pregunta al periodista que hace campo de juego ni bien transcurrida la jugada polémica, a sabiendas de que éste tiene línea directa con los periodistas de la cabina, que cuentan con monitores para ver la repetición al instante (de nuevo: ver apartado 7.5.1 del capítulo siete).

Sobre todo esto, antes de continuar, varias consideraciones. Las primeras nos remiten al libro de Carlón (2004), titulado *Sobre lo televisivo; dispositivos, discursos y sujetos*. Libro de consulta insoslayable para los investigadores de la producción de sentido del discurso audiovisual, y en todo caso de sus distintos niveles de incidencia sobre la discursividad social.

Primera consideración, entonces: la pretensión de visión panóptica total a la que se refiere Alabarces es entendida por Carlón, al analizar la transmisión televisiva de una pelea de boxeo, como “criterio de maximización de la visibilidad (*op cit.*: 74)”. Por su parte, lo que señala Valle obedece a que la transmisión de un

partido de fútbol alterna el directo con el grabado, como puede ser la repetición al instante de las jugadas.

Segunda: según Carlón, y siempre hablando de la TV, habría dos regímenes representacionales –la ficción y la no ficción- y dos dispositivos de transmisión – el vivo y el grabado-, y sus combinaciones posibles. La transmisión de un partido de fútbol correspondería, así, a la no ficción en vivo, la cual, a su vez, puede subdividirse en pre-visualizada y no pre-visualizada, siendo lo propio del fútbol la primera. Y más: para Carlón, la transmisión de eventos gobernados por reglas de la práctica deportiva encuentran su legitimidad social en el hecho de que su resolución se supone imprevisible aún para los propios protagonistas, sean estos actores, organizadores o transmisores del evento.

Tercera y última, aunque síntesis de las dos anteriores: para el autor, y ahora veremos por qué hacemos hincapié en todo esto, el estatuto del sujeto espectador de la no ficción televisiva en directo es el “testigo mediático” (*idem*: 190). A esta idea la introduce junto con la de *hiperdispositivo* y efecto *blow up* a partir del análisis de dos hechos en los que la intervención de alguna posición espectral modificó el curso de los acontecimientos: la pelea en la que Tyson fue descalificado por morder una oreja de Hollyfield sin que ni el árbitro ni los relatores en el momento lo advirtieran, cosa que recién hicieron, a la par del público en el estadio y del público televidente, cuando las repeticiones lo pusieron en evidencia; la pelea Tyson-Hollyfield, decíamos, y el Juicio por el asesinato de María Soledad Morales que, transmitido en directo, culminó con la desafectación del Tribunal, cuando algunos televidentes advirtieron un gesto sospechoso de su Presidente (una guiñada de ojo) y comenzaron a llamar a los canales para denunciarlo.

Escribe Carlón que casos como los referidos “pertenecen a una subclase específica entre las transmisiones televisivas [...], aquella en la que los acontecimientos se ven radicalmente modificados en su curso por la intervención de un hiperdispositivo” (*idem*: 77), aclarando que por *hiperdispositivo* entiende a “la articulación de dispositivos que permite generar un efecto de feedback: por

ejemplo, la intervención de un llamado telefónico en la radio o en la televisión, también la pantalla gigante del estadio (*ibídem*)”²¹

Ahora bien, en base a las consideraciones que hicimos a partir de Carlón es que podemos preguntarnos: ¿cuál es la fatalidad del fútbol, en relación con la generación de hechos de violencia y las transmisiones?

Y arriesgar que en el caso del fútbol la fatalidad radicaría en que, así se visualice un error o advierta algo desapercibido (un penal que no fue, un gol en *off side*, la agresión solapada de un jugador a otro), sea al instante o sea más tarde, por reglamento nada puede alterar el curso de los acontecimientos. Lo que redundaría en un señalamiento improductivo e impotente, cuando no morboso, que no hace sino exacerbar por acumulación los ánimos y la sensación de injusticia.

En otras palabras, o mejor dicho en las palabras de Caparrós, “la tele nos condiciona la forma de mirar el fútbol: lo vuelve, entre otras cosas, mucho más judicial” (*op cit.*: 155), pero a su vez, y en concordancia con lo que venimos planteando al respecto, “el fútbol televisivo judicial provoca todo el tiempo la sensación de injusticia –porque no hay adaptación de las estructuras jurídicas reales a esa judicialización televisiva–” (*ídem.*: 156). De ahí, nuevamente, la pregunta por la generación de climas de violencia.

Dicho esto, seguimos con más zonas de vacancia comunicacional en relación a nuestro tema.

¿Cómo contribuye en la generación de hechos de violencia, por ejemplo, la actuación de lo que podríamos denominar *futbolistas de la Era del aguante*? Porque así como habría emergido un nuevo tipo de hinchas habría emergido un nuevo tipo de jugador (las carreras de Gonzalo Belloso o Hernán Castellano, por citar a dos de Rosario Central, no habrían podido prosperar previo a la Era del aguante), que sustenta la medianía de su performance en declaraciones polémicas destinadas a denunciar supuestas conspiraciones, o en todo tipo de declaraciones y

²¹ ¿Quién enuncia aquí?, se pregunta el semiólogo. ¿Quién es el que enuncia cuando hay efecto *blow up*, es decir, constancia de que el dispositivo captó algo no previsto o no visualizado en el momento? Pues ningún otro que el dispositivo mismo. Al respecto, sostiene Carlón que la modalidad enunciativa específica de la toma directa es una especie de enunciación automática y no-previsualizada. Dicho nuevamente: es como si el que enunciara fuese el dispositivo mismo en un grado cero, o en toda su desnudez.

gestos de amor a la camiseta que visten, así como en ofensas a los hinchas rivales, por no hablar de su irresponsabilidad a la hora de simular golpes o infracciones que no hacen sino enardecer al público y volcarlo en contra del árbitro.

Sobre esto último recurrimos nuevamente a Alabarces, quien opina que “los jugadores de fútbol argentino son en una buena proporción, hoy en día, tramposos, mentirosos, tribuneros” (2004: 101), completando su descripción así, lograda acidez mediante:

Pegan con alevosía y licencia para matar; fingen infracciones con un rigor escénico digno de los actores entrenados que son; reclaman infracciones inexistentes mirando de ojito a la tribuna, aún a sabiendas de que esa tribuna es capaz de matar por un foul que no fue; para colmo buchones, que exigen tarjetas amarillas y rojas para sus colegas, como si fueran el olfa que nos mandaba al frente en la secundaria: “fue él, señorita”. Y luego, miran a la cámara y afirman: “el jugador es lo más puro que hay en el fútbol”. A continuación, pagan su contribución semanal a la barra para que no los chiflen en exceso y se van a la próxima entrevista. Mientras, las cámaras se ríen con ellos, los tratan con amistad y deferencia, *chichonean* como viejos compinches (*ibidem*).

Más zonas; en este caso, constituida por una investigación basada en un interrogante contra-fáctico: así como Verón y Sigal [1986 (2003)] se preguntan si la Juventud Peronista hubiera podido esquivar “la trampa” de haber reconocido el discurso de Perón en una sociedad ya no mediática sino mediatizada, nosotros hacemos el siguiente razonamiento: en tanto cultura preeminentemente audiovisual, la cultura del aguante tal vez sea impensable sin la televisión, siendo que el aguante, y especialmente el aguante-fiesta, se prueba siendo visto y escuchado, mostrando, exhibiendo todo lo que se alienta, la cantidad de personas que se son, el número y el tamaño de banderas que se despliegan, tanto para los ojos de los hinchas rivales de turno como para el resto de los hinchas que están viendo el partido por televisión.

En ese sentido, ¿cómo demostrar el aguante en épocas en que la mediatización del fútbol estaba hegemonizada por la prensa-papel o por la radio? ¿Hubiera sido posible la cultura del aguante sin la televisión?

Y en este mismo sentido, sería interesante sentar las bases para una historia del fútbol leída desde sus sucesivas mediatizaciones hegemónicas: prensa-papel, radio, TV, los híbridos audiovisuales de la Era de las pantallas, que no actúan en solitario, claro, sino de manera sistémica y compleja, transmediática, a veces en armonía, a veces en conflicto, a veces potenciándose, a veces boicoteándose, como puede verse en los apartados 7.2, 7.3 y 7.3.1 del capítulo siete. Mediatizaciones que no actúan en solitario, pero que así y todo conservan sus especificidades. De allí que sea posible la pregunta-vacancia: ¿Qué interpela cada una de ellas?

Para terminar, una investigación aplicada: sabido es que el fútbol genera climas y que los medios, al menos desde las teorías de la identificación o del contacto en adelante, se caracterizan, entre otras cosas, por generar climas. Sabido es que el fútbol promueve un vínculo de contacto, preeminente somático, pasional, corporal, afectivo, ritual. Y la televisión también, en tanto en su funcionamiento semiótico predomina el régimen sígnico de lo icónico-indicial. El fútbol, por otro lado, es eso de lo que en Argentina todo el mundo habla. Y los medios son máquinas de hacer hablar, de excitar, de hacer decir en caliente, de incitar a que todo el mundo hable, opine, testimonie, envíe su mensaje de texto, participe de un foro o una encuesta, mande su e-mail, deje sus comentarios, vote a favor o en contra, pronostique, prometa. En definitiva, siempre y cuando se lo haga a la manera de los medios, en los medios se puede decir cualquier cosa.

Dicho esto, y sabiendo que a la hora de planificar programas, o campañas o políticas para prevenir hechos de violencia en espectáculos deportivos -sea desde el Estado o desde Organizaciones no Gubernamentales-, además de las dimensiones institucionales, educativas, organizativas, operativas, dirigenciales, legislativas, judiciales o de contralor, se deben considerar fuertemente las dimensiones e inscripciones mediáticas del tema en cuestión: ¿qué desafíos presenta este escenario para investigaciones aplicadas, por ejemplo, en el marco de campañas de prevención de violencia en eventos deportivos?

El autor de este trabajo, junto a Alabarces, Garriga y Moreira, en el año 2008 elaboró un documento con propuestas y sugerencias para la prevención de la violencia en el fútbol. En el ítem correspondiente a los medios de comunicación

se consignaba, por ejemplo, “moderar en las páginas Web, fotolog y demás las representaciones positivas que tiene la violencia”.

Ahora bien, ¿hasta qué punto alcanza con propuestas como esa? ¿Hasta qué punto se trata de intervenir solamente sobre el terreno del contenido o del enunciado siendo que seguramente algo del orden de la temporalidad, de la interpelación somática y de la gramática de afectos y pasiones que activan las pantallas en tanto materialidad significativa (Valdettaro, 2007) esté funcionando como componente de los ambientes de violencia producidos en torno del espectáculo futbolístico?

De modo que, en fin, dependerá de una profundización en la cartografía del campo, de la imaginación teórica, pero también de la observación atenta y de la agudización de la escucha, así como de la propia experiencia futbolera, la intuición y la sensibilidad de la mirada, el seguir tejiendo interrogantes de investigación para un ensanchamiento del eje deporte (fútbol) y comunicación.

2.2. Zona de detenimientos

Ya planteamos disquisiciones. Ya problematizamos y pusimos de manifiesto las principales líneas que traman el campo de trabajos. Ahora nos detendremos, y nuestras pausas serán arbitrarias. Si en la lectura histórica del fútbol argentino en clave *violencia* del capítulo anterior relevamos algunos de los elementos que irán volviendo a lo largo de éstas páginas al rodear nuestro objeto, ahora nos detendremos en algunas investigaciones cuyos planteos harán lo propio conforme avancemos en el documento (no todas figuran en las nóminas precedentes).

Y lo haremos con una salvedad, también arbitraria: en todos los casos se trata de textos en lengua castellana. No por una razón inherente al dominio de las lenguas sino en base a un supuesto: el fútbol argentino, sus hinchas, configuran una especificidad difícilmente comparable. Dicho de otra manera: nada tienen que ver los hinchas del fútbol argentino con, por ejemplo, los ingleses o los brasileños.

¿Y entonces? ¿No se diría lo mismo para los hinchas del fútbol colombiano, del peruano o del mexicano? Sí en líneas generales, salvo por una razón: las *bandas* de esos países importan, emulan, copian el modelo estético-visual-

organizativo de las argentinas (basta con observar imágenes televisivas o fotografías, o escuchar sus cánticos, para corroborarlo) razón por la cual merecen, llegado el caso, algún tipo de mención o detenimiento.

Así lo refrenda un hincha colombiano entrevistado en el marco de una investigación-intervención a la que aludiremos en el punto 5.6 del capítulo cinco:

Mucho antes de que populares canales argentinos nos contagiaran del folclore de sus barras bravas, nosotros nos pegábamos los viernes en la noche al canal 11 para ver el fútbol gaucho que con 6 o 9 meses de retraso nos mostraban partidos de Boca, River o Racing, enfrentados al hit del momento en la televisión colombiana: Amar y Vivir (2009: 21)

Y otro:

Acá no había documentos escritos acerca de fútbol, no habían periódicos, el Diario Deportivo apareció en el noventaids o noventaits, y fue la primera información escrita que uno tenía acerca de fútbol, y sobre todo fútbol internacional; [entonces] tocaba comprar revistas especializadas carísimas, que era El Gráfico argentino [...] y comenzamos a leer, y tenía un diseño y una fotografía muy buena, por eso se llama El Gráfico, y comencé a coleccionar revistas gráficas. [...] Cuando yo estaba pequeñito habían tres canales, y un canal, que era el canal tres, allí pasaban fútbol argentino los viernes por la noche, pero eran partidos viejos, y pasaban el resumen, un comprimido del partido de una hora y no de una hora y media, y ahí comencé a ver las barras, y ahí comencé a soñar cuándo acá en Colombia habría algo así (2009: 22).

Y si se quieren más casos de exportación y/o emulación, invitamos a pasar por el apartado 5.3 del capítulo cinco.

a) Primer detenimiento: Ambientes de violencia

Como avisábamos en la introducción, hasta el momento venimos demorando cualquier tipo de definición cuando mencionamos “violencia”. Demos un primer paso, antes de llegar al capítulo cinco, y no hablemos de *hechos de violencia*, como se suele escuchar o leer sino de *ambientes de violencia*; esto es, climas, tonalidades, texturas, complejas e imbricadas condiciones de posibilidad no reductibles a una causa única como tampoco exclusivamente a la presencia de un

actor puntual en el estadio -policía-, o al accionar de un actor puntual dentro del universo de hinchas del fútbol asistentes al mismo -barras-, y ni siquiera reductibles al partido de fútbol en el estadio; hablamos de prácticas, relaciones, discursos que hacen que eso a lo que se llama “violencia en el fútbol” sea posible.

En ese sentido, volcamos en este eje investigaciones que giran en torno de presencias, accionares, prácticas, relaciones, discursos que hacen que eso que se llama violencia en el fútbol sea posible.

Antes, una aclaración: como se podrá observar, los autores revistados tienen distintas maneras de nombrar a los sujetos que constituyen el universo de hinchas de fútbol. Distintas incluso de como los nombramos nosotros. Lo mismo en cuanto a los distintos usos de “aguante”.

Comenzamos.

A1) La hinchada de uniforme

A partir de observaciones y de entrevistas en profundidad a efectivos de la Policía Federal Argentina y a hinchas, Palma y Galvani (2005) elaboran una hipótesis: cuando se la destina para cumplir funciones de seguridad en los estadios, la policía no es percibida por los hinchas como la Ley o como el Estado en la calle sino como una hinchada más, la más peligrosa, la hinchada de uniforme. “La policía, cuando forma parte del espectáculo deportivo, no es para los hinchas un representante del Estado, sino una hinchada: la más dura, la más grande, pero una hinchada al fin” (*op cit.*: 165), afirman, subrayando la importancia de remarcar esta separación dado que, al contrario de lo que podría suponerse, “el enfrentamiento con la policía no se postula como una cuestión política sino, como veremos más adelante, como una *cuestión de bandos*” (*ibidem*).

Se plantean entonces las siguientes preguntas: ¿por qué los hinchas perciben a la policía como una hinchada más? ¿Qué tiene / hace de específico la policía como para que pueda ser percibida de esta manera?

Las respuestas tocan la lógica de bandos que aparece en la cita, lógica que ambos sujetos -policía e hinchada- tendrían en común, compartirían; una lógica

anclada en lo que Palma y Galvani denominan “binarismo endogámico”, es decir, la configuración identitaria de un nosotros que funciona por contraste (ellos). ¿Qué otra cosa es sino el discurso castrense? Dicho de otra manera:

Las hinchadas construyen el universo futbolístico, del cual forman parte, basadas en una lógica binaria y maniquea. Así, las relaciones que cada grupo de hinchas tiene responden a una distinción simple pero muy pregnante: amigos o enemigos [...] La policía, más allá del fútbol, también basa sus relaciones siguiendo una lógica similar (*idem*: 173).

Pero también, y fundamentalmente, porque comparten una noción de *cuerpo*. Una noción de cuerpo codificada por el aguante-enfrentamiento. Claro que en el caso policial, se trata de un cuerpo displinado y docilizado por una institución -la escuela de policía-, en función de soportar, de resistir y de templar el carácter. Porque están armados, porque actúan como corporación igual que ellas y porque saben aguantar, para las hinchadas, en esa especie de tabla de posiciones basada en la disputa por el aguante-enfrentamiento, el enfrentamiento con la policía otorga el puntaje máximo. Entonces, “podemos mencionar que ambos comparten el mismo principio ordenador: la violencia, basada en el cuerpo” (*idem*.: 180).

A2) Hombres de honor

Mediante un trabajo etnográfico realizado junto a la hinchada del Club Atlético Independiente de Avellaneda, Moreira (2005) construye una hipótesis: las hinchadas se perciben no sólo como bandos separados y diferentes sino también como bandos opuestos y hostiles; las acciones violentas desarrolladas entre hinchadas adversarias se enmarcan en un estricto juego regulado que pone en discusión un capital simbólico: el honor.

Precisamente, el marco teórico en el que se mueve la autora es el de la *antropología del honor y la vergüenza*. Desde esa perspectiva, cada sociedad, en un tiempo y un espacio dados, evalúa la conducta de sus miembros refiriéndola a patrones de conducta ideal. Según las conductas se acerquen o se alejen de dicho ideal, oscilan entre la honorabilidad y la acumulación de prestigio o la vergüenza. De modo que, “si consideramos a la hinchada como una sociedad agonística inclinada a la competencia física frente a sus rivales, el tipo ideal de esta sociedad

conjugará valores tales como el coraje y la valentía de los hinchas que *van al frente y tienen aguante en la adversidad*” (op cit.: 82)

Dicho esto, algunas características de las sociedades estructuradas en torno del honor, como las hinchadas:

- Los combates funcionan como instancias probatorias y de evaluación.
- El honor es colectivo, por lo tanto si uno de los integrantes de la hinchada es humillado (si *corre*, si no se *planta*, si pierde tontamente una bandera) cuestiona el honor del resto.
- La agresión tiene sus reglas: ante todo, la igualdad de condiciones; esto es, no está bien visto atacar a niños, ni a mujeres ni a personas mayores, ni robarle la bandera a *giles* que no sean de la hinchada.
- Las hinchadas acumulan honor de diversas maneras, pero especialmente dos. Por un lado, obteniendo *trofeos de guerra*, como por ejemplo las banderas de las hinchadas rivales. Por el otro, invadiendo el territorio ajeno, como pueden ser los territorios representados por las calles del barrio, las instalaciones del club o el estadio.

Queda así desmentido uno de los latiguillos predilectos de los medios: el de la irracionalidad. Lejos de ello, la autora demuestra que la hinchada es un grupo caracterizado y organizado por principios y códigos morales muy estrictos, así como por reglas que sus integrantes deben respetar.

Ahora bien, ¿cuál sería la fatalidad de esta cultura del honor, y desde el punto de vista de la producción de ambientes de violencia? En palabras de Moreira, la siguiente:

Las estrategias físicas del aguante, desarrolladas en función de la protección de los bienes propios y del prejuicio sobre los ajenos, son fundamentales para la afirmación y reivindicación del honor colectivo. Ahora bien, si pensamos que la adquisición y el aumento del honor se obtienen por medio de las acciones complementarias de defensa-ofensa de los bienes más preciados, y que toda humillación necesita una pronta reparación, el

resultado de todo esto es una secuencia constante e infinita de desafíos y contra-desafíos entre hinchadas rivales (*idem.*: 87).

A3) Sicarios y pretores

Como en Elías, Ferreiro y Fernández parten de definir al fútbol como un combate ritualizado, es decir, como «el ejercicio de algún tipo de violencia (controlada por reglas) ejercida contra un Otro en un contexto litúrgico. Un Otro que es indispensable en el proceso de co-constitución del Nosotros (2005: 186)».

Este combate tendría lugar en dos planos simultáneos: el campo de juego y las tribunas. Si para los jugadores de los equipos lo que interesa es la performance que desarrollan en función del logro de un resultado, la performance que interesa primeramente a los hinchas es una que tiene que ver con un proceso identitario basado en el antagonismo (lo que decían sobre el «binarismo endogámico» Galvani y Palma).

Ahora bien, y en línea con la división de discursos que hablan de fútbol a la que nos referimos al empezar este capítulo, a Ferreiro y a Fernández les interesa lo segundo. Y dentro de ello, lo que, citando a Bromberger (1998), llaman «lógica partisana», esto, el dispositivo básico mediante el cual se conformarían como tales las hinchadas de fútbol.

Bajo esta lógica, ambas partes de la contienda recurren a un sinnúmero de estrategias con el objetivo de descalificar al rival, que tienen como resultado principal la celebración de un «nosotros» que se enardece ante la presencia de los «otros», de quienes resulta imprescindible diferenciarse siempre y bajo cualquier circunstancia. La puesta en marcha de esta diferenciación, se inscribe en el juego simbólico de asignar y ser asignado (*op cit.*: 186).

Dicho esto, los antropólogos que nos ocupan sitúan su atención en un grupo de hinchas: aquellos que no participan solamente del juego o el combate simbólico y ritualizado sino también del que implica poner el cuerpo, del enfrentamiento material. Y más aún: aquellos hinchas, esos mismos, que, habiendo forjado un saber-hacer en el enfrentamiento lo venden como si fuera una mercancía, un servicio a dirigentes deportivos o dirigentes políticos que, entre otras utilidades, lo

compran interesados en mandar a apretar (a otros dirigentes, a jugadores propios y rivales, a hinchas visitantes, etcétera) o en manejar gente en un acto partidario.

Entonces, y categorías de análisis marxistas mediante, ~~de~~ un lado el hincha militante y apasionado que ejerce el aguante; del otro, el que ha privatizado el aguante y lo ha transformado en mercancía” (*idem.*: 188), y a través de ese proceso, así, ~~la~~ violencia se transforma en el valor de cambio del aguante” (*ibidem*)

Finalmente, los autores postulan dos maneras en las que se efectuaría esa venta en el caso de hinchas de clubes jujeños. Una, la manera sicaria, implica el ofrecimiento al mejor postor, es decir, a la libre concurrencia del mercado de la oferta y la demanda. La otra, la pretorización, tiene lugar en un marco clientelístico de tipo estable, más similar al intercambio que se da con un caudillo sindical, un padrino político o un jefe policial.

A4) Combatiendo por el capital

El capital simbólico que estaba en juego en Moreira, en su etnografía con la banda de Independiente, era el honor. En su etnografía con la banda de Huracán, Garriga (2007) suma elementos al cuadro de situación. Ambos han analizado el fenómeno violento desde el punto de vista de los actores y de las interpretaciones que éstos hacen de sus propias prácticas, y arrojan conclusiones que suelen girar sobre un denominador común: la acción violenta en el contexto de la cultura futbolística no es irracional, salvaje, natural, espontánea, excepcional, ilógica y sin sentido, propia de sujetos insanos y marginales, sino, por el contrario, una práctica que tiene sentidos socialmente relevantes para los actores implicados de algún modo en ella.

Pero Garriga suma elementos, decíamos. Según este antropólogo, por ejemplo, el capital simbólico que está en juego para los miembros de la banda es, antes que el honor, el capital-violencia. Así, y siempre en diálogo con etnografías de pandilleros de Chicago, con etnografías de un grupo de vagos en Entre Ríos, de pistoleros colombianos o de vecinos parisinos, y términos bourdeanos mediante, Garriga nos dirá que:

- La posesión del capital-violencia (que no es otra que la del aguante-enfrentamiento) tiene que ver menos con una *lógica de la lógica* (lógica instrumental, racionalidad económica, cálculo de costos y beneficios) que con una *lógica de la práctica* (manera de ser, modo de dirimir los problemas en la cotidianeidad del barrio); por supuesto que dicha posesión redundará en beneficios materiales (lógica de la lógica), pero el gesto que la funda tiene que ver con una lógica de la práctica antes que nada.
- Además de ser una práctica que los distingue y diferencia, que les arma un nosotros de pertenencia en el que compartirla, nosotros que a su vez les genera protección (un pibe puede recurrir a la banda, por ejemplo, si un sábado a la noche tiene una gresca en un boliche) y vínculos de solidaridad (la banda se ocupa de asistir a la viuda, por ejemplo, si uno de sus miembros muere); además de todo eso, decíamos, el ser poseedor del capital-violencia (más aún al interior de la banda de un club) les otorga a sus detentadores admiración e idolatría en la cancha de parte del resto de los espectadores (y éste es uno de los ejes de nuestra hipótesis) y reputación en el barrio. Al respecto Garriga cuenta cómo un vecino de Parque Patricios, el barrio de Huracán, lamentaba que uno de los miembros de la banda se mudara porque con él allí cerca sentía que tenía seguridad.
- Pero lo más importante: el poseer el capital-violencia incluye a los miembros de la banda en un complejo sistema de vínculos personales con otros actores sociales. Mediante una intrincada lógica de dones y contra-dones, el ser reconocidos como portadores de este capital los inserta en relaciones sociales con actores del barrio (comerciantes que les donan tela para las banderas, grupos de costureras que se las cosen, una murga que les regala los bombos viejos), con vecinos, con dirigentes del club, con punteros políticos, etcétera. El ser reconocidos les facilita que los atiendan privilegiadamente, por ejemplo, en el hospital del barrio, el Penna.

Ahora bien, para ser reconocidos tienen que exhibir su capital. Hacia adentro del grupo, yendo al frente. Y hacia fuera, ostentándolo en cantitos de cancha, en

relatos de anécdotas de combates, pero también apareciendo en la foto o en el diario en ocasión de incidentes, o dejando ver sus cicatrices, o bien ostentando esa corporalidad de la cual se puede inferir la posesión del capital-violencia: una manera de caminar, de mover los brazos, de inflar el pecho, de modular la voz, de hablar, etcétera.

O sea que el capital-violencia remite tanto a un pasado como a un futuro. Un pasado que, por vía de la mencionada acumulación, se prueba con cicatrices, con relatos de anécdotas o con las fotos del haber-estado-ahí. Y un futuro, en el sentido de que, cuerpos que se exhiben capaces de pasar al acto, su ejecución estaría siempre en potencia.

En síntesis: la posesión del capital-violencia en los hinchas miembros de una *banda* no sólo obedece a cuestiones de prestigio y pertenencia a un grupo cuyo sistema de reglas y moralidades lo valora positivamente sino que además tiene que ver con aquella potencia que funda relaciones de sociabilidad con otros actores que, externos al grupo, les permiten acceder a diversas redes de intercambio (barriales, comerciales, laborales, asistenciales, de favores, de lealtades, etc.). Lo cual deja en evidencia una cosa: hasta qué punto, mientras discursivamente nunca las legitiman, actores pertenecientes a campos que no son el campo de la banda aceptan prácticas violentas. ¿Y por qué no las legitiman? Porque las relaciones de fuerza discursivas de cada campo son diversas, y la hegemonía para sancionar públicamente qué es violento y qué no en una sociedad nunca la tienen los miembros de una banda.

b) Identidades

Lo veíamos más arriba: el eje deporte (fútbol) e identidad es uno de los más prolíficos. De género, territoriales, etarias, nacionales, el fútbol es una gran máquina de producir y articular identidades.

Aquí y ahora nos detendremos en las dos primeras. ¿Por qué? Porque la identidad de género masculina es el pilar sobre el que se apoyan dos de los elementos que a la hora de avivar ambientes de violencia vimos y veremos: por un lado la cultura del honor. Por otro, la cultura del aguante-enfrentamiento. En tanto, el detenimiento en las identidades territoriales tiene que ver con señalar

investigaciones sobre hinchas de ciudades similares a Rosario, la ciudad de nuestros hinchas, los de Central.

Veamos.

B1) Masculinidades

Atendiendo a los cánticos de los hinchas, Archetti (1985) fue el pionero en expresar que la cultura futbolística argentina es una fuertemente atravesada por identidades de género. Repasemos un artículo de esa época.

Como buen pionero, también lo fue en entender al fútbol como un ritual, tal como veíamos en Ferreiro y Fernández (op cit), pero también tal como aparece en una innumerable nómina de autores (Alabarces y Rodríguez, 1996; Ramírez, 2003; Palma y Galvani, op cit, etcétera). Archetti tempranamente escribía que “el fútbol es un ritual, es decir una secuencia que tiene cierta lógica y se repite, y además puede tener un alto contenido dramático” (op cit.: 77), contenido dramático que “no sólo tiene que ver con un final en el que hay o puede haber vencedores y vencidos sino con la constitución de comunidades” (ibidem).

Comunidades a las que nosotros tomamos como sinónimo de *identidades*. Identidades que, nuevamente, se ponen en juego en uno de los dos espacios del ritual: no el campo de juego sino las tribunas. En ese sentido, enfatiza Archetti:

Quizás como en ningún otro lado en los estadios de fútbol argentino el juego de los equipos se acompaña con los cantos y los duelos verbales entre las hinchadas. En la Argentina no solo los jugadores son los que están en actividad tratando de probar quiénes son los mejores, los más inteligentes, los más hábiles y los más oportunistas. Esto se reproduce a nivel de las hinchadas: los hinchas ponen en juego no sólo el prestigio del club sino partes de su identidad posicional. Los cantos son parte del elemento dramático asociado a la masculinidad y a las fronteras entre géneros. La sexualidad es lo que está en discusión, lo que se juega es la condición de macho, la virilidad y la conservación de ese espacio que distingue a los “verdaderos hombres” de los otros, “los hombres disfrazados de hombres”, de los homosexuales (idem.: 80).

Una de las hipótesis del autor, discutible por cierto, es que el diferencial de la cultura futbolística argentina respecto de otras como la brasileña, la italiana o la inglesa pasa por el hecho de que lo que estaría en juego, antes que nada, antes que cualquier otro aspecto de la identidad posicional (clase, etnia, edad), tiene que ver con la identidad sexual. ¿El problema? El problema es que esa identidad, esa hombría, se demuestra convirtiendo a los otros en no-hombres a partir de prácticas humillantes, como el insulto, como la burla, como el cántico. Pero no solamente.

En esa dirección, y ya en los primeros años de la década de 1980, Archetti nota como consecuencia un ~~p~~asaje de la violencia verbal a la violencia de hecho con muertos, heridos y agresiones a los jugadores, directores técnicos y árbitros” (*idem.*: 82).

Finalmente, y yendo concretamente al análisis de los cánticos, a partir de algunos ejemplos el autor nos muestra cómo el discurso de la hombría se articula no solamente sobre un eje hombres / no-hombres sino además sobre el eje autonomía / pasividad. Esto quiere decir que los hinchas argentinos, mediante los cánticos, no sólo tratan a sus rivales de *putos* sino también de niños. No por nada en buena parte de estos aparecen referencias a ~~h~~omper el culo” o a que los de tal equipo son ~~h~~ijos nuestros”, o sea, articulaciones ancladas en lo masculino-parental. En palabras del autor:

El mundo masculino se opone no sólo al mundo femenino, sino que aparece asociado a la idea de madurez, autonomía, independencia y capacidad de ejercer su voluntad. Por lo tanto, lo masculino como el pasaje de la niñez a la adultez es algo central en la construcción de la identidad de género. Descalificar al otro es convertirlo en niño, es negarle su adultez y su autonomía (*idem.*: 95).

Esto condensa, o dramatiza, para decirlo en términos de Archetti, aspectos caros al ~~e~~thos nacional argentino”. Así como de un hijo se espera el acatamiento de la autoridad del padre y no la rebelión o la victoria, de un homosexual se espera el sometimiento a la voluntad del macho, el dolor (nunca el goce), cuando no la humillación. La fuerza, la omnipotencia, la violencia y la ruptura de la identidad del otro como elementos centrales en la afirmación de la propia identidad. Dicho de otra manera: un hombre se afirma negando al otro las

posibilidades, tanto de su autonomía como de lo que se supone (nuevamente la condensación) es el ejercicio normal de su sexualidad.

Concluye Archetti, así, que **el ritual del fútbol argentino** (no del brasileño, con el que lo compara, por ejemplo) **es el ritual de la celebración de las diferencias**, su reaseguro: padre / hijo – macho / homosexual.

El caso argentino ilustra el modo como a través del fútbol las fronteras simbólicas que se construyen reproducen la "normalidad" ya que las situaciones de marginalidad (homosexualidad) o los status de transición (niño, adolescente, hijo) crean situaciones "anómalas" que son propensas a producir anomia y crisis de identidad [...] Los actores reafirman las estructuras jerárquicas de la sociedad que, en este caso pertenecen al mundo del género masculino. La identidad se construye, en parte, a través de esa praxis ritual [...] El ritual del fútbol es un ritual de poder en tanto mantiene fronteras y tiende a expulsar a los "anómalos" (*idem.*: 105).

Inscripta en una perspectiva similar, encontramos un artículo de Gándara. El mismo, un análisis de un corpus de 150 cantos de cancha tomados en tanto género discursivo, presenta numerosos puntos de concordancia con los planteos de Archetti. En base a dicho corpus la autora observa que las categorizaciones utilizadas por los hinchas para construir identidad y otredad muestran al Otro como:

Extranjero proveniente de un país "pobre" (*boliviano, paraguayo*), homosexual (*puto*) o como alguien que cumple un rol sexual pasivo, realiza trabajos o cumple roles socialmente devaluados o denostados (*basurero, quemero, tripero*), es pobre o marginal (*villero*), es discriminado por su raza (*negro*) o por su religión (*judío*), está sometido a una condición de supuesta "inferioridad", feminizado o infantilizado (*hijos nuestros*), o incluso directamente "*no existe*". Hay una reafirmación de la identidad del colectivo de pertenencia que se estructura socavando la identidad del otro a través de la descalificación y la humillación, negando su sexualidad, su adultez y su autonomía ("*hijo bobo*"), su valor y hasta su propia existencia ("*no existís*") (2001:2)

En síntesis, muestran a un Otro construido a partir de insultos. Y aquí viene un punto de concordancia, puesto que Gándara postula que el valor indexical del insulto futbolero, esto es, su capacidad de revelar algo acerca del hablante y de la

situación o contexto en la que se está profiriendo un enunciado, se sitúa menos en relación al hablante –lo cual significaría que en un estadio hay 35.000 antisemitas, por ejemplo- que en relación a una formación discursiva. Que en el caso del insulto, la libertad de elección de un hablante está limitada y forzada a un repertorio socialmente existente. Dicho de otra manera:

La sociedad en la que vivimos, con su entretreído social, económico y político, es el sustrato de ese imaginario que impregna nuestro decir y nos constriñe a él como si fuera una camisa de fuerza. En el discurso futbolero se reproduce en buena medida un patrón ideológico dominante en nuestra sociedad, y no es un discurso que individualmente pueda ser elegido, negado o modificado. Es decir que si bien no se puede afirmar que exista una indexicalidad de ese decir colectivamente construido respecto al hablante como individuo, sí la hay respecto a la sociedad en la que se produce y reproduce ese discurso (*op cit.*: 3).

De un *ethos social* es un caso, de un *imaginario* en otro, en el discurso de los hinchas, en sus cánticos, podemos encontrar, siguiendo a Archetti y Gándara respectivamente, condensaciones e indexicalidades. Y no solamente ello, sino también, según ésta última, sus evoluciones, o mejor, el análisis de sus transformaciones y evoluciones:

Podemos detectar el efecto de ciertas evoluciones que sufre la escena social a partir del análisis del discurso colectivo en el fútbol. Particularmente, por ejemplo, en las categorías que entran en juego en los insultos, donde se puede constatar la pregnancia de las formaciones discursivas sobre el lenguaje. Así, por ejemplo hace 25 años no era común insultar al equipo o la hinchada contraria llamándolos *bolivianos* o *paraguayos*. La inclusión de estas dos categorizaciones tiene su correlato en transformaciones del imaginario que a su vez se vinculan a la presencia creciente de inmigrantes bolivianos y paraguayos en nuestro país y la generalización de valoraciones xenófobas acerca de estos inmigrantes (*ibidem*).

Sobre éste tipo de inferencias pasible de realizar, lo mismo, pero en positivo: es decir, en el análisis del corpus a nivel semántico, por ejemplo, la autora subdivide en a) análisis semántico de insultos y burlas; b) de amenazas; c) del auto-elogio; d) análisis semántico de la victoria; e) de los apelativos de las hinchadas; f) de la expresión de los sentimientos. A esta última subdivisión corresponden enunciados

colectivos vinculados a ~~–~~estar enamorados”, ~~–~~descontrolarse”, ~~–~~sentir cosas inexplicables”, etcétera. Entonces, así como para el caso de la evolución social del insulto, Gándara sugiere que la expresión del sentimiento en estos términos acaso sea relativamente nueva y esté vinculada a una legitimación creciente de la expresión de los sentimientos por parte del hombre en la sociedad.

B2) La imposible ciudad feliz

A propósito de un fallido intento empresarial de ascender a primera división posicionando al Club Atlético Aldosivi de Mar del Plata como ~~–~~el club de la ciudad”, mudando su localía al estadio mundialista municipal e intentando un cambio de colores en la camiseta, Gil (1999) investigó la forma en que Aldosivi expresa para sus hinchas la identidad de un sector particular de la ciudad, el puerto, como territorio opuesto al centro urbano, y ubicó allí buena parte de las razones del fracasado emprendimiento, notables tanto en la preferencia de los hinchas de Aldosivi por seguir jugando en su propio y viejo estadio, como en la falta de apoyo de otros hinchas de la ciudad.

~~–~~Aldosivi es el equipo que más arriba ha llegado en el fútbol de AFA, por lo que debería aglutinar tras su paso a todos los aficionados al fútbol de la ciudad, mucho más en un escenario de las características del José María Minella” (*op cit.:* 6), plantea Gil, ~~–~~pero los fenómenos identitarios son más complejos” (*ibidem*). A lo que agrega que los intereses empresariales depositados en el club, ~~–~~obviando las tradiciones que lo identifican como institución [pretendieron] inventar una narrativa que funde una nueva identidad futbolística descontextualizada y hasta pretenciosa” (*idem.:* 9)

B3) El sistema de las rivalidades futbolísticas en México

Investigadores mexicanos ofrecen un estado de la cuestión según el cual el significado de ser aficionado a un equipo en muchas ocasiones emerge de las identidades, narrativas históricas y características socioculturales asociadas a la región, la ciudad, el barrio o el sector social concreto con el que se lo vincula. Así, las rivalidades entre equipos surgirían como manifestación de las tensiones

políticas, económicas o histórico-culturales existentes entre las regiones, ciudades, barrios o segmentos sociales con los que estos se identifican.

Sobre esa base, formulan algunas preguntas: ¿cómo los aficionados mexicanos describen a su equipo y el significado de ser aficionado a este equipo en relación a los aficionados de otros equipos y de otras ciudades y regiones? ¿Cuáles son las relaciones entre estas representaciones y el lugar donde juega el equipo (ciudad, región, etc.) en México? Y para desandarlas, llevan adelante un proyecto coordinado por Martínez y Magazine a nivel nacional, es decir, con investigadores de distintas áreas y universidades de las regiones del país tomando cada uno, como caso, un equipo: *Identidades, prácticas y representaciones de los aficionados al fútbol en México: un análisis comparativo multi-regional*.

En un artículo que repasa el proyecto Martínez sostiene:

Nuestra principal hipótesis es que la distribución y segmentación de los aficionados y el “otro” diferencial hacia los cuatro equipos llamados nacionales (América, Guadalajara, Pumas y Cruz Azul) es inseparable del fuerte centralismo de poder político y económico que subsiste en nuestro país [...] Queremos sugerir que la exploración de las rivalidades futbolísticas a nivel nacional constituye una manera ideal de observar cómo un segmento de la población percibe, rechaza, critica o replantea la posición de su ciudad o región en relación a otras y en relación a la nación (2009: 2).

Brevemente: habría cuatro equipos grandes, “nacionales” en México. Tres son del Distrito Federal. De esos cuatro, por lo que representaría (el avance del neoliberalismo en el país, la lógica del dinero) y por ser propiedad de un empresario asociado al multimedio Televisa, el América es el más odiado. Lejos le siguen el Cruz Azul (equipo de los trabajadores del cemento asociados en cooperativa, a su vez disueltas por la apertura neoliberal de los años noventa), los Pumas de la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México, equipo de los estudiantes, de la sangre joven) y el Guadalajara, equipo que representaría los valores y los símbolos de la mexicanidad, redundante, por ejemplo, en la decisión de no contratar futbolistas extranjeros.

Finalmente, dice Martínez que “un fenómeno muy interesante que se ha acentuado en las últimas décadas y cuya emergencia coincide con la lenta descentralización, la modernización y crecimiento de muchas otras ciudades, el

desdibujamiento de *la ficción de la unidad nacional*, la competencia y las tensiones entre las regiones; son las rivalidades entre los equipos que deportiva pero también histórica, política y culturalmente representan a otras ciudades y regiones” (*op cit.*: 13). Y que eso se daría a través de dos formas: al interior de una misma ciudad (Tigres VS Monterrey). Y entre equipos de ciudades de una misma región o estado.

2.3: Recapitulando

En este capítulo vimos:

- Que habría, en principio, un doble hablar de fútbol en Argentina.
- Que el discurso académico y los periodistas deportivos se lo reparten.
- Que el fútbol entra en la academia no como tal sino por la vía del deporte, del deporte en tanto nicho o especialidad de las disciplinas madres, especialmente sociología y antropología, que verían en él una instancia privilegiada de la cultura para leer en pequeña escala fenómenos de lo social.
- Que así como existe una clave sociológica y otra etnográfica de cartografiar el campo de las investigaciones, trabajos y estudios sobre deporte-fútbol, existe una clave comunicacional que nos permite situar zonas de vacancia y es la que más nos interesa en el marco de esta tesis doctoral. Y nos interesa, entre otras cosas, porque varias de esas zonas habilitan preguntas que guardan íntima relación con el problema de la producción de ambientes de violencia y sus actores (periodistas, relatores, futbolistas, televisadores, etcétera.).
- Y que, así como leíamos el campo en clave comunicacional también nos detuvimos en los trabajos con los que cuenta a partir de una arbitrariedad: los trabajos que plantean elementos que a nuestra investigación particularmente le interesan. En ese sentido, nos interesó recuperar primordialmente todo aquello que participa en la generación de ambientes

de violencia. Para decirlo de forma clara: si lo que está en juego para los hinchas, a través del ritual futbolero, es **el aguante-enfrentamiento, el honor, la identidad de género, la identidad territorial, una lógica de bandos, o el capital simbólico a partir del cual se insertan en redes de sociabilidad**, entonces todo eso merece un detenimiento.

3. ROSARIO (Y) CENTRAL

Si en el capítulo uno se trataba de mostrar qué de la historia de la llegada del fútbol a la Argentina debe ser tenido en cuenta a la hora de pensar la violencia, y en el dos leíamos el campo de estudios del deporte-fútbol mapeando zonas de vacancia comunicacional, varias de las cuales pasan por analizar la dimensión o el componente mediático de los fenómenos de violencia, en este capítulo nos iremos introduciendo en el universo Rosario, y en el universo Rosario Central, empezando a conocer a sus hinchas, y a sus prácticas de sociabilidad, más aún cuando se trata de los hinchas que constituyen nuestro estudio de caso.

Ir situándonos en el sentido mencionado, implicará inevitablemente ir acercándonos de a poco al hinchismo como fenómeno discursivo, lugar en el cual encontraremos elementos de vital importancia para entender el fenómeno-violencia en su integralidad. De hecho, buena parte de lo que se diga aquí sobre los hinchas está expuesto en función de ello.

Sumado a eso, nos interesa desandar qué de lo rosarino y qué de lo canalla (mote con el que se identifican y son identificados los hinchas de CARC) entran en diálogo y en contrapunto con categorías y autores del campo; por ejemplo: pasajes de Archetti, de Garriga, de Moreira, y la categoría de lo popular según la entiende Alabarces, tan cara al *canallismo*, al canallismo como tipo de discurso dentro del hinchismo, discurso en el que, como acabamos de decir, y como iremos viendo en éste capítulo y el próximo, hasta hacer un racconto en el quinto, elementos de vital importancia para entender el fenómeno-violencia.

Empezamos entonces.

Y empezamos por un consenso: futbolistas de experiencia internacional, periodistas de trayectoria, futboleros que se precien de tal, dirigentes, árbitros, el ambiente del fútbol en general, coinciden en afirmar que, como se vive en Rosario, el fútbol no se vive en ningún otro lugar. Al afirmarlo, algunos aluden a la pasión de sus hinchas, otros a la intensidad de su partido clásico disputado dos veces al año, otros al odio y el fanatismo que genera la rivalidad entre Newells y Central. Nosotros nos referimos a todo eso junto, sí, pero sobre todo a la

capacidad que tiene el fútbol en la ciudad para sobre-determinar y condicionar cualquier experiencia de la cotidianeidad urbana.

Quedarán como preguntas para otras tesis: ¿en qué se diferencia Rosario de otras ciudades dicotómicas fuertes como La Plata (Estudiantes y Gimnasia), Santa Fe (Unión y Colón) o Tucumán (Atlético y San Martín)?²² ¿Tan distintos son sus hinchas? ¿Por qué, a qué obedece esa diversidad? ¿Tiene que ver con particularidades de los clubes? ¿Con sus éxitos deportivos? (vale tener en cuenta que, entre Newells y Central, Rosario suma nueve campeonatos nacionales y uno internacional, mientras que el resto del interior del país, obviando a la ciudad de La Plata, suma cero) ¿Con su grado de presencia en primera división? ¿Con el hecho de que Newells y Central se hayan enfrentado en instancias decisivas, límite, en reiteradas ocasiones? (semifinal campeonato nacional 1971; fase final campeonato metropolitano 1974; segunda ronda Copa Libertadores de América 1975; semifinal campeonato nacional 1980; en el campeonato de primera división de AFA 1986/87 Newells termina subcampeón a un punto de Central; Primera fase Copa Sudamericana 2005). ¿Con peculiaridades propias de los procesos de fundación de cada ciudad? ¿Con la idiosincrasia de los flujos migratorios que las fueron poblando? ¿Con la cantidad de habitantes? ¿Con la cercanía geográfica respecto de Buenos Aires? ¿Con dinámicas culturales? ¿Con prácticas y parámetros de ocio? ¿Con el desarrollo local de industrias culturales?

Las preguntas podrían multiplicarse y multiplicarse a lo largo de páginas.

3.1. Rosario, su especificidad

Lo cierto es que, para el visitante desprevenido, o para el turista que llega por un fin de semana largo hacia orillas del Paraná, el fútbol en Rosario se respira enseguida en el aire; su lugar se puede advertir rápidamente en la vestimenta de los transeúntes, en la vestimenta como mediatización de la identidad; puede identificarse, valga la redundancia, en los colores auriazules y rojinegros que tiñen cordones de esquinas, postes de luz y canteros; leerse en los titulares de los diarios

²² Sobre cómo funcionan las identidades polares, en términos generales, pueden verse algunos de los autores que trabajábamos en el apartado 2.2 del capítulo anterior. Sobre cómo se construyó, puntualmente, a lo largo de la historia, la rivalidad entre Unión y Colón en la ciudad de Santa Fe, puede consultarse Levatti (1998).

y en los grafiti o inscripciones de los paredones, que, a diferencia de lo que encontró Gándara (2001) para el caso de clubes de Capital, aparecen no sólo en los barrios identificados con cada club o en las zonas aledañas a sus estadios sino por cualquier parte de la ciudad. Rosario, y de ello podría dar cuenta una antropología del espacio de tipo decertausiana (otra zona de vacancia, aunque en este caso no necesariamente comunicacional), Rosario se encarga de exhibir sobradamente al extranjero los signos de su propia “enfermedad”. Porta la rivalidad en los cuerpos de sus habitantes, así como en los ladrillos y en el cemento, la lleva inscrita en su propia materialidad²³.

Nosotros proponemos los que serían algunos indicadores de la especificidad o de la singularidad rosarina, o como quiera llamársele, como producto de la observación y la experiencia cotidianas, pero también como producto de charlas y entrevistas con distintos hinchas:

- Contrariamente a lo que sucede en otros clásicos de ciudades argentinos (Boca-River, Independiente-Racing, Colón-Unión, Talleres-Belgrano, Estudiantes-Gimnasia), son contados los casos de futbolistas que han vestido ambas camisetas, tomando como referencia los inicios del profesionalismo. Exactamente doce. Y el último caso fue el de Juan Carlos Delménico, que se registró en 1984. Solamente desde ese año hasta la fecha, en Boca-River tuvieron lugar, entre varios más, algunos ejemplos: Oscar Ruggeri, Carlos Tapia, Jorge Higuaín, Sergio Berti, Rubén Da Silva, Julio César Toresani, Claudio Caniggia, Fernando Gamboa, José Luis Villarreal, Fernando Cáceres, Sebastián Rambert, Gabriel Cedres, Jonatan Maidana, Jesús Mendez. Lo mismo para el Independiente-Racing (Hugo “perico” Perez, Néstor Clausen, José Tiburcio Serrizuela, Alberto Carranza, Martín Vilallonga, Esteban Fuertes, Ángel “matute” Morales, Martín Vitali, etcétera) y sobre todo para el Talleres-Belgrano. De Unión a Colón, por su parte, como para graficar la magnitud del contraste, pasaron dos de sus futbolistas ícono: Gustavo “potro” Echaniz en la década de

²³ Para un minucioso análisis del discurso de grafitis y pintadas de los hinchas en los barrios y las ciudades, sus modalidades, sus distintos intertextos, sus valores indexicales, etcétera... ver Gándara (2001).

1990 y Darío Cabrol en el año 2001. De los nombrados, en escasez de futbolistas bígamos, al clásico rosarino lo sigue el platense con treinta y tres casos. Quedaría por analizar cómo se da esto en clásicos fuertes de otros países, como Flamengo-Fluminense en Río de Janeiro, Real Madrid-Atlético de Madrid en España, Lazio-Roma en Italia, Celtic-Rangers en Glasgow, Galatasaray-Fenerbache en Estambul o Nacional-Peñarol en Montevideo. En Inter-Milan, el clásico de la ciudad italiana homónima, por ejemplo, sucede algo similar a lo que ocurre aquí con River y Boca: Baresi, Seedorf, Pirlo, Vieri, Crespo, Ronaldo, Ibrahimovich, entre otros de una larga nómina, jugaron para ambos bandos²⁴.

- En Rosario, para los jugadores y los directores técnicos pesa más ganar el clásico que hacer una campaña memorable: ahí está el Director Técnico Edgardo Bauza para ratificarlo, quien, pese a haber depositado a Rosario Central por primera y única vez en una Semifinal de Copa Libertadores de América en el año 2001, nunca terminó de ganarse al pueblo canalla por no haber conseguido vencer a Newells como DT. Ni que hablar, en este sentido, lo que pesa para los hinchas. Un hincha activo de Newells, nos decía:

La última vez que Newells salió campeón en el 2004 se disfrutó como se disfrutó porque además se había ganado el clásico; yo creo que si vos salís campeón y perdés el clásico el campeonato tiene un sabor... agridulce (entrevista 7/8/2007).

- Rosario es una plaza en la que los futbolistas no formados en las canteras de Central y Newells, cuando llegan, se vuelven hinchas fanáticos de la camiseta que defienden: Gustavo Barros Schellotto, José Luis “Puma” Rodríguez, Eduardo “Chacho” Coudet, Rubén “Polillita” Da Silva, entre los casos más emblemáticos de una lista interminable por el lado de CARC; Sebastián Peratta, por el de Newells.

²⁴ Mientras éste documento está siendo cerrado, el número 17 de *Esporte e Sociedade* acaba de subir a la web una nueva edición de su revista. En la misma observamos una serie de artículos dedicados a distintas modalidades de rivalidades en distintos países. Dos de ellos: “Identidades y otredades en el fútbol de España y México. Reflexiones comparativas sobre los clásicos Barcelona-Madrid y América-Chivas”, de Rizo García; y “Identidade e rivalidade entre os torcedores de Sao Paulo”, de Roberto Louzada.

- Distinto a otros puntos del país, en los bares, las calles y los medios de comunicación, Boca y River, los “equipos nacionales” cuya genealogía de tales se puede recuperar en Archetti (1995), ocupan un lugar marginal. De hecho suele ocurrir que en el resto de las ciudades y puntos del país los hinchas sean hinchas de alguno de los equipos locales y de Boca o de River. En Rosario, en cambio, el hincha es monógamo: es solamente hincha de Newells o Central. Dicho de otra manera: leyendo a Archetti (op cit) en su análisis de El Gráfico, podemos entender cómo es que en Argentina tiene lugar un fenómeno muy particular, como es el hecho de que en La Quiaca o en Viedma haya personas hinchas de River Plate o Boca antes que de sus equipos regionales. Particularidad raramente encontrable en Brasil, España, Italia, Francia o Inglaterra, así como tampoco en México, tal cual veíamos en el capítulo anterior, donde los hinchismos tienen un anclaje fuertemente territorial. Archetti, en efecto, en una obra posterior, practicando una auto-etnografía o etnografía autobiográfica, al pensarse como un hincha de River Plate criado en Santiago del Estero, dice:

Yo, que era socialmente un provinciano, un santiagueño, y sabía que en la configuración de la nación argentina moderna Buenos Aires dominaba y explotaba a las provincias, estaba, paradójicamente apoyando, sufriendo, disfrutando y dependiendo psicológicamente del destino de un club de la ciudad de Buenos Aires. También tomé conciencia de la importancia de que hubiera jugadores santiagueños no sólo en River Plate sino en la primera división de otros clubes importantes de la ciudad de Buenos Aires. Lo nacional se encontraba fusionado debido a que el fútbol de Buenos Aires era casi por definición el fútbol nacional; a excepción de dos clubes de la ciudad de Rosario y dos de la ciudad de La Plata, que fueron rápidamente incorporados a la liga profesional en la década del 30. De pronto fui consciente de algo diferente, de una historia particular que no se daba en otros lugares. Me di cuenta de que un inglés nacido en Londres no tenía por qué ser hincha de un club de Manchester y viceversa (2003: 31)

Y en similar dirección, el hincha de Newells cuyo fragmento de entrevista arriba compartimos:

Los equipos denominados grandes, que yo digo que son los grandes del marketing, porque justamente se hicieron grandes o popularmente conocidos en épocas donde en los medios de comunicación las transmisiones generalmente estaban reservadas a esos equipos; no porque sean mejores o peores, ni siquiera porque tengan más títulos o menos títulos. Y en Rosario yo creo que eso no ha pegado tanto; sí hay hinchas de Boca, hinchas de River y de otros equipos, pero acá o sos de Newells o sos de Central (entrevista 7/8/2007).

- En Rosario, la selección argentina está en segundo plano, ocupa un holgado segundo lugar. Algunos hinchas de Central, por ejemplo, en ocasión de los mundiales, viendo los partidos del combinado argentino en bares, suelen corear “o-le-le, o-la-la, no somos argentinos como hinchas de Central”. La interpelación tribal, el fragmento, el segmento de identidad inmediata, local, prevalece por sobre el colectivo unificador, por sobre los dispositivos del Estado-Nación y las estrategias publicitarias del mercado, por sobre la interpelación nacional. Este fenómeno se exacerbó, cabe recordarlo, durante el período en el que Marcelo Bielsa, hombre estrechamente ligado a Newells, dirigió el seleccionado. Más aún cuando Suecia, el país verdugo de la Argentina en el Mundial 2002, presenta en su bandera los mismos colores azul y amarillo de la camiseta de Central. Según Alabarces (2002), quien analizó largamente las narrativas que dan cuenta de las tensiones entre lo nacional y lo local/tribal a lo largo de la historia del fútbol argentino desde su período fundacional, el único personaje mítico, héroe deportivo capaz de suspender esta tendencia creciente (quizás en menor medida en el resto de los clubes) y aglutinar voluntades bajo un mismo manto, es Diego Maradona. Pero tampoco esa excepcionalidad funcionó para el caso de CARC dado el pasado futbolístico de Maradona en las filas de Newells. Tal cosa se pudo leer en la previa al encuentro entre Argentina y Brasil disputado en el estadio de CARC por las Eliminatorias mundialistas en septiembre de 2009, en innumerables notas que los hinchas enviaron a los medios partidarios y en distintos emails.
- Rosario es una ciudad capaz de promover que, sin importar la filiación política, los hinchas de Central no voten para Gobernador de la Provincia

de Santa Fe a un candidato reconocido hincha de Newells como Rafael Bielsa. A la inversa, se convocan a votar para ocupar el puesto de Concejal por el Partido Demócrata Progresista al ícono Aldo Pedro Poy.

- Del mismo modo, es una ciudad que hace que los canallas llamen masivamente al programa de TV Gran Hermano para participar en la eliminación de los nominados a abandonar la casa votando en contra de Damián, un participante rosarino que al ingresar se confesó hincha fanático de Newells. A la inversa, hace que llamen para apoyar la continuidad de una niña que concursa en el programa de Marcelo Tinelli, o a una aspirante a ganar el ya desaparecido programa Operación triunfo, ambas rosarinas y canallas.
- En Rosario, los hinchas de Central no acuden a comercios vinculados con dueños ligados a Newells.
- En Rosario, en septiembre de 2010 se dio a conocer un hecho: un hacker de Newells fue desenmascarado. La persona en cuestión hackeaba el sitio web del Diario La Capital, el portal informativo más leído de la ciudad de Rosario, en pos de evitar que las noticias relacionadas con Central fuesen las más leídas de cada jornada.
- En Rosario, las empresas, marcas, sponsor o auspiciantes firman contratos con los dos clubes o con ninguno, para no quedar vinculadas a uno de los dos y granjearse, en consecuencia, la mala reputación o caída de su imagen a los ojos de los hinchas del club rival.
- En Rosario, cuando Central descendió a fines de mayo de 2010, hubieron días de movilizaciones. Mezcla de escrache a los dirigentes responsables de la debacle, mezcla de pedido de elecciones, pero también de venganza contra los hinchas de Newells que habían salido a festejar públicamente ni bien consumado el hecho, los canallas se desplazaron de a miles y miles por las calles céntricas de la ciudad. Durante una de las noches la manifestación se desbordó y estalló en odio hacia Newells Old Boys. Unos diez mil canallas tomaron la Avenida Pellegrini pretendiendo llegar hacia el estadio de sus rivales. En el camino, rompieron vidrios de autos, de edificios, de los Tribunales provinciales, de bares, de comercios, y se

enfrentaron con la policía. El saldo: 96 detenidos. Hacía desde el Rosariazo que una movilización por la ciudad no arrojaba tantos detenidos. ¿Sería posible en otro lado?

- Del mismo modo: ¿sería posible en otro lugar la determinación de que un partido de fútbol de salón se dispute sin público? Nos referimos a lo dictaminado por la Asociación Rosarina de Futsal luego de que el 27 de abril de 2011, en ocasión del partido a disputarse entre Náutico (club ubicado en Arroyito, a escasas cuadras del estadio del CARC) y Newells, hinchas de Central se acercaran al lugar y atacaran a los rojinegros que se habían llegado para presenciar el encuentro.
- En definitiva, Rosario es una ciudad con la capacidad de, a un año de ocurridos los sucesos de la 96 detenidos arriba aludidos, volver a auto-convocar a hinchas de Central en lo que éstos dieron en llamar “Día de la Lealtad Canalla”, y volver a arrojar detenidos, aunque en ésta oportunidad (la noche del 23 de mayo de 2011), solamente 55.

Un hincha entrevistado en el marco de nuestra investigación, aporta su versión sobre el tema y reflexiona acerca de Rosario en tanto ciudad singular:

Para mí ahí hay varios factores muy claros. Algunos son argentinos y otros rosarinos. Los argentinos son que somos una sociedad con poco grado de enemistad religiosa, la religión ocupa un papel secundario y no hay enfrentamientos. [...] Ya no hay antinomias peronista-radical, peronista-antiperonista, derecha-izquierda... entonces la gente tampoco se identifica con los partidos políticos. Entonces el hincha argentino se identifica y polemiza con el fútbol, para poder decir “yo soy hombre, no soy mujer, soy canalla, no soy pecho frío”; afirmo mi identidad de lo que soy y de lo que no soy por el fútbol, que es un invento cultural que ha venido a ocupar estos espacios que el ser humano necesita para volcar su pasión y su identificación en algo, con lo cual, no teniéndolo en la religión ni en la política, lo encuentra en el fútbol. Y en el caso particular de Rosario se da la particularidad que hay dos clubes, creo que esa es la causa, que hay dos clubes, entonces la polarización es total [...] Y la otra particularidad es que en Rosario las personas célebres, los famosos, son los jugadores de fútbol. Buenos Aires está lleno de famosos, toda la farándula porteña, entonces por

la calle la gente saluda a todos los famosos; acá los únicos famosos son los jugadores de fútbol (entrevista 4/07/2007).

Finalmente, Archetti (2003), como estuvimos viendo, sostiene que hay una manera argentina de jugar al fútbol, que es en los estilos corporales de juego donde puede ser leído lo nacional. En ese sentido, podría decirse que lo rosarino puede ser leído en las maneras de hinchar. En las maneras de burlarse del rival, en los rituales que dan forma al tan mentado folklore del fútbol; asimismo, lo rosarino puede ser inferido en que, a la hora de alentar, no se observan diferencias entre los sectores de plateas y los sectores populares, especialmente en el caso de los partidos disputados por el CARC.

Dos hinchas a ambos respectos.

Es diferente: la pelota es igual, la cancha tiene las mismas medidas, hay dos arcos, el césped es verde... pero cuando cruzas el alambrado es diferente. Es diferente en la creatividad, en la rapidez, muchos cantos salieron de acá y después se cantan en Buenos Aires (entrevista 11/06/2007).

Ahora barras bravas tienen todos. El fútbol es un gran negocio. Antes cuál era el negocio: la política; ahora son los sindicatos y las barras bravas, entonces son todos profesionales. Vos ahora ves que Almirante Brown tiene una banda que no se puede creer, Tigre tiene una banda que no se puede creer, antes las barras bravas eran la de Central, la de Boca, la de River, la de Colón, la de Racing, ahora vos miras y Newells tiene una barra brava organizada de la san puta, una estructura, una sociedad anónima impresionante; ahora todas las barras bravas son empresas, y entonces todos los clubes tienen grandes barra bravas y gran colorido; entonces Central no se diferencia más, porque si vos te pones a ver todas son lindas, objetivamente todas tienen algo. Entonces la diferencia está en las plateas. Vos mira las plateas y te vas a dar cuenta la diferencia: hace diez años que voy a la platea, en los últimos nueve nunca me pude sentar en una asiento, me siento siempre en el escalón, si le llego a pedir el asiento a alguno me escupe, son populares, saltás, cantás, hay avalanchas. El que viene de afuera no queda sorprendido con la barra brava que salta y tira dos petardos, queda sorprendido con todo el entorno, en la platea Central marca la diferencia. Estoy hablando de la platea del río más que nada (entrevista 28/09/2007).

Ahora bien, tocar el tema de la especificidad rosarina es a la vez abrir una pregunta, no tanto por la **factibilidad** de nuestra investigación como por sus condiciones de recepción. Dicho de otra manera, ¿es factible hacer una investigación sobre violencia en torno del fútbol en Rosario, aún cuando se trata de un estudio de caso, y entrevistar hinchas, sin que el objetivo de investigación sea inmediatamente procesado por estos en clave de rivalidad, en términos de *más violentos VS menos violentos*, muriendo de ese modo en el intento? ¿Puede un hincha rosarino, en el actual grado de desarrollo de la rivalidad, leer productos de esa investigación poniendo en suspenso dicha clave?

En cuanto a la primera pregunta, no por nada dejamos de hacer entrevistas, técnica a la que recurríamos en un principio (ver más abajo y ver punto 4.3 del capítulo cuatro). En cuanto a la segunda, no somos para nada optimistas. ¿Por qué? Porque una de las relaciones que el hincha en tanto enunciador o destinatario construye con su decir o con lo que escucha, que denominaremos **relación infantilizada**, opera como traba de la puesta en suspenso.

Veámoslo a partir de un ejemplo. La situación que traemos tiene que ver con la semana previa al partido Rosario Central - Newell's, disputado el 10/05/2009 por la fecha 13 del Torneo Clausura de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), signada por la inédita decisión del CARC consistente en recortar la cantidad de entradas destinadas a la parcialidad rojinegra.

Cabe situar al lector en los hechos: la Comisión Directiva de CARC, club que haría las veces de local, decidió otorgarle a la parcialidad de Newell's 4.000 entradas, quebrando así luego de muchísimos años un acuerdo tácito que ambos clubes mantenían, según el cual al club que le toca disputar el clásico en condición de visitante se le otorgan, como mínimo, 10.000 entradas. El argumento de la CD se basó en que, como en la actualidad Central cuenta con más de 50.000 socios (cantidad inexistente en clásicos anteriores) y la capacidad del Gigante de Arroyito (como se conoce al estadio de CARC) para alojarlos se está viendo colapsada (42.000 espectadores), asignar 10.000 entradas a Newell's significaría dejar socios de CARC afuera del estadio.

Como no podía ser de otra manera en un clásico y en plena cultura del aguante, la decisión provocó la ira de los hinchas y de la CD de Newell's, que marcharon

el lunes 4 hacia las puertas de la Sede centralista para hacer oír su disconformidad, manifestación que luego culminó con heridos, una treintena de detenidos y vidrios de la mencionada dependencia así como de comercios aledaños destrozados.

Efectuando esa semana un seguimiento en www.canalla.com de las notas enviadas para publicar y de los comentarios dejados a las notas publicadas (volveremos en el punto 6.3.2 del capítulo seis), se pudieron leer con claridad algunas de las relaciones entre enunciado y enunciador que son propias del hinchismo. La que nos interesa ahora: la relación infantilizada. La cual puede ser pensada si partimos del término *infantilización*. Partiendo de allí, proponemos dos acepciones para el mismo.

Una, siguiendo al filósofo italiano Paolo Virno (2005) quien a su vez retoma las tesis del filósofo francés Gilbert Simondon respecto del “proceso de individuación”. En esa acepción, infantilización no remite a infancia sino a la despotenciación o empobrecimiento de la infancia, o en todo caso a la puerilización de los rasgos característicos de la infancia como puede ser la neotenia. De hecho, para Virno, en tanto metáfora de la pura potencia, escena de la irrupción del infante / individuo / hablante en la lengua entendida como sistema convencional de signos que nos precede al nacer, imagen por excelencia de la creación singular, de la capacidad de innovación, de la tensión entre reglas y regularidades... no hay nada más serio y más político que la infancia. Por el contrario, habría infantilización ahí donde la natural relación potencia-acto que propicia la facultad de lenguaje queda acotada a un puro acto sin potencia, a la repetición de fórmulas o de un guión preestablecido. Habría infantilización, es decir puerilización de la infancia, en la escuela o en cualquier institución disciplinaria²⁵. De todos modos, en lo que concierne a esta primera acepción, profundizaremos los postulados del autor en el punto 4.2 del capítulo siguiente.

A la otra acepción de infantilización que proponemos la tomamos como metáfora de la disputa celosa entre hermanos por el amor o el reconocimiento de los padres. En el caso de Central VS Newell's, la instancia tercera o paterna que por lo general vendría a dirimir los debates y las discusiones por la grandeza de

²⁵ Respecto de una interesante problematización del par instituciones adultas / pueriles – instituciones que deben recuperar la seriedad de la infancia, ver Taller de los sábados: *Un elefante en la escuela; pibes y maestros del conurbano*. Tinta Limón, Buenos Aires, 2008, conversación con Paolo Virno, página 109.

uno sobre el otro, como veremos en detalle en el siguiente apartado, son los periodistas, los medios.

Tomando las dos acepciones, en la semana previa al clásico en cuestión fue dable leer la relación infantilizada en enunciados tendientes a dilucidar quién de los dos genera más violencia o quién empezó primero a generarla, quién es más violento de los dos o qué cosa es más violenta que otra (ver punto 6.3 del capítulo seis). En otras ocasiones, en tanto, pudimos registrarla en discusiones por establecer qué club convoca más socios a votar en las elecciones, qué Comisión Directiva enfrenta más a la barra brava o en cuál de los dos clubes existe más democracia.

Más allá del hecho puntual, un ejemplo relevado en entrevista a hincha de Newells que, dos años después de la entrevista, llegó al cargo de vicepresidente de la institución, lugar en el que permanece al día de la fecha:

Después está el tema de los colores, que para mí la versión más creíble no es la de los colores de la bandera de Alemania e Inglaterra sino los colores rojo y negro de la anarquía, no como ellos que tienen el azul y amarillo de la Monarquía [...] En la última elección, faltando quince días las listas que se presentaron en Central no tenían candidato, y se formaron como grupos un mes antes. Digamos, el laburo que hicimos de militancia nunca existió en Central; en Central se juntan dos días antes de las elecciones [...] Yo creo que tenemos más desarrollo de militancia nosotros que ellos (entrevista 1/06/2007).

Y otro, extraído de la escucha y la observación participante en una reunión de socios canallas abocados y preocupados por algunos asuntos de la institución (ver más abajo) el día ocho de diciembre de 2010:

Para mí Delfrade es mala palabra porque estuvo con los auto-convocados. Yo no confiaría en un gil que apoyó a los auto-convocados. (Traducimos: el hincha que profirió esta opinión se refiere al intachable y comprometido periodista de investigación Carlos Delfrade, de vasta trayectoria en medios de la ciudad y la región, a su vez reconocido hincha de CARC, colaborador permanente, incluso, con una de sus agrupaciones políticas, quien alguna vez brindó espacio y apoyo en sus programas radiales al movimiento de socios e hinchas auto-convocados de Newells que buscaban terminar con la impunidad del Presidente Eduardo López, perpetuado en el poder durante

catorce años, abriendo canales de participación que redundaran en la realización de las postergadas y siempre bastardeadas elecciones de autoridades. En algún momento de la mencionada reunión se hizo alusión a Delfrade y entonces ahí fue que nuestro hincha dijo lo que dijo).

Finalmente, un tercero e imperdible al efecto de graficar lo dicho:

Lo que hicimos en Campana fue crear un proyecto de asistencia a comedores infantiles con dos motivos: ayudar a chicos y tratar de hacerlos de Newells; que no fue un motivo desesperado de búsqueda de hinchas, porque Newells los tiene a los hinchas, pero fue para decir “qué lindo que dentro de 15 años yo vuelva a Campana y vea por el centro de Campana 6, 7 camisetas de Newells”. Eso queremos, y no el manotazo de ahogado que ha tenido en Cuba la OCAL [Se refiere a la Organización Canalla para América Latina de la que más adelante en éste mismo capítulo hablaremos], que hizo un proyecto similar al nuestro [...] Es un comedor infantil con escuela [...] Es un lindo proyecto, y la idea era culminar haciendo un comedor infantil acá, el tema es que acá cómo lo manejas, porque acá te viene un nenito con una camiseta de Central y vos no le podés negar un plato de comida, no se lo podés negar (entrevista 15/07/2007).

Vale la aclaración: se trata solamente de ejemplos tomados de entrevistas. Ya que si tuviéramos que extraerlos de notas y comentarios en los sitios web de los medios partidarios (ver abajo), eso nos implicaría poco menos que la confección de un documento paralelo anexo al presente.

3.2. Rosario, la rivalidad

Así como el scanner de un cajero de supermercado transforma todo lo que toca en un valor de cambio, la máquina de la rivalidad entre Newells y CARC transforma todo lo que toca en rivalidad. ¿Qué es lo que está en juego? Dirimir la grandeza. Determinar cuál de los dos es más grande que el otro. Pero se trata de una empresa condenada de antemano a la irresolución, al fracaso. Por varios motivos.

En primer lugar, porque no existe un único criterio de medición-evaluación.

El criterio puede ser la cantidad de campeonatos obtenidos, y entonces los de Newells dirán que ellos tienen cinco y Central cuatro, pero éstos últimos intentarán compensar el asunto ostentando su campeonato internacional. El criterio puede ser la cantidad de clásicos ganados en la historia, y entonces los de Central serán los más grandes, pero los de Newells matizarán la cosa diciendo que ellos ganaron en 1905 el primer clásico disputado. Simultáneamente el criterio exitista quedará en un segundo plano en plena cultura del aguante-fiesta, que valorará, precisamente, el aguante en la adversidad. Y en ese caso, los más sufridos en los últimos veinticinco años, casi una generación entera, y por tanto los más grandes, serán los hinchas de Central, quienes argumentarán que así y todo ellos son cada vez más, que se asocia al club cada vez más gente, que la cancha siempre desborda de local, que de visitante son cada vez más personas, que las filiales y peñas crecen y crecen en cualquier punto del país, que Central no deja de vivir de fiesta gane o pierda, etcétera.

El criterio puede ser, como decíamos, cuál de los dos lleva más gente a la cancha. Así, cada hinchada deviene una especie de sujeto del panóptico (Foucault, 1975) de la otra. Dice un hincha entrevistado:

Acá hay tres campeonatos: el de la AFA, el de Ñuls y Central y el de las hinchadas. Ante la falta de logros deportivos está el campeonato de hinchadas. No sólo en el clásico; es una competencia permanente por ver quién lleva más gente a Jujuy, a Mendoza. La rivalidad sigue, y cada vez peor. Porque al no haber títulos está la pelea por ver quién lleva más en las malas de local y visitante [...] Se mira por televisión a ver quién llevó más (11 / 06 / 2007).

El criterio también puede ser cuál de los dos tiene más hinchas. Desde ese punto de vista, un grupo de hinchas de CARC nos hizo llegar una carpeta que recopila treinta y tres encuestas efectuadas en distintos momentos, con distintos fines, y por distintas empresas o consultoras, que lo dan mayoritario a Central.

El criterio puede ser quién de los dos tiene más hinchas célebres en el ámbito de la cultura, la política y el espectáculo, y hasta puede ser cuál de los dos tiene la bandera más larga, criterios, ambos, en los que resulta victorioso el club auriazul.

Pero el fútbol, como buen ritual, es cíclico, está regido por la lógica de la vuelta a empezar, con lo cual, incluso para el caso de los criterios cuantitativos de

medición (número de socios, cantidad de hinchas, cantidad de entradas vendidas, cantidad de metros de tela, de decibeles, etc.), la grandeza no está dada nunca de una vez y para siempre hasta el final.

Panorama que se exagera cuando los *terceros-legítimos* prioritariamente referenciados por los hinchas para dirimir la grandeza -los periodistas deportivos-, dada la pretensión de objetividad en la que sustentan su trabajo, no se van a pronunciar.

Ello nos remite, como hemos dicho en el anterior apartado, a una estructura de tipo parental: hermanos pugnando por el amor y la aprobación del padre. Hermanos, la palabra de uno contra la del otro, pretendiendo la sanción del tercero excluido, imparcial, que, para el caso de los hinchas rosarinos, vendría a estar encarnado en la figura de periodistas deportivos de Buenos Aires. De ahí a que el máximo logro al que podrían aspirar es a que se expida al respecto algún respetado periodista porteño (Ver un ejemplo en el apartado 7.7.1 del capítulo siete).

Entonces, la operatoria de los hinchas es la siguiente: cuanto más se le muestre a ese supuesto tribunal, más se lo impresionará en su decisión final. **En este modelo de la exposición, basado en el supuesto de que siempre alguien está mirando, encontramos la condición de posibilidad de la cultura del aguante-presencia o aguante-fiesta tal como hoy, mediatización televisiva de por medio, la conocemos** (Volveremos sobre esto, de algún modo, en diferentes pasajes de este documento, aunque especialmente en el capítulo siete).

Un investigador social ingresa en esta serie, como hemos dicho en el *Apéndice a la Introducción*, favoreciéndose, así, la factibilidad de su trabajo, aunque entrando en crisis, a su vez, herramientas metodológicas como la entrevista, a lo que haremos mención en el apartado siguiente.

Yendo puntualmente a lo dicho sobre la mirada, nos comentaba una hincha de Central entrevistada:

Ser canaya no es un valor que cotice tanto por el propio canaya hacia adentro; más bien cobra cabal sentido hacia afuera, a partir de la mirada del otro. De ahí que cantar fuerte para que todos escuchen tome un carácter casi imprescindible. El hincha de Central se enorgullece de

pertenecer a una de las hinchadas más reconocidas como populares, vibrantes, multitudinarias, fieles, por el afuera, por el periodismo porteño, por el respeto de jugadores y técnicos de otros equipos... de hecho el hincha de Central se siente herido cuando no es reconocido o es ignorado por los demás, está pendiente de cómo es percibido por el otro (entrevista 22/10/2009).

Comparemos esto con otros autores trabajados en esta misma tesis. Recordemos en esa dirección que, con Frydemberg (1997), los antiguos *players* le otorgaban un valor nodal a la exhibición ante la mirada del otro, sólo que por entonces lo que se exhibía era el resultado, el tanteador favorable al exhibidor. Garriga (2007), por su parte, nos demostró cómo, para inaugurar y seguir insertos en redes sociales de intercambios, los hinchas ligados a la banda de Huracán están constantemente atentos a encontrar las maneras más adecuadas para exhibirse a cada momento poseedores del capital-violencia. En lo que ahora traemos, sin embargo, la exhibición va más allá de eso: excede a los resultados y a la violencia.

Unas variaciones finales sobre la grandeza, a modo de elementos para quien quiera desarrollar, en otra tesis, una teoría de la grandeza y la rivalidad.

Al respecto propone Valle que el más grande es el que más otredad genera. Y lo hace a través de un ejemplo, refiriéndose a los avatares deportivos de Boca Juniors en los primeros años de la década de 1990:

Hubo un semi logro, una final perdida en la que un equipo chico (podría decirse un grande del interior) tuvo por la Bombonera una de las más insistentemente festejadas cumbres de su historia, lo que demostró, dicho sea de paso, que la grandeza futbolística no reside sólo en la dimensión de lo que un cuadro genera en sí, en la riqueza de su liturgia autorreferencial, sino, también, en su cuantía relativa como fuente ontológica general del resto de la constelación futbolera. El más grande es el que más da ser a los otros, el que más otredad genera (2010: 49).

Eso propone Valle. Nosotros propondremos, por nuestra parte, que la grandeza se advierte en la capacidad de afectar una ciudad. Afectar, en un sentido spinoziano, el siguiente: sabido es que Spinoza, aunque mejor dicho el Spinoza recuperado por Deleuze (2008), concibe la realidad desde una perspectiva de materialidad casi química, en términos de cuerpos. Para el filósofo, un cuerpo se

define, no por lo que es sino por lo que puede, es decir, por la capacidad de sus relaciones constitutivas para afectar a otros cuerpos y ser afectado por éstos. En ese sentido, la grandeza de un club radicaría en la capacidad que sus avatares cotidianos van teniendo para alterar sustancialmente los humores, los ritmos, los ruidos, los flujos de circulación de personas, el consumo de diarios, el uso de ropa alusiva, los temas de conversación, la agenda mediática, etcétera, de una ciudad. De un cuerpo-ciudad.

3.3. Observaciones sobre el folklore (o variaciones sobre lo popular)

¿Cómo puede ser que en la ciudad de Rosario todo aquél que se destaque en el mundo de las artes, la música, la pintura, de lo que sea, de la bohemia intelectual sea canalla? Yo creo que tiene mucho que ver con sus orígenes: todo lo popular pasa fundamentalmente por Central [...] Paralelo a eso, te invito a que veas la foto de una visera de cemento inaugurada por Newell's y vas a ver señores muy bien vestidos con relojes de oro y sus chalecos, y mujeres con tocados y pieles... es decir, era una clase social; la nuestra era otra clase social [...] y Central como popular fue un equipo siempre peronista en la década del cincuenta cuando se prohibía andar con el escudito de Perón o de Evita o cantar una marcha peronista o demás [...] Central es el equipo popular, peronista y que tiene toda esa formación que arranca desde los talleres ferroviarios y lo otro era un colegio inglés, te guste o no te guste" (entrevista a hinchas de CARC miembro de la Organización Canalla para América Latina, realizada el 28 / 06 / 2007)

Lo que nos une a nosotros es el sentimiento por Central, y tratar de traducir esa pasión en algo que además reditúe en algún beneficio social, porque cuando hablamos de Central hablamos de pueblo, Central es pueblo, y queremos tratar de llevar un poco nuestra alegría y nuestra forma de vivir el pueblo a esos sectores un poco más aislados y marginados económica y socialmente de la ciudad" (entrevista a hinchas de CARC participante de la experiencia solidaria titulada Canalla de favores, a la que se refiere, realizada el 17 / 12 / 2007)

En mi nombre está el nombre de la ciudad, el tuyo no sé bien qué es, sos tan puto que hace cien años, llevas puesto un nombre en inglés. Carnaval,

carnaval, el carnaval es el pueblo, el pueblo es hincha de Central (Fragmento de cántico entonado por los hinchas de Rosario Central en la cancha)

El Che era mucho más que una remera que llevan todos los inconformes del planeta. Era un ser humano que sentía, amaba, se apasionaba y tenía todos los vicios y virtudes que tenemos todos. Y como rosarino no podía dejar de expresar su sentimiento futbolístico por el equipo de fútbol de la ciudad, el que lleva su nombre, el más popular. El Che Guevara era hincha de Rosario Central (fragmento de gacetilla emitida por la Secretaría de Cultura del CARC en el marco del ciclo de actividades organizadas en ocasión del aniversario número ochenta del nacimiento de Ernesto Che Guevara²⁶)

Como puede notarse, los fragmentos que abren estas notas contienen algunos términos que insisten. Sobre todo uno, que es el que en este apartado nos convoca. Pero vale aclararlo: la insistencia de “popular” -tal el término en cuestión- no se agota ahí. Seguramente nos ocuparía cientos de páginas tratar de reponer su aparición en las canciones de cancha (Ver 7.7.1), entrevistas a hinchas, intervenciones gráficas públicas, charlas de café, opiniones en foros virtuales de medios partidarios, consignas y slogan en indumentaria temática, documentos de la OCAL, libros de Historia e historias²⁷ y demás discursividades del universo canalla.

Si decíamos que la máquina de la rivalidad transforma todo lo que toca en disputa por la grandeza, la cuestión de la popularidad no le es ajena. Lo vemos en las citas. No lo vemos, pero lo tenemos muy en cuenta, en una bandera de la banda de Newells que reza: “La hinchada más popular”. Sobre ello entonces tratará este apartado. Sobre los usos de lo popular y sus distintas implicancias, por

²⁶ <http://www.culturacanaya.com/secretaria.html> Viene al caso mencionar que en el marco de las actividades, dicha Secretaría participó editando y repartiendo de manera gratuita a medios de comunicación, personalidades invitadas a los eventos y público en general un cuadernillo que reúne a todas aquellas fuentes que documentan la elección futbolística de Guevara, como testimonios de amigos y familiares o fragmentos de biografías nacionales e internacionales sobre la vida del Che.

²⁷ Se pueden citar especialmente tres: BRISABOJA, Jorge, *De Rosario y de Central*, Homo Sapiens, Rosario, 1996. ARMENTANO, Javier y CAFERRA, Roberto, *Canalladas; historias de la pasión*, Homo Sapiens, Rosario, 2000. Y BAZÁN, Fabián, *De chiquito yo te vengo a ver; Rosario Central para canallitas*, Homo Sapiens, Rosario, 2009.

qué no políticas, por qué no institucionales, por qué no sociales, en el contexto de la enunciación futbolera.

Tratamiento que ha de empezar por unas necesarias preguntas: ¿de qué “popular” se trata?, ¿de qué hablan los hinchas cuando hablan de lo popular?, ¿qué significados de lo popular se juegan en un club hoy? Y, ¿como interpela todo eso a la cuestión de la violencia?

Más que responder estas preguntas, buscamos volverlas tratables. Y para ello nos resulta particularmente productivo definir tres rasgos de lo popular siguiendo a Alabarces (2004), a la vez que detenernos mínimamente en algún eje del pensamiento gramsciano sobre el que aquél se asienta. A saber:

Uno: definir lo popular es definir lo otro, aquello que está en situación de subalternidad. E identificar lo subalterno no es sólo nombrar lo hegemónico sino además reponer el conflicto como articulador social. Tal primer rasgo de lo popular no hace sino remitir a la pregunta recurrente: la pregunta por el poder. Y en esa pregunta subyace un supuesto: el poder para Gramsci está diseminado en una pluralidad de instituciones atravesadas por relaciones de fuerzas entre sujetos sociales en condición de desigualdad que, a cada momento histórico y según la realidad nacional de que se trate, configuran regímenes de hegemonía y subalternidad, entendiéndose por hegemonía al consenso entre sectores con intereses similares para dominar a otro bloque de sectores con intereses similares entre sí, ejerciendo el poder, entre otras cosas, a partir de la red que conforman las instituciones de la sociedad civil.

Dos: lo popular no habla por sí mismo porque no tiene capacidad de auto-nominación; lejos de ello, es siempre hablado por una voz culta o docta que lo narra. Al respecto dice Alabarces que dice Piglia que la ficción nace en la Argentina como forma de narrar al otro, al gaucho, al indio, al obrero, al migrante; y que la clase docta se narra a sí misma en la autobiografía, pero que para narrar al dominado precisa de la ficción.

Tercero: si lo popular es una distinción conflictiva, no puede leerse por fuera del régimen de hegemonía y subalternidad que lo instaura; por eso su registro es histórico, por eso ~~no~~ que podía leerse como popular en los años 60, no necesariamente tiene que serlo en los años 90 (*op cit.: 7*)”.

Dicho esto, quedémonos especialmente en el segundo punto.

Central es una construcción social. Y como toda, dinámica, conflictiva, polifónica, multisectorial. ¿Qué actores intervienen en su construcción? Podría enumerarse a medios partidarios, hinchas calificados, hinchas referentes, hinchas activos (sean de agrupaciones folklóricas, solidarias, artísticas, sean de peñas o filiales, o simplemente hinchas que se organizan para viajar de visitante, para hacer pintadas en la ciudad o para preparar el recibimiento al equipo en los partidos disputados de local), miembros de la banda, jugadores-hincha, dirigentes de la institución, miembros de comisiones y sub-comisiones de las distintas áreas del club, ídolos, etcétera. A grandes rasgos, esas vendrían a ser las fuerzas vivas de la *comunidad canalla*, aquellas que en estos años hemos podido observar presentes en cualquier acto, evento, celebración o ritual (volvemos luego).

Ahora bien, si es cierto que cada uno de estos sectores posee su peso específico, también lo es que algunos pesan más que otros a la hora de instalar y sostener el nosotros-canalla asociado a unos atributos que lo singularizarían y distinguirían del resto, como mencionábamos en el *Apéndice a la Introducción*. En el caso de CARC, la Organización Canalla para América Latina (OCAL), sumado a los hinchas activos que componen la Secretaría de Cultura del club son dos de los grupos que cuentan con un alto grado de referencia y legitimación para construir, administrar y narrar hacia fuera, hacia el exterior, hacia aquellos terceros a conquistar, la *novela canalla* (nos detenemos luego en este concepto). *Novela* que cuenta entre sus capítulos más recurrentes, precisamente, el capítulo sobre la fundación del club y su origen popular. Por trayectoria, por historia, por logros, tal vez también por el grado de calificación y la extracción social de sus integrantes, en su mayoría profesionales liberales de clase media exitosa (médicos, contadores, abogados, empresarios, arquitectos, etc.), OCAL y Cultura Canaya²⁸ actúan como notables, como voceros o portavoces legítimos de la *novela*

²⁸ La OCAL, organización cuya existencia data de mediados de la década de 1960 y cuyos miembros en su mayor parte permanecen en el anonimato, goza de un alto grado de incidencia sobre lo que se conmemora y lo que no, lo que se recuerda y lo que se olvida, lo que se difunde a los medios, lo que se transmite a las generaciones futuras... entre otras cosas, a través del armado del calendario ocalista, una suerte de almanaque que indica las fechas patrias del pueblo canalla. La actual Secretaría de Cultura del club, por su parte, demarca qué es cultura canaya y que no, revisa la historia del club y del fútbol en la ciudad, documenta anécdotas del pasado, recopila fuentes de información sobre un tema determinado y las edita en forma de cuadernillos para distribución masiva, como el del Che al que aludíamos anteriormente.

canalla, decidiendo aquello que se narra y aquello que no, qué acentuar y qué obviar, en cuáles sucesos enfatizar y en cuáles no, qué privilegiar y qué mantener en un cono de sombras.

Todo esto para que luego, y por los medios que tengan a mano (boca en boca, email, declaración ante cámaras, etc.), pero fundamentalmente aprovechando los canales abiertos por las redes sociales y las tecnologías del contacto, sobre esa base cada hincha devenga una especie de agente difusor de imágenes y relatos destinados a la impresión de terceros en la carrera por la grandeza (y a todo esto nos referíamos en el *Apéndice a la Introducción* cuando hablábamos de los grados y modalidades de participación en la producción del nosotros-hincha).

Párrafo para el concepto de *novela*, del mismo modo que antes nos detuvimos en el de *infantilización*, y ya tendríamos, a esta altura, dos de los mecanismos enunciativos propios del hinchismo. Porque la novela, en definitiva, no es sino otra de las relaciones que trazan los hinchas para con sus enunciados, ni más ni menos que una **relación novelada**.

Con “~~novela~~” nos referimos al relato auto-referencial compuesto por una heterogeneidad de elementos que comparten los miembros de una institución o colectivo, en este caso un colectivo de hinchas (de ahí que hablemos de “~~novela del hincha~~” o más concretamente de “~~novela canalla~~”), cuya función es permitir que un grupo o institución delimite una interioridad y se diferencie de otros configurando su identidad. Se trata de un texto que se construye, circula y administra a partir de distintas mediatizaciones, según la época de que se trate; un texto conformado a partir de elementos del orden de lo real, aunque también de lo imaginario. Vale aclarar que si se califica a este texto como “~~novela~~” no es porque se trate de una ficción sino porque en su construcción la dimensión imaginaria tiene un peso fundamental. La novela se distancia, en ese sentido, de la noción de historia objetiva. En última instancia, su productividad se juega en el terreno de lo verosímil, y no en el de lo verdadero.

El campo psi, de hecho, dicho sea de paso el campo del cual tomamos este concepto, nos informa que la categoría *novela institucional* -categoría que da pie, nuevamente, a nuestra *novela del hincha*- funciona sobre la base de formaciones

imaginarias grupales, como ser mitos e ilusiones. En lo que a los mitos respecta, son siempre relatos contruidos por un grupo que se refieren a la narración de un origen, cuya eficacia simbólica reside justamente en la repetición. Ahí está el origen popular y ferroviario para demostrarlo. Pero no solamente. Las novelas también incluyen relatos, por ejemplo, acerca de los estilos de juego originarios de cada club, por ejemplo, como pudimos ver en los últimos apartados del capítulo uno, de las tradiciones futbolísticas de cada época o cada campeonato (la irrupción de Bielsa en la idiosincrasia del hincha de Newells, por ejemplo, tal como nos lo han relatado ellos mismos²⁹) Etcétera.

Retomemos en este punto la cuestión de la factibilidad a la que aludimos anteriormente, tanto en el *Apéndice a la Introducción* como en los apartados de arriba, para decir que en charlas, entrevistas, lecturas de testimonios e intervenciones en medios partidarios hemos notado cómo los hinchas para opinar sobre un problema actual o simplemente hablar desde el presente, precisan pasar primero revista a los hitos del pasado, reponer los orígenes de la institución y demás capítulos de la novela. Esa, sin ir más lejos, es una de las razones por las que, como mencionábamos, en su momento dejamos de lado el recurso de la entrevista. Lo dejamos de lado porque resultaba muy difícil e improductivo, o cuanto menos redundante para una investigación, lograr que el hincha no se enunciara desde la novela, lograr la aparición de su voz singular, sobre todo si recuperar la voz singular de los hinchas significa recuperar los sentidos prácticos que actúan, sus definiciones de los otros, los proyectos que pueden gestionar juntos, etcétera. Más aún cuando el hincha le está hablando a alguien que, con un grabador en la mano y con preguntas “de fútbol”, es rápidamente ubicado en la

²⁹ *—El cambio de pensamiento del hincha de Newells se generó con Bielsa [...] O sea, Newells antes no llevaba la misma cantidad de gente que ahora de visitante; Newells ahora de visitante no baja de 3.000 personas y antes movía 100, 200, 400 personas como mucho, es muchísimo el cambio de Newells como visitante, como también de local: antes Newells de local metía 15.000 personas y ahora mete 30.000 todos los partidos. Y sí, hay un quiebre de pensamiento, de ideales [...] La generación Bielsa en Newells es impresionante las cosas que ha hecho [...] Ahora vos encontrás miles y miles de paredes pintadas en todos los barrios; hace 40 años atrás, menos, ponele 20, no había ni una, o había una por barrio, y ahora vos entrás a cada barrio y están los cordones, las columnas, todo pintado. Y esos son todos chicos que nacieron con Bielsa. Bielsa para mí es palabra santa en Newells [...] Bielsa, para mí es sinónimo, importantísimo, después de Isaac está Bielsa [Se refiere a Isaac Newells, el fundador del Club] Isaac, el hijo y Bielsa” (entrevista a hincha activo de Newells el 15/07/2007).*

serie de los periodistas deportivos impresionables. De ese modo, todas las entrevistas parecían la misma, terminaban saliendo muy parecidas unas a otras.

Para cerrar con lo específicamente ligado a la *novela* y continuar con la problematización de los usos de lo popular en un grupo de hinchas del fútbol que actuarían como sus narradores doctos: cada época encuentra una mediatización hegemónica para que los hinchas construyan, soporten y difundan la novela. Seguramente lo fue la oralidad en tiempos en que la radio modulaba el relato del fútbol. Seguramente lo son las pantallas en estos tiempos. Ahora bien, y aquí tendríamos **otra zona de vacancia** comunicacional: ¿cambian las sintaxis y los modos de presentación al “exterior” con el pasaje de una a otra? ¿Cómo se articulan las novelas institucionales-canallas con las novelas familiares y personales de cada hincha (el padre que lo llevó por primera vez a la cancha, el recuerdo del abuelo, etcétera)?³⁰

Seguimos ahora con las preguntas, siempre vinculadas al caso de Rosario Central y al segundo de los puntos que plantea Alabarces para volver tratable la cuestión de lo popular. Dicho esto:

¿Puede el “lo popular” de los narradores doctos de la novela canalla seguir nombrando lo subalterno, lo peronista (primer testimonio), lo rebelde (último fragmento), lo otro?

¿Es posible eso, a la luz de los procesos de vaciamiento económico y desmantelamiento deportivo en los últimos veinticinco años culminado en

³⁰ No se trata precisamente de una novela canalla, pero sí de un clarísimo ejemplo de, por un lado, cómo funciona la *novela* en una entrevista, y de, por otro, *novelas institucionales* empalmadas con *novelas familiares*. Ejemplos entonces: “Ser de Ñuls es decir soy del que trajo el fútbol a la ciudad, soy del que tuvo la mejor escuela futbolística, soy del que primero ganó campeonatos, del que ganó más clásicos, del que identificó a Rosario en el mundo... desde jugadores como Gallego, Valdano, hasta Maradona [...] Y también implica desmitificar aquello de que lo popular está en otro lado; yo creo que eso no es así, de hecho yo vengo de una familia de clase media-baja que juntábamos el mango y más de una vez dejábamos de ser socios no por una cuestión de pasión sino por una cuestión económica de cuánto ganaba mi viejo que era empleado de correo y si podía pagar o no la cuota [...] Decir “soy de Ñuls” implica el recuerdo de mi padrino que fue el primero que me llevó a la cancha antes que mi viejo y mi vieja, decir “soy de Ñuls” es acordarme de mi viejo, de cuando nos llevaba... íbamos mi viejo, mi vieja mi hermano y yo a la oficial atrás del arco y nos juntábamos por ahí, y aparecía algún jugador mientras se jugaba la reserva y te firmaba un autógrafo [...] Estar viendo el partido y saber que está el fantasma de los que estuvieron antes, mi viejo, mi abuelo, me imagino a mi abuelo viendo el primer clásico cuando yo estoy sentado ahí en la platea (7/8/2007)”. Y ejemplos como éstos hay de a montones en entrevistas a hinchas de cada uno de los dos equipos rivales de la ciudad.

descenso de categoría, ante la apatía y la desmovilización mayoritaria de hinchas y socios? ¿Es posible a la luz de lo que fue el aumento excesivo de la cuota social y la elitización del club durante la gestión de Horacio Usandizaga, que incluyó, entre otras cosas, intentos de plateización de las tribunas populares, y en el cargo de Secretario a quien fuera Comisario de la Provincia durante los asesinatos de diciembre de 2001? ¿Es posible ahí donde el socio no sólo que no es tenido en cuenta como interlocutor para nada, sino además maltratado sistemáticamente en el ingreso al estadio en el marco de operativos policiales contratados por dirigentes que desconocen la situación, y los códigos del hincha ¿Cuál es el significado de lo popular cuando en la última elección de autoridades, en la que votaron 12.000 personas, gana con holgura un integrante reciclado de la gestión del mismísimo Usandizaga -la cual culminó en deudas inexplicables y descenso-, a la postre autor de frases tristemente célebres como “no va a haber caza de brujas, no hay tiempo para investigar el pasado”?

Y más: ¿Qué idea de lo popular opera en un club que mantiene como formador de juveniles en divisiones inferiores a Edgardo “Gato” Andrada, probado integrante de los servicios de inteligencia de la última dictadura militar, ante la indiferencia de hinchas y dirigentes? ¿Qué idea de lo popular subyace cuando solemos leer en canalla.com (ver 3.4.1) comentarios hacia notas de integrantes de la oposición o hacia acciones de éstos (reclamar documentación, frenar un aumento de la cuota societaria, llamar a asamblea extraordinaria para tratar irregularidades) en los cuales son tratados por los mismos hinchas de “zurdos”?

Estas son solo algunas de las tantas preguntas que nos suscita la realidad de Central, el contacto con los hinchas activos, el seguimiento de sus intervenciones públicas, la observación de las dinámicas que tienen lugar en el corazón de sus instalaciones, etcétera.

Por ejemplo.

Nos contaba una hincha, la misma que traíamos a colación anteriormente respecto de la mirada:

Acá muchos se llenan la boca hablando del pueblo y de lo popular y del carnaval, pero lo único que están dispuestos a compartir con los negros es una tribuna. Después organizan una fiesta para celebrar la cultura canaya y

la hacen en un salón muy distinguido con una entrada de ciento cincuenta mangos (22 / 10 / 2009).

Y nos comentaba, con preocupación, otro hincha:

Yo estoy preocupado porque vas al HECA [Hospital de Emergencias Clemente Alvarez] y encontrás cada vez más camisetas de Newells, y vas al shopping y encontrás cada vez más camisetas de Central. El perfil del socio de Central cambió mucho en los últimos años. Hace mucho que voy a la popular del tablero electrónico y es casi como ir a una platea (27 02 / 2010).

Simultáneamente, hace un tiempo observamos lo siguiente.

Como apuntamos más arriba en ocasión de las especificidades de Rosario, a fines de mayo de 2010 Central perdió la categoría en un partido repechaje disputado ante All Boys en su propio estadio. Inmediatamente, muchos hinchas destrozaron las cabinas de prensa y los palcos dirigenciales. A los pocos días, tuvo lugar el episodio que señalamos, y que ahora resumimos del siguiente modo.

Miles de hinchas de CARC se auto-convocaron al Monumento a la Bandera por facebook. La iniciativa no tenía finalidad preponderante ni clara, simplemente encontrarse, estar. No se sabe exactamente cómo, tras cantar un rato en el Monumento y marchar hacia la sede social para pedir el adelantamiento de elecciones, miles de hinchas terminan apareciendo en el centro de la ciudad y enfilando hacia el estadio de Newells. En algún momento de esa noche, un desborde, un estallido.

Los protagonistas, según pudimos chequear revisando el informe presentado por la División Judicial de la Unidad Regional II de la policía provincial al juzgado de menores, fueron en su mayoría jóvenes provenientes de zonas y barrios alejados del centro. De los 96 detenidos, 28 de ellos menores de edad. Se nos plantearon algunas preguntas: ¿cómo leer lo ocurrido? ¿Quiebre entre el hinchismo-novelado y el hinchismo-real? ¿Irrupción de un nuevo sujeto-píbe social? ¿Por qué el ataque a blancos extra-futbolísticos, en el camino? (vidrieras de la peatonal, vidrieras de Avenida Pellegrini, vidrios de los Tribunales Provinciales, móviles de la policía, vidrios de edificios, vidrios de autos, etcétera).

Enseguida, el pánico del Secretario de Seguridad de la Provincia, del Juez a cargo de la causa, y de periodistas, ante la posibilidad de nuevos estallidos (–señores padres, no dejen salir a sus hijos para ir a este tipo de marchas; vamos a elevar sus nombres a la AFA para que no puedan entrar a la cancha”; –vamos a reforzar la seguridad en distintos puntos de la ciudad en los que se puedan reunir los hinchas”; –vamos a implementar un operativo a la salida de los boliches, por temor a enfrentamientos entre simpatizantes”; –que los hinchas de Central, por las dudas, no concurren el domingo al abrazo simbólico que tienen previsto en el estadio”; –lo malo de este tipo de convocatorias es que, como son anónimas y se dan por internet de un momento para el otro, no las podemos ni judicializar ni prever”; –éstos no son hinchas, son violentos”; –por culpa de algunos violentos, pagan los vecinos”; –éstos son los mismos violentos que el domingo destrozaron parte de las instalaciones de su club, sin entender que el club es de todos los socios, y que cuando hacen eso es como si rompieran su propia casa, de la misma manera que ahora rompen su propia ciudad”). ¿Por qué? Ese tipo de intervenciones callejeras espontáneas, ¿manchaban la prolija imagen de polo cultural, turístico e inmobiliario que de sí misma Rosario se supo crear en los últimos años? ¿Qué fue lo que irrumpió en la planificada y previsible tranquilidad de sus calles céntricas?

Pero lo más interesante, y lo que aquí viene al caso, fue la reacción de los mismos hinchas de Central, en especial de los referentes, de los notables, de los medios partidarios, es decir, de los enunciadores doctos de lo popular.

Tiempo atrás, ya una editorial del sitio www.sociocanaya.com había cuestionado las marchas auto-convocadas por cadenas de mails, mensajes de texto y facebook (condenando, como agregado, el uso de la palabra –auto-convocado” por remitir a un grupo de hinchas de Newells que –y nuevo ejemplo de relación infantilizada entre enunciado y enunciación-, conocidos como Los autoconvocados, impulsaron un interesante proceso de recuperación de su club). Ocurrido el hecho, una editorial del sitio www.canalla.com pronunció su rechazo a la violencia y un llamado a la paz y a la organización en tiempos de resurgimiento y reconstrucción del club. Referentes y agrupaciones de la comunidad canaya lanzaron comunicados en idéntica línea. Muchos hinchas comentaron que lo que pasó en la marcha no era propio de canallas, y que mejor

dar vuelta la página, no perder tiempo con acciones que no sirven para nada, y ya mentalizarse en alentar y hacer el aguante el campeonato próximo. Una hinch, sin ir más lejos, en comunicación telefónica a los dos días de ocurridos los sucesos, ante nuestra pregunta de si había estado en la marcha, comentó en claro gesto de demarcación: ~~no~~, yo esa noche a esa hora estaba trabajando para Central. Estaba en la reunión que se convocó con todas las agrupaciones políticas para ver si lográbamos armar una lista de unidad”.

Se nos abrieron, entonces, más preguntas: ¿cómo es que hinchas de un club que en canciones y banderas no paran de reivindicar su esencia popular, dijeran que lo ocurrido en la marcha no era propio de canallas? La desautorización de este tipo de iniciativas, ¿obedecía a un desfasaje de modos y formas de entender los canales de la protesta, entre las versiones institucionalistas más clásicas y las de aquellos, quizás más jóvenes, que, hartos, están interesados en experimentar y protagonizar algo nuevo? A su vez, ¿había algo clasista, algo generacional en ese desfasaje? Por último, en el llamado a dejar las calles, esperar que todo se arregle y concentrarse en seguir a todos lados a Central el campeonato siguiente, ¿se jugaban distintas maneras de ejercer el aguante-presencia, para unos exclusivamente ligado a sus aspectos enrostrables (cantidad de aliento en las malas, convocatoria de local y visitante), y para otros, además de eso, ligado a reaccionar ante los que se meten a joder con su principal motivo de encuentro, fiesta y sociabilidad?

Pasados los días, formularíamos una hipótesis: cuando el Central que discursivamente se construye como una marca vinculada a una serie de atributos (lo popular, lo místico, lo carnavalesco); cuando el Central de la mítica palomita de Poy³¹, en suma, cuando el Central-marca, el Central novelado se agota en su capacidad para explicar el presente, emerge explosivamente el Central-real, el de

³¹ El 19 de diciembre de 1971 CARC y Newells disputaron un partido desempate en el estadio de River, terreno neutral. Lo que estaba en juego era nada menos que la histórica posibilidad de que un equipo rosarino accediera por primera vez a la final de un campeonato nacional. Para muchos, se trataba de un decisivo punto de inflexión para el devenir futbolístico de los clubes de la ciudad, de un partido bisagra. El encuentro fue ganado por CARC con un gol de cabeza (lanzándose en palomita) de Aldo Pedro Poy. Desde entonces, todos los 19 de diciembre, y en distintos lugares del mundo, la OCAL organiza una celebración en la que se recrea el gol de Poy. Cada año un invitado de honor lanza el centro (En Cuba, en 1995, el invitado fue nada menos que uno de los hijos de Guevara) y el mismísimo Poy se lanza y cabecea. Hasta altas horas de la noche, los presentes festejan.

los cuerpos hartos de que les arruinen algo tan suyo como una fiesta y estallan poniendo el cuerpo.

A partir de esta batería de preguntas, sumado a los testimonios y al episodio que reseñamos, y teniendo en cuenta que los clubes de la ciudad han mutado considerablemente respecto de sus idiosincrasias fundacionales, entendemos que el uso de lo popular que están haciendo estos hinchas es uno en el que “**popular**”, convertido en otro de los criterios posibles para dirimir la grandeza, es tomado como sinónimo ya no de “**subalterno**” sino de “**masivo**”.

Cuando esto es así, nos vemos forzados a introducir un matiz en la afirmación de Moreira (2005) que postula que lo propio del hincha militante, hincha activo para nosotros, es dar sin esperar nada a cambio. En ese sentido, y si bien desde una lógica de la práctica antes que desde una lógica de la lógica (Bourdieu, 1991), el *hincha activo* daría en tanto eso que da, estando en consonancia con la novela, puede representar un aporte en la disputa por la grandeza. Así, si los integrantes de *la banda* esperan a cambio recursos económicos y los *espectadores* esperan resultados deportivos, los HA esperarían que sus prácticas aguantadoras, pudiendo devenir espectacularizables, esto es, pasibles de ser exhibibles y difundidas, puedan constituir un evento impresionable a la mirada del otro.

Dijo un hincha:

Acá hay tres campeonatos: el de la AFA, el de Ñuls y Central y el de las hinchadas. Ante la falta de logros deportivos está el campeonato de hinchadas. No sólo en el clásico; es una competencia permanente por ver quién lleva más gente a Jujuy, a Mendoza. La rivalidad sigue, y cada vez peor. Porque al no haber títulos está la pelea por ver quién lleva más en las malas de local y visitante [...] Se mira por televisión a ver quién llevó más (entrevista 11 / 06 / 2007)

No obstante, vale decirlo, así como existen éste tipo de prácticas, también encontramos aquellas más invisibles y silenciosas, o, si se quiere, más internas, aquellas no necesariamente capitalizables o espectacularizables. Las iniciativas solidarias o festivas hacia la comunidad impulsadas por particulares o por grupos anónimamente, el trabajo a pulmón de padres e integrantes de subcomisiones, verdaderos sostenes de las actividades sociales del club, son una muestra de ello.

Veamos, por ejemplo, y para seguir con el lapso temporal en el que nos venimos moviendo, cómo solamente desde que el club descendió a Primera B el 23 de mayo de 2010, hasta el fin de dicho año, tuvieron lugar algunos de los siguientes eventos:

- El 22 de julio la agrupación Carnaval Auri azul organizó los festejos del día del amigo canaya en un boliche de la zona norte de la ciudad.

- El 1 de septiembre la subcomisión del hincha canaya realizó donaciones de alimentos en el Centro Comunitario Niño Jesús de Belén. La actividad contó con la actuación del Cirkito Canaya.

- El 12 de septiembre, con presencia de los jugadores del plantel profesional, merienda, batucada del grupo Los descontrolados y juegos organizados por el grupo Canayitasenace, se festejó en la Ciudad Deportiva de Granadero Baigorria el día del niño canaya.

- El 24 de septiembre se llevó a cabo una fiesta con actuación de bandas canayas como La descontrolada y Cacho Corazón en la filial Fito Páez de Granadero Baigorria.

- Desde el 8 de noviembre está en vigencia la campaña solidaria “Yo pisé el Gigante”, que organiza el Secretariado de Acciones Sociales del club, destinada a promover la visita de contingentes de niños de escuelas y hogares carenciados al estadio.

- El 29 de noviembre, con motivo del cumpleaños del malogrado Roberto Fontarrosa, tuvo lugar en la subsede Británica la cuarta edición de la entrega de premios a la cultura canalla.

- El 4 de diciembre se conmemoró el sexto aniversario de la Filial Buenos Aires, en Buenos Aires, con una cena, sorteos, regalos y bandas en vivo.

- El 10 de diciembre se inauguró con un partido de fútbol y una cena la Filial Pablo Vitamina Sánchez de Cañada de Gómez.

- El 19 de diciembre se realizó una maratón de 6KM en conmemoración del 121 aniversario de CARC. La misma salió desde la puerta del estadio.

- El 22 de diciembre, con una cena, la Filial Mario Alberto Kempes de la ciudad de Funes despidió el año.

- El 23 de diciembre se conmemoró el 121 aniversario de la fundación de Rosario Central con música en vivo, fuegos artificiales y una caravana que partió desde el lugar de su fundación hacia el estadio. Como parte de los mismos festejos, se realizó un acto, también música en vivo y en el lugar de la fundación, el 24 a la tarde.

- Ya en 2011, el 7 de mayo, un grupo de *pibes* del barrio Cristalería, ubicado en la zona noroeste de la ciudad, impulsó una colecta de materiales de pintura, albañilería y fuerza de trabajo voluntaria para mantener en condiciones el Predio Cosecha que el CARC posee en el barrio aledaño de Nuevo Alberdi, donde entrena parte de las divisiones inferiores.

Entre ambas versiones de lo popular, entendemos que se juegan hoy, en el ámbito del fútbol, sus significados. O dicho de otra manera: entre lo vuelto masivo y capitalizable en imagen como variable de disputa de grandeza en el modelo de la exhibición-supuesto de la mirada... y lo subalterno; entre la novela... y la generación de un nuevo modelo de club que institucionalice, por ejemplo, una dispersa y autogestiva serie de iniciativas comunitarias, festivas, solidarias, de las que los hinchas son capaces; entre el cántico... y la implicación en la producción de nuevas imágenes de la política, la participación y la protesta, que refunden el club y funden novedosas formas de institucionalidad; entre la fiesta enrostrable del aguante para las pantallas... y la fiesta como modo de vida, encuentro y sociabilidad. En fin, entre estos pares dicotómicos y el sinnúmero de prácticas de las que participan los hinchas, se juegan hoy, en un club de fútbol, los significados de lo popular.

3.4. Los hinchas, las implicancias de sus prácticas de sociabilidad

Ha sido dicho en el apartado terminológico: a los fines esquemáticos del análisis, los hinchas se dividen en *espectadores*, hinchas de la *banda* e *hinchas activos*. Como es de suponer, también les cabe esa división a los hinchas de

CARC. Pero centrémonos en los hinchas activos, el actor que más nos interesa, y no sólo porque constituye el as de espada, nuestra carta sobre la manga para terminar de entender en su integralidad el problema-violencia en los sentidos ya explicitados en la introducción. También en otros, que ya veremos.

El universo de hinchas activos del CARC (insistimos, nuestro estudio de caso, aquél del que extraemos todo lo que decimos y diremos), es de una heterogeneidad socioeconómica insoslayable. Y de una heterogeneidad etaria también. Tan es así que, así como mantendremos abierta la pregunta acerca de si en el campo del fútbol serían posibles acontecimientos protagonizados por jóvenes - como sí se han dado en otros campos de lo social tales como la educación (tomas de secundarios), la cultura (bandas de rock del plan barrial, experiencias pos-Cromañón) o la política (irrupción militante tras el fallecimiento de Néstor Kirchner), para plantearlo por ahora rápidamente y de un modo esquemático-, en el apartado anterior nos estuvimos centrando en aquellos hinchas de sectores medios, hombres la mayoría de ellos, empleados administrativos o de comercios, profesionales liberales exitosos en muchos casos, provenientes de carreras tradicionales o ligadas a ciencias exactas en otros. Es decir, aquellos hinchas activos que integran los grupos de lo que podríamos llamar las fuerzas vivas de la sociedad civil canalla. Grupos que participan de la vida institucional, cultural, folklórica o comunicacional del club. Grupos referentes para el resto de los hinchas. Referentes en el sentido de los más mirados o los más escuchados.

Dicho esto, dos cosas.

La primera: definimos “prácticas de sociabilidad” (PDS) como ese **conjunto de acciones, conductas e intervenciones que, con cierto grado de rutinización, los hinchas activos realizan para distinguirse, diferenciarse y vincularse como tales.**

La segunda: aclarando que se trata de una generalización a los fines analíticos, que contempla las heterogeneidades mencionadas, y que la misma es producto de lo relevado hasta el momento al ir reponiendo sus perspectivas mediante entrevistas en profundidad, al observar partidos de fútbol junto a ellos, participar de actividades y festejos propios de sus agrupamientos y al analizar textos en algunos de los medios de comunicación que los convocan, las que siguen son

algunas de las acciones... que, con cierto grado de rutinización, estos HA realizan:

- 1) Se asocian al club.
- 2) Se reúnen en sus instalaciones a compartir almuerzos y cenas.
- 3) Integran subcomisiones o colaboran con ellas.
- 4) Realizan jornadas solidarias.
- 5) Impulsan peñas y filiales (según datos no actualizados del Departamento de Filiales del CARC, Central cuenta con 45 filiales distribuidas en distintos puntos del país, desde Tierra del Fuego hasta Corrientes).
- 6) Impulsan medios partidarios (entre radiales, gráficos y televisivos, esto es, sin contar las páginas web, los hinchas de Central cuentan actualmente con veinte).
- 7) Asisten a eventos: festejos, celebraciones, homenajes, inauguraciones, presentaciones, etcétera (a la inauguración del predio que el club adquirió en Arroyo Seco, el 1 junio de 2008, asistieron, un día sábado, unas 10.000 personas).
- 8) Realizan pintadas en calles, esquinas y paredes de la ciudad.
- 9) Viajan a los partidos disputados por el equipo en condición de visitante.
- 10) Alientan durante todo el partido
- 11) No insultan a los jugadores ni a los dirigentes, exceptuando situaciones límite, en tiempos de crisis deportivas o institucionales.
- 12) Recaudan fondos para recibir festivamente al equipo con globos, papeles y pirotecnia.
- 13) Interactúan con los medios partidarios de la comunidad canalla.
- 14) Cuelgan en Internet fotos o videos de la propia hinchada tomadas por ellos mismos con celulares durante el partido.
- 15) Confeccionan banderas que los identifican

Ahora bien, ¿no hay en esta enumeración algo que nos resulta familiar? ¿No nos suena de algún lado? ¿No nos recuerda al *Apéndice a la Introducción*? Allí habíamos repuesto las variables que suelen utilizarse para tipificar a los hinchas. Y, a la vez que lo habíamos desdoblado en *aguante-enfrentamiento* y *aguante-fiesta* o *aguante-presencia*, habíamos dicho que con el aguante, matriz, variable madre, tenían que ver las variables en que se basaban las tipificaciones. Todo esto para decir que, puntualmente acerca de varias de las PDS apuntadas, **hablar de prácticas de sociabilidad de los hinchas activos de CARC es hablar del aguante-fiesta o del aguante-presencia.** (Cómo incidió sobre ellas, sobre su espectacularización, el programa de TV El Aguante y los cambios en la construcción televisiva del fútbol argentino en los noventa, es algo que se irá viendo paulatinamente hasta entrarle de lleno en el capítulo siete).

Y todo esto, a su vez, para terminar trazando una comparación con Garriga (2007) que nos devuelve a la cuestión de lo popular.

Si leyendo el libro *Haciendo amigos a las piñas...*, encontramos que aquello que funda pertenencias, redes de vínculos y sistemas de intercambios en los allegados a una *banda* es el capital-violencia (que no es otro que nuestro *aguante-enfrentamiento*), lo que ubica a un HA en una posición central en el mapa de los prestigios y las referencias es el aguante-presencia. Nos referimos a hinchas que, a fuerza de años de viajar a todos lados, de estar presentes en todas las actividades sociales de la vida folklórica e institucional, de tener llegada a dirigentes y personalidades y jugadores o ex-jugadores, de circular por los pasillos del club, de aparecer en los medios partidarios, etcétera, se han granjeado el reconocimiento del resto.

En una charla informal, un hincha nos comentaba:

En Central hay mucha vedette, muchos que siempre quieren aparecer en la foto, al lado de los grosos. Y mucho canallómetro también: la eterna puja de egos por ver quién hace más cosas por Central (3/10/2008).

No olvidemos que, en las condiciones de vida contemporánea en ciudades grandes, en medio de la indiferencia generalizada, la hostilidad y el anonimato, ser reconocido por los demás no es un dato menor. Ser reconocido o identificado como “fulano de X grupo” o “mengano de tal otro” y hacerse un lugar y un

nombre a partir de ahí o armarse un personaje en torno de ello, es un horizonte tentador para nada despreciable, a partir del cual se pueden entender incluso algunas disputas.

Y esto, finalmente, hecha por tierra con uno de los imaginarios más instalados en el ambiente de un club como Central, que resumimos así: según lo que estuvimos viendo, escuchando o leyendo, para la percepción del común de los hinchas, toda persona de alguna u otra manera allegada a los núcleos principales de la *comunidad canalla* tiene una segunda intención. Y esa segunda intención, para la perspectiva de estos hinchas, es el arreglo de favores con los dirigentes de turno (entradas de protocolo, por ejemplo, o accesos diferenciales, o tratos especiales, o adjudicaciones de recursos, etc.). No obstante, lo que nosotros observamos es que, antes que eso (que, desde ya, ocurre), lo que se juega para los hinchas es la acumulación de referencias, visibilidades y reconocimientos, —anallómetro” de por medio.

Vuelta entonces a las versiones de lo popular: **¿existirán grupos de hinchas activos desplegando una dimensión de prácticas de sociabilidad, llevando a cabo iniciativas, proyectos, experiencias, que no tengan como gesto fundante espectacularizar el aguante-presencia o hacer de éste un medio de acumulación de referencias? ¿Existirán quienes vean en el aguante-fiesta el punto de partida de una cultura popular, de una novedosa forma de club y no solamente algo capitalizable en imagen ante la mirada del otro? De existir, por ellos pasará una de las claves para intervenir tanto directa como indirectamente, entre otras cosas, sobre el problema-violencia.**

Ya que estas tensiones interpelan no solamente a las versiones de lo popular sino además a la constitución de los ambientes de violencia (ADV), como podremos ver en el capítulo cinco.

Más aún en un club como Central.

Porque si algo diferencia a Rosario Central de otros clubes es la intensa vida social de sus HA, así como sus capacidades autogestivas, capacidades que por el momento entendemos en términos de actividades realizadas sin depender necesariamente de las autoridades de la institución, y decimos —por el momento” porque se trata de un concepto problemático sobre el que recaeremos luego.

En ese punto, y además de algunos de los ejemplos dados en la enumeración del anterior apartado, los hinchas, cuando no se están ocupando de organizar festejos para celebrar fechas patrias de la comunidad canalla (2 de mayo, día del pecho frío; 29 de agosto, día del pirulazo; 23 de noviembre, día del abandono; 19 de diciembre, día del padre³²), se están ocupando de festejar aniversarios de filiales y peñas, de fundar nuevas, de crear medios partidarios, de festejar el día del amigo o el día del niño o el día del hincha canaya, de juntar papeles y globos para darle la bienvenida al equipo, etcétera.

Para ilustrar la magnitud de lo dicho, tomando como muestra la semana del 15 al 22 de junio de 2009, se registraron los siguientes hechos:

- Arroyigacito, el comercio de venta al público de la marca de indumentaria temática Abandonium, abrió un tercer local, esta vez en la zona sur de la ciudad

- Se inauguró una filial en Corrientes, la Filial Puma Rodríguez Chaco-Corrientes

- Se creó la Peña Canallas del Seguro de Rosario

- La página partidaria www.lakd.com.ar festejó su sexto aniversario de existencia con un concurrido encuentro en instalaciones de El Caribe Canalla, predio rivereño del club en el que hinchas activos de distintos grupos se reúnen a cenar todos los miércoles.

- Esa semana, al partido contra Independiente de Avellaneda disputado en Capital Federal concurren alrededor de 6.000 canallas, con el equipo peleando por no descender.

³² El 2 de mayo de 1987, Jorge Solari, por entonces DT de Newells, tras el último partido del torneo, que coronó campeón a Central dejando al equipo rojinegro en el segundo puesto, efectuó declaraciones a la prensa. En las mismas, haciendo un balance de lo sucedido, sin ocultar su fastidio dejó entrever que a los fines del campeonato les habría sido necesario un mayor apoyo de la hinchada. Dijo: «Los que están atrás del arco son unos pecho fríos». El 29 de agosto de 2005, con gol de Germán «pirulo» Rivarola, Central eliminó a Newells de los octavos de final de la Copa Sudamericana. El 23 de noviembre de 1997, el uruguayo Herrera, defensor de Newells, simuló una lesión para dejar a su equipo en inferioridad numérica motivando la suspensión del partido que se encontraba perdiendo ante Central por 4 a 0 promediando el segundo tiempo. A Newells le habían expulsado tres jugadores y a Central uno. El resultado del cotejo tendía a abultarse hasta convertirse en histórico. Sobre el 19 de diciembre, ver nota al pie número 31.

Así lo entiende un hincha:

La comunidad canalla te brinda una serie de actividades donde vos podés participar activamente, más allá del domingo. Te podés sumar a alguna agrupación, te podés sumar a algún deporte en el club, no sé, debe haber cientos de grupos de hinchas de Central que durante la semana hacen cosas; por ejemplo, el caso de canalla.com. Si estás en canalla.com en la semana tenés reuniones, partidos de fútbol, asados, fiestas, invitaciones de filiales, la filial de Pérez, de Zavalla, en una época organizábamos chats para chatear con los jugadores; es decir, podés adoptar tu vida social incorporando actividades vinculadas con Central (entrevista 4/07/2007).

Para terminar, preguntarnos por la existencia de grupos que no tengan como gesto fundante la espectacularización del aguante-presencia en la carrera por la grandeza o la acumulación de referencias... es preguntarnos, como anticipábamos, por los hinchas activos jóvenes.

Estamos hablando de las generaciones marcadas a fuego por los levantamientos de diciembre de 2001, por la masacre de Cromañón, por la precariedad laboral, por las tomas de colegios secundarios, por la reciente muerte de Néstor Kirchner, entre otros hechos que han subjetivado sus cuerpos. Jóvenes que a la deriva en medio de la indiferencia del mundo adulto, de la banalidad de los discursos mediáticos e institucionales pre-formateados, de la estigmatización de los medios, la incapacidad de escucha, la corrupción generalizada y del autismo de las instituciones tradicionales, han sabido desarrollar novedosas formas de autocuidados, de solidaridad y de creación, forjados en saberes-hacer callejeros, en nuevos lenguajes e imágenes de la participación y la política.

Sobran los ejemplos en los últimos años de experiencias interesantes protagonizadas por jóvenes en el campo de la escuela, el trabajo, la política, las manifestaciones artísticas y musicales, entre otros ámbitos (ver en el capítulo próximo el punto 4.5.3) **¿Será posible la innovación, también, en un club de fútbol, en el campo futbolero?**

Con ésta pregunta fue que nos acercamos a un grupo de hinchas de Central en octubre de 2010. Pero para analizar lo que con ellos observamos habrá que esperar

al capítulo que viene. En lo que queda de éste, procuraremos introducirnos en el universo del *hinchismo* y del *hinchismo institucionalizado*

3.5. Canalla.com

Si el interrogante es qué cosas (actividades, acciones, intervenciones con cierto grado de normalización y rutinización) hacen los hinchas activos de Central, y esto dicho sin desconocer, insistimos, la heterogeneidad etaria y socioeconómica de las personas agrupadas bajo este término, una de las cosas que más hacen es interactuar con sus medios partidarios de comunicación (ampliar con el punto 4.3 del capítulo siguiente). Tal el caso de *canalla.com*, que es el más antiguo de los sitios web auriazules y el que más visitas diarias ostenta.

Sobre la base de una entrada casi diaria a dicho sitio desde mediados de 2007 a fines de 2010, con la consiguiente recopilación de publicaciones y el consecuente registro de apuntes a la observación, las notas que continúan buscan dar respuesta a interrogantes: así como venimos diciendo que el hinchismo es un discurso, teniendo en cuenta las notas que los hinchas suelen enviar para publicar o los comentarios que dejan a las notas publicadas, **¿podemos decir que el hinchismo institucionalizado, que el hinchismo entre socios también lo es?** De ser así, **¿dónde, en qué procedimientos discursivos leerlo?** Y además, un interrogante que será retomado en los capítulos venideros: ¿qué mecanismos suelen desplegar los hinchas al momento de escribir o de postear? Veamos.

www.canalla.com es un sitio de actualización diaria dedicado a los hinchas del CARC, que se edita ininterrumpidamente todos los días desde hace 13 años. Probablemente sea junto a *Rosario de Central* (un programa de TV que lleva 18 años consecutivos en pantalla y se emite los sábados a las 14 por el canal Somos Rosario) el medio partidario más instalado entre los hinchas de Central. Por día, según datos proporcionados por un integrante de su staff, *canalla.com* fluctúa entre las 10.000 y las 15.000 visitas. Según el mismo informante, y siempre por día, el promedio de notas enviadas por los hinchas para publicar es de 4, habiéndose registrado días en los que el número ascendió a 20; el promedio de posteos, mientras tanto, alcanzó los 200.

En tiempos en que los grandes medios deportivos de la ciudad no suscitan confianza entre los hinchas, canalla.com ha logrado posicionarse como un referente de opinión e información legitimado al interior de la comunidad canalla. Se trata de un sitio independiente que se financia a partir del aporte de los miembros de su staff más el ingreso que arrojan algunas publicidades. Las condiciones para formar parte del mismo son estar asociado al Club Atlético Rosario Central, no formar parte de ninguna agrupación que participe de la vida política del club y no perseguir fines de lucro a través de la página. Así lo expresan los siguientes testimonios de informantes, relevados en el marco de la presente investigación:

La política de la página siempre fue publicar todo, y cualquiera lo pudo comprobar, o sea, ninguna otra página lo pudo hacer, ni la oficial ni otras pseudo oficialistas, cuando ha habido una crítica a algún dirigente no la publicaron. Canalla.com se caracterizó por eso y así logró ser el espacio de mayor credibilidad de la ciudad de Rosario, porque como sabemos que el dueño del principal diario de la ciudad está vinculado con Newell's, no se le puede creer [...] la gente lo sabe, por lo tanto no le cree a los periodistas y le cree a canalla.com [...] gente que lo ha incorporado como parte de su rutina diaria, que empieza su día leyendo canalla.com, y eso emociona también escucharlo [...] el que es un asiduo lector de la página sabe que es un lugar de información y un lugar de expresión, porque a esta altura, no tengo el número, pero supongo que debe haber ya 3000 o 5000 hinchas que se deben haber expresado a través de la página aunque sea una vez, y eso es una tribuna fenomenal. Y el que no se ha expresado, ya te digo, lo ve como un elemento de confianza y, muy importante, y eso lo hemos vivido cada vez que se aproxima la fecha de las elecciones, los candidatos saben que el socio no sabe a quién votar y lee canalla.com y ahí se forma la idea, y dice yo le voy a hacer caso a este tipo. Si bien la página como página no toma posiciones políticas, sus columnistas tienen todo el derecho de hacerlo, y lo hacemos, y bueno, hay personas con credibilidad como Rafael Beltramino que es el número uno. Yo pienso que muchísimos hinchas y socios eligen a quién votar leyendo lo que dice Rafael Beltramino (Entrevista a ex-integrante de canalla.com, realizada el 4/07/2007)

Nos preocupamos por ser todos socios y jamás sumar o integrar a alguien al grupo, cuyo fin fuera comercial, por más mínimo que fuera. Somos

fundamentalistas a ultranza en ese aspecto. Hay una máxima, “A Central hay que darle siempre y no pedirle nada a cambio” [...] canalla.com es un sitio popular y libre. Pero verdaderamente libre y popular. Cuando casi todos los medios responden a algún fin, canalla.com ha logrado algo casi increíble para las épocas que nos tocan vivir. (Comunicación vía e-mail sostenida con integrante del staff de canalla.com, el 26 de marzo de 2009).

En canalla.com, sean cuales fueren los temas en cuestión, los géneros discursivos utilizados para tratarlos –noticia, crónica, opinión, gacetilla- y los lenguajes elegidos para abordarlos -fotos, texto, audio, video-, se observan distintos tipos de registros: las notas escritas publicadas a nombre de la página o a nombre de alguno de los miembros de su staff; las notas escritas publicadas a nombre de socios o hinchas en general; los posteos o comentarios a las notas vertidos en los espacios destinados al efecto; las gacetillas o comunicados de prensa enviadas por la Comisión Directiva del club, Secretarías o Subcomisiones del mismo, alguna agrupación participe en la vida política de la institución, peñas, filiales o medios partidarios.

Entre paréntesis, cabe una aclaración terminológica: a lo largo del presente apartado llamaremos “posteos” no a toda acción de publicar en la página sino a la acción de dejar comentarios a las notas. Socios del CARC o no, cualquier hinchas puede escribir una nota y enviarla al correo de canalla.com para que su *staff* la publique. Para comentar notas, en cambio, es requisito estar logueado, es decir, registrado como usuario de la página. Como puede leerse en uno de los testimonios anteriormente citados, la política del sitio es publicar todo (salvo en casos extremos de injuria, calumnia, agravio o falta de respeto), incluso sin editar errores de ortografía o sintaxis, conservando el contenido de la nota tal cual fue recibida, aunque siempre aclarando, en cada publicación, que se trata de las opiniones de los hinchas o de los miembros del staff de la página, pero no de la página como tal. Lo mismo en lo que atañe a los comentarios, sobre los cuales canalla.com además se reserva ~~el~~ derecho a eliminar los comentarios que consideremos fuera de tema”.

A diferencia del sitio oficial del CARC en Internet, en el que el enunciador es la Institución y el destinatario es el socio, en canalla.com todo queda entre hinchas de Central. En la página oficial, la institución le habla al socio. En canalla.com, el

hincha le habla al hincha, allí radica en este caso la configuración del vínculo enunciativo página-lector/usuario. De hecho, es desde sus inicios que canalla.com ostenta como slogan en el extremo superior derecho de su interfaz la leyenda “el sitio oficial del hincha”. Figure el nombre de algún miembro del staff o el de canalla.com como tal en el espacio asignado al autor de las notas publicadas, la marca de enunciación siempre es la del hincha de Rosario Central. Al respecto podemos apuntar una serie de inferencias.

En primer lugar, Canalla.com propone un usuario-lector hincha socio de Central, y es a partir de la interpelación de esa figura que establece su contrato de lectura. Quizás con eso tenga que ver la decisión de publicar todo sin corregir. Por otro lado, en el caso de canalla.com quedaría sin efecto la distinción que sostiene buena parte de las investigaciones que llevan adelante análisis socio-semióticos de la interfaz de diarios *on-line*. Esto es: instancia carta de lectores que propone o interpela a un lector-usuario sujeto de la argumentación / instancia de posteos que supone o apela a un lector-usuario “en caliente”, sujeto de la emoción. El usuario-lector aquí presupuesto es ante todo un hincha, y el hincha, ya sea a través de notas como de comentarios está pensado como alguien que interviene siempre desde la pasión, en caliente (retomamos luego).

En segundo término, el “sitio oficial del hincha” apunta a producir comunidad, y teniendo en cuenta las observaciones efectuadas podría conjeturarse que lo hace a partir de la apertura de instancias de interactividad en las que todos los fieles de la comunidad canalla puedan participar, como las encuestas, los posteos, lo que en su momento fue la sección “A proponer canallas”, o simplemente la posibilidad de publicar una nota convirtiéndose cualquier hincha en generador de información de interés para la masa centralista. En esta dirección, otro efecto de comunidad, en la anterior interfaz del sitio, estaba dado por la presencia de un menú abocado a recopilar (incluyendo links, direcciones, nombres y horarios, según el caso) las páginas relacionadas con Central en la web, todos los programas partidarios existentes, un listado de todas las peñas y filiales canallas esparcidas por el país y el mundo, etcétera.

En cuanto a los contenidos. Se pueden encontrar todas aquellas informaciones que son de interés general para la comunidad canalla, como ser: novedades del primer equipo de fútbol de cara a la disputa de un próximo partido; coberturas de

los partidos disputados por el primer equipo; coberturas de los partidos disputados por los equipos de fútbol del club en divisiones inferiores de la AFA y categorías amateur; novedades institucionales o informaciones de interés para el asociado, sean relativas al fútbol o a los demás deportes y actividades del club, desde el basket al teatro pasando por el patín y la natación, o a inauguraciones y reformas de predios, al aumento de la cuota societaria, a las modalidades de abono o ingreso al estadio para un partido, etc. Coberturas de eventos, como una inauguración, una cena, un homenaje, una fiesta, un aniversario.

Por lo general, se puede percibir un incremento en la media diaria del caudal de notas y comentarios de los hinchas en semanas de crisis futbolística o institucional, en aquellas atravesadas por algún escándalo mediático que involucre a actores del CARC, en los días previas o posteriores al clásico de la ciudad, o en aquellos signados por un cimbronazo deportivo como puede ser la renuncia o la llegada de un Director Técnico (vale aclarar que lo mismo sucede con respecto al caudal de e-mails que recibimos de los hinchas de Central, por lo menos teniendo en cuenta los mails de los grupos en cuya lista de direcciones de destinatarios nos encontramos incluidos).

Las temáticas de las notas de los hinchas suelen girar mayormente en torno de: críticas o acusaciones de parcialidad a periodistas; cargadas a Newell's; críticas o adhesiones al DT o a la CD, o a los jugadores del primer equipo; pedidos de renuncia (al Presidente de la institución o al DT del primer equipo) o de contratación (de nuevos jugadores o de un nuevo DT); respuestas a favor o en contra de las notas de otros hinchas; discusiones entre los que proponen putear y los que proponen alentar en la cancha en tiempos de crisis futbolística; reafirmaciones acerca de lo que es y lo que no es Central; auto-celebraciones de lo que es Central; apariciones o declaraciones en los medios en las que otros (un tercero –jugadores, hinchas, DTs, personajes públicos en general no ligados al fútbol rosarino) reafirman lo que es Central y lo que es Newell's, etc.

Acerca de la interfaz. Sobre la base de las observaciones realizadas, en lo concerniente al *home* de canalla.com y a sus estructuras organizativas del espacio, relevamos:

a) Que, desde el extremo superior izquierdo hacia abajo, presenta tres bloques de titulares correspondientes a notas: la nota principal, notas con gacetillas o comunicados de prensa, y notas de los hinchas. Debajo de cada titular figura la cantidad de veces que ha sido comentada la nota. A la altura de la nota principal, de izquierda a derecha, presenta un cuadro bajo el título “últimas noticias” en el que, a modo de cartelera dinámica, se van actualizando las novedades de último momento, y una encuesta. Arriba de la encuesta aparece dispuesta la posibilidad de consultar las ediciones anteriores de canalla.com. Debajo de la encuesta, en tanto, se observa el cuadro “noticias más leídas / noticias más comentadas”, un ranking de notas construido en función de la cantidad de veces que cada nota fue leída y comentada. Por sobre la línea de la nota principal, las últimas noticias, la encuesta y las ediciones anteriores, se observa un *banner* con una imagen dinámica de la hinchada de Central, con la inscripción “canalla.com, el sitio oficial del hincha”.

b) Que aquello que se actualiza diariamente es lo relativo al primer equipo y, salvo contadas excepciones, las notas publicadas de los hinchas. Lo institucional, los comunicados, las gacetillas permanecen más de un día en pantalla.

c) Que la nota principal siempre está relacionada al fútbol profesional.

d) Que presenta una instancia de interactividad, la encuesta.

e) Que, desde siempre, las estructuras durables son las últimas noticias y la foto del día. Desde la puesta en pantalla de la actual interfaz, a éstas se le suma noticias más leídas.

Para terminar con esta minuciosa descripción, hay que decir que observamos, en el tipo de cobertura que la página propone de los partidos disputados por CARC, indicios en recepción de la incidencia del programa El aguante y de los cambios acontecidos en la década del noventa en la televisación del fútbol argentino. Pero a eso lo dejamos para más adelante, para cuando analicemos distintos tipos de indicios en recepción (capítulo siete).

3.5.1. El hinchismo y el hinchismo institucionalizado, las implicancias de sus posiciones de enunciación

Retomamos las preguntas con que encabezamos el apartado dedicado a canalla.com: Primero: ¿Qué mecanismos suelen desplegar los hinchas al momento de escribir o de postear? Luego: ¿Dónde leer al hinchismo institucionalizado como discurso? Desandarlas, entre otras cosas, será asediar el problema de la autogestión que dejamos abierto.

Empecemos por la primera pregunta. Uno de los mecanismos es el que designaremos como *la votación*.

En tanto operación que realizamos a diario para habitar los medios (votar participantes vía *sms*, participar votando opciones en una encuesta, etcétera, ver punto 4.3 del capítulo que viene), *la votación* va habilitando destrezas cognitivas que activamos en distintas instancias de nuestra experiencia cotidiana, de la que interactuar con una página partidaria del club del que se es hincha no está exenta. De modo que, en ocasión de publicitar posturas sobre un tema, lo que notamos de parte de los hinchas es, no un procedimiento argumentativo, ni siquiera una descarga pasional, sino antes bien un mecanismo de votación mediática. Cualquiera sea el tema que los convoca (el aumento de la cuota societaria, el modelo de club pretendido, las prohibiciones en torno a la utilización de pirotecnia en la cancha, la designación de un nuevo DT, la elección de un nuevo presidente), el mecanismo de emisión de opiniones es *la votación*.

Según lo relevado, para nosotros *la votación* opera por ejes:

- a) a favor / en contra
- b) en acuerdo / en desacuerdo
- c) por el sí / por el no.

Y se expresa de manera recurrente en notas que llevan por título referencias directas e incluso contestatarias a otras notas, como –sobre la respuesta de...”, –en respuesta a...”. En el marco de esta operatoria, así, lo que frecuentemente registramos es que el hilo del tratamiento de un tema inicialmente propuesto se va desdibujando entre la maraña que genera la proliferación de votaciones (como dijimos, ampliamos en el punto 4.3 del capítulo siguiente).

En tanto, mecanismo surgido producto de la socialización y el entrenamiento en formatos televisivos o meta-televisivos (Carlón, 2004) como el que en el medio local impusieron programas como *Perdona Nuestros Pecados*, *Las patas de la mentira*, *Televisión Registrada* o *6,7,8*, otro mecanismo muy usual entre los hinchas es *el archivo* y la repetición del fragmento editado.

En el universo de canalla.com vemos que adopta dos modalidades: por un lado, los hinchas ofrecen una serie de links con notas suyas o de otros, en cualquier caso notas anteriores, para, según la situación de que se trate, contrastar con el archivo reafirmaciones o contradicciones de lo que se está diciendo. Por otro lado, y sobre todo en los casos de burla a Newells, los hinchas extraen algún fragmento de testimonio o de imagen que deje mal parado al club rival y lo repiten incansablemente. Esto puede verse con mayor frecuencia en el programa *Rosario de Central* (en el apartado 7.7.1 del capítulo siete ofrecemos un ejemplo).

Segunda pregunta: así como el hinchismo en tanto discurso radica en especificidades y continuidades, que a su vez radican en la estabilidad, en la invariancia de los modos en que el hincha construye su relación con los enunciados, sea en su carácter de enunciador o en su carácter de destinatario, modos relacionales de los cuales vimos dos (la relación infantilizada y la relación novelada), puntualmente el hinchismo institucionalizado, o sea, aquel que se da entre los socios de una institución, ¿puede también ser concebido como un discurso? ¿Dónde leer las especificidades y las continuidades que le den el estatuto de tal? Arriesgamos algunas puntas.

- Una de las relaciones que el hincha construye al enviar notas o dejar comentarios es la del sujeto de la **queja**. Sabido es que quien enuncia una queja en el marco de la pertenencia a una institución, en el acto de enunciarla, se exime de implicarse en la resolución de la situación problemática en cuestión, fijándola por fuera de la dinámica institucional. Según esta postura, los otros deben cambiar primero para que algo cambie. Esta especie de exteriorización o tercerización del problema se advierte en notas publicadas y posteos de los hinchas bajo la forma de la fijación de culpas o asignación de responsabilidades en diversos actores,

como pueden ser, según el caso, la barra brava, la AFA, la dirigencia del club, el diario La Capital o La policía. Pero en cualquier caso, siempre los otros.

- Íntimamente ligada al punto anterior emerge otra de nuestras inferencias: el hincha habitualmente habla desde el lugar de un **consumidor**. Toma forma, así, la categoría que denominaremos *hincha consumidor*.

En el contexto de una situación problemática, el lugar del consumidor en los hinchas se expresa en la demanda de que el otro resuelva. O más concretamente, que el Presidente de la institución resuelva, que satisfaga a los socios, ya que son “los verdaderos dueños del Club”. Ahora bien, según nuestra lectura, antes que desde una postura cívica o asociacionista, el pedido de resolución es enunciado desde una lógica de mercado. Esto es, si la lógica asociacionista supone que los socios no sólo tienen derechos sino también responsabilidades en los asuntos comunes del club, la lógica de mercado sólo reconoce derechos de consumidor. En ese sentido, la posición desde la que reclaman los socios-hinchas de Central, puesta en juego en las ediciones de canalla.com, da cuenta de una des-implicación de magnitud respecto de esas responsabilidades, quedando éstos posicionados, más que en el lugar del socio, en el lugar de un consumidor disconforme que exige satisfacciones del producto por el cual paga. Inmanentes a dicho lugar se pueden inferir planteos del tipo “pago la cuota, exijo soluciones”, o el más común “pago la entrada a la cancha, exijo satisfacciones futbolísticas”. Sintetizando, lo que se constituye como denominador común de las situaciones institucionales problemáticas es la lógica del consumidor, des-implicada de la situación y que sólo reconoce el plano de sus derechos, antes que la lógica del asociado, que equivaldría a tomar una mayor responsabilidad en la situación que genera malestar o disconformidad³³

- Además, relevamos lo que, siguiendo a uno de nuestros hinchas entrevistados, llamaremos *el canallómetro*. “Canallómetro” nombra una posición consistente en adjudicar o adjudicarse grados de legitimidad según la variable “cantidad de cosas hechas por Central”, entendida como inversión simbólica desinteresada. Por lo

³³ Buena parte de estos apuntes son resonancias de la lectura de los desarrollos que, sobre las distinciones entre la “demanda del consumidor” y la “demanda del ciudadano”, para el análisis de una situación conflictiva ocurrida entre maestros, padres y personal directivo en una escuela de la ciudad de Córdoba, se trabajan en el capítulo 4 del libro *La sexualidad y los niños; ensayando intervenciones* (Aguirre y otros, 2008)

general, ~~–~~cantidad de cosas hechas por Central” alude a la cantidad de kilómetros recorridos siguiendo al equipo, a la frecuencia de asistencia a la cancha, a la antigüedad como socio del club, a los esfuerzos realizados para costearse un pasaje o abonar una entrada, etcétera. Es como si los hinchas, al turno de elaborar un argumento o discutir una nota, precisaran primero exhibir las cosas hechas por Central para poder hablar (retomamos esta marca enunciativa en el punto 4.5.2 del capítulo que viene).

Hasta aquí los procedimientos discursivos específicos del hinchismo institucionalizado. Ahora, y ya que estamos en canalla.com, identifiquemos algunos más pero específicos del hinchismo a secas, de ese hinchismo que excede al estar o no asociado a una institución. En ese sentido, además de la relación infantilizada y de la relación novelada a partir de las que el hincha construye invariablemente sus enunciados, ¿qué otras?

- Una, una tercera, puede nominarse como **relación folklorizada**. Nos inspiramos para identificarla como tal en un término: ~~–~~cláusula del humor”. Se trata de un término de Salerno, quien en su análisis del programa *El Aguante* dice:

La cláusula del humor consiste en suspender el sentido de lo que aparece en pantalla, para reelaborar sus distinciones y otorgarle un único significado. En la superficie del programa hay diversos calificativos racistas, homofóbicos y xenófobos, amenazas y referencias a consumos de ciertas drogas ilegales que son utilizadas alternadamente para las hinchadas como valoraciones positivas propias y apreciaciones negativas de los rivales. A través de este dispositivo enunciativo los discursos puestos en pantalla, los cantitos, las banderas y las palabras de los entrevistados, quedan reducidos a chistes, meros juegos con que los hinchas alimentan su rivalidad simbólica (2005: 133).

La tomamos de ahí. Por si no quedó claro, aludimos a una relación en la que el hincha se concibe, se imagina, como alguien que puede proferir cualquier cosa ligada a la agresión y, llegado el caso, ampararse en que se trata de un juego propio del ~~–~~folklore del fútbol”.

Otra manera de presentar éste mecanismo es citar a la ya citada Gándara (ver 2.2 del capítulo anterior) en su análisis de los cánticos de los hinchas en tanto

género discursivo. En uno de los párrafos del mismo introduce un equivalente de la cláusula del humor al decir:

Los emergentes de la voz colectiva de las tribunas se vinculan con contenidos ideológicos que están presentes en nuestra sociedad como el racismo, el machismo, la xenofobia, la insolidaridad, el sadismo, el culto al poder. Estas posturas que en otros ámbitos no podrían expresarse sin enfrentar la crítica y el repudio, encuentran en los cantos de cancha alguna forma de legitimación que les permite salir a superficie. ¿Qué es lo que autoriza o desbloquea la emergencia de contenidos que el emisor no avala conscientemente y que jamás expresaría en otro contexto? [...] Así como existe una convención social relativa al humor, por la cual aquello que se manifiesta con la intención de hacer reír no debe ser asumido al pie de la letra, en las producciones discursivas colectivas de la hinchada se asume que es *nada más que un canto* (1999: 4).

- Otra de las relaciones, la relación apasionada, también comporta una cláusula: la **cláusula de la pasión**. Que básicamente podría formularse así: “~~Los~~ hinchas estamos eximidos de cuidar lo que decimos porque somos pasionales”.

Así, y aún entre los hinchas o los socios del mismo club, como es el caso de Central, observamos que se suele ofender, agraviar o al menos descuidar los modos de decir recayendo en tonos agresivos gratuitamente. Nos referimos a notas o comentarios malintencionados, cizañeros, que ponen en tela de juicio la honestidad de una iniciativa, de una actividad o de otros hinchas, o lo que fuere. El supuesto que subyace es, insistimos, uno que podría formularse así: el hincha, por el solo hecho de ser hincha, puede decir cualquier cosa. Los sucesivos cierres y aperturas de la posibilidad de dejar comentarios a las notas en los espacios destinados al lector a tal fin, hablan, en parte, de esto.

Veamos un comunicado del *staff* de canalla.com al respecto, del 29 de mayo de 2010:

Canalla.com ha decidido liberar los comentarios para que el pueblo canalla pueda expresarse sin ningún tipo de limitación. La seriedad de nuestros próximos 10 años de trayectoria, hace que en este espacio se forme opinión valiosa para la toma de decisiones. Les rogamos a los hinchas MADUREZ a la hora de expresarse. Antes de apretar el send, repasen, piensen y mediten al menos un par de minutos lo que están posteando. Son

innumerables las señales de eyaculación precoz que se observan. Insultos, agravios, descalificaciones. Una vergüenza. Por suerte la mayoría no va en este sentido. Pero es una picardía ver cómo interesantes intercambios de opiniones terminan en degradaciones de la comunicación. Traten a la vez de emitir sus propias ideas, ya que es usual leer más críticas y cuestionamientos a las de otros. Colgarse de lo que dice un compañero canalla para bastardear, es negativo para nuestro Central. Somos de Central viejo, ¿cómo carajo vamos a insultar o forrear a un compañero? Del primer al último canalla hoy tiene una responsabilidad enorme. Desde el que se postule a presidente hasta el pibe de 15 años que emite un concepto en canalla.com Sepamos actuar con responsabilidad. Está en nosotros sacar a Central adelante.

Consideramos que esta situación y estas modalidades (**cláusula del humor y cláusula de la pasión**) están emparentadas con posiciones enunciativas anteriores, esto es, las del hinchismo institucionalizado (**posición quejosa, posición de exterioridad**) en tanto todas tienen un denominador común: la imposibilidad de los hinchas para pensarse en inmanencia. En inmanencia a un problema, a una situación, a una comunidad, a una lógica asociacionista, a una conversación, etcétera. De verlo así, notarían que, lejos del teflón o del neoprán que parecieran revestirlas, las palabras deben ser tomadas en su materialidad, en una materialidad que no resbala y siempre tiene consecuencias. Y consecuencias sobre ellos mismos. Sobre ellos y la trama conversacional, de pensamiento o de acción que intentan.

Llamamos “prácticas de cuidado”, en ese sentido, a la práctica de, cada vez, darse el tiempo para tener en cuenta que lo que se dice o se deja de decir tiene efectos. Esta falta de cuidados, creemos, es muy propia de aquellos agrupamientos que, como producto de años y años de socialización en una determinada cultura institucional, siguen pensando, en este caso a un club, en términos de trascendencia, en términos de una instancia tercera (el presidente, el padre simbólico, nuevamente) que vendría a dirimir los problemas o desacuerdos entre los propios hinchas. Estos términos, este posicionarse siempre en exterioridad, es el que allana el terreno, entre otras cosas, al *hinchismo consumidor* y a la *queja*.

Finalmente, y estrechamente vinculado a esta reflexión sobre los posicionamientos en exterioridad, notamos, así como en su momento a *la votación* y al *archivo*, un mecanismo de escritura, comentario o lectura que llamaremos *la objeción*: éste, consiste en personas que, ante la duda, objetan.

Veamos cómo toma este término un colectivo de personas que llevó a cabo durante cinco años un taller, en una escuela de gestión social, entre padres, alumnos y maestros en Moreno, experiencia de la que extraemos el término:

En los comienzos de este taller trabajamos la figura de la objeción para nombrar una manera de preservarse ante los procesos que enfrenta la escuela. Propusimos la implicancia, en cambio, para indicar un nuevo tipo de responsabilidad, distinto a su vez de la clásica imagen de participación. La implicación es “estar con” y “pensar con”, mientras que la objeción sería una toma de distancia, una separación del pensar colectivo para, desde afuera del proceso, anteponer una opinión disonante. El problema de quien objeta no es el desacuerdo que manifiesta sino la exterioridad afectiva que precisa para disentir. En cambio, hay una divergencia que no necesariamente lleva a la ruptura y que podemos llamar diferencia, en tanto surge se despliega como implicancia constructiva (Taller de los sábados, 2008: 99).

Para terminar con el apartado y dar paso a las conclusiones del capítulo, una idea fundamental que redondea parte de lo que venimos exponiendo:

Si parte de estos procedimientos discursivos, sean del hinchismo a secas como del hinchismo institucionalizado, nos interesan particularmente, es porque por las prácticas de cuidado, las lógicas asociacionistas y la predisposición constante a revisar la propia implicación en una trama vincular, pasa nuestro concepto de “autogestión”. Como decíamos, ejercicios así han sido posibles en otros campos de lo social, ¿serán posibles en el fútbol?

3.6. Recapitulación e interrogantes abiertos para los capítulos sucesivos

En este capítulo vimos muchas cosas y nos hicimos muchas preguntas. Intenso, prolífico en aperturas, articulaciones, afirmaciones e informaciones, la escritura

del mismo quedó arrastrada por algo de ese torrente, por algo del orden de lo desordenado. Aprovechamos la recapitulación para limpiar el terreno y ordenarlo:

- Partimos de un consenso extendido entre la comunidad futbolera argentina: el de situar a Rosario como ciudad en la que el fútbol se vive como en ninguna otra parte del mundo. Propusimos al respecto una serie de los que podrían ser tomados como indicadores de singularidad. Y nos preguntamos: ¿qué haría de Rosario una ciudad singular? ¿En qué se diferencia de otras ciudades dicotómicas, con rivalidades fuertes, como La Plata, Tucumán o Santa Fe?

- Luego nos sumergimos en variaciones en torno de la rivalidad Newells-Central. Dijimos que la misma tiene como objeto principal dirimir la grandeza. Pero que, en tanto no existen criterios únicos de medición (y aún cuando existen no logran inscribirse de una vez y para siempre, porque la temporalidad futbolera es cíclica y no lineal), se trata de una empresa condenada a la irresolución. Más aún cuando los “terceros excluidos”, encarnados principalmente en la figura de periodistas deportivos porteños, a los ojos de los hinchas los únicos legitimados para establecer la grandeza, no están en condiciones de expedirse sancionándola. Nos preguntábamos por la receptividad de los hinchas hacia nuestra investigación en ese marco. Veíamos que entonces, modelo de la exhibición mediante, sujetos de una especie de panóptico constante, los hinchas ingresan es una competencia consistente en mostrarse y mostrarle al tercero-árbitro, y al rival, para impresionar. Y que allí está dada la base para el asiento de la cultura del aguante-fiesta o del aguante-presencia. Y que, finalmente, cada hincha activo, no lo vimos pero lo agregamos ahora para abordarlo en el capítulo siete, por los medios que tenga a mano (boca en boca, charla de café, email, etc.), pero fundamentalmente aprovechando los canales abiertos por las redes sociales y las tecnologías del contacto (Valdettaro, 2004), deviene un agente difusor de imágenes y relatos destinados a la impresión-grandeza, previamente guionadas y seleccionadas como tales por los enunciadores doctos y portavoces de la novela.

- Veíamos también que la puja por dilucidar quién de los dos es más popular era parte de la disputa por la grandeza. Nos preguntábamos si el “lo popular”

futbolero remite a “el subalterno” o a “el masivo”. Nos preguntábamos, además, y principalmente, si ese popular se sostenía más allá de sus aspectos enrostrables, noticiables y espectacularizables, es decir, más allá de su destino de imagen-relato-impresión, de sus aspectos capitalizables. Entrábamos en detalle en el caso de CARC. Veíamos que un “el popular” sostenible más allá de eso iba a tener que ver necesariamente con nuevas imágenes de la política, de la participación, de la institucionalidad, ligadas a un nuevo modelo de club que aloje las prácticas solidarias, comunitarias y autogestivas de una serie de hinchas activos.

- Arriesgábamos que tal cosa, como ha sucedido en otros campos de lo social, acaso pueda ser impulsada por el sujeto social joven que se ha subjetivado en acontecimientos como 19 y 20 de diciembre, Cromañón y la toma de colegios secundarios. Decíamos que, de la intensa vida social de los hinchas de CARC, por su potencial para intervenir tanto directa como indirectamente sobre el problema de la violencia, ese es el sujeto y esas son las prácticas que nos interesan.

- Comparábamos con Garriga (2007) qué capital simbólico funda las redes de sociabilidad de los integrantes de la banda de Huracán y cuál lo funda en el caso de los hinchas activos de Rosario Central.

- Finalmente veíamos cómo, a algunas de las prácticas de sociabilidad de los hinchas activos, y a algunas de sus posiciones de enunciación relevadas en canalla.com, subyace la lógica del aguante-fiesta o aguante-presencia. Así, matizábamos la afirmación de Moreira (2008) que reza que lo propio y diferencial del hincha activo es dar sin esperar nada a cambio; para nosotros, y si bien desde una lógica de la práctica antes que desde una lógica de la lógica (Bourdieu, 1991), el hincha activo da en tanto eso que da, esa práctica aguantadora está en consonancia con la novela y puede representar un aporte en la disputa por la grandeza.

Ahora bien, así como vimos todo esto, también fuimos prometiendo mucho para los próximos capítulos. Las preguntas centrales que nos guiarán, entonces, durante el resto del trayecto serán las siguientes:

¿Cómo incidieron los cambios operados por la televisación del fútbol argentino con eje en el programa *El Aguante*, en las prácticas de sociabilidad de los hinchas? ¿Y en sus valoraciones del aguante-fiesta y el aguante-presencia? ¿Y en sus valoraciones de lo popular y la difusión de imágenes y relatos-grandeza? ¿Y en los capítulos atendidos por la *novela*? ¿Y en las sintaxis de cada una de esas cosas? ¿Y, en suma, en las maneras de ser hincha? ¿Contribuyeron tales cambios en la producción de un nuevo tipo de hincha? ¿Cómo, de qué manera? A su vez, ¿cómo incide todo eso en el problema-violencia, ya sea en su generación como en formas posibles de solución?

4. LOS HINCHAS, SUS MANERAS DE HABLAR Y LA POLÍTICA

Terminábamos el capítulo anterior con una serie de interrogantes que harán las veces de hoja de ruta en el trayecto que nos queda por transitar de aquí hasta el final, ahora que vamos ya promediando la mitad del camino, o mejor dicho del documento. Pero sumamos al recorrido nuevas preguntas y al mapa nuevos elementos. Y siempre teniendo en cuenta que, todo lo que decimos y trabajamos, aunque tengamos que esperar hasta el capítulo que viene para hacerlo explícito, está dicho y trabajado en función de poder pensar distintas vías de entrada al problema-violencia.

Durante buena parte del capítulo precedente decíamos que nos interesaban particularmente los interrogantes referidos a si son posibles en el universo del fútbol experiencias protagonizadas por jóvenes como las que se han dado en otros campos de lo social. Paralelamente, dejábamos entrever que algunos de los procedimientos discursivos relevados del hinchismo y del hinchismo institucionalizado –de los que los hinchas jóvenes por supuesto no están exentos-, en tanto posicionan al sujeto en exterioridad (la posición quejosa, la posición en exterioridad cercana a la de un consumidor, la objeción, por ejemplo), golpean en los cimientos de lo que acaso sea el pilar de la posibilidad en cuestión, haciéndolo tambalear: la ética autogestiva.

Planteábamos al respecto que el concepto de autogestión tiene que ver, entre otras cosas, con las prácticas de cuidado (la práctica de, cada vez, darse el tiempo para tener en cuenta que lo que se dice o se deja de decir tiene efectos sobre una trama conversacional, de acción, de pensamiento o de afectos de la que se participa en inmanencia), las lógicas asociacionistas y la predisposición constante a revisar la propia implicación en las redes vinculares sobre las que se sostiene el devenir del club.

Y, de la misma manera, argumentábamos que, lejos de todo eso, el dispositivo de la enunciación del *hinchismo* y del *hinchismo institucionalizado* afecta posiciones, como las que veíamos bajo el nombre de –eláusula del humor” y de

—eláusula de la pasión”, que delinean un sujeto poco proclive a la auto-reflexión y el cuidado.

Lo dicho, a esta altura nos hace pensar en una de las líneas que estaría tensando el presente texto, y que querrá terminar de expresarse en este capítulo. Esa línea (las otras fueron mencionadas en la introducción) tiene que ver con **el valor y las implicancias políticas de las maneras de hablar**. Y esa línea, acerca de la que inmediatamente nos explayaremos, constituye el problema que precisamente ahora, en los tres primeros apartados de este capítulo, abordaremos.

Los restantes, volviendo a lo de los nuevos interrogantes para nuestra hoja de ruta que marcábamos al comienzo, intentarán presentar respuestas posibles a una pregunta: ¿por qué los hinchas de un club, activos y fanáticos como son, y siendo el lugar vital que éste ocupa en sus vidas, no participan mayoritariamente en la vida institucional y política del mismo?

Hacer todo esto, finalmente, será seguir indagando en el hinchismo como discurso, en la relación de ello con el problema de la violencia, e implicará un diálogo intenso con autores como Bauman, Ranciere y Virno.

Comencemos.

4.1. Hinchas jóvenes, política, subjetividad mediática y subjetividad de mercado

Para empezar, ¿qué entendemos por —político”? Proponemos una definición operativa y bien empírica, a la medida de poder pensar la situación que nos convoca: lo político o **la política** es para nosotros la práctica de inventar un espacio, y un tiempo, y un lazo social no-mercantil y en inmanencia con otros, que en tanto invención en inmanencia, siempre frágil, siempre precaria, produciéndose situacionalmente y por tanto ayuna de recetas, requiere de cuidados permanentes. Es decir, una definición subsidiaria de nuestra noción de **ética autogestiva**.

Y una definición que postula una serie de términos centrales. A saber: —lazo”, —o”, —espacio”, —tiempo”, —no-mercantil”. Ahora bien, ¿qué pasa con esos

términos en nuestra época, o qué les pasa en nuestra época a esos términos? Digamos que les pasa la *subjetividad de mercado*.

El siguiente fragmento nos sirve para comenzar a caracterizarla. Y nos sirve en tanto y en cuanto allí aparecen explícitamente pies para articular en nuestro argumento dichos términos, porque si fuera por emprender una caracterización fina y exhaustiva del tema –subjetividad de mercado” o –sociedad de consumo” - propósito que aquí y ahora no tenemos dada su colocación periférica en el documento, y dada nuestra elección de hacerlo con definiciones a medida que nos permitan operar mejor en el contexto de la experiencia con el grupo de hinchas jóvenes y activos de CARC con la que dialogaremos-, si así fuera, para eso ya están, entre otros tantos, Bauman (2002), Boltansky y Chiapello (2002), Lewkowicz (2004), Berardi (2007) o Lewkowicz y Cantarelli (s/e), cuya insoslayable lectura recomendamos y sugerimos abiertamente.

Dicho esto, el fragmento:

El historiador Lewkowicz sostiene que asistimos al agotamiento del Estado-Nación; la potencia soberana del Estado fue sustituida por la potencia soberana del mercado. El Estado-Nación, forma clave de organización social durante los siglos XIX y XX, se muestra impotente para orientar el devenir de la vida de las personas. A diferencia del Estado, el mercado no impone un orden simbólico articulador, un sustrato normativo que comprende a todos por igual. El mercado se dirige a un sujeto que sólo tiene derechos de consumidor, y no los derechos y obligaciones conferidos al ciudadano. El consumo, entonces, no requiere la ley ni los otros, dado que es una relación con el objeto y no con el sujeto donde se asienta la ilusión de satisfacción [...] El mercado instituye, para consumidores y no consumidores, un nuevo ideal del yo, un imaginario que produce, en un nuevo lugar, el horizonte de aspiraciones, el espejo donde mirarse (Corea-Duschatzky, 2006: 21).

Insistimos, el fragmento es arbitrario. Y por si fuera poco, discutible en su actualidad local. Pero nos permite esquematizar un planteo: si la subjetividad de mercado, o sea, si la manera de ser sujeto cuando la forma clave en la organización de la vida de las personas es el mercado, en suma, si el tipo subjetivo mercantil –el consumidor- sólo requiere del objeto para constituirse como tal, entonces cae la figura del *Otro*; y con ésta, la de *lazo*. ¿Y qué hay del *tiempo*? Ya lo veremos.

Ahora continuemos con una hipótesis, también casera: socializados, subjetivados en una época en la que el mercado ostenta la potencia soberana de regulación de la vida, la operatoria del consumo impregna los distintos campos de lo social. Así lo entiende Bauman, por ejemplo, en un capítulo dedicado a la figura del consumidor, y su cuerpo, y sus prácticas de identificación, y su compulsión elegidora vuelta adicción en la intersección de la necesidad, el deseo y el anhelo, que traemos mediante una extensa selección de fragmentos:

En el mundo de los consumidores las posibilidades son infinitas, y es imposible agotar la cantidad de objetivos seductores [...] El arquetipo de la carrera que corre cada miembro de la sociedad de consumidores (en una sociedad de consumo todo es a elección, salvo la compulsión a elegir, la compulsión que se convierte en adicción y que por lo tanto deja de percibirse como compulsión) es la actividad de comprar [...] Sí “ir de compras” significa examinar el conjunto de posibilidades, tocar, palpar, sopesar los productos en exhibición, comparar sus costos con el contenido de la billetera o con el límite de la tarjeta de crédito, cargar algunos en el carrito y devolver otros a su anaquel... entonces compramos tanto fuera de los comercios como dentro de ellos; compramos en la calle y en casa, en el trabajo y en el ocio... Hagamos lo que hagamos, y nombremos como nombremos a esa actividad, es en realidad una clase de compra, una actividad modelada a semejanza de ir de compras. El código que determina nuestra “práctica de vida” deriva de la praxis de ir de compras (2002: 46-47)³⁴.

A lo que aporta ejemplos:

Hay demasiadas áreas en las que deberíamos ser más competentes, y cada una de ellas requiere “una salida de compras”. Salimos a “comprar” la capacitación necesaria para ganarnos la vida y los medios de convencer a los potenciales empleadores de que poseemos esa capacidad; a “comprar” la clase de imagen que nos convendría usar y el modo de hacer creer a los otros que somos lo que usamos [...] maneras de ganarnos el amor del amado y de terminar de la forma menos costosa esa unión cuando el amor se esfuma y la relación ya no nos complace; a “comprar” la mejor manera de ahorrar dinero para las malas épocas y de gastarlo antes de ganarlo; a “comprar” los

³⁴ Aclaración: las citas son extraídas, no de una edición impresa del libro sino de un capítulo del mismo como material de trabajo del Cuadernillo sobre Mercado y Producción de Subjetividad de la Cátedra Experimental Sobre Producción de Subjetividad, Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Rosario.

recursos necesarios para hacer más rápido lo que tenemos que hacer y las cosas destinadas a llenar el tiempo que nos ha quedado libre; a “comprar” los alimentos más exquisitos y las dietas más efectivas para librarnos de las consecuencias de haberlos comido, los amplificadores más potentes y de mayor fidelidad y las píldoras más eficaces contra el dolor de cabeza (ídem: 47).

En fin, así como el código que todo lo determina y que todo lo impregna en Bauman es el código de la elección-compra, el que a nosotros nos interesa es el código de la operatoria del consumo. Dicho con otras palabras: consumimos no solamente cuando vamos al shopping o al supermercado; también lo hacemos cuando nos relacionamos con los demás o con una actividad determinada de manera utilitaria, cuando hacemos de la sexualidad una instancia narcisista en el mercado de los cuerpos, cuando tratamos un tema-novedad de una manera consumista, y todos los innumerables ejemplos que se nos ocurran al agudizar la reflexión sobre la vida cotidiana en la que nos movemos.

Pero, nuevamente, el que nos interesa es un campo y en consecuencia diremos lo siguiente: también consumimos cuando hablamos sin tener en cuenta al otro y al lazo generado en el marco de una conversación o un espacio.

En ese sentido, y entrando al plano de los medios como discurso, ¿qué son los medios sino un discurso sin otro? ¿Qué sino un discurso psicótico, puramente autorreferencial a sus rutinas, procedimientos y gramáticas de producción? (ver en el capítulo seis para ampliar un poco esta afirmación).

Ya hablamos algo sobre la política y la subjetividad de mercado. Ahora bien, y ya que se trajo a colación a los medios como discurso, ¿qué es ese término que aparece en el título que encabeza este apartado, qué queremos decir con “subjetividad mediática”? La **subjetividad mediática** es, para nosotros, el producto de años y años de interacción con los medios. Es, como pasaba con la subjetividad de mercado que excedía el hecho de ir al shopping y todo lo impregnaba, procesar información, escuchar, percibir, hablar, tratar un tema, entablar una discusión, habitar una reunión... de *manera* mediática. O, como bien sugiere Sandra Valdetaro (comunicación personal 25/04/2011), con una *tonalidad* mediática.

Dicho de otra manera: si, como en todo discurso social, la especificidad y la continuidad de los medios como fenómeno discursivo reside en su dimensión ideológica, esto es, aquella que nos remite a sus condiciones de producción, más precisamente a las condiciones de producción de un enunciado, como pueden ser la tematización y la puesta en serie, tal cual se verá en el capítulo seis, nuestra definición de subjetividad mediática involucra el supuesto de que, entrenados en la interacción con los medios, los sujetos en su vida cotidiana hacen suyos algunos de esos procedimientos.

Enseguida, en el apartado 4.3, veremos ejemplos de cómo operan tanto la subjetividad de mercado como la subjetividad mediática, ejemplos arrojados a la luz de una experiencia con el grupo de hinchas de CARC que, auto-convocados, se están juntando semanalmente para ocuparse de los asuntos comunes del club.

Pero antes, Virno.

4.2. Fútbol, territorio del performativo absoluto

Encontramos en Virno (2004) un marco teórico innovador para respaldar nuestro planteo. En el libro *Cuando el verbo se hace carne; lenguaje y naturaleza humana* el filósofo italiano parte de un punto al que va retornando todo el tiempo a la hora de ir esbozando sus hipótesis y argumentos. Ese punto es la diferencia entre la *lengua histórico-social* y la *facultad de lenguaje*. Es la diferencia entre algo que es del orden de lo convencional y algo que es del orden de lo común-genérico. Es la diferencia entre algo que remite a lo social y algo que remite a lo universal de la especie. Entre algo que remite a lo simbólico y algo que remite a lo bio-fisiológico. Entre algo que presupone necesariamente a la lengua materna en una sociedad determinada y algo que presupone necesariamente unas cuerdas vocales, una respiración, la modulación de aire en un paladar, una boca, una voz, un cuerpo.

Dicho de otras maneras: si la lengua tiene que ver con el esto-que-se-dice, la facultad de lenguaje tiene que ver con el esto-que-se-habla, con el puro poder-decir independiente de las realizaciones particulares de una lengua. Si la una tiene que ver con el enunciado, con el contenido semántico y con el significado, la otra

tiene que ver con la enunciación, con el pronunciamiento y el significante. Así como la lengua es referencial en tanto nombra al mundo y sus objetos, la facultad de lenguaje es auto-referencial en tanto solo remite a un sujeto, a alguien-que-habla. Así como la lengua puede funcionar efectuándose mentalmente o en silencio, la facultad de lenguaje funciona necesariamente a partir de la vocalización. Y así como la una tiene una función de comunicación, la otra tiene una función ritual, dirá Virno, en tanto la toma de la palabra marca la aparición ante los demás del sujeto (ver apartado 4.5).

Lengua histórico-natural y facultad de lenguaje son para el autor, y en permanente diálogo con Saussure, Benveniste y Wittgenstein, las dos caras inseparables de la hoja de papel que implica, para el animal hablante humano, toda acción de emitir actos de palabra o enunciados. Claro que, dirá, por ser siempre la cara más visible la del contenido, la lengua, el esto-que-se-dice es la cara que generalmente ha suscitado y recibido la mayor atención de los investigadores y los estudiosos. Pero Virno focalizará la mirada en aquellas formas discursivas en las que esta relación se invierte.

Declara al respecto, casi como una introducción a su Programa:

El lado prominente de la hoja-enunciado, aquel que de pronto llama nuestra atención, está constituido exclusivamente por *esto que se dice*. El hecho de que se habla, por su parte, queda inadvertido. Si bien se halla presente en todo habla, o quizás por esto, no posee un relieve autónomo. El hecho-de-que-se-habla es el presupuesto desconocido, o el trasfondo inaparente, de esto-que-se-dice; la toma de la palabra está al servicio del mensaje comunicativo. Todavía son juegos lingüísticos aquellos en los que la habitual relación entre fondo y primer plano se invierte; juegos lingüísticos, entonces, en los que lo que más cuenta es el hecho-de-que-se-habla [...] Desearía analizar aquí este vuelco en base al cual el contenido semántico figura a veces como una simple *señal* de la toma de la palabra y el enunciado significa en primer lugar que se está produciendo un enunciado (*op cit.*: 52).

Focalizará la mirada en formas discursivas como las de la **comunicación fáctica** (fórmulas estereotipadas del estilo de “¡Hola, cómo estás!” o “¡Buen día!”), en **opiniones en las que no se dice nada y son el pretexto para llamar la atención**, en suma, en formas discursivas que funcionan y se estructuran

formalmente a la manera del “Yo hablo”, es decir, a la manera del *performativo absoluto*. Nuevamente: Virno concentrará su atención en los ámbitos en los que juegos lingüísticos y formas discursivas funcionan y se estructuran como el performativo absoluto. En ese sentido, en el libro trabaja dos ámbitos: el del lenguaje egocéntrico infantil y el de la palabra religiosa.

Antes de ver algunos ejemplos y desandar las implicancias de esto, detengámonos un momento en algunos aspectos del performativo absoluto.

Austin llama performativos a enunciados como “tomo a esta mujer como mi legítima esposa”, “sí, juro”, “te apuesto una cena a que tengo razón”. Enunciados proferidos por alguien que, al proferirlos, no describe una acción sino que la ejecuta, alguien que no habla de lo que hace sino que hace algo hablando.

Pero esos serían performativos ordinarios. El enunciado “yo hablo”, en cambio, es el performativo absoluto. ¿Por qué? Porque es el único enteramente auto-referencial, porque se agota en sí mismo en tanto no depende, para efectuarse, de restos referenciales, de condiciones extra-lingüísticas específicas, de las condiciones institucionales de todo acto de habla (un sacerdote, un acto de juramento, una cena, para el caso de los ejemplos). El “yo hablo” realiza una acción, la de hablar, nada más que hablando, en simultáneo. Allí las dos caras de la hoja se vuelven una sola. Y el enunciado y la enunciación, y el contenido semántico y la facultad de lenguaje, pasan a coincidir por completo.

El performativo absoluto es ambivalente, según Virno. Puede ser, por un lado, pleonástico y redundante; pero por otro, necesario y salvador. En este último sentido, entonces, es que se pregunta: ¿Cuándo estamos dispuestos a darle mayor relieve al hecho, nada excepcional, de tomar la palabra? ¿Por qué, de tanto en tanto, nos sentimos obligados a dar testimonio acerca de nuestra propia facultad de hablar? En definitiva, ¿para qué sirve el performativo absoluto? Y es allí donde afirma que el performativo absoluto asume una función apotropaica, es decir, que sirve para revocar la antropogénesis y el proceso de la hominización, y para reforzar la autoconciencia en momentos de crisis subjetivas. En palabras del autor:

Aquel que valoriza tomar la palabra en menoscabo del contenido semántico, repite un pasaje crucial en el proceso de formación de la autoconciencia: representarse como hablante mientras se habla. El performativo absoluto, tornándose visible como portador de la facultad de lenguaje, restablece

aquella —nidad trascendental”³⁵ del Yo que por un momento era insegura y claudicante [...] —Ydhablo” no peca nunca de redundancia cuando concurre a superar indecisiones y crisis lo suficientemente radicales (*idem*: 63).

Y todo esto nos remite a la infancia, lo cual para nosotros es, no solamente entrar en uno de los dos ámbitos que trabaja Virno (el lenguaje egocéntrico infantil) sino además retornar, desde otro lugar, al par *infantilización / infancia* visitado en el capítulo anterior a propósito de los procedimientos discursivos específicos del hinchismo.

En el caso del hablante principiante, el performativo absoluto no reafirma la autoconciencia sino que la instituye. Porque la autoconciencia se formaría en la vocalización y no en el pensamiento verbal silencioso. Allí están los monólogos exteriores del niño para demostrarlo. Se trata de balbuceos o soliloquios que el infante realiza para sí mismo, como hablando solo, pero siempre en voz alta y en presencia de los demás, aunque esta presencia de los demás no significa que el monólogo persiga una función comunicativa. Por el contrario, la función de estos balbuceos sería la de:

- 1) separarse de la lengua materna.
- 2) Comenzar con el proceso de individualización / singularización: del —se habla” al —yo hablo”.
- 3) Presentarse a sí mismo y ante los demás como fuente de enunciaciones, es decir, como sujeto hablante, y por ende como semejante.
- 4) Al escucharse, ir dando forma a la auto-conciencia.
- 5) Armarse una biografía.

Tal lenguaje egocéntrico infantil, toma la forma de la **ecolalia**, de la fabulación (emisión de sonidos articulados que crean realidad pero que no tienen función comunicativa) y del anuncio verbal (se vocaliza lo que se está haciendo o se quiere hacer, con una función más de estímulo que de comunicación). Respecto de la ecolalia, y de lo dicho en el párrafo anterior, fragmentos de Virno en diálogo con el filósofo francés Simondon, con Piaget y el psicólogo ruso Wygotskij:

³⁵ Se refiere a un concepto de Husserl

La primera forma del lenguaje egocéntrico es la ecolalia, o sea la repetición de frases apenas audibles, la imitación fiel o variada de sílabas y sonidos. Se juega con el lenguaje, sustrayéndolo de cualquier uso final [...] ¿Qué se afirma en el discurso egocéntrico? Nada menos que “Yo hablo” [...] su papel consiste en singularizar al hablante, emancipándolo de una condición de partida integralmente comunitaria o pre-individual [...] El lenguaje egocéntrico individualiza porque permite tomar distancia de la lengua. En el único modo concebible: poniendo de relieve la genérica facultad de lenguaje, o sea el trasfondo potencial-biológico contra el que se destaca toda lengua histórico-natural (*idem*: 64).

En fin, fórmulas proferidas con la estructura y la función del “yo hablo” no serían sino las descendientes del lenguaje egocéntrico infantil, a las que Virno denomina también **lenguaje egocéntrico adulto** o **lenguaje egocéntrico de segundo grado**. Sobran los ejemplos en los que, solos en una habitación o en medio de la calle, en público o en privado, los hombres exclaman para sí mismos pero ante otros (físicos o imaginarios): “¿qué hice para merecer ésto”, “no te puedo creer, me quiero matar”, “pero será posible”, “pero me cago en Dios”, etcétera. También es el caso de los pases de magia pronunciados por un mago, o de las fórmulas rituales vocifereadas por una curandera.

En ese sentido, la cancha de fútbol es un lugar prolífico para el lenguaje egocéntrico: las puteadas al destino, a Dios y a los protagonistas o rivales de turno (como si éstos las escucharan, lo cual nos hace pensar en una función de presentación ante los compañeros de tribuna antes que en una función comunicativa), los pedidos al DT para que saque o ponga a determinado jugador (se aplica lo mismo que en el caso anterior), los “somos horribles, no jugamos a nada, así no le ganamos a nadie” proferidos a viva voz mirando al cielo y rodeados de miles de personas.

Quedaría por analizar, en este caso, si esta necesidad de individualizarse mostrándose como fuente de enunciaciones ante los demás obedece a una necesidad subjetiva propia de los eventos de masas.

Agendado el interrogante (otra zona de vacancia, y van), agregamos que a la vez, lo cual también nos habla de un fenómeno complejo e interesante, en la cancha el lenguaje egocéntrico asume la paradoja de, por momentos, ser un

lenguaje egocéntrico colectivo. Es el caso del cántico de la hinchada, el cual, más que comunicar algo (apoyo o reprobación, alegría o tristeza, amistad o amenaza), acaso no busque sino presentarse ante los otros como tal. Finalmente, por si fuera poco, la cancha además es el territorio privilegiado del performativo absoluto. ¿Qué otra cosa que un performativo absoluto son los ~~hay~~ que saltar, hay que saltar, el que no salta, es de Central”, entonado por los hinchas de Newells mientras saltan, o los ~~y~~ vamo-vamo-vamo-vamo la acadé, y vamo-vamo-vamo-vamo la acadé, yo te aliento con el corazón...” entonado por los de Central mientras alientan? (Para un análisis del discurso de los cánticos de cancha ver Gándara 1999).

Pero aquí no termina la cosa. No termina nuestra reflexión ni la de Virno.

Sigamos, así, con las ideas del italiano en *Cuando el verbo se hace carne...* Hasta aquí fue el turno del lenguaje egocéntrico infantil. Resta ahora el de la palabra religiosa, acerca de la que en este texto, por cuestiones de espacio, interés y prioridades (ver, los interesados, desde la página 72 hasta la 84 del libro mencionado) solamente diremos, con el autor, que ~~es~~ el lugar de residencia oficial del performativo absoluto” (*idem*: 72). Eso, en tanto la forma lógica de los enunciados religiosos es el ~~yo~~ hablo”. Ahí están la plegaria, la confesión, la maldición, la bendición, la invocación, la blasfemia, para no dejarnos mentir. Y eso, por no hablar de la jerga de una misa o de un salmo, con sus soliloquios, sus palabras en latín, sus gestos, etc, que en este caso tienen como finalidad presentarse como sujetos hablantes ante Dios (Virno llega a decir, incluso que, en tanto no existe si no es pronunciado, Dios es un deíctico). Porque, al igual que el niño ~~el~~ fiel que repite om, om o amén, o que recita salmos en un idioma fuera de uso, ignorado por él, toma distancia de la lengua materna” (*idem*: 77), de la lengua pública, colocándose en el único sitio en el que puede estar a solas con su creador: la facultad biológica de la especie.

Penúltima cuestión antes de retomar nuestra reflexión sobre el performativo absoluto en el territorio fútbol, y con él nuestras inquietudes.

Si, como dice Benveniste (1976), antes de la enunciación, la lengua no es más que la posibilidad de la lengua, ello nos habla de una compleja relación entre potencia y acto. O, para tomar las imágenes de Virno, entre flecha y ciclo. A

saber: si todo acto de palabra es contingente e irrepetible en el tiempo, como una flecha que al lanzarse ya no volverá atrás, cada uno de esos actos es cíclico en tanto para efectuarse retorna todo el tiempo a la facultad de lenguaje, inmodificada desde el Cromagnón en adelante. Así, ~~La~~ relación potencia acto posee, entonces, el típico funcionamiento de un ciclo dedicado a la reiteración” (*idem*: 93)³⁶.

Pero, volviendo, y aquí lo importante, resulta que la relación potencia / acto es ella misma potencial. Y, en consecuencia, por momentos puede desbalancearse y recostarse sobre un lado u otro, esto es, quedar más para el lado de la potencia que del acto y viceversa. De hecho, ~~ocurre~~ a veces que la potencia se encierra en sí misma, sin exteriorizarse en acciones definidas” (*idem*: 94), pero ~~también~~ ocurre, a la inversa, que la acción pierda todo halo potencial, adquiriendo la fijación alucinada de un tic o un reflejo pavloviano” (*ibidem*). Es entonces cuando Virno recurre al filósofo italiano de Martino, quien fija en esas relaciones desequilibradas las distintas versiones de una crisis de la antropogénesis.

Esta puede consistir en un **defecto de semánticidad** o, su contrario, en un **exceso de semánticidad**. El primero se identifica con la reducción del discurso a una serie de vocalizaciones estereotipadas, monocordes, repetitivas, como si los enunciados parecieran desconectados de la facultad de lenguaje. Se trata de actos sin potencia. O se trata, para retomar el par del capítulo anterior, de actos sin infancia, o sea, de infantilización. El exceso, en cambio, pasa por un Yo caótico, reabsorbido por la facultad de lenguaje y por lo tanto siempre potencial, incapaz de cristalizar o inscribirse en formas y temporalidades discursivas concretas. Es el caso de una pura potencia sin poder traducirse en acto.

Por último, nos preguntamos: en qué otros ámbitos, además del de la infancia y el de la palabra religiosa, encontramos estos juegos lingüísticos (y otros) como los que trabaja Virno, estructurados formalmente como el performativo absoluto. **¿En el ámbito del fútbol, por ejemplo?**

³⁶ Un paréntesis que vale la pena por su belleza: manifiesta Virno que si el eterno retorno a este origen cromagniano no fuese la condición permanente de la producción de enunciados, no estaríamos ante una historia plagada de imprevistos, desvíos y variaciones. ~~La~~ monótona ciclicidad, con la que reaflore la incertidumbre y la desorientación que parten del proceso formativo de la especie, garantiza y fomenta la proliferación de experiencias dignas de maravilla, porque realmente no tienen precedentes” (*ibidem*: 94)

Pues, qué otra cosa que *defectos de semanticidad* son los clichés, lugares comunes y fórmulas de los periodistas deportivos y de los jugadores de fútbol, del género deportivo en general, entendido, el género, como una máquina de leer y una máquina de producción de enunciados, según (Alabarces, 1996). ¿Qué son sino las preguntas que no preguntan nada de los periodistas deportivos, y las respuestas ~~en~~ “con el casete” puesto de los jugadores? Sería largo enumerar estos enunciados, pero aquí van algunos a modo de ejemplo, como ~~Los~~ “partidos hay que jugarlos”, ~~el~~ “rival también juega”, ~~en~~ “la cancha somos once contra once”, ~~el~~ “director técnico dio un paso al costado”, ~~hay~~ “que seguir trabajando en la semana” o ~~nos~~ “quedan diecinueve finales”, que seguramente resonarán en el lector futbolero.

Por último, a la comunicación fáctica, las opiniones que no dicen nada, la ecolalia y demás formas lingüísticas que hemos ido viendo, Virno suma otra, refiriéndose todavía al ámbito religioso: la **glosolalia**. Esto es, la acuñación compulsiva de palabras sin sentido. El glosolalo, dirá el filósofo que nos convoca, habla sin querer, como si en realidad fuera él el hablado por el discurso. En este sentido manifiesta que ~~antes~~ “de hablar ignora qué dirá; aferra la palabra solamente después de pronunciarla, como si fuese de otros” (*idem*: 78).

Ahora bien, ¿por qué le interesa a Virno el performativo absoluto y sus implicancias? Le interesa, por la siguiente hipótesis:

En las formas de vida contemporáneas el performativo absoluto ya no tiene una ubicación periférica o intersticial; ya no señala un ~~estado~~ “de emergencia” [...] Los juegos lingüísticos basados sobre el enunciado —“Yo hablo” representan hoy el auténtico fulcro de la comunicación social. Baste con pensar en cómo la actual organización del trabajo moviliza la competencia lingüística genérica (potencial, biológica) del animal humano (*idem*: 85).

¿Y por qué nos interesa a nosotros? Por las implicancias políticas de las maneras de hablar de los hinchas. Cuestión a la que en adelante volveremos.

4.3. Subjetividad mediática en reunión

Desde octubre de 2010 a febrero de 2011 hemos participado activamente de las reuniones y actividades de un grupo de socios de CARC auto-convocados (aunque -infantilización mediante, como veíamos-, ellos condenen esa palabra). Este grupo se auto-denomina Movimiento Refundar Central.

Sus integrantes, ante la apatía generalizada que entre otras cosas posibilitó el saqueo sistemático del club y favoreció el descenso de categoría, sostienen una serie de premisas:

- Que no hace falta ser gobierno ni oposición para hacer cosas por Central.
- Que nadie conoce el club desde adentro como quienes lo habitan cotidianamente.
- Que es importante recuperar las instalaciones del club como espacio público-político de reunión.
- Que exigir a quien corresponda mediante acciones creativas concretas es defender a Central y engrandecerlo.

Guiados por ellas se reúnen semanalmente en las instalaciones del Estadio.

Vale detenernos un instante en el perfil de sus integrantes. Por un lado, porque complementa lo vertido en el capítulo anterior acerca de la heterogeneidad del hinchismo activo del CARC y de las prácticas de sociabilidad de los hinchas. Por otro, por lo que concluiremos al finalizar el último apartado de éste capítulo.

No muy distantes de los perfiles y ámbitos y circuitos de inserción de las personas que gobernaron a Central en los últimos diez años (comerciantes, abogados, empresarios, jóvenes profesionales, *yuppies*, técnicos, tecnócratas, egresados de universidades privadas, egresados de carreras de ciencias duras), el movimiento está compuesto por vendedores, empleados de comercio, empleados de distinto rango de empresas privadas, estudiantes de administración de empresas, ingeniería en sistemas y abogacía, un administrador de taxis, etcétera. Se trata de entre diez y quince personas de un promedio de edad situable en los veinticinco años que:

- 1) Visten casi siempre indumentaria alusiva a Central

- 2) Sólo hablan de Central
- 3) Conocen al dedillo el *universo canalla*, sus personajes, sus secretos, sus chimentos, los recovecos del club.
- 4) Realizan actividades en el mismo (musculación, boxeo, etcétera), utilizando sus instalaciones (el balneario, las piletas, los asadores).
- 5) Van siempre a la cancha de local y de visitante, incluso en la Primera B sorteando las prohibiciones de acceso.
- 6) Pero lo más importante para nosotros: **escuchan, leen y miran continuamente programas deportivos locales y medios partidarios**. El caso emblemático es el de los sitios web principales de actualización diaria, como el ya familiar para el lector de esta tesis *canalla.com*, como *sociocanaya.com* y como *diariocanalla.com*. Allí no sólo leen sino que además participan activamente en los comentarios en los espacios destinados a los comentarios del lector. Por lo general hacen esto mientras están *on line* en sus respectivas jornadas de trabajo. Esto y enviarse *emails*. Participar de su lista de correo y chequear la cuenta personal en horas del mediodía es ya encontrarse con un promedio de diez mails. De la misma manera, si para esas horas realizamos una recorrida por los sitios web mencionados, ya vemos, al identificar sus nombres, que estuvieron dejando sus comentarios en las notas de turno. Exactamente lo mismo ocurría con otro grupo al que nos vinculamos durante el año 2008, la Secretaría de Cultura Canaya, en cuya lista estuvimos por un tiempo suscriptos. En ese caso, si bien de un perfil similar al aludido, sus integrantes eran gente más grande (promedio cuarenta años), pero no existía diferencia alguna en cuanto a los hábitos “mailísticos” diarios.

Nuestra hipótesis es que **la interacción continua de los hinchas con el campo del periodismo deportivo, así como la socialización permanente en recursos web tales como los comentarios** - los cuales proponen un contrato de lectura y un tipo de interpelación (pasional, en caliente), una noción de tiempo (la instantaneidad), y alimentan unos mecanismos (la votación) -, **explica los marcados indicios de subjetividad mediático-mercantil en las reuniones.**

Lo que continúa es el registro de lo que vimos y lo que vemos en el transcurso de nuestra experiencia compartida con estos hinchas, tanto en las reuniones como fuera de ellas.

En ese sentido, hay que decir que hasta aquí los hinchas han dado sobradas muestras, no solamente de su entusiasmo y compromiso para sostener en el tiempo un proyecto en un territorio arrasado por la tristeza, lo cual, por su carácter lamentablemente excepcional, ya es de por sí notable, sino que además han activado una potente máquina de cranear ideas, formular iniciativas e interrogantes, ocuparse de temas y crear acciones concretas, aprender acerca de las cuestiones más variadas (desde cómo redactar un comunicado y cómo organizar una fiesta, hasta cómo moverse entre los actores políticos de la *comunidad canalla*), etcétera.

Ahora bien, según lo que pudimos observar, esa máquina podría potenciarse aún más si no se viera constantemente interferida por la subjetividad mediático-mercantil al momento de las discusiones, de los intercambios de ideas y de las conversaciones.

Veamos primero lo que decíamos respecto de este tema hace unos años, sólo que referido a una clase universitaria en una Facultad, producto de nuestra experiencia pedagógico-docente. ¿Qué tiene que ver una Facultad con un club, unos estudiantes universitarios con unos hinchas? ¿Por qué detenernos en eso? Por varias razones. En primer lugar, para desalentar lecturas prejuiciosas o paranoicas e instalar que la subjetividad mediático-mercantil no distingue ni entre instituciones ni entre estratos sociales. En segundo lugar, porque retomar algunas de aquellas formulaciones, vía comparación, es repasar conceptos nodales que serán de suma utilidad para nuestro argumento. Eso explica la longitud del detenimiento.

Allí decíamos, entonces:

>>> Que aquello a lo que más le teme un profesor universitario es a la “mirada de vaca” del alumno (la mirada perdida, vacía, indiferente, inexpresiva). Y que, para conjurarla, al fomentar la participación de los alumnos en clase, ciertos docentes y ciertas cátedras no hacen más que encontrarse con las subjetividades mediático-mercantiles que hoy habitan las aulas. Es decir, que si internet y la

televisión (y las múltiples hibridaciones entre ambos) son máquinas discursivas que nos compelen a realizar determinadas operaciones para habitarlos, esto es, para entrar en conexión con su lógica de funcionamiento, dos operaciones son indispensables en este sentido: el dispositivo enunciativo de la **opinión** y el ejercicio de navegar a través de *links*, operación que llamamos **linkeo** (volveremos luego sobre ellos); siendo estas mismas operaciones las que ponen en marcha, en múltiples ocasiones, los estudiantes universitarios en las aulas.

>>> Que cuando se analizan los medios de comunicación se suele poner el acento en los enunciados, en lo que el medio dice. De este modo aparecen las calificaciones entre periodistas progresistas y conservadores, canales democráticos y canales fascistas, programas sin censura y programas censuradores, etcétera. Pero que otra operación de lectura era analizar las prácticas de enunciación cotidianamente silenciadas tras la voz del enunciado. Que también solamente a partir de los enunciados se suelen analizar los modos de estar en la universidad. Que aparecían, entonces, cátedras, profesores y alumnos reconocidos por la utilización de líneas teóricas, conceptos, autores considerados alternativos, progresistas e incluso anti-académicos, que llamábamos “cátedras piolas”: flexibles, sin divisiones claras entre docente-alumno ni demasiadas exigencias formales ni orden, con profesores simpáticos, compinches, un tanto desfachatados. Que en esa misma clave de lectura aparecían otros tipos de cátedras, las verticalistas, aquellas que utilizan líneas teóricas clásicas, metodologías rígidas, de profesores parcos y exigentes en lo formal, distantes, casi inaccesibles, que llamábamos “cátedra dura”. Pero que si corríamos el eje de interpretación hacia las prácticas de enunciación de los alumnos – en este caso ligadas a los modos de leer, de operar con la bibliografía, de formular problemas de investigación, de articular y producir conocimiento-, no había entre ambos tipos de cátedras prácticamente diferencias. Y que una de las razones radicaba en que en ambos casos, malditos o no, transgresores o no tanto, los alumnos reducían autores, conceptos, saber en general a “información”, operación que apuntábamos como típicamente mediática. Que la conversión del saber en información es lo que permitía operaciones de linkeo (ver abajo) con autores y conceptos –alternativos o clásicos, conservadores o progresistas. Aclarábamos que cuando hablamos de “**información**” hacemos referencia a esos flujos de datos que producen

diariamente los medios de comunicación y que circulan a una velocidad cada vez mayor, cuya particularidad es que, dado su grado de heterogeneidad y velocidad de circulación, impide ligar causas y efectos, conectar hechos, trazar graduaciones, establecer influencias. Finalmente, que la información mediática, a diferencia del saber, no requiere de ordenación temporal, ni de orden lógico, ni de acumulación, y que precisamente eso es lo que posibilita una conexión y una desconexión tan rápida como efímera.

>>> Que así como la “~~é~~átedra dura” pretende conjurar infructuosamente la “~~mirada de vaca~~” con mayor dureza, sin percatarse de que el sujeto al que invoca ya no existe, nostalgia y búsqueda redentora del pasado de por medio³⁷, la “~~é~~átedra piola” pretende conjurarla creyendo que esa mirada obedece al exceso de dureza. Y que de ese modo, sin saberlo ni terminar de desearlo, libera la zona para la irrupción de la subjetividad mediático-consumidora. Que, en consecuencia, la cátedra piola destituye la rigidez propia de la cátedra dura: acota la asimetría profesor-alumno, descarta metodologías estructurantes, promueve la participación, modifica la disposición en el aula, incentiva a tomar mate, etcétera. Pero que el problema emerge una vez hecho ese trabajo destituyente en tanto no logra crear nuevos dispositivos pedagógicos que promuevan un abordaje productivo de los saberes. Que, el resultado, por último, reviste en principio una dimensión productiva: se la pasa bien, hay buena onda, lo cual no es poco en las condiciones universitarias actuales, pero que sin embargo, al mismo tiempo, desemboca en un resultado recurrente, también típicamente mediático: se habla de todo pero no queda nada.

A esa altura nos extendíamos en consideraciones sobre el concepto de “~~dispositivo pedagógico~~” y proponíamos algunos elementos a tener en cuenta en el pasaje hacia lo que, entendíamos, debía y debe ser el diseño de un nuevo

³⁷ Decíamos: —Ejos de la imagen extendida de un alumno activo en su compromiso ciudadano, las aulas se transformaron en lugares donde no se encuentra otro sentido para quedarse sentado que no sea descubrir los *passwords* estratégicos para aprobar la materia. Es decir, todas aquellas llaves (conceptuales, lingüísticas, actitudinales, afectivas, procedimentales, etc.) que, a la manera de las contraseñas requeridas en determinadas páginas web, los alumnos logran reconocer y poner en juego para aprobar la materia, afrontar la siguiente, la próxima a la siguiente, y así hasta obtener el título. En ese sentido, el sentido es hacer un trámite, como cualquier otro, rápido, seguro, sin demoras, en el acto, porque —~~mercado~~ cambia todo el tiempo y hay que estar siempre listo”. En ese marco, un docente duro, en el mejor de los casos, se transforma en un 0-800, en un mini-centro de atención al consumidor de la materia [...] El estudiante, entonces, como todo buen consumidor, vive deseoso de nuevas ofertas (nuevas materias, nuevos regímenes de promoción, nuevos autores, nuevas herramientas profesionales)” (Sodo-Hudson, 2007: 53).

—contrato pedagógico” pensado a la medida de la subjetividad universitaria actual y del aprovechamiento de sus interesantísimas capacidades y destrezas mentales, sin que esto implique en absoluto un regreso a la cátedra dura. Pero eso no viene al caso ahora. Lo que nos interesa remarcar a nosotros acá, más bien, es precisamente eso: la idea de *subjetividad mediática*. La recuperamos a través de una escena seguida de fragmento. La escena:

El profesor abre la clase y propone trabajar un concepto. Acto seguido, propone la participación de todos porque se trata de que no haya jerarquías a la hora de construir la clase: empieza a desplegar el concepto y en pocos minutos un alumno levanta la mano. Le da la palabra: —aní me conecta lo que usted dice con el problema de los excombatientes de Malvinas, cómo puede ser que las instituciones estatales los dejen así de desamparados”. El profesor vincula lo dicho con lo ocurrido después de la guerra de Vietnam y habla de los daños subjetivos de los combatientes. Otro alumno interviene y plantea la ausencia del Estado también en el problema ecológico. Otro dice que en Gualeguaychú existen infiltrados. Otro rescata la resistencia del pueblo iraquí contra las tropas estadounidenses. Otro dice que así como existe un Estado ausente existen los barrios privados. Otro argumenta que los chicos de los barrios privados se crían sin límites concretos. Otro recomienda leer a Badiou porque eso ya lo analizó en el año 91. Otro que se trata de un problema netamente educativo. Otro plantea la importancia de Internet en las luchas políticas. Pasan los minutos y la clase termina en medio de alumnos y profesores discutiendo sobre la situación de los inundados.

El fragmento:

¿Cómo —ombate” la cátedra piola la mirada de vaca? Fomentando un anti-academicismo que no interroga las condiciones y prácticas de enunciación que ella misma promueve [...] Si la clase en una cátedra tradicional se caracteriza por la pasividad y el tedio, la cátedra piola se transforma en un reality show. Los alumnos ya no miran con cara de vaca (silenciosos, aburridos, indiferentes) sino que ponen en marcha esas mismas operaciones que minutos u horas antes habían requerido desplegar [en sus casas]: opinan acerca de los temas planteados [...] y linkean (abren ventanas temáticas de modo frenético y sin clausura) [...] sólo que en el aula lo hacen a partir de los conceptos y temas propuestos por los profesores (Sodo-Hudson, 2007: 54).

Para terminar con este largo paréntesis y retornar a lo nuestro, una definición que, si bien acuñada a partir de la experiencia en un aula, nos reconduce directamente a las reuniones de los hinchas de Central: la definición del **concepto de opinión**, una de las operaciones que, según veíamos recién, se presenta como típicamente mediática, si tomamos a los medios como discurso. En ese sentido, y cercano a nuestro concepto de *votación* ya entrevisto, definíamos a la opinión como un enunciado que no toca subjetivamente a sus interlocutores. Es decir, un enunciado más dentro de un flujo de opiniones fomentado por el medio que, lejos de interpelar a alguien en una situación determinada (el tratamiento de un tema o la formulación de un problema en una reunión, una discusión, una conversación), desconecta, dispersa, no remite más que a ella misma. La opinión, finalmente, no tiene que ver con el enunciado sino con las condiciones de enunciación: se puede estar diciendo algo de carácter erudito –como una cita de un autor- pero se lo puede estar haciendo desde un modo opinativo, o sea, gratuito, inconexo, superfluo para la situación y el momento puntual en el que acontece.

Hasta aquí la subjetividad mediática en una clase universitaria (Corea realizó un análisis similar, muy interesante, acerca de los alumnos del CBS en la Universidad de Buenos Aires y su vinculación con los textos, el cual puede encontrarse en el sitio www.estudiowlz.com).

Ahora, ¿cómo se da esto en el caso de nuestros hinchas de Central?

Creemos que antes que *opinión* o *linkeo*, por nombrar las operaciones eminentemente mediáticas que estuvimos señalando, lo que principalmente observamos y experimentamos en las reuniones es la puesta en acto de juegos lingüísticos, recursos y estereotipos muy propias del género periodístico-deportivo, los cuales irrumpen, insistimos, de una manera poco productiva, dispersiva, poco cuidadosa. Es como si cada uno de los integrantes de la reunión fuera el médium o la encarnación de un personaje que cobrara vida y lo hablara fuera de la pantalla (¿glosolalia?); y es como si entre todos repusieran una escena.

Los personajes: el polemista cisañero; el incisivo que cree ver trasfondos y entrelíneas en todo; el que estuvo hablando con alguien allegado a X jugador o dirigente, o técnico y tiene una primicia o una posta; el calentón; el que tiene en su poder fotos comprometedoras de X jugador o dirigente y, llegado el caso, las

va a mostrar; el que acaba de recibir un llamado o un mensaje de texto con información de primera mano sobre X cosa; el que tiene una bombita para tirar, etcétera.

La escena: la del panel de periodistas, especialistas y movileros de cualquier programa deportivo radial o televisivo argentino contemporáneo que se precie de tal (Estudio fútbol –TyC Sports-; Un buen momento –Radio La Red-; El show del fútbol –América TV-; Estadio tres –LT3-; Fútbol sin trampa –Canal 5-; etcétera).

Más aún: en la jerga de Refundar Central, al encargado rotativo de asignar y distribuir la palabra en las reuniones se lo llama ~~el~~ “moderador”.

De paso, con esto que estamos diciendo se terminan de evidenciar los por qué de nuestra decisión de abandonar el recurso de la entrevista, ya que a la imposibilidad de desarmar la enunciación novelada de los hinchas se le suma lo siguiente: para una subjetividad mediática entrenada en el género del periodismo deportivo, cualquier persona con un grabador y con preguntas de investigación es un periodista de un programa deportivo. En nuestro caso, al ser las preguntas referidas a distintas dimensiones de la vida del hincha, y aquí uno de los indicios en recepción que adelantamos, los entrevistados, primero de Central y Newells, luego solamente de Central, nos contestaban casi siempre a lo *El Aguante*.

Consideramos que, por los múltiples desvíos de atención que se generan con su consecuente desgaste, idas por las ramas, encabalgamientos en polémicas infructuosas no exentas de crispaciones y elevaciones en los tonos de voz; por el clima de *objeción* constante (~~objeción~~” en nuestros términos, ver 3.4.1.1) y las molestas interrupciones; por el egoísmo del que opina, esta vez tomando a la opinión en los términos de Virno, o sea como vocalización de enunciados que, por alguna razón, van destinados a llamar la atención; por todo esto entendemos que la interesantísima máquina puesta a andar por los hinchas se entorpece.

En cuanto a la *temporalidad*, para volver sobre uno de los términos centrales que más arriba prometimos retomar, observamos que los hinchas se mueven, se tambalean más bien, entre tres niveles: la temporalidad propia del clima de urgencia permanente que implican los avatares del convulsionado mundo de CARC con sus corridas y sus cuestiones cotidianas urgentes por resolver; la temporalidad propia de la agenda periodística deportiva, que no es sino el tiempo

de la actualidad; y la temporalidad resultante del hábito en el manejo de recursos web. Por ejemplo, las intervenciones, las respuestas, el tratamiento de las propuestas, las decisiones, parecieran estar regidas por la temporalidad de los comentarios del lector. En suma, entre estas tres capas en sus reuniones los hinchas tratan de hacer pie.

Esto mismo, cabe aclararlo, observamos durante nuestra participación en las reuniones de otro de los grupos de la *comunidad canalla* antes mencionado, con lo cual podría decirse que empezamos a estar en condiciones de establecer generalizaciones al respecto.

Según nuestra concepción, para ir redondeando, estar predispuestos a registrar y revisar constantemente todo esto equivale a politizar los modos de hablar y, de la mano con ello, a cuidar los distintos niveles de inmanencia (afectivos, conversacionales, argumentales, creativos) que se traman entre los hinchas reunidos en movimiento. Forjando una temporalidad de discusión y acción propia, no ajena, no fijada por agendas periodísticas ni hábitos ni urgencias. Forjando una temporalidad de discusión y acción propias pero también revisando las nociones de “Otro” que se ponen en juego. ¿Qué Otro es el otro? ¿Es un compañero al que escuchar y con el que cooperar en la producción de una idea? ¿Es el turno que lo separa a uno de la toma de la palabra? ¿Es un panelista con el que polemizar en un set de TV? ¿Es un Otro?

4.4. Ranciere, o cómo pensar en el ruido

Siguiendo en la línea de lo que veníamos relatando, ¿cómo pensar en el ruido, entre el exceso de opiniones, la sobresaturación de novedades, la urgencia y el sobre-estímulo de informaciones?

En un artículo traducido al español como “El espectador emancipado”, Ranciere plantea algo que nos puede resultar de utilidad al respecto. Veámoslo paso a paso, tal como hicimos anteriormente con Virno.

Ocupándose de algunas cuestiones propias del teatro, el filósofo francés sitúa un problema que, según él, habría recorrido transversalmente a la historia de dicha práctica artística. Lo llama “la paradoja del espectador”. Y lo plantea así: por un

lado, no hay teatro sin espectador; pero por el otro, ser espectador es un mal. ¿Por qué? Porque desde Diderot y Platón en adelante (para quien la comunidad justa es aquella que no tolera la mediación teatral) el espectador es alguien que:

- Mira, cuando mirar es lo contrario de conocer (el espectador ve apariencias, pero no el proceso de producción de esas apariencias).
- Permanece quieto y pasivo, cuando estarse quieto y pasivo es estarse separado de la propia capacidad de conocer y de actuar.

Ese diagnóstico, según Ranciere, es el que subyace como invariante en todos los intentos de reforma del teatro moderno, desde el Teatro Épico de Brecht al Teatro de la Crueldad de Artaud, intentos que podrían formularse así: se debe crear un nuevo teatro, un teatro sin espectadores, un teatro con espectadores de conocimiento y acción. Y justamente es ese diagnóstico el que para el autor convendría reexaminar:

El teatro se acusa a sí mismo de volver pasivos a los espectadores y de traicionar así su esencia de acción comunitaria. Consecuentemente se otorga la misión de invertir sus efectos y de expiar sus faltas devolviendo a los espectadores la posesión de su conciencia y de su actividad. La escena y la performance teatrales se convierten así en una mediación evanescente entre el mal del espectáculo y la virtud de la verdad teatral. Se proponen enseñar a los espectadores los medios para cesar de ser espectadores y convertirse en agentes de una práctica colectiva (2010: 15)

Entonces, es en ese punto de su argumentación donde entran en juego sus proposiciones sobre la emancipación intelectual, el presupuesto de la igualdad de las inteligencias y el método Jacotot, trabajado todo en otro de sus libros: *El maestro ignorante...* (2003). En esa línea, Ranciere sostiene que así como en la relación pedagógica moderna el maestro busca disminuir progresivamente la distancia que lo separa del alumno, del ignorante, sin saber que así no hace más que recrearla, el dramaturgo busca disminuir la distancia que lo separa del espectador. Y afirma que en esa búsqueda, común a ambas prácticas, subyace un error fundamental: **lejos de un mal a abolir, tal como se suele creer, la distancia es la condición normal de toda comunicación.**

Eso, porque para Ranciere el animal humano aprende todas las cosas como primero ha aprendido la lengua materna: observando y comparando una cosa con otra, un signo con un hecho, un signo con otro signo. Así lo expresa:

De ese ignorante que deletrea signos, al docto que construye hipótesis, es siempre la misma inteligencia la que está en funciones, una inteligencia que traduce signos a otros signos y que procede por comparaciones y figuras para comunicar sus aventuras intelectuales [...] Este trabajo poético de traducción está en el corazón de todo aprendizaje (*op cit.:* 17).

“Distancia” y “trabajo poético de traducción”. He ahí los dos términos clave. Al que podríamos añadir “disociación”. Se trata de los términos que vendrían a desarmar lo que Ranciere denomina “lógica del pedagogo embrutecedor” o “lógica de la traducción directa de lo idéntico”, lógicas que consisten en el presupuesto de que hay algo, un saber, una capacidad, un sentido, una energía que, estando de un lado, debe pasar al otro. Dicho de otra manera: “lo que el alumno debe aprender es lo que el maestro le enseña. Lo que el espectador debe ver es lo que el director teatral le hace ver” (*op cit.:* 20). A ello, “esta identidad de la causa y del efecto que se encuentra en el corazón de la lógica embrutecedora, la emancipación le opone su disociación” (*ibidem*).

La emancipación, agrega el autor, “comienza cuando se vuelve a cuestionar la oposición entre mirar y actuar” (*op cit.:* 19) ¿Por qué? Porque el espectador, dirá Ranciere, también actúa, como el alumno o como el docto. Porque “observa, selecciona, compara, interpreta. Liga aquello que ve a muchas otras cosas que ha visto en otros escenarios, en otros tipos de lugares. Compone su propio poema con los elementos del poema que tiene delante” (*ibidem*). En un teatro, en suma, como en una escuela, un museo o en la calle, postula, no hay sino individuos que trazan su propio camino en la selva de las cosas y los signos.

¿Qué tienen en común estos individuos, qué los hace semejantes? Pero a la vez, ¿qué los hace singulares? Lo que los hace tan semejantes como singulares no es ninguna otra cosa que el poder de traducir lo que perciben y ligarlo a una aventura o un camino particular. Y es un poder que “se ejerce a través de distancias irreductibles, se ejerce por un juego imprevisible de asociaciones y disociaciones. En ese poder de asociar y disociar reside la emancipación del espectador, es decir, la emancipación de cada uno de nosotros como espectador” (*op cit.:* 23).

Porque para el filósofo que nos convoca, ser espectador no es la condición pasiva que precisaríamos cambiar en actividad. Es nuestra situación normal. Desde su perspectiva, aprendemos y enseñamos, actuamos y conocemos también como espectadores que ligan en todo momento aquello que ven con aquellos que han visto y dicho, hecho y soñado.

Finalmente, Ranciere nos deja una frase inquietante cuando escribe que ~~una~~ "comunidad emancipada es una comunidad de narradores y de traductores" (*op cit.*: 28).

En definitiva, éstas dos páginas y media de Ranciere vienen a nosotros a raíz de que, según nuestro punto de vista, la subjetividad mediático-mercantil, con los climas que genera, con las temporalidades y las operaciones que la rigen, con el tipo de interpelaciones, vínculos y contratos de lectura que implica y propone, golpéa justo sobre la capacidad de traducir y disociar. En otras palabras: creemos que entre el exceso de opiniones, la sobresaturación de novedades, la urgencia, la sobre-excitación, el sobre-estímulo de informaciones, se dificulta traducir. En síntesis, creemos que entre el ruido no se termina de poder pensar.

Un paréntesis, entonces, para pensar una hipótesis acerca de la tarea del ~~moderador~~: a la hora de escuchar y distribuir la palabra, el moderador deberá estar atento a aquellas intervenciones, palabras, gestos, enunciaciones que, en medio del ruido superfluo y dispersante, configuran, arman lazo, componen; deberá estar a la caza de los signos e indicios de actividad configurante. ¿Y qué es la actividad configurante? Según Corea es aquella actividad que procede por conjetura. ¿Y qué es para la autora la conjetura? ~~La~~ "conjetura es la operación de pensamiento capaz de preguntarse sobre el otro, sobre lo que pasa, sobre lo que nos puede pasar, sobre las consecuencias que tiene lo que digo, lo que no digo, lo que contesto, lo que no contesto (s/e)". Es decir, y nuevamente, otra definición lindera a la nuestra de ~~prácticas de cuidado~~".

Finalmente, sabido es el estatuto que Benveniste (1976) le otorga al habla como fundamento lingüístico de la subjetividad. Sabido también es el valor político que nosotros le venimos confirmando. Ahora bien, ¿por qué más constituye un asunto importante poner el foco en las maneras de hablar?

Leer y escuchar hinchas a lo largo del tiempo (en nuestro caso, y sistemáticamente, desde el año 2007) es tener la sensación constante, notable y sonante de que todo ya ha sido dicho antes, de película vista, de fórmula calcada o figurita repetida, actos puros, inercia, defectos de semanticidad si los hay; es tener la sensación de asfixia, de tedio, de enunciados empobrecidos como si estuvieran estancados en un punto y no pudieran dejar de repetir lo mismo, perdiendo, en cualquier caso, potencia de nombrar lo que pasa o lo que hay; la sensación de que, sin terminar de decir, se dice nada o siempre lo mismo, como si un género discursivo (el deportivo) o una jerga (la de los hinchas de CARC) o una subjetividad (la mediática) encorsetaran y no permitieran la irrupción de una voz propia; o, para el caso del tipo de hinchas que nos convoca en nuestra búsqueda de respuestas a los interrogantes planteados en el capítulo anterior, la voz propia de una generación, la voz propia de una generación que al tomar la palabra hablando de otra manera se separa de la lengua materna (las generaciones anteriores, los portavoces de la novela), se singulariza, irrumpe en escena y se constituye como sujeto.

Y, si pensamos en una epistemología constructivista del lenguaje, también constituye un asunto importante, pues así se recupera la capacidad de nombrar y de crear *posibles*, de crear mundos y realidad.

4.5. ¿Por qué los hinchas, activos como son, no se involucran en la vida institucional de su club?

Como bien se lee en el título, sumamos un nuevo interrogante. Y a modo de respuesta, ensayamos una hipótesis: **si no lo hacen es, en buena parte, debido a una práctica y a un procedimiento discursivo del hinchismo (otro más): debido al aguante-presencia y al sentimentalismo.** La presentación que sigue es la manera que encontramos de argumentar y dar cuenta de esto. Veamos.

Si la década de 1990 en Argentina instala los valores del éxito, el consumo personal, la imagen del ganador y la acumulación de dinero como los principales baluartes de un seguro pasaporte a la felicidad, en el caso de los hinchas de fútbol esa premisa queda relegada a un segundo plano. Un club, que supo ser líder y exitoso, puede cosechar magros resultados durante largas temporadas y no por eso

perder a sus adeptos. Esto no equivale a decir, como veremos, que el fútbol y sus hinchas se hayan mantenido inmunes a los parámetros del neoliberalismo. Más bien, la novedad radica en que, a pesar de estas condiciones de mercado, la masiva movilización de los hinchas se haya autonomizado respecto del resultado, de la satisfacción del producto, de la promesa de placer. ¿Qué otro caso se le asemeja en pleno neoliberalismo? ¿Son imaginables, por ejemplo, un programa de TV que se mantenga en el aire sin rating, o una marca de ropa cuyos locales no cierren a pesar de la escasez de ventas?

De igual forma, vale aclararlo, esto no quiere decir que en épocas anteriores los hinchas dejaran de ser hinchas ante un resultado negativo de su club. Sabido es que, de este lado del mundo, desde que el fútbol es fútbol, pocas cosas suscitan en las personas la identificación, la adhesión incondicional y la fidelidad que generan unos colores que no se cambiarán en la vida. De hecho, si algo iguala el fanatismo por un equipo de fútbol con el nombre propio o la nacionalidad es que no se elige. Se puede cambiar, o se puede elegir, sí, pero eso ocurre sólo en casos muy excepcionales. Lo habitual es que se nazca hincha de un club y se porte ese amor para toda la vida³⁸. En definitiva, ser hincha de un club no dependió nunca de los resultados. Los triunfos se viven como un plus pero no como una condición para seguir siéndolo.

Sin embargo, y en esta problemática queremos focalizar el análisis, al menos en la última década el hinchismo tiene poca vinculación con lo que ocurre en un campo de juego. Y no nos referimos, como en el párrafo anterior, a los resultados (positivos o negativos), que, como dijimos, nunca lo determinaron, sino al juego a secas, a las tradiciones futbolísticas de cada club, etcétera. El hincha, progresivamente, se ha desentendido del campo de juego. A la postal ya típica de los integrantes de la *banda* alentando en el para-avalanchas de espaldas al campo de juego se le agrega otra que empieza a resultar habitual en los estadios argentinos: hinchas filmando a su hinchada o fotografiándose con celulares para luego subir y hacer circular las imágenes en internet (ver capítulo siete). Una

³⁸ El hinchismo, en tal sentido, tiene dos fundamentos principales: lo familiar y lo territorial. La herencia paterna y la ciudad o el barrio de nacimiento y crianza. Según esto último, quienes nacieron en La Plata serán de Estudiantes o Gimnasia, quienes nacieron en Mataderos serán de Nueva Chicago, quienes nacieron en Avellaneda serán hinchas de Racing o Independiente, quienes lo hicieron en Parque de los Patricios serán de Huracán, quienes nacieron en Rosario serán de Central o Newell's. Y así.

hipótesis, que trabajaremos detalladamente en los párrafos que vienen, es que a la hinchada ya no la interpelan tanto los jugadores o el devenir del juego como la imagen de sí misma y su diferenciación respecto de las parcialidades rivales.

En tal sentido, no podemos perder de vista que la autonomización respecto al campo de juego es motorizada por el propio mercado mediático y publicitario en la medida en que, mediante dicho mecanismo, garantiza fidelidad en el consumo bajo cualquier circunstancia deportiva y para todo tipo de segmentos: capta a los hinchas de los clubes más ganadores tanto como a los de los clubes más perdedores. Dicho de otra manera: al campeonato de fútbol lo gana uno solo, pero al campeonato del aguante lo puede ganar cualquiera. Recordemos, en este punto, la propaganda de TyC Sports resaltando la pasión de un puñado de hinchas del club Yupanqui.

En una comunicación personal, dice Diego Stulwark al respecto:

Esta automatización es un desdoblamiento que termina por crear un nuevo término, la hinchada como tal, de la que participa el hincha, que ya no va a ver el partido, el desarrollo del juego, sino a mostrarse, a crear una imagen. Como creador de imágenes ingresa en una competencia análoga con otras hinchadas por agregar un valor que ya no viene dado sólo por los resultados. En el extremo, el club (colores e hinchada), tomado como significante, deviene una marca, un código que puede triunfar aún si los jugadores pierden los partidos. En cualquier caso, una buena hinchada ofrece una circulación de la marca que garantiza negocios aún si como institución no se logran triunfos. De este modo, podría decirse que el fútbol sí fue afectado por el neoliberalismo, pero de un modo particular, no como exacerbación del individualismo consumidor, sino como un comunitarismo de la marca.

Lo novedoso del fútbol, decíamos, estaría dado por los niveles de movilización sin precedentes que hoy despierta, tanto respecto del resultado como del juego propiamente dicho. Existen pocos eventos que, en la actualidad, movilicen cientos de miles de personas por fin de semana. Sin ir más lejos, y si bien históricamente Central ha sido reconocido por el mundo del fútbol como un club caracterizado por el fervor, la pasión y el poder de convocatoria de sus hinchas, es en el correr de estos últimos años de lucha por el descenso y lucha por el ascenso que puede observarse con mayor nitidez el siguiente panorama:

- Un incremento desorbitante en el número de socios (al punto de que el club, desbordado en su capacidad de alojarlos, en reiteradas ocasiones tuvo que abrir listas de espera para tramitar nuevos asociados).
- Lleno total del estadio en todos los partidos que disputa en condición de local.
- Aumento sostenido de la cantidad de hinchas que lo siguen en condición de visitante.
- Apertura de nuevas peñas y filiales en distintos puntos de la ciudad y del país.
- Apertura de nuevos locales de venta de indumentaria temática.
- Acontecer permanente de fiestas, rituales, eventos sociales y culturales, como mostrábamos en el capítulo anterior.

¿Cuáles pueden ser las razones de esta autonomía de la movilización de los hinchas respecto de los procesos deportivos? Creemos que pueden existir dos, como anticipábamos al comienzo del apartado: *el sentimentalismo* y *la cultura del aguante-presencia*. Se trata de razones juzgadas como dato positivo por los propios hinchas. Sin embargo, nos interesa pensar qué consecuencias o efectos produjo en la propia realidad de los hinchas y en la situación de los clubes. Puntualmente, de Central.

Una serie de preguntas, entonces, nos convocan: ¿por qué los hinchas se asocian masivamente a un club que perdió 20 de 38 partidos en juego durante el año 2009, incluso afrontando aumentos de magnitud en el valor de la cuota? ¿Por qué Central moviliza miles de personas a otras ciudades? Las respuestas surgidas desde el sentimentalismo o desde la lógica del aguante dirán que porque “*Central es así, pasional, un sentimiento inexplicable, la hinchada más fiel, la que no tira butacas ni rompe carnet, la que no le importa nada y sólo quiere ver a Central, la que a Central lo quiere y lo viene a alentar en las buenas y en las malas mucho más...*” Pero, ¿en qué situación fue quedando el club mientras tanto? ¿Tiene

sentido que Central ascienda cada vez más en mística e imagen y descienda en capital económico y futbolístico?³⁹

Repasemos la situación, en este último sentido: la destrucción institucional de CARC, sumado a la cada vez más intensa pauperización deportiva, sumado a una pérdida dramática de la identidad futbolística construida a lo largo de su historia, se contraponen con el crecimiento exponencial de otra dimensión: aquella que refiere a la construcción de su mística y de su imagen mediática. A través de la palomita de Aldo Pedro Poy, el 4-0 a Newell's con abandono incluido, y todos los hitos señalados en el capítulo anterior; a través de la proliferación de hinchas canallas ilustres y famosos (Fontanarrosa, Olmedo, Fito Páez, Ernesto Guevara, Baglieto, etcétera), entre otros grandes hitos de la riquísima historia canalla, los hinchas han sabido construir una imagen del "nosotros" asociada a determinados atributos (ser guerreros, no abandonar, estar locos, tener cultura propia) cada vez más extendida y posicionada en los medios de comunicación y en el seno del propio *pueblo canalla*; la producción del nosotros-hincha de la que hablábamos en el Apéndice a la Introducción y en el capítulo pasado.

Hecho el repaso, nos preguntamos: **¿qué es el sentimentalismo?**

Un poco a la manera de ese "terrorismo de lo inefable" que postula que el peronismo solo puede sentirse, del que habla Verón en la introducción de su *Perón o muerte...* (2003), para nosotros el sentimentalismo no es más que la afirmación de que el fútbol en general y Central en particular son un territorio en el que únicamente intervienen los sentimientos. El pensamiento, entonces, es una

³⁹ Podemos pensar que ambas dimensiones (la simbólico-mediática y la institucional-deportiva) no se rozan. Central lo demostró durante el 2009 y el 2010: es uno de los clubes que más convocatoria tiene y, al mismo tiempo, recién estaría saliendo de su peor crisis económica a la vez que descendió de categoría y, al momento en que esto está siendo escrito naufraga en la mitad de tabla de la Primera B. Ahora bien, que estas dimensiones corran, como corrieron en los últimos largos años, por carriles paralelos, no implica que en definitiva no haya una incidencia entre ambas. Introduzcamos al respecto dos consecuencias posibles de este paralelismo: por una parte, esta situación que planteamos significa que el armado, sostenimiento y construcción de la liturgia canalla ha provocado, más allá de las buenas intenciones de quienes la promueven y sostienen, una invisibilización de los procesos políticos institucionales (vinculados con las decisiones futbolísticas más importantes, las decisiones institucionales de peso, con el devenir de lo financiero, etc.), o por lo menos, si la hubo, se trató de una atención que no tuvo ninguna incidencia concreta y decisiva; por la otra, la construcción de la mística canalla implica una tajante división del trabajo: están, por un lado, los hinchas que la gestionan, y por otro, un puñado de dirigentes que se ocupan de las decisiones políticas e institucionales. Esta división del trabajo puede equipararse a lo que ocurre en cualquier estructura partidaria –de izquierda o derecha-tradicional: el fervor, el color, la convocatoria social es propiedad de las bases, mientras que las decisiones estratégicas son propiedad de la mesa directiva compuesta por sus principales dirigentes.

operación indeseada, cuando no rechazada o entendida como sinónimo de “frialidad” o catalogada como un “disparate”, en tanto, según esta premisa, no se puede analizar aquello que está regido por la pasión o, dicho con simpleza, por el corazón.

En este sentido, y sin negar que el fútbol está impulsado por la pasión y los sentimientos más sanguíneos y viscerales, nos parece que dejar el devenir de un club librado a los sentimientos y negarse a pensar lo que ocurrió en los últimos largos años es un buen paso para seguir invisibilizando las crisis institucionales y deportivas. ¿Qué pasó en los últimos años? ¿Cómo se llegó hasta donde se llegó? ¿Qué balance hacen los propios hinchas de su implicación y responsabilidad en ese lamentable proceso? En definitiva, nos preguntamos, ¿por qué aquellos mismos hinchas que son capaces de poner en juego el cuerpo y movilizarse de a miles, o de sostener la construcción de la imagen canalla, no se implican de un modo similar ante la destrucción –fútbolística, económica, institucional- de su querido club?

Decíamos que encontrábamos una de las razones en la **relación sentimentalista** que el hincha traza en la producción de un enunciado. Veamos ahora la otra razón, el aguante-presencia.

4.5.1. Las dos condiciones (televisiva y deportiva) del aguante-presencia

La *cultura del aguante-presencia* o *aguante-fiesta*, cuyo surgimiento mediatizado podríamos situar a mediados de la década de 1990, se basa en dos condiciones: una condición deportiva y una condición televisiva.

La condición deportiva funcionaría del siguiente modo: entre administraciones corruptas y autoritarias, gestiones carentes de idoneidad, dirigentes faltos de decisión política y socios políticamente apáticos, salvo contadas excepciones, los clubes del fútbol argentino desde hace por lo menos dos décadas son estructuralmente deficitarios. Sumidos en esa realidad no hacen más que entrar en un círculo vicioso: ni bien un jugador que llega a primera división se destaca del

resto, lo transfieren al mercado europeo o al mexicano⁴⁰. Es más, algunos ni siquiera llegan a debutar en primera división. Ahí está Lionel Messi, principal promesa argentina, para demostrarlo.

Urgidos por la presión del éxito deportivo que impera en un medio futbolístico cada vez más cortoplacista, y para no pagar el costo político de las transferencias, los dirigentes, en vez de apostar a un proyecto futbolístico de largo plazo invirtiendo en la formación de los jugadores de las divisiones inferiores y capitalizando al club, tapan baches contratando figuras a préstamo, por lo general jugadores que pasaron sin pena ni gloria por Europa, o que ya transitan los tramos finales de su carrera, o jugadores provenientes de mercados accesibles como el de los países sudamericanos o el del ascenso. Figuras que a su vez sólo pueden ser reemplazadas por nuevos jugadores contratados a préstamo, ya que la falta de inversión en las divisiones inferiores, y la imposibilidad de sostener los tiempos requeridos para toda formación educativa, redundan en jugadores técnica, física y psicológicamente no aptos para desempeñarse profesionalmente en un medio tan competitivo como perverso, puesto que no cuentan con la madurez y el tiempo suficiente para afrontarlo.

Esta suerte de modelo agroexportador de jugadores de fútbol en Argentina tiene su correlato: en décadas pasadas los clubes contaban con futbolistas que vestían durante largos años la misma camiseta (Bochini, por ejemplo, hizo toda su carrera en Independiente. Aldo Poy, en Central). La identificación de los hinchas, entonces, no pasaba solamente por el barrio del club o por los colores de la camiseta sino también por sus jugadores-símbolo. Lo mismo en cuanto a los directores técnicos. Cada equipo estaba por temporadas asociado a un nombre propio que lo identificaba (El Central de Don Ángel Tulio Zof, el Boca de Lorenzo, el Estudiantes de Zubeldía, el River de Labruna, el Ferro de Griguol, etc.). De un tiempo a esta parte, entonces, la identificación con los jugadores del club se vuelve mayoritariamente imposible.

¿El saldo? En un contexto de mercado en el que todo fluye y circula (el dinero, las imágenes, los futbolistas, los directores técnicos, los sponsor, los diseños de

⁴⁰ Los principales europeos: Italia, España, Inglaterra, Alemania, Francia, Portugal. Los europeos emergentes: Rusia, Bélgica, Holanda, Suiza, Turquía, Grecia.

las camisetas, etc.), lo único que permanece estable es el hincha reivindicando su aguante y cantándose a sí mismo el amor que tiene por el club.

Si a eso se le suma que la política partidaria, la nacionalidad, el trabajo y otras máquinas constructoras de identidades trascendentes perdieron capacidad de interpelación durante extensos períodos de la historia argentina reciente, pareciera que sólo queda ser-hincha-de. En ese escenario, cualquier cosa que ponga en discusión ese último bastión de la identidad orgánica –, y esto es otro elemento a tener en cuenta al pensar en los ambientes de violencia - un resultado adverso, la burla de hinchas rivales, etc.-, es vivida como amenaza.

Así lo señala Alabarces:

Las hinchadas se perciben así mismas como el único custodio de la identidad; como el único actor que no produce ganancias económicas, pero que produce ganancias simbólicas y pasionales [...] los únicos fieles a los colores frente a jugadores traidores, a dirigentes guiados por el interés económico personal, a empresarios televisivos ocupados en maximizar la ganancia, a periodistas corruptos involucrados en negocios de transferencias. Las hinchadas despliegan, en consecuencia, una autopercepción que agiganta sus obligaciones militantes: ir a la cancha no es únicamente el cumplimiento de un rito semanal. Por un lado, por la persistencia del mito, de la ilusión mágica: todo hincha supone –sabe– que ir a la cancha incide en el resultado. Por el otro: que esa identidad permanezca viva, que no muera en medio de los “negocios”, depende, exclusivamente, de ese incesante concurrir a la cancha, para afirmar la continuidad del pacto pasional (2004: 79).

Y respecto de la cuestión de las identidades modernas, siguiendo con Alabarces, un diagnóstico y un doble problema:

Cuando el mundo del trabajo se dedica a expulsar, cuando ser joven es delito, cuando el género permite migraciones, cuando no se puede ser universitario porque no alcanza el dinero o no vale la pena, cuando ser peronista implica un estallido de las significaciones o la traición menemista, cuando ser gordo es un estigma [...] entonces, parece quedar una sola posibilidad [...] El problema es doble: por un lado, que estas identidades no son ni pueden ser políticas [...] El otro, mucho más grave, es que estas identidades son radicales: existen sólo frente a otra identidad que le sirva de oposición, el adversario, al que se le debe ganar (*op cit.*: 80)

La condición televisiva, en tanto, y esto es adelantarnos un poco al capítulo siete, operaría de la siguiente manera:

En su avidez por la captación infinita de públicos y por la fidelización de segmentos de consumidores que señalábamos antes, en un momento dado los cerebros de la televisión especializada en el fútbol argentino leen esta situación y reconfiguran su estrategia. De efectuarse en términos publicitarios sobre el eje de la calidad de los partidos, la construcción televisiva del fútbol argentino pasa a efectuarse sobre el eje de la pasión de los hinchas locales. De ese modo, se viene operando un desplazamiento en el foco de la mirada. De mostrar únicamente lo de adentro (el partido de fútbol), se empieza a mostrar también todo lo que pasa en las adyacencias del estadio o en las tribunas (ingreso de los hinchas, comportamiento de los hinchas durante el partido, seguimiento de sus rituales y modos de celebración, etc.) construyendo al fútbol de esa manera como un espectáculo total, difuminando las fronteras entre actores y espectadores.

Ese desplazamiento es el que para nosotros habilitó la aparición de programas como *El Aguante* o *Minuto a Minuto*⁴¹, que no enfocaba el partido propiamente dicho sino a los hinchas, o en todo caso a partir de los hinchas, o el que otorgó un marco de sentido al clip de apertura del malogrado *Fútbol de Primera*, en el que a partir de un sinfín de recursos técnico-filmico-fotográfico-narrativos de alta calidad se llevó a cabo una estetización de la pasión futbolera de alto vuelo.

Se trata de programas que hubiesen sido poco menos que inimaginables veinte años atrás, en épocas con una fuerte presencia del “héroe deportivo”, de los “jugadores-símbolo”. En esa dirección dice Alabarces que “hoy los hinchas agigantan su protagonismo en el relato, en la televisación de sus carnavales o en el relato de sus acciones” (*op cit.*: 82). Y que “en el caso argentino, esto puede leerse como una nueva ausencia: la desaparición del héroe deportivo –una vez más: Maradona- y la imposibilidad de su reemplazo” (*ibidem*).

⁴¹ Minuto a Minuto era el relato que el canal Fox Sport ofrecía de los partidos de fútbol argentino que se emitían los domingos por señal codificada, destinado a todos aquellos que no contaban con esta señal. Allí un relator narraba en vivo todo el partido, pero, al no poder verse lo que acontecía en el campo de juego por razones comerciales, lo que se veía era lo que pasaba en el campo de juego pero a través de la mirada de los hinchas que estaban observando el partido en el estadio, a través de sus gestos, de sus acciones, de lo que cantan, a la manera de una radio televisada.

En lo que a Central concierne, podemos leer efectos de este desplazamiento ahí cuando www.canalla.com -y esto es seguir adelantándonos al capítulo siete y hablar ya de *indicios en recepción*- realiza la cobertura de los partidos disputados por el primer equipo de CARC, otorgándole mucho menos espacio a los comentarios del partido en sí y al rendimiento de los jugadores que a las fotos de los hinchas antes, durante y después del partido, bajo títulos como “reviví la fiesta de la gente el domingo en el Gigante”, o “todas las fotos de la caravana al Monumental”. O en el programa *Rosario de Central*, cuando dedica bloques enteros nada más que a mostrar a los hinchas de Central viajando, llegando al estadio, alentando durante el partido o festejando tras el pitazo final.

Lo que surge a partir de esto es un problema, o mejor dicho una pregunta-problema, la misma que venimos abriendo desde hace un par de capítulos y retorna siempre, o, lo que es lo mismo, una nueva aparición de la relación *producción-reconocimiento*, una de las dos tensiones transversales subyacentes a esta tesis señaladas en la introducción: ¿Se puede afirmar que las novedades en la construcción televisiva del fútbol argentino de primera división con el tiempo han introducido modificaciones en las prácticas y en los modos de los hinchas? ¿Se puede postular, en ese sentido, la existencia de un nuevo modo de ser hincha, que se caracterizaría, entre otras cosas, por su creciente auto-referencialidad o por interpretar que es en la pantalla donde se dirime el aguante? La pregunta, y todo lo que implica, es recurrente, sí, pero habremos de esperar hasta el capítulo siete para profundizar en ella y ensayar algún tipo de respuesta.

4.5.2. Encerronas y dilemas del sentimentalismo y del aguante-presencia

Como apuntábamos, el *sentimentalismo* y el la *cultura del aguante-presencia* portan sus propias encerronas y dilemas. A la creencia sentimiento VS pensamiento, se le agrega, a su vez, otra situación:

La lógica del *aguante-fiesta* no admite la (auto)crítica, puesto que la crítica invalidaría la noción misma de “aguante”, en tanto tener aguante significa acompañar a un club aún bajo cualquier adversidad, arbitrariedad y circunstancia. Al mismo tiempo, la (auto) crítica puede poner en duda el único capital que tienen

los hinchas de un club como Rosario Central en las últimas dos décadas, tan pobres en logros deportivos: el capital simbólico-mediático. Aparece entonces la amenaza de ver jaqueado ese último bastión de la identidad y ser catalogados por los rivales directos como “sin aliento”, “hinchas que putean a sus jugadores”, “hinchas que no llenan la cancha”, “hinchas que protestan”, etcétera.

Todo esto genera un dilema en el que cualquiera de las alternativas que se elija resulta igualmente riesgosa: si se aguanta incondicionalmente se corre el riesgo de descuidar los procesos deportivo-institucionales concretos, y si se promueve la crítica se corre el riesgo de ser acusado de “pecho fríos” por los propios pares, o tildado de “sin aliento” por los rivales.

Tal escenario puede observarse claramente en las intervenciones de los hinchas en canalla.com. En tiempos en los que predominan el sentimentalismo y la cultura del aguante, la crítica pone en riesgo al propio ser canalla. Así, se observa que en cada nota crítica escrita por un hincha, antes que nada, éste debe indispensablemente aclarar, una y otra vez, que él es un hincha de Central fanático, que es de Central desde que nació, que toda su familia es de Central, que a su hijo lo hizo socio el día que vino al mundo, que va a la cancha siempre, que viaja a los partidos de visitante, etcétera. La referencia a su génesis canalla aumentará en la misma medida que aumente el tenor de la crítica. Es como si los hinchas, al turno de volcar una crítica, precisaran primero exhibir sus pergaminos para no sufrir ingratas invalidaciones (esta posición enunciativa está incluida, de alguna manera, en la que trabajamos en el punto 3.4.1.1: “canallómetro”).

Para cerrar, y como para ofrecer otra versión del dilema, padecido en este caso desde el punto de vista de una hincha integrante de una de las agrupaciones opositoras a la actual conducción del club, que nos aportaba otra encerrona. Ésta tiene que ver con los efectos de la crítica vertida desde el lugar de la oposición.

Nuestra hincha se preguntaba: ¿Qué es ser oposición en un contexto como el de Central? Si en un club como Central, sumamente frágil -económica y futbolísticamente hablando-, se ejerce una crítica activa, se corre el riesgo de poner palos en la rueda y agregarle más fragilidad a algo que de por sí ya es frágil, o de recibir como acusación que eso no es propio de hinchas sino de particulares que están “haciendo política”. Pero si se pone entre paréntesis la crítica, al menos

mientras duren los momentos de mayor fragilidad (la disputa de partidos para dirimir la permanencia en primera división, por ejemplo), se está ante la posibilidad de que los socios luego les reprochen el hecho de no haber desempeñado una función de oposición responsable en su momento.

Esto, según la hinchas en cuestión, guarda relación con las percepciones que los hinchas tienen de sí mismos y de la política. Si lo propio del hinchas es el aliento incondicional y el aguante, la vida política del club sería impropia de ellos en tanto la palabra “política” es considerada, justamente, mala palabra, y aparece inmediatamente asociada a intereses mezquinos, a manejos corruptos y demás. Suele escucharse: “A mí la política no me interesa, lo que me interesa es Central”. En ese escenario, tampoco pareciera existir una salida mejor que la otra: si los hinchas “hacen política” contaminan su esencia. Pero si se desentienden de las cuestiones institucionales, se deja todo en manos de un puñado de dirigentes que deciden los destinos del club sin ningún tipo de control.

4.5.3. Hacia otra noción de aguante

Continuaremos ahora tratando de pensar algunos puntos que nos lleven hacia una nueva noción o versión de “aguante”, en línea con lo trabajado en el capítulo pasado, cuando, al referirnos a lo popular en los clubes de fútbol, nos preguntábamos por la existencia de hinchas activos o grupos de hinchas activos cuyas prácticas, más invisibles, más silenciosas, tuvieran que ver con una noción de “aguante” que excediera sus aspectos enrostrables, espectacularizables y capitalizables como imagen-impresión en la carrera por la disputa de la grandeza. Es decir, que fuera el punto de partida para una nueva versión de lo popular y no quedara reducida a una más de las variables o criterios a partir de los que dirimir, nuevamente, la grandeza.

En los apartados anteriores, por su parte, hicimos una lectura posible de la mediatización y de la creciente auto-referencialidad que muestran los hinchas en ese diálogo que parece establecerse con las cámaras televisivas y fotográficas que atestatan los estadios de fútbol. También analizamos hasta qué punto esa auto-referencialidad, que entre otras implicancias desliga al hinchas del campo de juego,

es parte de las condiciones que generan una invisibilización o un descuido ante el avance de la corrupción y la decadencia institucional y deportiva de los clubes.

Ahora bien, y nuevamente, respecto del aguante-presencia, ¿hay algo más que un capital enrostrable? ¿Por dónde pasaría?

En ese sentido creemos que se torna imprescindible poder reconocer la notable capacidad de (auto)gestión de la liturgia de un club, como es el caso de Central, y la capacidad de movilización que ponen en marcha los hinchas a pesar de la crisis económica, la corrupción de los dirigentes, el aumento del precio de las entradas, las pocas alegrías deportivas, la represión policial, los horarios de los partidos, etcétera; una potencia colectiva hecha a base de trabajo, encuentros, solidaridades, fidelidad, deseos, creación, que en otras esferas de la sociedad -la identidad barrial, la participación política, el activismo sindical - se ha diluido o apaciguado de un modo severo.

Nos referimos a ese vasto movimiento cultural, artístico, creativo, que ponen en juego los hinchas día a día y que tanto les divierte y apasiona llevar a cabo no sólo durante los días de partidos sino mientras trabajan, mientras cenan con los amigos, en Internet... y que se refleja en intervenciones urbanas como son las pintadas y murales en las paredes de los barrios, en los eventos sociales (fiestas, aniversarios, homenajes, inauguraciones), en las ediciones y emisiones de los programas partidarios, en las remeras, en la organización de las caravanas, en la autogestión del carnaval durante la semana para recibir al equipo el domingo (colecta de papeles, compra y reparto de globos, etc.), etcétera.

Nos referimos a ese *hacer cosas* que tienen un valor primordial para el nosotros y que no tienen ningún fin de carácter comercial o económico. A hacerlo porque gusta hacerlo, porque se lo necesita y porque reconforta juntarse para hacerlo y para disfrutarlo. En esa línea, ¿en qué otras dimensiones de las ciudades, de los barrios, se gestan este tipo de movimientos colectivos? ¿No es acaso vital para las personas saber que pueden encontrarse con otros los fines de semana para ir a la cancha o para ver el partido por TV con una cerveza y un asado de por medio o para armar la previa en la esquina, en la cantina del barrio, en el maxi-kiosco o en la casa de un amigo, o en alguna de las tantas expresiones culturales existentes gestadas por los hinchas?

La puja, y acá querríamos situar un territorio posible para ese excedente o resto de aguante que permita pensarlo en una nueva acepción, se entablaría entonces entre las industrias mediáticas, publicitarias (que buscan explotar, como vimos, nuevos nichos de mercado o segmentos de audiencia), los emprendimientos comerciales (los bares temáticos, por ejemplo, que convocan a los hinchas a concurrir para ver el partido y hacer la previa, como es en Rosario el caso de Insoportablemente Fútbol), los intereses dirigenciales y los negocios policiales (quienes lucran criminalizando de antemano a los hinchas cuando no generando incidentes o liberando zonas para que se produzcan, incrementando así la cantidad de efectivos requeridos y con ella el negocio de la violencia), que intentan modular, encauzar y, finalmente, capitalizar los movimientos que genera el amor por los clubes de fútbol; se entablaría entre todo eso y la capacidad de los hinchas para sostener sus liturgias, sus territorios cuidando de que nadie se introduzca para apropiárselos o explotarlos con fines mercantiles.

Vale decir que debemos la impronta, el espíritu o el gesto inspirador de esta (¿posible?) nueva noción o versión del aguante-presencia futbolero, a un colectivo de personas allegado, el Colectivo Juguetes Perdidos, personas que, entre otras situaciones, están tratando de pensar, desde otro punto de vista, el aguante como práctica generacional de resistencia de los *pibes* en los trabajos precarios, en las calles, en las movilizaciones rockeras, etcétera.

Creemos oportuno e interesante citar algunos de los principales puntos de esta otra perspectiva, trabajada en el texto inédito “Notas para pensar el aguante”, para seguir indagando en las posibilidades de una nueva noción de aguante futbolero. Allí dicen, y citamos textual para que no se pierda la potencia de su enunciación:

Vemos el aguante, no como un goce hedonista e indiferente hacia el otro, lo vemos como una micro-resistencia que se activa en múltiples y diferentes espacios de una sociedad precaria, desde los espacios de laburo, hasta los del entretenimiento.

El aguante nace en la sociedad neoliberal, como una posibilidad de resistencia. Irrumpe como algo activo, creador, colectivo y con cierta autonomía. En el aguante hay marcas históricas (memorias de resistencias de trabajadores en fábricas, de manifestaciones masivas, de plantarse en las calles, de exposición del cuerpo ante situaciones de explotación o violencia)

pero no se pueden leer continuidades ni reduccionismos. El aguante es algo nuevo. A su vez, vemos en las zonas periféricas (especialmente el conurbano bonaerense) su epicentro existencial. Esto no significa que el aguante se pueda circunscribir a un trazado geográfico, pero tampoco se puede subestimar el anclaje de tierra-ciudad de este territorio móvil.

Curtidos en el —hágalo usted mismo”, la precariedad nos da un *saber cómo* generacional, una información que portamos en nuestros nervios, necesaria para movernos en contornos móviles. De allí que en la actualidad requieran de nuestro saber sobre lo precario las empresas u organismos del estado *-la sociedad de la información requiere los datos que portamos en nuestras venas-*. (Para ser motoqueros o cadetes que curten calles violentas y abarrotadas de tráfico y de vivezas o para hacer unas simples encuestas en un organismo estatal, se requiere de ese saber para tolerar las condiciones de precariedad laboral, las calles peligrosas, para relacionarse y establecer alianzas con los pares...) Ahora bien, esta *información intuitiva* no es de por sí aguante [...] El aguante sería entonces un uso disruptivo y espontáneo de ese *saber cómo generacional*. Utilizándolo no como combustible de la sociedad precaria, sino para armar y poner en marcha terrenos y trincheras propias [...] De ahí que cada aguante es un micro-acontecimiento en cuanto reordena y transforma los límites de lo que se puede tolerar y lo que no, de lo que puede estar a nuestro alcance y lo que no.

El aguante es la *afirmación* de una época. No la *celebración* de una época. Mejor dicho, es la negación de la época bajo el principio de la afirmación. Una época que no es un todo homogéneo, sino que se presenta como un entramado inagotable de precariedad, indiferencia, infantilización, criminalización, consumo, regulaciones de los estados de ánimo... El aguante es una forma de movernos en medio de estos entramados (creando nuestros propios terrenos). Es un cabalgar entre las miserias y las falsas alegrías que la época propone para regularse, para producir cuerpos que la toleren y la deseen. Es una micro-resistencia, una política muchas veces silenciosa, que intenta desplazarse de una gobernabilidad o de una lógica de control social. [...] Es correrse de lo dado, de las jerarquías asignadas por la sociedad precaria que continuamente moviliza nuestras vidas al servicio del mercado. Este desplazamiento puede tomar la forma de un *terreno sagrado* —por ejemplo la vivencia colectiva de los —congresos de esquinas” roqueros, las experiencias en las canchas de fútbol- como también puede ser la *grieta*

que se arma en el espacio-tiempo de un laburo, la trinchera que se configura en la calle, en el barrio, a la salida de un boliche, en nuestras casas, en uno mismo o en las relaciones con los demás.

Se puede pensar la especificidad del *aguante*, como diferencia de la *fisura* (el que *cachivachea*) y del *soportar* (el que soporta, el que dura, el que *mulea*...). Una diferencia que nunca es un afuera o una exterioridad, sino que se presenta en una zona gris, barrosa, ambigua [...] El aguante puede contener como posibilidad la *fisura* o el *soportar* [...] El que *mulea* o que *soporta*, no opone resistencia alguna a la movilización total de la vida que realiza el mercado y su maquinaria publicitaria. Medicaliza y privatiza su dolor y su tristeza... *soporta para seguir*. Aguantar no es comerse o medicar la depresión, ni trabajar hasta estallar. El que soporta no aguanta: se gasta y se deshace... Y el pibe que *fisura* tampoco aguanta. El goce hedonista de quebrar en una esquina o en la puerta de un boliche no es aguantar. [...] La violencia extrema contra los otros y contra uno mismo no es aguantar. Es más bien escuchar las exigencias del mercado: —*ifurá el fin de semana*”, —*descarga la violencia en los lugares de ocio regulado y luego volvé a la rutina (de trabajo y consumo)*”.

4.6. El ritual también juega

Hasta aquí tenemos que, **cuando se da, la potencia de la participación joven en los asuntos comunes del club está ligada, en buena parte, a su capacidad para hacerse de una temporalidad y de una voz propias que pongan en suspenso tanto a algunas de las posiciones discursivas del hinchismo y del hinchismo institucionalizado como a la enunciación y la subjetividad mediático-mercantil.** Y que, **cuando no se da, ello obedece, en buena medida, al sentimentalismo y al aguante-presencia, o al menos, en el caso de este último, a la hegemonía de las versiones existentes sobre aquella otra que a la que en el apartado anterior aludíamos.**

Pero sumemos un ingrediente más al interrogante que nos convoca (¿por qué los hinchas de un club, activos y fanáticos como son...?) Ese ingrediente es la categoría —*ritual*”. Consideramos que ésta juega un papel importante al respecto.

Ir a Alabarces (1996) nos brindaría la posibilidad de indagar en el estado del arte de la misma, de sus usos y apropiaciones, de sus límites y posibilidades, de sus fortalezas explicativas y de sus debilidades metodológicas.

De hecho, en su “Fútbol: la afirmación ritual de la identidad” desarrolla una exhaustiva genealogía del concepto y su constitución en los campos de la sociología y la antropología, así como traza los lineamientos para una utilización potente en una clave interdisciplinaria como la que representa el análisis cultural, para terminar afirmando que “el concepto de *ritual* -desacralizado, secularizado- permite leer el fútbol como gigantesca puesta en escena que una sociedad hace para verse a sí misma” (*op cit.*: 33). El fútbol como un “espectáculo donde se ejercitan las lacras y los hallazgos, los conformismos y las transgresiones: desde el machismo hasta el cuestionamiento al poder, desde atribuirle homosexualidad al oponente hasta burlarse del poderoso, desde la mercantilización de la vida cotidiana hasta la fiesta que suprime las jerarquías” (*ibidem*) Porque, finalmente, “en el fútbol se actúa lo que se es, se simula lo que se quiere ser/hacer” (*ibidem*).

En suma, el concepto de ritual implica, según los usos que elige reponer Alabarces, la posibilidad de celebrar el poder tanto como la de contestarlo.

Por su parte, en una conferencia titulada “Las multitudes deportivas: analogía entre rituales deportivos y religiosos” (2000), Bromberger, al igual que Alabarces, comienza denunciando un exceso banalizador al que se estaría viendo sometido el término, el cual estaría siendo aplicado a los hechos sociales más diversos. Según estos autores, no toda práctica efectuada con cierta recurrencia y regida por una lógica no-estrictamente racional es un ritual.

Puntualmente según Bromberger, algunos de los que siguen serían los rasgos característicos de un ritual:

- Una ruptura con la rutina cotidiana (un momento fuera del tiempo de la historia y de la economía). Un marco espacio temporal específico.
- Un escenario programado que se repite periódicamente a lo largo de un tiempo cíclico (como los partidos de fútbol, como los campeonatos).

- Objetos manipulados que apuntan hacia una eficacia extra empírica (creencia en razones trascendentes, en fuerzas sobrenaturales; las cábalas por ejemplo).
- Participación no voluntaria sino moral, es decir, participación sentida y significada como del orden del deber, y, por qué no, del sacrificio.
- Culto a lugares investidos como sagrados (un estadio, por ejemplo. Hemos escuchado como muchos hinchas de CARC se refieren a su estadio como “el templo”). Culto a ídolos.
- Una experiencia emocional expresada a través de una extensa participación corporal.
- Procedimientos repetitivos, estandarizados y rígidamente codificados (Por ejemplo, cantar siempre una determinada canción ante el acontecer de determinadas situaciones).
- Su función: reforzar la conciencia que una determinada comunidad tiene de sí misma, reforzar la continuidad del nosotros.

Finalmente, más allá de las analogías que Bromberger traza entre uno y otro, cabe remarcar una especificidad del ritual futbolero respecto del religioso, en tanto reafirma y coincide con la definición de Alabarces referida: un ritual futbolero no nos habla de hacia dónde vamos sino de lo que somos.

Además, podríamos retrotraernos al uso que Archetti hace del concepto a la hora de analizar los comportamientos de hinchas del fútbol, uso sobre el que nos detuvimos en el capítulo dos. Recordemos qué ya en los ochenta escribía que el fútbol condensaba o dramatizaba aspectos caros al ethos nacional argentino, y que es un ritual de celebración y reaseguro de las diferencias. Para el caso nacional: padre / hijo – macho / homosexual.

Visto así, en nuestro interrogante el ritual también juega. Dicho de otro modo: si los hinchas que forman parte del *ritual canalla* de ir a la cancha, por ejemplo, o a eventos folklóricos típicos, están poniendo en juego aspectos caros al ethos nacional argentino, jugándose una identidad posicional y reasegurando o celebrando las diferencias, si se comportan así, **¿por qué sería esperable que luego adopten posturas alternativas o progresistas y se involucren**

activamente en la autogestión de los asuntos comunes del club? Y no solamente eso sino que además desplieguen prácticas de cuidado y, al conversar, sean contemplativos del otro.

¿Sería casual, desde este punto de vista, que en todo grupo de lo que se considera “la sociedad civil canalla” o “las fuerzas vivas de la comunidad canalla”, la mayoría de sus integrantes sean hombres; y no sólo eso sino hombres ligados a los trabajos y profesiones a su vez tradicionalmente ligados a los sectores más conservadores de la sociedad (empresarios, contadores, abogados, comerciantes, etc.)?

¿Es casual, entonces, que una de las agrupaciones de la vida institucional canalla, el CRECE, que tiene un discurso, llamémosle progresista (política de inclusión masiva de socios de los sectores populares, desplateización de sectores de plateas, articulación con clubes de barrio, etc.), sin dejar de tener en cuenta sus errores comunicacionales cometidos, haya perdido ya tres elecciones, las dos últimas ante candidatos procedentes de los mismos?

¿Es casual leer en canalla.com que quienes proponen un plan de cobros de cuotas especial para los sectores de menores recursos —son los mismos que votan a Cristina”?

Una anécdota poco casual: conversábamos con unos hinchas por email acerca de la necesidad de formas posibles de reparación histórica en Central para poder resurgir y seguir hacia adelante, algo así como lo sucedido a nivel nacional desde 2003 con los juicios a integrantes de la maquinaria de represión militar. En eso, uno de los jóvenes integrantes de Refundar Central afirma que “eso es pura mierda, todo chamuyo K para conseguir votos y que ya lo había hecho Alfonsín antes”.

Otra anécdota: volvíamos en el auto de uno de los integrantes de una agrupación particularmente recurrente en sus invocaciones a la “cultura popular”. Conversábamos sobre un ex-jugador de Newells vinculado en algún momento a la agrupación H.I.J.O.S. El hincha canalla, en algún momento, comenta: “yo soy profe y lo tuve en las inferiores. Un pibe bárbaro, lástima que después se metió con algunas ideas en la cabeza. Unas ideas que no son buenas para la vida”.

¿Es sorprendente que, como dijimos, uno de los formadores de divisiones inferiores sea un ex-integrante de los servicios de inteligencia de la última dictadura militar, o que, en la gestión de Usandizaga el Secretario haya sido el Jefe de la Policía Provincial santafesina durante los asesinatos de 19 y 20 de diciembre de 2001 y que, no conforme con eso, haya armado su propia lista y querido presentarse en la última elección como candidato, o que su empresa de seguridad privada sea actualmente prestadora de servicios al club?

A lo dicho cabe agregar otro punto. La sensación que nos queda al entrar en contacto con el Universo-CARC y sus actores es que Central es un pueblo. Pero no en el sentido de “el pueblo canalla” que se vocifera en los cantitos de tribuna. Más bien en el sentido de que Central funciona con operaciones que son eminentemente operaciones típicas de la vida social de los pueblos: no juntarse con X por temor a que se entere Y; que no lo vean a Z juntado con H para no levantar suspicacias y sospechas; una división muy tajante entre “los que saben” y los que no, redundante en lo que decíamos acerca del tipo de perfiles que acceden siempre a cargos dirigentes. Lo hemos observado incluso al nivel de las mismas relaciones interpersonales al interior de las agrupaciones: personas recelosas reclamando ser dejadas de lado, por ejemplo. En suma, por los rumores a la orden del día, las paranoias constantes de ser visto o ser escuchado, por la sensación de que todos tienen algo que ocultar, por la sensación de que cuando uno entra al club ya de antemano es un sospechoso (basta con ver las caras de los guardias o de los dirigentes que anda por ahí en ese momento), y más cuando se va a juntar para una reunión con otros, decimos que Central es un pueblo. Y traemos a colación esto por pensar que la lógica de pueblo acerca aún más la cuestión al concepto de ritual de Archetti.

Otra pregunta es necesaria: ¿qué sujeto produce el ambiente de los hinchas del fútbol? ¿Cuál es la concepción que del Otro opera en ese sujeto?

¿Será casualidad, articulando ésto con lo dicho sobre el valor político de las maneras de hablar, que Virno tenga otro concepto de ritual? Dicho autor usa el término para señalar el momento en que la persona, al tomar la palabra, al romper el silencio, al irrumpir entre la lengua, aparece, se presenta como sujeto (hablante) ante los demás. Ese momento de aparición, dice, es un momento ritual. Y se

repite, como todo ritual que se precie, cada vez que alguien irrumpe y se muestra, se exhibe como hablante.

4.7. Recapitulando

En el presente capítulo:

- Propusimos distintos caminos para responder a una pregunta. La pregunta acerca de por qué los hinchas, activos como son, no se involucran en la vida institucional de su club.
- Sostuvimos que ello se debía, por un lado, a una posición de enunciación: el *sentimentalismo*. Y por el otro, a una práctica (práctica que en realidad subyace como trasfondo de la mayoría de las posiciones de enunciación que estuvimos relevando hasta el momento y que sistematizaremos en el capítulo seis): *el aguante-fiesta / el aguante-presencia*. Que se debía a ambas, y a las encerronas y dilemas que suscitan en el hincha.
- A su vez, situamos las que serían dos condiciones de posibilidad para el surgimiento, en su momento, del aguante-presencia: una condición deportiva y una condición televisiva.
- A modo de contraste, en esa línea, señalamos otra noción posible de aguante, ya ella misma con puntos de partida politizables. Afirmábamos, en este sentido, que también es debido a que esta noción no es la hegemónica entre los hinchas el hecho de que no se involucren en la vida de los asuntos comunes de su club.
- Finalmente, y como un cuarto elemento, veíamos en el concepto de *ritual* otra de las claves para entender el no-involucramiento.
- Ahora bien, yendo a los casos en los que sí se da algún tipo de involucramiento, tal el de los integrantes jóvenes de un grupo de cuyas actividades estuvimos participando; considerábamos que la potencia de sus acciones, conversaciones e intervenciones está ligada, en buena parte, a su capacidad para hacerse de una temporalidad y de una voz propias que pongan en suspenso tanto a algunos de los procedimientos discursivos del *hinchismo* y

del *hinchismo institucionalizado*, como así también en suspenso a la enunciación y la subjetividad mediático-mercantil. De allí que nos refiriéramos al valor y las implicancias políticas de las maneras de hablar de los hinchas.

- Simultáneamente, con Virno, analizábamos los contextos discursivos con los cuales interactúan y dialogan los hinchas, lo cual seguramente deba ser tenido en mente al pensar en sus maneras de hablar. Nos referimos al género periodístico-deportivo y a los tipos de enunciados audibles en una cancha. Y manifestamos que ellos son el territorio del performativo absoluto⁴².

⁴² Para terminar: si las maneras de hablar oscilan entre una modalidad y otras (la modalidad mediática y otras); si el aguante, así como el concepto de lo popular, oscila entre una versión y otra; si el concepto de ritual, finalmente, en tanto puede celebrar el poder e impugnarlo, o en tanto puede ser leído desde la versión de Archetti así como desde la de Virno; ante tamaña serie de ambivalencias, sugerimos estudiar el trabajo de, justamente, Virno (2006), titulado *Ambivalencia de la multitud; entre la innovación y la negatividad*

5. DE “VIOLENCIA” A “AMBIENTES DE VIOLENCIA” EN TORNO DEL FÚTBOL ARGENTINO

Lo habíamos anticipado en la introducción: en éste capítulo “violencia” deja de ser ese término provisorio utilizado en sentido lato, y a partir de ahora, ya con varios elementos en nuestro haber que nos permiten fundamentar el pasaje, comenzamos a hablar de “ambientes de violencia” (ADV: definimos éste concepto más abajo).

De seis razones que justifican el pasaje de un término a otro; de algunas propuestas para modificar los ADV en torno del fútbol argentino; de una lectura histórica de la relación fútbol-muerte en Argentina; de todo eso tratará el capítulo que aquí comienza. Pero antes, como para ir entrando en tema, haremos una introducción y un repaso. Comenzamos por lo primero.

5.1. Breve mención a algunas investigaciones europeas existentes

Lo decíamos en el capítulo dos: dentro de la lógica del *deporte y...*, encontramos el eje temático “deporte y violencia”. El mismo incluye, decíamos, mayormente estudios etnográficos sobre *hooligans*, *tifosis*, *torcedores*, *ultras*, *porras*, o como sea que en cada país se le llame a nuestras *bandas*.

De dicho eje a nosotros nos interesan los estudios argentinos, y amparamos esta suerte de interés separatista en el supuesto de que no solamente el hinchismo argentino es único y singular en el mundo (singularidad que, así como la rosarina hacia adentro mismo del país, es un buen tema para otra tesis), sino que sus *bandas* también lo son, como mostrábamos y argumentábamos en el punto 2.2 del capítulo dos. Sin ir más lejos, en ese mismo punto compartíamos un texto de Archetti (1985) en el que planteaba que el diferencial de la cultura futbolística argentina respecto de otras como la brasileña, la italiana o la inglesa, pasa por el hecho de que lo que estaría en juego, antes que nada, antes que cualquier otro aspecto de la identidad posicional (clase, etnia, edad), tiene que ver con la identidad sexual.

Por si quedaran dudas, y como para reforzar los testimonios de dos hinchas colombianas que por entonces compartíamos acerca de la copia latinoamericana del modelo —barrista” argentino, encontramos lo siguiente:

Que en su edición del 13/12/2010, el *Diario Record* de México publica una nota que titula —El fenómeno de las barras bravas cumplió diez años en México; UNA COPIA ARGENTINA”. En la misma se dice que:

Desde hace una década, bosquejos de barras bravas sustituyeron a las porras familiares en las gradas del fútbol mexicano. Banderas y ‘trapos’ descolgadas como tirantes de arriba hacia abajo alrededor del estadio, cánticos acompañados de tambora y trompetas, y una pasión manifestada por medio de la violencia, son algunas de las influencias que México adoptó de Argentina. De acuerdo con investigaciones y entrevistas realizadas por Mónica Nizzardo, presidenta de Salvemos al Fútbol (SF), revelaron que Argentina —no sólo exporta jugadores y técnicos, sino también violencia”, pues barras como Argentinos Juniors, Rosario Central, Boca y Chacarita, viajaron a México —a calidad de instructores”, cobrando 600 dólares por partido.

En la misma línea, en la página web de la Asociación Civil Salvemos al Fútbol, encontramos una sección dedicada al registro de incidentes registrados en México y Venezuela (<http://www.salvemosalfutbol.org/latinoamerica.htm>), y en todos los casos, se trate de recortes periodísticos o de reflexiones de especialistas en la materia, aparece una adjudicación directa a la influencia y/o exportación del fenómeno de las barras argentinas.

Pero a la vez, consideramos redundante volver a referirnos a los estudios argentinos, actividad que de alguna manera realizamos al reseñar, en ese mismo punto del capítulo dos, investigaciones de Galvani y Palma (2005), Garriga (2007) y Moreira (2005), exponentes, sobre todo estos dos últimos, de los estudios antropológicos sobre prácticas violentas ligadas al fútbol en nuestro país.

Entonces, y si bien no vamos a extendernos más allá de unas líneas ya que sería contradictorio siendo que acabamos de dar a entender que sus productos serían escasamente aplicables o generalizables a nuestra realidad, puede ser ésta una buena ocasión para reemplazar esa segura redundancia con unos párrafos acerca de los estudios europeos, que hagan las veces de introducción al capítulo que acá

se despliega. Párrafos para los que nos serviremos del ya sobradamente mencionado Garriga, quien en la introducción de su *Haciendo amigos a las piñas...* ofrece un mapa de éstos. Un mapa que ordena a partir de una clave; una clave una según la cual todos le contestarían a Dunning y la Escuela de Leicester.

Entonces, al argumento de que el *hooliganismo* es producto de las clases obreras excluidas del proceso de la civilización (Elías, 1992)⁴³, se le responde con el argumento de que, lejos de un fenómeno sustancializado o natural, el *hooliganismo* es un fenómeno multicausal, multicausal pero en cualquier caso social y cultural. Dicho de otra manera: las hipótesis evolucionistas y sustancialistas (a las que en Argentina abona Sebreli -1998- por ejemplo) que afirman que “los violentos” son originarios de las clases populares y que sus acciones son bárbaras e irracionales, fueron impugnadas en Europa por las investigaciones etnográficas.

Armstrong (1998), por ejemplo, quien realizó un trabajo junto a los *hooligans* del Sheffield United, sostiene que el fenómeno en Inglaterra está relacionado a tres factores: a los estilos masculinos y sus prácticas viriles como rito de pasaje al mundo adulto; a los estilos juveniles que hacen de la violencia una señal de pertenencia; y a los modelos de consumo de los sectores juveniles. Similares caminos transitan los italianos Dal Lago y De Biasi (1994) y el francés Mignon (1992), quienes lo vinculan también a la masculinidad y a los estilos juveniles, pero además a factores como las concepciones territoriales y la búsqueda de prestigio y reconocimiento. Giulianotti (1994), por su parte, en su trabajo con *casuals* de Edimburgo y Aberdeen en Escocia, aporta a la impugnación encontrando que la composición socioeconómica de los mismos es mucho más diversa que aquella que los circunscribe a los sectores bajos.

En cualquier caso, las prácticas violentas serían socialmente significativas y tendrían sentidos complejos. Y éste, por otra parte, es el núcleo o denominador común que señalábamos compartían los estudios locales en el aludido punto del capítulo dos.

⁴³ Excluidas del proceso de la civilización en el sentido de que no estarían tocadas por esa tendencia general a la reducción de la violencia en la vida social que trabajó largamente Elías, y que revistamos en el capítulo uno de esta tesis.

5.2. Los factores del problema

El repaso que ahora proponemos nos da el pie para situar las seis razones por las que pasar de “violencia” a “ambientes de violencia”. Veamos.

Respectivamente desandados, historizados y respaldados con citas de investigadores del campo, testimonios de hinchas y ejemplos en lo que va de ésta tesis, enumeraremos ahora todos aquellos factores a tener en cuenta a la hora de pensar el problema-violencia. En algunos casos, nos detendremos para agregar cuestiones no dichas hasta el momento; en otros, los nombraremos sin mayor detenimiento. De una manera o de la otra, nos importan en función de graficar en su cabal dimensión los por qué de poner en cuestión el trabajar en términos de *violencia*.

Entonces, al momento de buscar explicaciones y pensar alternativas al problema que nos convoca, se deben tener en cuenta, entre otros:

1) La ética con la que, durante las tres primeras décadas del siglo XX, los sectores populares de urbes florecientes como Buenos Aires o Rosario, compuestos mayormente de inmigrantes españoles e italianos, resignificaron y se reapropiaron de la inglesa práctica del fútbol, basándola en la búsqueda y exhibición de triunfos a cualquier precio como forma de hacerse un lugar en la móvil sociedad naciente y enaltecer un territorio. Es decir, el pasaje de una ética del juego como cosa de caballeros a una ética del juego como cosa de hombres y de machos. Tan machos como para tener códigos y no llorar si el rival, apelando a artimañas, les saca ventaja deportiva (Ver capítulo 1).

Este pasaje va a implicar algunas cuestiones.

Por un lado, que desde entonces el fútbol en Argentina admitirá la posibilidad de la sospecha, yendo a contramano del principio de igualitarismo y meritocracia propio de, como hemos visto, cualquier deporte moderno, y eso, en sí, ya genera un clima hostil y paranoico de antemano, casi como regla. A la par, como se trata de una cosa de hombres, no queda otra que aguantársela, y ahí tenemos **una primera versión, temprana, del *aguante-enfrentamiento*. Lo que con el tiempo dará lugar, a su vez, al surgimiento de las primeras** bandas, tal como

nos lo cuenta Alabarces a partir de la muerte de Alberto Linker, un hincha, en un Velez-River en el año 1958, hecho que marca, según los especialistas como el ya nombrado Amilcar Romero, el surgimiento de la era moderna de cualquier historia que vincule fútbol y muerte en Argentina (volveremos):

En un editorial de *La Razón* se habla por primera vez de la existencia de *barras fuertes*, públicas y conocidas. El comentario revela el origen de una práctica que poco a poco irá señalando la historia: estos grupos, originalmente de aficionados entusiastas que pocos años antes podían reconocerse en la caricatura simpática del film *El hincha*, caracterizado por Enrique Santos Discépolo en 1951, van transformándose en auxiliares del club, reconocidos por sus autoridades. Si para ganar es preciso el apoyo del hincha, y especialmente de visitante (donde esos códigos masculinos y viriles también dicen que cualquier apriete es legítimo, y que —ndhay que llorar” por eso), los dirigentes de los clubes comienzan a colaborar al menos con la movilidad de esos grupos de entusiastas que dejan todo por la camiseta. Es que ganar, con el advenimiento del *fútbol-espectáculo* y el crecimiento de su papel como generador de ingresos, se ha transformado en lo único importante (2004: 21).

Por otro lado, y de la mano con lo anterior, el fútbol se irá consolidando como un espacio en el que las prácticas violentas son legítimas desde el punto de vista de todos sus actores, aunque, cinismos e hipocresías generalizadas de por medio, sólo los integrantes de las *bandas* se jacten de ello públicamente. Es decir, es legítimo *apretar* árbitros (por no hablar de querer sobornarlos), *apretar* jugadores rivales y hacerles sentir la localía a los hinchas visitantes, o *apretar*, llegado el caso, a los jugadores propios. Todo sea, ha sido dicho, por ganar a cualquier precio.

Respecto del *apriete* a rivales, la picaresca futbolera argentina está repleta de anécdotas e historias. Alfio Basile, uno de sus más festejados intérpretes, contó en el programa de TV Estudio Fútbol emitido por Tyc Sports el 26 de noviembre de 2010, que cuando en la década del sesenta iban a jugar con Racing a Montevideo, en el túnel que comunicaba el vestuario visitante con el campo de juego del Estadio Centenario existía una puertita de la que salían hinchas de los equipos uruguayos a golpearlos. Y que entonces, para hacerles frente, la delegación de Racing empezó a llevar su propia *pesada*, reclutada, entre otros, en el ambiente de

los boxeadores. Respecto del *apriete* a los jugadores propios, en tanto, compartimos testimonios de nuestros hinchas jóvenes en reunión descriptos en el capítulo anterior:

Somos el único club que se va al descenso sin que su barra apriete a los jugadores: qué manga de inútiles, hay que cambiar la barra, los de esta barra no sirven para nada (Un hincha, el 15/12/2010).

Los de la barra no hacen nada. Acá al Caribe viene cualquiera con cualquier camiseta, vienen los pingüinos [hinchas de Newells] a Arroyito a pintar de noche y no hacen nada. Yo no sé para qué están entonces (Otro hincha, el 15/12/2010).

Se trata, nuevamente, del cinismo al que nos hemos referido en varios pasajes y al que nos terminaremos de referir en el capítulo seis. Y se trata también de una escena recurrente: hinchas celebrando cuando los de la banda *muelen a palos* a cualquiera que en la tribuna *pungúee* o *arrebate* o robe. O sea, es el siguiente testimonio de una hincha:

Yo en la cancha, cuando vamos de visitante, me siento más segura cuanto más cerca esté de la barra (entrevista 22/10/2009).

2) La noción de “*–uerpo*” y el “*–binarismo endogámico*” que da pie a la lógica de bandos con la que hinchas en general y policías se perciben mutuamente (Ver Galvani y Palma, 2.2).

3) La “*–cultura del honor*” que rige las acciones de las *bandas* y sus implicancias (Ver Moreira, 2.2).

4) El “*–apital simbólico-violencia*” que los integrantes de las *bandas* deben poner en juego para insertarse en redes de sociabilidad e intercambio, y sus implicancias (Garriga, 2.2).

5) La identidad de género que los hinchas se juegan en el ritual futbolero y sus implicancias (Archetti, 2.2).

6) La concepción del fútbol como un combate ritualizado y configurado en torno de la “*–lógica partisana*” (Ferreiro y Fernández, 2.2).

7) La perspectiva del fútbol como un ritual. Un ritual en el que, por lo que observamos en nuestra investigación, predominan los aspectos conservadores del

poder por sobre los contestatarios. Y un ritual en el que, añadimos con Archetti (op cit), a diferencia de otros tipos de rituales, predominan los componentes dramáticos por sobre los carnalescos y se reaseguran las diferencias.

8) Procedimientos discursivos del hinchismo como la *cláusula del humor*, la *cláusula de la pasión*, el *sentimentalismo*, la *infantilización* y la *novela*, en tanto obstaculizan en los hinchas en general el registro y la elaboración del problema (Ver capítulos 3 y 4).

Legitimación de prácticas violentas y cláusulas del humor y la pasión mediante, en el espacio del fútbol el hincha puede no solamente hacer cualquier cosa sabiendo que está legitimada por el resto sino además decir cualquier cosa, porque para eso es hincha, pasional, y de última se trata de algo que siempre se está diciendo –en joda”. Con esto tiene que ver el marcado racismo y la xenofobia que se registra y legitima en dicho espacio, acaso como en ningún otro. Entonces, si ya de por sí veíamos cómo las maneras de hablar dejaban en evidencia la pregnancia de la subjetividad mercantil con su consecuente caída del otro como Otro, y eso que en la situación analizada se trataba de relaciones entre compañeros hinchas del mismo cuadro, ahora tenemos al racismo y la xenofobia como unas de las formas de negarle otredad al hincha rival. Al racismo y la xenofobia como unas de las formas de negarle otredad al rival, porque otras de esas formas son, por un lado, un cambio de eje en los cánticos en el cual se le canta a la inexistencia del otro (–No existís”), y por otro lado la prohibición de la disputa de partidos con público visitante.

9) Las irregularidades arbitrales y organizativas en los campeonatos, que rompen con el contrato básico del deporte moderno: la igualdad de condiciones y la meritocracia. Nos referimos a sanciones dispares según los equipos o el peso de los jugadores, a partidos que en instancias decisivas de un torneo no se disputan a la misma hora, etcétera.

10) La dialéctica –exhibición / mirada del otro” que sostienen los hinchas en la carrera por dirimir la grandeza de su hinchada. Esto puede notarse claramente en ciudades dicotómicas como Rosario, con la rivalidad entre Newells y Central. Y es, para nosotros, así como el punto 1 (el de la ética) la condición de posibilidad

del *aguante-enfrentamiento*, la condición de posibilidad del *aguante-fiesta* tal como hoy, mediatizada, la conocemos.

Hasta aquí van diez puntos en nuestro repaso de cuestiones dichas a lo largo de la tesis que se deberían tener en cuenta al momento de pensar explicaciones e intervenciones sobre el problema-violencia. Ahora, si hacemos una pausa, nos hacemos también la siguiente pregunta: a todo lo enumerado, ¿qué factores podríamos añadir, que de alguna u otra manera, en sentido amplio, tengan que ver directa o indirectamente con los medios? Dicho de otra manera: nuestro objetivo para los factores que restan apuntar es sistematizar las dimensiones mediáticas de los ambientes de violencia en torno del fútbol. Por ejemplo:

11) El periodismo deportivo, con sus afirmaciones irresponsables, siempre proclives a los giros bélicos, la cizaña, la polémica y a las retóricas dramáticas para mantener, más con los criterios del show que con los del relato, la tensión en tiempos de sobreabundancia de oferta informativa (Ver 2.1.2).

12) Las transmisiones televisivas en directo y el repaso repetitivo de los resúmenes y compactos, que, amparados por el desarrollo tecnológico, capaz de detenerse una y mil veces a verificar al milímetro y desde decenas de cámaras lo que el árbitro tiene que resolver en tiempo real, están todo el tiempo remarcando los fallos arbitrales y poniendo, así, en duda su imparcialidad (Ver 2.1.2).

13) Los jugadores de fútbol de la era del *aguante-fiesta* y los jugadores con conciencia televisiva en general⁴⁴ (2.1.2).

⁴⁴ El ser concientes de la mediatización del *aguante-fiesta* es solo una de las dimensiones de la conciencia televisiva de los jugadores de fútbol. Al respecto, y a partir del análisis de una publicidad de mediados de los noventa, y del ya mencionado programa *Fútbol de Primera*, escribe Alabarces: “En la publicidad institucional de Canal 13 conocida como <Vestuario>, la conducta de los futbolistas se estructura a partir de la conciencia de la mirada televisiva. Los jugadores en un vestuario dejan de prestar atención al juego por venir, a las indicaciones técnicas, a las preocupaciones futbolísticas; su problema es la elegancia, la preservación de un peinado televisivo (“No me pidan que cabecee, se los digo desde ahora”), el diseño de una camiseta, la posible necesidad de un *liffing*. La hipótesis publicitaria indica humorísticamente la transformación: la cámara inquisidora de *Fútbol de Primera* diseña al jugador como artista del espectáculo, sujeto a sus leyes rigurosas, a sus reclamos estéticos” (1996: 106).

Recién, tres de los factores a tener en cuenta que podríamos catalogar como dimensiones mediáticas –directas” en la constitución de *ambientes de violencia*. Terminemos con los –indirectos”, factores que serán objeto de profundización en el capítulo siete. A saber:

14) El déficit estructural de los clubes que vuelve imposible la existencia y permanencia de un jugador-símbolo, de un héroe deportivo capaz de suscitar identificaciones, pasando a suscitarse éstas, auto-referencialmente, en la propia hinchada.

Dicho de otra manera: ahí donde todo fluye y circula (el dinero negro, el dinero procedente de la corrupción policial y dirigencial, las palabras cómplices de periodistas, el mercado de jugadores, los inversionistas, los oportunistas empresarios, y hasta los diseños y los sponsor de las camisetas), lo único que permanece estable y auto-percibiéndose como último custodio de un contrato pasional, guardián del pacto sentimental, es el hincha. El *hincha activo* reivindicando su aguante (Ver 4.5.1).

15) El programa televisivo *El Aguante*, justamente (Ver punto 7.5 del capítulo siete). Programa que, por un lado, vino a captar las prácticas aguantadoras de los *hinchas activos* en su momento de máxima desnudez, allá hacia mediados de la década de 1990. Y por otro vino a cubrir la única mirada sobreviviente al imperialismo enunciativo del programa *Fútbol de Primera* y su imaginario tecnológico (Ver 7.4.1): la mirada de la hinchada. Y programa que, finalmente, y por supuesto que de la mano con una serie de factores extra-mediáticos, si bien en un primer momento captó las históricas prácticas aguantadores de los hinchas, con el tiempo, y esto responde en parte a las preguntas que hemos estado abriendo al respecto, terminó introduciendo efectos y cambios de valoración en esas mismas prácticas, tal **nuestra hipótesis de investigación**; hipótesis que respaldaremos leyendo en distintas textualidades del hinchismo (cantitos, coberturas de medios partidarios, comportamientos en la cancha, sitios web, etcétera) esos efectos o *indicios en recepción*.

Ahora bien, y mientras tanto, ¿qué tiene que ver todo esto con los factores a tener en cuenta al momento de pensar el problema que aquí nos interpela? Tiene que ver en el sentido de que el hincha pos-El Aguante, el hincha mediatizado:

16) Celebra y legitima, ya no solamente en consonancia con los atributos de su *novela*, ya no solamente en la carrera por las variables de la grandeza, ya no solamente debido a que el fútbol es un espacio de legitimación de ciertas prácticas, sino ahora también en obediencia al torneo imaginario por el *aguante-fiesta*; celebra y legitima, decíamos, cuando no directamente festeja, ya sea la “picantez” de su *banda* para combatir con hinchas rivales, como su despliegue visual, respecto del que nos hablaba un hincha en un contacto informal el 20 de enero de 2011:

Lo lindo de ir a la cancha es después hablar de la fiesta, de las banderas, de lo que cantó la banda de Central. ¿De qué vas a hablar si no? Por eso me enojo cuando en la platea estás parado alentando y algún cheto te dice que te sentés.

Y no solamente que lo celebra y legitima sino que además lo filma y lo fotografía con celulares, lo cuelga en distintos sitios de la web (youtube, blogs y sitios partidarios, cuentas de facebook) y lo difunde.

17) Debido a las encerronas del *aguante-fiesta*, tiene que cantar lo que canta la *banda* y no puede boicotearla, mudándose de tribuna o puteando o directamente no yendo a la cancha, por ejemplo, en caso de estar en desacuerdo con algún comportamiento de ésta, o del equipo o de la dirigencia del club. Un hincha activo de Newells entrevistado, al respecto:

Antes como que se puteaba más en la cancha; ahora como que putear un jugador es sinónimo de cargada, es darle pie de cargada al enemigo [...] Y eso porque acá en la ciudad hay una competencia a ver quién alienta más, quién apoya más, entonces como que putear a tu jugador queda mal, es motivo de cargada para el otro (15/07/2007)

18) Siente que lo propio del hincha es el aliento y nada más que el aliento, lo cual lo exime de cualquier tipo de perspectiva o participación político-institucional. ¿A qué viene esto? A un supuesto, arbitrario y discutible que se retomará luego: al supuesto de que quien participa de los asuntos comunes del club cuida a su gente y a sus instalaciones.

19) En definitiva, y de la mano con los tres motivos anteriores, este nuevo hincha refuerza el predominio de una noción de aguante, la existente, la corriente, la del aguante-espectáculo y sus productos enrostrables, por sobre la noción que proponíamos en el punto 4.5.3 del capítulo anterior.

Antes de pasar al apartado siguiente, queremos hacer una aclaración. Como dijimos, lo que hicimos fue cartografiar todo aquello que para nosotros contribuye en la producción de *ambientes de violencia* en torno del fútbol. Ahora bien, lo que no dijimos es que dicha operación implicó un ejercicio y nos convocó a un desafío: tratar de pensar lo más al pie de la situación posible, y tratar de ir más allá de las cuestiones macro por todos archiconocidas.

En ese sentido, y a excepción de una sugerente hipótesis de Alabarces (2004) a la que enseguida referiremos, a la hora de enumerar elementos que contribuyen en la generación de ADV, omitimos razones como la desocupación, la fragmentación del tejido social, el neoliberalismo, la caída del otro como otro, la corrupción policial, la modulación biopolítica de las emociones en los espacios de ocio regulado, la ausencia de sentidos y la soledad contemporánea, las vidas configuradas enteramente en torno de un punto, etcétera. Del mismo modo, puntualmente acerca de las dimensiones mediáticas directas e indirectas de los ADVs, tampoco explicitamos factores tales como la temporalidad y el tipo de interpelación que propone la materialidad significativa de las pantallas (Valdettaro, 2006) por ejemplo, ya que se trata de una condición de época, de una etapa del proceso de mediatización actual (ver capítulo que viene) y no de una especificidad de los *ambientes de violencia* futboleros o de la mediatización audiovisual del relato de fútbol de nuestros días.

Hecha la aclaración, cerramos con la hipótesis de Alabarces con la que nos permitimos una excepción.

En el capítulo uno de su *Crónicas del aguante...*, Alabarces ofrece una interesante lectura histórica de las (hasta entonces) 217 muertes vinculadas con incidentes producidos en torno del fútbol argentino, reponiéndolas en contextos sociopolíticos amplios (el peronismo, su caída, las dictaduras militares, la recuperación democrática, el menemismo...). En esa línea de interpretación,

cuando llega a las muertes correspondientes a la década de 1980 (volveremos luego sobre todo esto), formula la hipótesis en cuestión:

Las *barras fuertes* que el fútbol espectáculo patrocina desde fines de los años 50 se han transformado en las *barras bravas* de los 80, que habiendo adquirido poder simbólico se dedican a obtener poder económico. La violencia se ha privatizado: las barras han copiado el modelo de los Grupos de Tareas, y actúan por fuera del monopolio legítimo de la violencia por el Estado, base del contrato liberal de la modernidad. Contrato violado por la dictadura, de manera masiva [...] La violencia de la dictadura significa, además de los muertos y desaparecidos y la atmósfera de terror de 1976-1983, una prolongación perversa: la ruptura del contrato moderno por el cual la única violencia legítima es monopolizada por el Estado, que debe utilizarla racional y democráticamente. Esa ruptura provoca un marco de interpretación en el cual la violencia se privatiza y puede ser legitimada por actores distintos para fines particulares. [...] Y todo esto puede verse, amplificado, en el fútbol (*op cit.*: 26).

Ahí están las bandas y las arbitrariedades policiales (para no hablar, por ejemplo, de las patotas sindicales), como dice Alabarces, para no dejar desmentir dicho marco de interpretación⁴⁵. El Club Atlético Rosario Central, sin ir más lejos, y esto lo hemos podido corroborar en cada visita a las instalaciones del mismo, además de corroborarlo a partir del relato de informantes clave, al momento en que este trabajo está siendo escrito, tiene no solamente personal de seguridad privada infiltrada entre los asociados con ropas de civil sino además a miembros de la *banda* cumpliendo tareas de seguridad, amedrentamiento e inteligencia, y por si fuera poco su dirigencia les ha cedido, a cambio de dichos servicios, la explotación de recursos como el marketing ilegal o las visitas guiadas al estadio (Entre paréntesis: un nuevo mazazo para la jactancia de un club popular).

5.3. Seis razones para no utilizar el término *violencia* en investigaciones sobre hinchas del fútbol.

⁴⁵ Para una indagación del tipo de pacto o relación tramados por los sucesivos gobiernos nacionales y la Policía Federal desde la recuperación democrática en 1983 hasta la crisis de dicho vínculo a partir de los sucesos del Parque Indoamericano, por ejemplo, sugerimos la lectura de un interesantísimo artículo del periodista Claudio Mardones en el número 3 (febrero y marzo de 2011) de la *Revista Crisis*: “Patear el hormiguero azul” (página 19)

A partir del breve análisis de la cobertura de un caso -a la que tomamos como estándar y por ende pasible de ser generalizada a coberturas de acontecimientos similares-, en el capítulo próximo mostraremos cómo, lejos del mapa de factores constitutivos de ADVs que aquí acabamos de desplegar, la misma, es decir la cobertura, no hace sino caer en reduccionismos irresponsables, en automatismos y en compendios de lugares comunes estigmatizantes. Pero eso será en el capítulo que viene. Por ahora lo que diremos es que esa, una **razón mediática**, es la primera razón que argumentamos para no utilizar más en nuestras investigaciones sobre prácticas de hinchas de fútbol el término *violencia*.

Una razón mediática en ese sentido (insistimos, ver capítulo 6). Pero también en el sentido de *subjetividad mediática* que analizamos en los capítulos 3 y 4. Queremos decir: como hemos visto, para una subjetividad mediática-hincha medianamente entrenada, cualquier persona con un grabador y con preguntas sobre fútbol o sobre hinchas (y ésta es la razón, nuevamente, por la que en un momento dado dejó de resultarnos productivo realizar entrevistas) -así se presente como alguien que está haciendo un trabajo “para la universidad” o “para el conicet”-, es inmediatamente situado en la serie de los periodistas. Y con ésta, en la de los usos mediáticos -estigmatizadores, reduccionistas, etc.- del término *violencia*.

Para terminar con ésta primera razón, imaginémosnos, a modo de ejercicio, una época de censura. La imaginación nos muestra que hay cosas de las que no se puede hablar en los medios, temas que no se pueden tocar, cuestiones que no se pueden decir. ¿Cómo pensar y discutir públicamente algo ahí, con ese escenario de fondo?

Ahora imaginémosnos una época sobresaturada de signos, imágenes-estímulo, *opiniones e información*, como la nuestra (Ver 4.3). Una en la que, mientras se lo haga mediante sus condiciones de producción, todo puede ser dicho en los medios. La pregunta entonces es la misma: ¿cómo pensar y discutir públicamente algo ahí, con este contexto? **¿Cómo hacerse de lugares de enunciación no-mediáticos para hablar de algo de lo que todos hablan, como es el caso de “la violencia en el fútbol”?** ¿Cómo pensar en el ruido (ver 4.4 del capítulo anterior)?

Ya lo dice el célebre músico argentino Charly García en una de sus canciones: “oh, no puedes ser feliz, con tanta gente hablando, hablando a tu alrededor”.

Aquél tópico de las maneras de hablar y sus implicancias y valoraciones políticas, entonces, corre también para nosotros los investigadores del tema. Sin ir más lejos, ya nos referimos en el Apéndice a la Introducción a aquello que se juega en las maneras de nombrar.

A la razón mediática se le suma una inflación académica del término en los últimos años. En este punto o **segunda razón** recurrimos a Garriga y Noel, que en un artículo titulado “Notas para una definición antropológica de la violencia; un debate en curso” se refieren largamente al asunto⁴⁶

Realizando una compilación crítica de los criterios de utilización existentes hasta el momento en su campo, desde la antropología social los autores problematizan en torno de la construcción de una definición analítica del concepto de *violencia*, el cual de por sí ya es sobradamente ambiguo y polisémico en tanto se usa para nombrar tanto acciones individuales como colectivas, organizadas como espontáneas, físicas como psicológicas, legales como ilegales, intencionales como no-intencionales, tanto rutinarias como rituales, constitutivas del lazo social como disruptivas, cotidianas como anómalas, etcétera.

Dicen:

Buscaremos en vano entre investigadores y analistas un consenso respecto de cómo definir un concepto de violencia cuya extensión abarque todo aquello que querríamos incluir y nada más que eso: como lo muestran de sobra los intentos más rigurosos, los conceptos analíticos de violencia suelen ser o bien demasiado extensos – y en ese caso incluyen demasiado y permiten discriminar muy poco – o bien demasiado estrechos – y en estos casos amenazan con dejar fuera fenómenos que el analista se vería tentado a reconocer, prima facie, como dignos de la calificación de violentos. Aún así, creemos que pueden reconocerse en la bibliografía una serie de delimitaciones recurrentes que se han mostrado particularmente productivas (2009: 1).

⁴⁶ Aclaración: en este caso las citas son extraídas, no de una edición impresa sino de una versión digital del artículo. Al no haber accedido a la impresa, al momento de tener que referir los números de páginas de las citas, por ejemplo, los desconocemos.

Y esas delimitaciones recurrentes, que para los autores permitirían diseñar menos un concepto unívoco que un campo conceptual en el marco del cual un concepto de violencia mínimamente productivo deberá moverse, son las siguientes:

- a) Violencia implica el uso de la fuerza física
- b) Violencia implica transgresión de lo instituido
- c) Violencia implica coacción.

A las cuales añaden un mínimo de condiciones que para ellos un uso crítico, ético y riguroso de “violencia” debería tener en consideración.

En primer lugar, la ambigüedad moral irreductible de la definición, en tanto en la misma se pondrán en juego los criterios morales de quien define.

En segundo término, su variabilidad histórica, social y cultural, las dimensiones contextuales: como suele decirse, son contingencias culturales las que definen a un “ehirlo” como violento o no.

Luego, el hecho de definir a la violencia sólo desde la óptica de cada grupo o sociedad, desde la normalidad y la productividad (positividad) de su devenir cotidiano.

Finalmente, los autores afirman que “por más que su contenido pueda ser altamente variable” (*op cit.*: 3), un núcleo mínimo común de *violencia* “implica la constatación de una agresión – física o psicológica – resistida, esto es, una acción que su destinatario preferiría no sufrir” (*ibidem*).

O sea que **la segunda razón tiene que ver con la ambigüedad teórica que reviste al término**. En esa dirección, y como para sumar a la misma, recuperamos tres formas o modalidades distintas de “violencia” planteadas por Alabarces (2004):

- La violencia como *adrenalina*: “en las sociedades contemporáneas la violencia también es pura droga” (*op cit.*: 110), dice el autor, “es alteración de un orden que se rechaza porque no se percibe ningún

beneficio, es pura excitación y puro deseo. Y como buena droga, el practicante se vuelve adicto” (*ibídem*).

- La violencia como *construcción de colectivos*: “en una sociedad que ve deterioradas sus relaciones como comunidad, el diálogo, el intercambio, la generación de memorias y proyectos comunes” (*idem*), sostiene Alabarces, “erece el *contacto corporal* como garantía de la existencia de la colectividad” (*ibídem*). Y luego manifiesta:

Una sociedad necesita de una imaginación común, para pensarse como tal; nuestros jóvenes, concientes de que esa imaginación está quebrada, prefieren tocarse, para garantizar con sus cuerpos –materiales, reales– la existencia de ese grupo. De allí, el *pogo* –los cuerpos chocando en el recital o en el estadio. Y el paso siguiente, es unirse para estrellar sus cuerpos contra otros cuerpos —“*amigos*” en el combate, en el riesgo. Eso genera la ilusión de una comunidad de iguales, horizontal: todos comparten el uso del cuerpo. Y es una ilusión poderosa (*idem*).

- La violencia como *visibilidad*: la violencia como herramienta para hacerse ver. La pregunta es ante quién. Las investigaciones europeas dirían que ante el resto de la sociedad excluyente de determinadas prácticas estigmatizadas. Garriga (2007) diría que ante todos aquellos a quienes se necesita aparecer como poseedor del capital-violencia: pares de la banda, dirigentes, hinchas rivales, personas del barrio, punteros políticos, etcétera.

Por su parte, la **tercera razón tiene que ver con una cuestión de factibilidad** a la hora de investigar.

Si ya de por sí, como venimos abordando, la *relación infantilizada* entre el hincha y sus enunciados, sumado a la lógica de la disputa por la grandeza, hace que para los hinchas rosarinos, por ejemplo, sea difícilmente recepcionable una investigación “sobre violencia en el fútbol” sin procesarla inmediatamente en clave de *más violentos VS menos violentos*, qué decir si tenemos en cuenta las pesadas cargas que arrastra la palabra cuando en sus usos habituales funciona en términos morales. Esto es: se lo utiliza para condenar prácticas o procesos que nos resultan moralmente desagradables o intolerables, lo cual hace que, naturalmente, nadie se autodefina como violento.

Una **cuarta razón** implica, en cierta forma, una vuelta a la primera pero también nos reenvía a la segunda, ésa en la cual deslizábamos aquello del cuerpo como criterio de definición. Cotejemos la siguiente situación.

Hace un tiempo, quien suscribe este texto formó parte de un espacio de pensamiento con docentes y trabajadores de una escuela de un barrio marginal de la ciudad de Rosario. La institución, fundada décadas atrás por comunidades eclesiales de base, funciona como escuela para adultos a la vez que como escuela de oficios para adolescentes. Durante dos reuniones seguidas, en el espacio tuvo lugar el relato de una problemática: los casos de docentes y trabajadores de la misma que, al atravesar el barrio para ir o salir de ella, padecían alguna situación de asalto. Se trataba de una situación novedosa que venía a romper algunos códigos barriales. Y en tanto novedosa, exigía ser pensada. Fue en ese proceso que pudimos elaborar una serie de preguntas: ¿cómo pensar la situación desde un discurso no-mediático ni represivo, esto es, investido por el clima histérico de ~~la~~ "inseguridad" y del ~~a~~ "los negros hay que matarlos a todos" o del ~~hay~~ "que bajar la edad de inimputabilidad"? ¿Cómo pensar la situación desde un discurso no-mediático y no-represivo pero tampoco desde un discurso ideologizado, es decir, aquél cuyo argumento es ~~lo~~ "que pasa es que son víctimas del sistema"? En fin, ¿cómo pensar la situación desde el cuerpo y sus afecciones concretas? ¿Cómo pensarla sin perder de vista los miedos concretos de los docentes y trabajadores que tienen que atravesar diariamente el barrio, suspendiendo todos aquellos enunciados (mediáticos, represivos o ideologizados) que no los tocan, que no llegan a nombrar lo que ocurre ni a tocarlos?

Consideramos que algo similar ocurre en los medios con el latiguillo de ~~la~~ "violencia en el fútbol": se habla y se habla, como veremos en el capítulo que viene, pero nada de eso llega a tocar al asiduo concurrente a los estadios ni da cuenta de sus miedos concretos.

La quinta razón es de índole metodológica.

Pues ~~violencia~~ "es una categoría subsidiaria de la noción de ~~hechos~~", tan cara, a su vez, a los criterios de noticiabilidad de los medios en tanto discurso, lo cual nos presenta dificultades, justamente, de orden metodológico: ¿cómo plantear una investigación basada sobre la noción de hechos? ¿En qué tiempo plantearla?

¿Pasado o futuro? ¿Qué hacer? ¿Esperar a que suceda un hecho para trabajarlo?
¿Y si en el lapso de duración del trabajo de campo pautado no sucede ninguno?
¿Trabajar sobre el relato o la memoria de hechos del pasado?

Sexta razón y última.

A saber: según la hipótesis de Corea y Duschatzky (2004), lo social de nuestro tiempo se caracterizaría, entre otras cosas, por la caída del Otro como semejante; y con ésta, la de la Ley. Así, caería el límite mínimo necesario sobre el que una acción puede ser sancionada como transgresora. Entonces, ¿tiene sentido, por no decir actualidad, seguir hablando en términos de *violencia*? Lo que no tiene sentido es argumentar ésto desde nuestro propio puño y letra, porque para eso ya están las autoras que, en un párrafo de *Chicos en banda...*, lo escriben claramente. Compartimos entonces ese párrafo:

Cuando la ley simbólica –en tanto límite y posibilidad- no opera, el semejante no se configura. El semejante no es una construcción espontánea que nace del vínculo entre dos sujetos. El semejante es siempre igual a otro, ante y mediante un tercero. Es la ley la que, a partir de instituir un principio de legalidad basado en la formulación de la igualdad, habilita la construcción de un semejante. De aquí se deriva que si la ley no opera como principio de interpelación, tampoco opera la percepción de su transgresión. Desde esta perspectiva, la violencia no es percibida como tal, en tanto no hay registro de un límite violado (op cit: 25)

5.3.1. De *violencia a ambientes de violencia* y lo que éste pasaje posibilita

Por todas estas razones es que decidimos hablar, en adelante, de *ambientes de violencia* (ADV). Esto significa, como anticipáramos en el apartado 2.2 del capítulo dos, **climas, tonalidades, texturas, complejas e imbricadas condiciones de posibilidad no reductibles a una causa única como tampoco exclusivamente a la presencia de un actor puntual en el estadio -policía-, o al accionar de un actor puntual dentro del universo de hinchas del fútbol asistentes al mismo -banda-, y ni siquiera reductibles al partido de fútbol en el estadio.**

Hablamos de prácticas, relaciones, discursos que hacen que eso a lo que se llama “violencia en el fútbol sea posible”. Hablamos de prácticas, relaciones, discursos que exceden a los hechos de muerte y su espectacularización mediática, así como al lenguaje judicial que los acompaña, saturando el problema de sentido.

Y, al hacerlo, entendemos que estamos dando algunos pasos importantes. Dicho de otra manera: además de ser conscientes de que el lenguaje y las maneras de nombrar crean mundos posibles y en consecuencia nos exigen una cuidada responsabilidad, creemos que éste pasaje representa un aporte al problema en dos sentidos fundamentales:

a) Contribuye a desarmar un imaginario. Supongamos que un miembro de una *banda* protagoniza un “hecho violento”; ese miembro es el autor material, pero existe todo un ambiente que lo sostiene, incita y habilita. ¿Cómo codificar legalmente eso? ¿Cómo judicializar esa especie de autoría intelectual del resto de los hinchas? Rafael Di Zeo, líder de *La 12*, la banda de Boca, se refirió ante el periodista Gustavo Grabia acerca de los incidentes acontecidos en la cancha del club xeneise en el año 2003 en un partido que éste disputaba contra el club Chacarita.

La bombonera para el hincha es su casa. Y si alguien entra y te la rompe, reaccionás. Por eso todo el estadio cantaba “y pegue, y pegue, y pegue Boca, pegue” ¿Por qué no procesan a todos ellos entonces? Lo único que falta es que me metan preso por defender mi casa (2009: 143).

Esto no implica desconocer el prontuario de hinchas como Di Zeo y su manchada trayectoria. Pero tampoco quiere desconocer lo hipócrita del asunto, ya que esos mismos hinchas de platea, clase media y tez blanca que cantan “y pegue Boca, pegue”, o que en nombre de la disputa por la grandeza, la *lógica de la mirada* o la *novela* celebran los combates de su banda, luego desfilan ante los micrófonos condenando “la violencia de los barrabravas”, aunque en intimidad digan otra cosa y aparte valoren su utilidad, como hemos podido comprobar ofreciendo a lo largo de éstas páginas testimonios de algunos hinchas.

b) Contribuye a correr el eje: de la represión o la judicialización una vez consumado el ~~hecho~~, a la prevención. Es decir, lo que veremos en el apartado 5.6 del presente capítulo. Dentro de dos apartados.

5.4. El cuerpo como criterio de definición

Extensión de las razones número dos y número cuatro para abandonar el término *violencia* en las investigaciones sobre prácticas de hinchas de fútbol, o una mezcla de ambas, en éste apartado vamos a colocarnos en la posición de observadores participantes que persiguen como uno de los objetivos específicos de su investigación describir y caracterizar ambientes de violencia producidos en torno del espectáculo futbolístico.

En esa dirección, como veíamos, si los delimitadores conceptuales mencionados por Garriga y Noel más arriba nos dicen que ~~“violencia”~~ puede ser una cosa pero también otra, y otra, y otra más, y si la violencia sólo puede ser definida en los términos de los propios actores en cuestión, generando como efecto de lectura el hecho de que ~~“violencia”~~ pueda ser cualquier cosa y ninguna a la vez, ¿qué criterios nos permiten suspender tanto la cadena de interpretaciones de interpretaciones como esa suerte de relativismo cultural, y avanzar en la construcción de un concepto operativo que nos permita movernos, por ejemplo, en el campo de un estadio de fútbol?

Además de un criterio basado en la afirmación de Garriga y Noel, aquella que, veíamos, sostiene que ~~“violencia”~~ es una acción que alguien preferiría no sufrir, arriesgamos otro. En ese sentido, una dimensión que vendría a cortar la cadena semiótica de interpretaciones y a postularse como criterio de definición redundante en ADV es el cuerpo. El cuerpo tomado a la manera de Spinoza y basado en el fundamento de los signos unívocos, que iremos desarrollando a lo largo del apartado, aunque siempre aclarando que está tomado del Spinoza explicado por Deleuze (2008) en el libro *En medio de Spinoza...*

Desde esa perspectiva, podría situarse algo generador de ADV en un estadio de fútbol, por ejemplo, si descompone las relaciones constitutivas de un cuerpo y disminuye su potencia de actuar.

Reponemos pasajes del libro mencionado, que compila la lectura que Deleuze hace de la obra de Spinoza en uno de sus cursos, para desplegar nuestro argumento.

Para Spinoza el signo posee tres características:

- 1) Variabilidad (lo que es signo para uno no necesariamente es signo para otro)
- 2) Asociatividad (un signo siempre está tomado por cadenas de asociación)
- 3) Equivocidad (un signo posee varios sentidos).

Según Spinoza, la vida en el mundo de la equivocidad, en el mundo de los signos, en tanto permanecemos arrojados al azar de los encuentros, separados de nuestra potencia, no merece la pena ser vivida. Allí estamos situados en el primer género de conocimiento, a merced del encuentro con cuerpos que no se convienen con el propio cuerpo, cuyas relaciones constitutivas descomponen las relaciones constitutivas del propio cuerpo.

Se trata, entonces, de la vida según signos. Y más concretamente, de la vida según cuatro tipos de signos:

- *Signos-impresión*: son signos que indican el efecto de un cuerpo exterior sobre el mío. Se trata de un conocimiento de los efectos separados de las causas. —“Cuando el sol actúa sobre mi cuerpo, la impresión que deja sobre mi cuerpo indica más la naturaleza de mi cuerpo afectado por el sol que la naturaleza del sol” (*op cit.*: 287), ejemplifica Deleuze y profundiza ahí cuando argumenta que —“la impresión es un signo separado de su causa. [Que] el signo-impresión indica más la naturaleza del cuerpo afectado que del cuerpo afectante” (*ibidem*). En éste tipo de signo nos encontramos en el dominio de las afecciones y de las pasiones (ver más abajo).

- *Signos-imperativo*: como en el primer género del conocimiento estamos tan limitados que no tenemos idea alguna de las causas, como estamos reducidos a las impresiones de las cosas sobre nuestro cuerpo, apunta Deleuze, lo que hacemos es construir finalidades. Y utiliza, en esa dirección, la escena de Adán y Eva como ejemplo para mostrar este segundo tipo de signo. Plantea que Adán no comprende nada, que ignora el juego de las causas, que está reducido al efecto de la manzana sobre su organismo. —“¿Cuál es la impresión de la manzana sobre su cuerpo? Es

que la manzana lo envenena, descompone sus relaciones. El ve allí una causa final. Hace de la idea del efecto una causa final y dice –es la orden de Dios: no comas del fruto” (*idem*: 288)” Estamos, en éste segundo tipo de signo, en el terreno de lo imaginario, de las ficciones.

- Así, continúa el filósofo francés, nos encontramos en un mundo en el que las cosas y las palabras están perpetua y necesariamente por interpretarse. Y la interpretación deviene la actividad fundamental del entendimiento. Dicho de otra manera: puesto que los signos son equívocos, hay que interpretar. El tercer tipo de signos, entonces, son los *signos-interpretación*. Se trata del dominio de las abstracciones.

- *Afectos*, cuarto signo. Los afectos son signos ¿Signos de qué? Signos del aumento o la disminución de la propia potencia. Si nuestra potencia de actuar aumenta, se dice que los afectos son alegres. Si disminuye, se dice que los afectos son tristes. Por consiguiente, los afectos son signos de las *afecciones* que se tiene. Y las afecciones, como veíamos en el primer tipo de signos, son la idea o la percepción de la impresión de un cuerpo exterior sobre el mío. Y por vivir en un mundo de cuerpos, a cada instante tengo afecciones, dirá Deleuze que teorizaba Spinoza. Las afecciones que experimento en cada instante efectúan, realizan mi potencia, haciéndola variar. Y ello obedece a una proposición muy clara: toda afección, en un momento dado, efectúa mi potencia⁴⁷. Este tipo de signo, según Deleuze, es una especie de bisagra entre el mundo de los signos y el mundo de la univocidad.

Finalmente, ¿cómo es que disminuye la potencia, cómo es que funciona la tristeza? Diserta Deleuze explicando a Spinoza:

¿Cuándo experimento un afecto-disminución de la potencia de actuar?
Cuando la afección que experimento es la impresión sobre mí de un cuerpo que no conviene con el mío [...] El encuentro con la cosa que no conviene con ustedes va a investir nuestra potencia, que va a estar por entero inmovilizada en rechazar la cosa. Esta potencia inmovilizada, fijada, es

⁴⁷ La potencia, como decíamos, en relación al estado (a la afección) precedente, se efectúa y varía constantemente dentro de un rango comprendido entre el polo tristeza y el polo alegría, y lo que Spinoza llama afecto, a diferencia de afección, es el aumento o la disminución, es decir, el pasaje. El afecto es el pasaje de una afección a otra, pero no se confunde con una afección.

como sustraída de ustedes. De allí que vuestra potencia disminuye (*idem*: 301).

Vendría a ser algo así como operar por negatividad: invertir tanto, destinar tanta energía a conjurar el objeto inconveniente al punto de vaciarse de potencia. Y eso, dice Deleuze, es la base del funcionamiento del odio, es lo opuesto del amor.

Como ya habrá podido advertirse, el problema de Spinoza es el problema del conocimiento, de la vida práctica, del conocimiento del propio cuerpo y de las composiciones alegres con otros cuerpos. Lo que Spinoza promueve es salir del mundo de los signos, del mundo de la equivocidad, ése en el que no puedo conocerme más que por las afecciones que experimento, esto es, por la impresión de los cuerpos sobre el mío, e ingresar en el mundo de la univocidad. ¿Cómo? A través de etapas o “esfuerzos de la razón”. Veamos.

En primer lugar, atendiendo a los *afectos* que se tiene, rechazando las líneas de la tristeza y seleccionando las líneas alegres. Apunta Deleuze, en ese sentido, que “el primer esfuerzo de la razón como arte selectivo consiste en una regla práctica muy simple: sepan de qué son capaces, es decir, eviten meterse en situaciones que serán fastidiosas para ustedes (*idem*: 303)”.

Una vez posicionados en la línea de los *afectos alegres*, la etapa siguiente sería pasar de una lógica de las *alegrías pasivas* (de ahí viene “pasión”), azarosas, a una esfera de las *alegrías activas*. Esto ya implica en sí mismo estar en el mundo de la univocidad, o, dicho de otra manera, conocer por la causa y ya no por el efecto, como sucedía en los *signos-impresión*. Sostiene Deleuze al respecto:

Ya no conozco los cuerpos por el efecto que tienen sobre el mío, sino que los conozco bajo las relaciones que los constituyen, en tanto esas relaciones se combinan con las relaciones que me constituyen. Lo que capto ya no son efectos de un cuerpo sobre el mío, sino composiciones de relaciones entre un cuerpo y el mío [...] cuando ustedes alcanzan ese saber vivir, pueden decir que poseen vuestra potencia. Antes sólo podían decir que tendían a aumentarla (*idem*: 311).

Repasando: ¿qué implica entonces salir del mundo de los signos?

Implica conocer por la causa, pasar de la pasión a la posesión de la potencia, conocer relaciones y ya no objetos.

¿Cómo va a llamar Spinoza a ello? Lo va a llamar, como nos lo explica Deleuze, “*nociones comunes*”. Avancemos para ver qué significa éste nuevo término, a través de un ejemplo:

He aquí un cuerpo que llamo “*el quilo*”, he aquí otro que llamo “*la linfa*”, he aquí un tercer cuerpo que llamo “*la sangre*”. El quilo, la linfa, la sangre son cuerpos que entran en mi composición. El quilo se define pues por una cierta relación de movimiento y de reposo, de velocidad y de lentitud. Lo mismo la linfa. Ellos componen sus relaciones para formar la sangre [...] Hay entonces una relación compuesta ¿A qué es común la relación compuesta? Es común a los componentes “*a las partes componentes-* y al todo compuesto. Hay una relación que hace que el quilo y la linfa sean partes de la sangre y que la sangre sea el todo del quilo y de la linfa. Es bajo esa misma relación que el quilo y la linfa se componen para formar la sangre y que la sangre se descompone para dar a luz el quilo y la linfa (*idem.*: 312).

La *noción común*, entonces, tendrá para Spinoza-Deleuze tres caracteres:

- 1) que expresa la causa.
- 2) que es común a la parte y al todo
- 3) que uno de los cuerpos que la forman es el mío.

En el plano de las *nociones comunes*, así, hemos salido del mundo de los signos ¿Por qué? Porque “*siendo comunes al menos a dos cuerpos, se dicen en un único y mismo sentido del otro cuerpo y del mío. No pueden decirse en varios sentidos [...] No puede haber equivocidad al nivel de las nociones comunes (idem.: 315)*”.

Pues bien, más allá del pensamiento de Deleuze y Spinoza, que desde ya creemos interesante compartir, de entre su arsenal filosófico (“*afecto*”, “*afección*”, “*potencia*”, “*signos unívocos*”, “*nociones comunes*”, etcétera.), lo que nosotros no debemos perder de vista es la cuestión del cuerpo como criterio de definición. De hecho, si nos explayamos fue puramente en función de ello. Del cuerpo como lo que corta la cadena semiótica de interpretaciones. Del cuerpo como lo que corta el relativismo cultural. Del cuerpo como aquello a partir de lo cual, puestos a hacer

observación participante en un estadio, podemos leer situaciones constitutivas de ADVs. Las que siguen son algunas que relevamos, a modo de ejemplo:

- Teniendo que competir con los pares por conseguir una entrada. Forcejeando para llegar a la ventanilla. Sintiendo que las opciones son, o bien *colarse*, o bien acudir a policías o miembros de la *banda*, y sintiendo impotencia o complicidad por ello.
- Siendo testigo de situaciones de amedrentamiento. Aceptando como habitual el hecho de que la *banda* ingrese, disponga del espacio como más le plazca y se ubique cómodamente.
- Teniendo que aceptar que las posibilidades de ser maltratado por los policías a cargo del operativo de seguridad están latentes. Padeciendo los operativos policiales sin dirigentes que se hagan presentes como responsables.
- Sintiendo vulnerable, descuidado por la dirigencia, maltratado, no tenido en cuenta como socio o asistente, sin poder de decisión, impotente. Sintiendo que en lo que a lo organizacional concierne todo viene de arriba, trasciende y sobrepasa, que no se puede hacer nada.
- Sintiendo que en caso de urgencia (derrumbe, incendio, infarto, descompostura), el estadio puede convertirse en una trampa mortal.
- Teniendo que cantar y alentar todo el partido, aún estando en disconformidad con el equipo o con la dirigencia, en nombre del *aguante-fiesta*, o por temor a represalias de la banda.

Para terminar, volvemos al punto de partida de la razón número cuatro: ¿cómo construir una definición en la que las afecciones corporales singulares y habituales del que va a la cancha con frecuencia no se pierdan de vista ante el discurso teórico, el discurso mediático y el discurso ideológico, que ofrecen respuestas genéricas más globales, del tipo “la violencia tiene que ver con que en el fútbol se juega hoy la única identidad consistente”, “la violencia en el fútbol es asunto de los inadaptados de siempre” o “la violencia se produce porque el fútbol es hoy la

única válvula de escape a las frustraciones semanales a la que puede acceder la mayoría de la gente”, respectivamente, saturando de sentido el problema?

Todo lo aquí dicho y enumerado fue un pequeño intento de responder a esta gran pregunta.

5.5. Fútbol y muerte, y lo que nos permite leer esta relación

En el apartado 5.3 de éste capítulo postulábamos seis razones para dejar de utilizar *violencia* y pasar, en consecuencia, a hablar en términos de ADV. Esto nos posibilitaba, entre otras cosas, salirnos de la noción de hechos y de la reducción del problema al acontecer de una muerte, tentación irresistible de cualquier política de seguridad en nuestro país, como veremos en el apartado siguiente, y de cualquier cobertura mediática (capítulo seis) de *“la violencia en el fútbol”*.

Otro investigador crítico para con tal latiguillo es Amilcar Romero, quien, antes que de *violencia en el fútbol* propone hablar de *violencia del fútbol*. Aunque, si lo leemos detenidamente, sostiene que tampoco habría que hablar de *violencia del fútbol* para no hacerle el juego a los argumentos represivos y estigmatizantes, así como para no caer en equívocos, ya que, hablar en esos términos implicaría primero tener que deslindar distintos niveles de análisis: la violencia implícita, la violencia primaria, la violencia organizada a partir de la década del sesenta, la violencia institucionalizada, la violencia propia de una cultura como la argentina, etcétera.

Por lo que, concluye, de lo que sí se podría hablar es de la continuidad en torno de una relación: la relación entre fútbol y muerte, tal como pudimos apreciar en el fragmento de entrevista realizada a éste autor sobre el final de nuestra Breve *Introducción al fútbol*, a comienzos de éste documento (<http://www.efdeportes.com/efd41/amilcar.htm>). Y es entonces de esa relación, y de lo que nos permite leer en Argentina -aunque sin desconocer que el problema en cuestión la excede, como decíamos-, que hablaremos ahora.

En ese sentido, y como apuntábamos anteriormente, la lectura de Alabarces en clave sociopolítica llega hasta el año 2003, año en el que se cierra la edición del libro que finalmente aparece en 2004. Repasemos y hagamos hablar a los

números, para que no sean solamente números, aunque siempre sugiriendo la consulta minuciosa de la imperdible historización de Alabarces:

Desde **1924** (primera muerte registrada) al mencionado 2003, las muertes se cuentan por 217.

Desde 1924 hasta 1967, año en el que termina de consolidarse la etapa moderna de la relación entre fútbol y muerte, la cual, como decíamos, habría comenzado con el fracaso argentino en el mundial de Suecia de **1958** y el consecuente imperativo de modernización dando inicio al *fútbol-espectáculo* (–espectáculo” en términos de Romero en la entrevista en cuestión, es decir en términos de profesionalización y mercantilización; espectáculo en esos términos y no en ninguno de tradición o herencia debordiana). Desde 1924 a 1967, decíamos, ya están presentes tres de los elementos recurrentes en el cóctel letal:

- Estadios en malas condiciones (3 muertos por derrumbes)
- Accionar policial.
- Impunidad garantizada por dirigentes de los clubes y de la AFA.

A partir de ese año **1967**, con el asesinato de Héctor Souto, aparece el cuarto elemento:

- Las barras

Primero llamadas –barras fuertes” por la prensa, luego –barras bravas”, en fin, nuestras *bandas*.

Si dejamos de lado el caso Puerta 12 (1968), en el que murieron de un solo tirón 71 personas, hacia **1976** los muertos son 21. O sea, 21 en un lapso de 52 años.

Ahora bien, desde entonces hasta 2003 se producen 125 muertes, esto es, 125 muertes en 28 años. Y aquí está, esta es, la hipótesis de Alabarces acerca de la privatización creciente de la violencia respecto de su monopolio legítimo por parte del Estado, o, dicho de otra manera, **el modelo de los Grupos de Tareas** y

su legado. De hecho, 113 de esas 125 se producen en democracia, en los 20 años que van desde su recuperación hasta **2003**.

Es interesante el contrapunto imaginario que podemos trazar en este sentido entre Alabarces y Romero. Veamos lo que dice éste último en extractos de la entrevista ya mencionada, a partir de referencias a las doctrinas de seguridad militares y a la industrialización capitalista del fútbol argentino en la década del sesenta:

Cuando sobrevienen las muertes en serie escalonadas, se dijo que los barras bravas eran reflejo de la dictadura... pero si nos ponemos en serio a trabajar con la teoría del reflejo, la dictadura sería un reflejo de las barras bravas. Barras bravas había desde la década del sesenta, organizadas, jerarquizadas. Las Brigadas Especiales que pide el Diario Clarín con la muerte de Souto, que ahí está la editorial para siempre y escrito para el que lo quiera leer, esas Brigadas terminaron siendo los Grupos de Tareas que hacían desaparecer a la gente en los setenta [...] Acá, en Argentina, creo que se invierte, porque la economía de mercado se aplica primero en el fútbol, cuarenta años antes que en la macro sociedad. Y se revierte: el fútbol, de ser un reflejo de las relaciones sociales pasa a ser un modelo social (<http://www.efdeportes.com/> Revista Digital - Buenos Aires - Año 7 - N° 41 - Octubre de 2001).

Hasta ahí Alabarces. Ahora bien, ¿qué tienen para decirnos las 47 muertes que se registran desde 2003 a 2010, que es el año hasta el que llegan los registros actualizados a los que pudimos acceder? ¿Qué innovaciones plantean? ¿Qué continuidades?

Continuidades, una. Nada menos que la de la vigencia del cuadrado siniestro que conforman estadios en malas condiciones, accionar policial, impunidad dirigencial y bandas. Estas tres últimas, sobre todo, nos hablan de la vigencia de un modelo de acción que, pese a los discursos y los avances en materia de Derechos Humanos de los gobiernos del período, está lejos de ser desmontado o desguazado. Ahí están la tenebrosa desaparición de Jorge Julio Lopez, los casos de gatillo fácil contra *pibes* y sus desapariciones, los casos de tortura en comisarías y las patotas sindicales, entre otras prácticas nefastas, para demostrarlo. El dato es elocuente: son 47 muertes en gobiernos kirchneristas, de un total de 250. 47 en 7 años, de 250 en 86.

Innovaciones, por su parte, también una. Se observa un incremento exorbitante de las muertes debidas a enfrentamientos internos en el seno de las propias *bandas*. De las 47, contabilizamos 16 producto de ese móvil. 16 de las 22 que se registran, resultantes del mismo, desde 1967 hasta la fecha. ¿De qué nos habla esto? ¿Se trata de otra modalidad en la que se expresaría la creciente auto-referencialidad propia de la cultura del aguante?

Quienes realizaron un trabajo estadístico insoslayable para todo aquel que se precie de abordar seriamente este asunto son los miembros del Departamento de Investigaciones de la Asociación Civil Salvemos al Fútbol, Uliana, Murzi y Sustas. El mismo puede encontrarse en la página de la Asociación: www.salvemosalfutbol.org. Allí se desglosan, si bien hasta el año 2008, la cantidad de muertes según:

- El móvil que las causó (accionar policial, enfrentamiento entre bandas, pelea interna, deficiencias del estadio, etc.).
- El elemento de muerte (arma blanca, arma de fuego, arma reglamentaria, golpes de puño, etc.).
- El lugar de la muerte (el estadio, inmediaciones del estadio, viaje hacia o desde el estadio, otro lugar, etc.).
- El momento de la muerte en relación al partido (antes, durante, después, otro día, etc.).
- La divisional (primera división o ascenso).
- La ciudad o provincia (Buenos Aires, Interior, etc.).
- El lustro o presidencia en las que tuvieron lugar, etc.

Todo eso y los respectivos cruces de variables que arrojan tendencias, progresiones, porcentajes, etcétera.

De dichas estadísticas hay muchas lecturas y en muchas claves para hacer, posibilidades que en esta instancia no nos convocan sino tangencialmente, quedando, así, para futuras investigaciones y otra oportunidad. Por ejemplo, **¿qué porcentaje de las muertes corresponden a la era del aguante, esto es, y ampliaremos, de mediados de la década de 1990 noventa en adelante?** ¿Hablan de ello, además de hablar del modelo de acción instaurado por la

dictadura, las 78 muertes sucedidas desde 1995 en adelante, 78 de un total de 171 en toda la historia, si no contamos las arrojadas por el episodio de la puerta 12?

También hay una mención obligada que expresar: el trabajo estadístico da cuenta de la muerte pero no de sus condiciones de posibilidad. Ahí vienen, entonces, con sus aportes, las investigaciones del campo del deporte en el que nos alineamos para ofrecer un buen complemento a la hora de seguir abordando el problema.

5.6. Interrogantes y reflexiones en diálogo con algunas propuestas y experiencias de intervención y prevención

Finalizábamos el apartado 5.3.1 planteando que el pasaje de *violencia a ambientes de violencia* contribuye, entre otras cosas, a correr el eje: de la represión o la judicialización una vez consumado el hecho, a la prevención. A lo que ahora agregamos que **para prevenir hay que conocer. Y para conocer es indispensable reponer la voz del hincha**, sus puntos de vista, los significados de sus prácticas. De lo contrario, y si se lo considera como un irracional de antemano, las prácticas violentas aparecen como lo impensable. Y así, se considerará inevitablemente al evento futbolístico como algo intrínsecamente peligroso.

Leyendo algunas experiencias y propuestas de intervención y prevención sobre la problemática, extrajimos una serie de puntos con los que dialogar, y a partir de los que reflexionar desde una mirada local. Concretamente, en la letra de los especialistas se pueden inferir los supuestos de irracionalidad y peligrosidad mencionados, subyacentes a las perspectivas tanto de legisladores como de las fuerzas de seguridad.

Acerca de los legisladores y de su imposibilidad de pensar las prácticas violentas al codificarlas como irracionales de antemano, por ejemplo, relata Garriga en un artículo en el que colabora con el Departamento de Investigaciones de Salvemos al Fútbol (DISAF):

He trabajado en distintos organismos que pensaban políticas públicas contra la violencia y siempre su esfuerzo más profundo estaba en la creación de una

ley perfecta [...] Solo los abogados (y lamentablemente la mayor parte de los políticos son abogados) pueden creer que con una ley se solucionan problemas que tienen fundamentos sociales y raíces culturales, porque son prácticas y conductas. Las leyes persiguen la violencia en el fútbol -sólo un tipo de violencia en el fútbol- y logra que muchos de esos violentos sean detenidos pero no puede cambiar los valores legítimos que tiene la violencia entre sus actores. Las formas culturales que sustentan la violencia en el fútbol no pierden su legitimidad por ser ilegales. Para ejemplificar, no podemos dejar de mencionar que la cúpula de la “~~h~~rra brava” de River y de Boca están presos (parece que las leyes funcionan), pero no puede lograr que otras doscientas personas quieran ocupar el lugar vacante de esos líderes. El estado tiene un rol ausente en la de-construcción de los valores que legitiman la violencia en el fútbol. Deberíamos pensar si es por conveniencia o por incapacidad [...] Personalmente creo que esta ausencia es más por incapacidad que por conveniencia. Y la incapacidad está en su punto de partida. Se parte de una imposibilidad intelectual, los encargados de pensar la violencia no la pueden pensar porque la creen impensable. Piensan que la violencia es la sin razón, lo ilógico, lo sinsentido y por ende no puede ser más que reprimida y nunca prevenida (<http://www.salvemosalfutbol.org/el-rol-del-Estado-en-torno-a-la-violencia-en-el-futbol.htm>).

Entonces, dos conclusiones:

La primera es que no bastan las leyes porque, como estuvimos revistando sobradamente, lo ilegal no equivale a lo ilegítimo. La segunda es que si se considera a las prácticas de los hinchas como irracionales, se las considera como impensables. Y si se las considera impensables no hay ninguna política para pensar.

Pasemos ahora al otro supuesto, el de la peligrosidad. Sobre el mismo, dicen Uliana, Murzi y Sustas, se asientan en nuestro país los tristemente conocidos operativos de seguridad. Es como si todo el accionar policial estuviera pensado a partir de una hipótesis de conflicto. En consecuencia, se trabaja con acciones de vallado, de alambrado, de tabicado, de escoltamiento, de separación de los ingresos por calles, de desconcentración de las parcialidades a distintos tiempos, etcétera. Todo para evitar el encuentro de los cuerpos.

Esto nos dispara algunos comentarios. En primer lugar, como dice Alabarces (2004), si se trata a los hinchas como animales, es de esperar que se comporten como animales. En segundo, Uliana, Murzi y Sustas efectuaron un relevamiento en el que encontraron que este supuesto es el mismo de un paradigma de seguridad que en la Ciudad de Buenos Aires atañe no solamente al fútbol sino también al espacio público. Afirman al respecto:

Las conclusiones obtenidas tras el relevamiento nos permiten afirmar que el tratamiento que recibe la problemática de la violencia en el fútbol, específicamente respecto a la estructuración del espacio del estadio, comparte elementos de las lógicas organizativas que caracterizan la gestión de la seguridad en otros espacios públicos. Podríamos hablar entonces de un paradigma común en la gestión de la seguridad, tanto en los espacios públicos como en los estadios [...] Plazas, parques, edificios públicos, monumentos y estadios de fútbol comparten en materia de seguridad una misma lógica que llamamos separatista (<http://www.salvemosalfutbol.org/Alambrados.htm>).

En tercer lugar, debemos decir que este esfuerzo es, además de prejuicioso, obsoleto, al menos en el caso del fútbol. ¿Por qué? Porque, como veíamos en las estadísticas arrojadas por los mismos Uliana, Murzi y Sustas, la mayoría de las actuales muertes o incidentes están teniendo lugar entre hinchas del mismo equipo, es decir, entre cuerpos que se encuentran del mismo lado de la reja. Y no solamente eso sino que además, una de cada tres de esas muertes tiene lugar fuera del estadio e incluso durante la semana, o sea, en un día que no es el del partido. Entonces, ¿no hay algo de mantenimiento del negocio de la seguridad (venta de cámaras, pago de adicionales, etcétera.) por vía de una construcción social del miedo, en ese énfasis?

Incluso más: el prejuicio o hipótesis de conflicto del choque entre hinchadas quedó puesto de manifiesto hasta el ridículo, por ejemplo, cuando, en un Velez-San Lorenzo disputado el 19 de abril de 2011 a puertas cerradas y en cancha neutral, se desató en los palcos una pelea de magnitud entre periodistas de medios partidarios de los respectivos equipos.

Lo contrario de las visiones y los supuestos en los que se han sustentado los intentos argentinos es la experiencia inglesa.

En el capítulo dos de su, nuevamente, *Crónicas del aguante...* Alabarces la recorre, historiza y detalla, por lo cual aquí solamente señalaremos que, en la misma, el pasaje que se da del *security* (la seguridad en términos policiales) al *safety* (la seguridad en términos de ambientes seguros) como principio ordenador, equivale al pasaje que nosotros proponemos de *violencia* a *ambientes de violencia*, y con él, de trabajar sobre hechos a trabajar sobre condiciones de posibilidad, de reprimir a prevenir, etcétera. Es la diferencia entre controlar la inseguridad y trabajar en la construcción de ambientes seguros.

Si bien todavía más declamado que concretado, es el corrimiento de eje que observamos en las políticas de seguridad del nuevo Ministerio de Seguridad y Derechos Humanos conducido en nuestro país por la Dra. Nilda Garré. Y que observamos, en nuestra ciudad, en las políticas de Atención Primaria de la Salud de las gestiones del Dr. Binner y el Ing. Lifshitz. Esto es, el pasaje de la salud entendida como cura de la enfermedad a la salud entendida como producción de ambientes saludables, lo que implica, entre otras cosas, un énfasis prioritario en acciones de promoción y prevención, además de enfoques interdisciplinarios, claro está, si lo que se quiere es garantizar un abordaje integral.

La experiencia inglesa, de la que aquí, y con dobles intenciones, sólo se suelen rescatar las políticas del *all seated* (todos sentados) y de la vigilancia mediante cámaras de seguridad, arroja un sinnúmero de elementos interesantes.

Por empezar, arroja un pasaje: de la prioridad puesta en el control del minoritario grupo de *hooligans* revoltosos a la prioridad enfocada en otorgar mayor protección al resto de los asistentes al estadio. Esto es, que vean bien, que los sanitarios estén en condiciones (nuevamente: si se los trata como animales...), que se sientan protegidos por los *stewards* -personal civil y desarmado especialmente entrenado y capacitado para actuar en espectáculos futbolísticos-; que sientan que tienen voz y voto en las decisiones, y derechos como hinchas, a partir de su afiliación en la FSA (Asociación de Hinchas), a partir de la apertura de canales de diálogo y representación con las autoridades de los clubes, con la Asociación del Fútbol Inglesa y con los encargados mismos de la seguridad. En definitiva: que los hinchas sientan todo lo contrario de lo que se siente al concurrir a un estadio en Argentina, como detallábamos en el punto 5.4.

Y para seguir, la experiencia inglesa arroja el funcionamiento de un supuesto: **confianza en el auto-control y la auto-gestión de los hinchas**. Esto es, el mismo supuesto que postulábamos nosotros cuando expresábamos que quien participa de los asuntos comunes del club, cuida a su gente y a sus instalaciones.

Los siguientes fragmentos en los que Alabarces relata la experiencia inglesa dan cuenta de éstos puntos, que también son los puntos en los que recuperábamos las perspectivas de Garriga, Uliana, Murzi y Sustas:

Toda la organización del espectáculo se producía en base a la hipótesis de conflicto con los *hooligans*. Las prácticas de aislar a los grupos de hinchas más violentos, retenerlos a la salida y transportarlos directamente en trenes que los alejen de la ciudad para que no tuvieran posibilidad de contacto, era considerada por Lord Taylor como demasiado radical, en tanto relacionaba imaginariamente a los hinchas con prisioneros de guerra. Estas posibilidades, en todo caso, controlaban pero no prevenían (*op cit.*: 42).

El desplazamiento *security-safety* significó pasar de la seguridad entendida en términos policiales a la misma como dato de confort y prevención de accidentes para el común de los espectadores (*idem*: 43).

La FSA acusaba a la policía de negarse a establecer relaciones permanentes de consulta e intercambio con los hinchas, entendidos como los verdaderos expertos en la materia [...] Nuestra estrategia –afirmaban los hinchas– es crear una cultura futbolística alternativa, dar una dirección alternativa a nuevas generaciones de hinchas, que una década atrás habrían aceptado el contexto agresivo de un partido de fútbol como la norma (*idem*: 49).

Si las hinchadas son reconocidas de esta manera, ellas mismas van a desarrollar sus formas de auto-control. Antes de eso, toda norma es vivida como represión [...] Si los hinchas desarrollan sus posibilidades de autocontrol y autogestión, no harían falta ni la Guardia de Infantería ni los insoportables guardias de shopping (*idem*: 116).

Emparentado con la confianza en el auto-control y la auto-gestión de los hinchas, uno de los puntos que más nos viene interesando desde hace varios capítulos, el DISAF presentó el 9 de octubre de 2009 una iniciativa en el Congreso Nacional denominada –Pulmones de Convivencia”. La misma apunta a des-vallar o des-tabicar la separación entre hinchas de distintos clubes en torno de

un estadio y al interior del mismo, bajo el supuesto de que, de hacerlo, los hinchas se desinteresarían de cualquier iniciativa violenta.

De paso, ¿no cuenta como antecedente aleccionador la exitosa auto-gestión de la seguridad en los recitales, primero de Los Redonditos de Ricota y luego del Indio Solari?

A la vez, y salvando las distancias, emparentado con lo de tomar a los hinchas-expertos como interlocutores en materia de planificación de seguridad, dice el ya citado ex-líder de La 12 Rafael Di Zeo en una entrevista concedida a Martín Caparrós:

Lo que pasa es que la gente que está en la seguridad nunca estuvo en una tribuna, nunca la vivió. Pero tendrían que bajarse del caballo ese blanco de San Martín y hablar con la gente y preguntar bueno muchachos explíquenme cómo es, pero eso no lo van a hacer, son demasiado pelotudos (2005: 257).

Para ir cerrando, una experiencia que vale la pena convocar es la realizada en torno del Programa “Goles en Paz” en la ciudad de Bogotá, Colombia, y más precisamente en el marco del Plan de Desarrollo de la ciudad “Bogotá Positiva”. La misma, evidenciando procedimientos y concepciones y lenguajes propios de tecnologías de gestión y estrategias de gobernabilidad muy en boga en ciudades de Sudamérica, viene postulando desde el año 2001, entre otras cosas:

- 1) La existencia de un observatorio de barras del fútbol.
- 2) El empoderamiento de los barras y su impulso como actores en la construcción de ciudadanía.
- 3) El logro del pasaje de las *barras bravas* a las *barras futboleras*.
- 4) La existencia de grupos civiles de apoyo e intermediación en las tribunas formados por integrantes de las barras.
- 5) La promoción del ingreso gratuito de las barras como forma de reconocimiento al buen comportamiento.

6) El lanzamiento de programas comunitarios, talleres artísticos, educativos y de oficios, cursos de capacitación y bolsas de trabajo para barras.

7) La realización de reuniones de planificación entre barras y policías en dependencias del Estado.

8) El respeto de un Protocolo de Convivencia y Seguridad, documento escrito firmado y avalado por distintos actores: alcalde, bomberos, jefe de personal de emergencias, clubes, comandante de la policía, líderes de barras.

9) Un objetivo: la auto-regulación de cada asistente.

Desglosado el punteo, o mejor dicho los punteos, diversos, sucesivos, que han tenido lugar durante éste apartado, vayamos a las dos primeras palabras del título que lo encabeza: interrogantes y reflexiones. Gran parte de los puntos refleja el supuesto que subyace a los dispositivos de seguridad argentinos. Según éstos, los hinchas locales son irracionales y los eventos futbolísticos de por sí intrínsecamente peligrosos. Pero mientras decimos ésto volvemos a la enumeración de factores que a nuestro entender contribuyen en la generación de ADV (Ver 5.2), y allí encontramos que, por ejemplo, desde sus orígenes el fútbol argentino constituye una esfera que tolera y legitima prácticas violentas, o que el actor encargado de diseñar los operativos de seguridad, la policía, es un actor que se rige por lógicas corporativas y de bando. Entonces, **¿por qué los hinchas argentinos habrían de ser concebidos de otra manera?** Es lo que afirma Garriga (2005): lo llamativo no es que haya violencia. Lo llamativo es que no haya más.

Muy bien, una opción parcial sería apartar a la policía del diseño. **Pero, y pensando en la vigencia de los modelos de acción e interpretación legados de la última dictadura militar que veíamos en 5.5, ¿quién impulsaría y sostendría esta decisión?** Además, ¿quién apartaría a la policía de semejante caja adicional de recaudación?

Pasemos ahora al periodismo deportivo: ¿por qué habrían de des-dramatizar y des-polemizar si el drama y la polémica, en épocas de sobre-abundancia informativa y mediocridad deportiva es lo que vende? ¿Por qué habrían de hacerlo, además, si el ritual mismo del fútbol argentino es uno en el que

predominan los elementos dramáticos por sobre los festivos y carnavalescos, como se viene diciendo?

Ingenuo sería hacernos preguntas acerca de las razones por las que habrían de modificar sus conductas las dirigencias de los clubes y los miembros de las bandas, cuyas unidades negocios crecen de campeonato en campeonato notablemente.

Todo pareciera depender, entonces, de los hinchas. De los hinchas y su decisión de plantarse ante todos los que intentan modular, encauzar o directamente apropiarse de todo aquello que tiene que ver con sus motivos de encuentro, sociabilidad, creación y fiesta. De los hinchas y su decisión para sostener sus movidas, sus liturgias, sus territorios cuidando de que nadie se introduzca para apropiárselos o explotarlos con fines mercantiles, como decíamos en el capítulo pasado. Porque allí, en la defensa de esos territorios existenciales, incluso mucho antes de las escandalizaciones morales, radica la necesidad de modificar el mapa. Todo pareciera depender, en suma, de los hinchas y sus prácticas de (auto) cuidado. De los hinchas y sus capacidades autogestivas.

Claro que para eso los hinchas, y los nuevos hinchas sobre todo, tendrían que accionar desde lugares distintos a la *infantilización*, la *novela*, la *queja*, la *cláusula de la pasión*, la *cláusula del humor*, el *sentimentalismo*, la *objeción* o la exterioridad, así como suspender la subjetividad mediática a partir de la cual suelen relacionarse.

Y los clubes tendrían que volver a ofrecer héroes deportivos en sus campos de juego, y equipos competitivos estables, cuestión de que la atención retorne hacia el adentro y el hincha pierda protagonismo. Y los hinchas, nuevamente, por los motivos largamente mencionados desde el capítulo tres hasta aquí, dejar de celebrar y legitimar, cuando no directamente festejar, ya sea la “picantez” de su *banda* para combatir con hinchas rivales como su despliegue visual. Y ni hablar de dejar de filmarla y fotografiarla con celulares para después colgar las imágenes en distintos sitios de la web contribuyendo así a la creación del hinchismo-marca. Por supuesto que los hinchas, en esa línea, tendrían que correrse de las encerronas del *aguante-presencia* y así poder cantar lo que les venga en gana y ubicarse en el sector del estadio que más les plazca. **Por supuesto que para que todo esto sea**

posible, en suma y en síntesis, debería predominar otra noción de “popular” y de “aguante”.

En ese caso, ¿qué hinchas lo impulsarían al cambio requerido? Seguramente ningunos otros que nuestros hinchas jóvenes y activos, a partir de las capacidades y el caudal de saberes que vienen plasmando.

Quisiéramos terminar con un extenso apunte que nos dispara, como una asociación libre, aquello de la vuelta hacia el protagonismo del *–adentro*”.

Un extenso apunte que de alguna manera nos devuelve a los comienzos del capítulo dos, más concretamente a un pasaje en el que hablábamos de cómo, los *–jugadores informal-mediaticados*”, socializados en una época que ha *–erradicado la espera*”, verían, precisamente por las destrezas cognitivo-perceptivas de su *ambiente*, dificultadas sus capacidades de aprehensión de conceptos como *pausa*, *estrategia* y *totalidad*. Comentario que respaldábamos con una anécdota de Marcelo Bielsa en épocas en que éste dirigía en la Selección Argentina a Ariel Ortega. Comentario al que agregábamos, a su vez, una cita de Jorge Valdano referida a que los futbolistas contemporáneos, justamente por la cantidad de declaraciones mediáticas que deben realizar y de partidos pautados por la TV y los *sponsor* a los que deben someterse en épocas del fútbol espectáculo, ya no estarían en condiciones de disputar lo que él denomina *–los tres partidos*”. A todo esto, y como para sumar otro elemento que pinte el panorama actual del jugador de fútbol, podríamos añadir lo dicho por Alabarces acerca de sus *–conciencias televisivas*”. Y sumar, finalmente, innumerables testimonios de actuales DT despotricando por el hecho de que las nuevas camadas de *pibes* *–están todo el día con la play station y no ven ni hablan de fútbol*”, dando a entender que se habrían vuelto indiferentes a los aspectos estrictamente vinculados al juego: ver partidos para espiar a los rivales o interesarse por los equipos contrarios, mirar para aprender y emular cuestiones tácticas, quedarse después del entrenamiento a perfeccionar jugadas, etc; en suma: indiferentes a la pasión y la vocación por la complejidad del jugar al fútbol. A su vez, podríamos agregar lo manifestado en el capítulo cuatro (4.5.1) sobre la imposibilidad de los tiempos educativos de

formación en clubes estructuralmente deficitarios como los argentinos. Finalmente, y de la mano con ello, la imposibilidad de existencia de referentes.

Queremos decir: en el contexto configurado por todos éstos elementos, a los que podríamos sumar que los futbolistas se han socializado en una manera de ver fútbol⁴⁸ que es la impuesta por el relato de *Fútbol de Primera* (ver capítulo que viene), el actual jugador de fútbol pareciera sostenerse solamente en una cuestión: la cultura del aguante, de la que también sería conciente; dicho de otra forma: sabiéndose limitados por el cóctel de elementos enumerados, procurarían sostenerse, aunque sea, ~~dejando todo~~” y ~~poniendo huevo~~”. Pero paralelamente está el hincha actual, que también ha entrenado sus percepciones en la instantaneidad y el fragmento, en la manera televisada de ver fútbol, en la cultura del aguante, en la ausencia de referentes... y que, en consecuencia, asistiendo a una degradación de sus capacidades para observar fútbol en vivo, al jugador de su equipo solamente le exige que ~~ponga huevo~~”.

Aquí apunta nuestro apunte, valga la redundancia: en sucesivas observaciones de partidos en el estadio de CARC, en diversas charlas con hinchas, en lecturas de canalla.com, en la escucha de conversaciones... hemos notado que al jugador de Central lo único que se le demanda es ~~huevo~~”. Como si los ~~huevos~~”, o mejor dicho su carencia, fuesen la causa suficiente de las malas campañas o, sin ir más lejos, el descenso a la B Nacional. Queremos decir: a ninguno de los hinchas que escuchamos o leímos se les ocurrió que el problema acaso radique en aspectos ligados a limitaciones para el juego de fútbol propiamente dicho, para el juego en equipo, para el entrenamiento profesional y demás. En este sentido, el dato es elocuente: por el mismo plantel desfilaron distintos directores técnicos de probados antecedentes y con todos ellos el resultado fue similar: mayor cantidad de derrotas que de victorias.

En la línea de nuestro argumento, para terminar, hemos asistido en el año 2008 a ~~charlas de evangelización~~” de la Secretaría de Cultura Canaya a los *pibes* de las

⁴⁸ Que es la televisiva. Escribe Caparrós al respecto: —~~l~~ tele nos condiciona la forma de mirar el fútbol: todo se ve de cerca, las caras, los insultos, las patadas. Y se pierde la visión de conjunto [...] Hay que mirar lo que la cámara te indica [...] Las imágenes repiten las jugadas más vistosas, y ahora cada chico que empieza a jugar quiere hacerlas todas desde el primer momento” (2005: 156).

divisiones inferiores, que giraban, prioritariamente, sobre la entrega que requiere vestir la camiseta de un club como Central.

5.7. Recapitulando

Llegando al final del capítulo, es un buen momento para repasar todo lo que en él vimos.

- De entrada hicimos un rápido mapeo de las investigaciones europeas existentes sobre el tema, en diálogo con las sudamericanas, y fundamentalmente con las argentinas, aunque aclarando y fundamentando todo el tiempo los límites del diálogo debidos a la muy clara especificidad del hinchismo local.
- Luego, sistematizamos y enumeramos todos aquellos factores que para nosotros contribuyen en la generación de *ambientes de violencia* en torno del espectáculo futbolístico, con especial énfasis en los factores mediáticos, a los que subdividimos en directos e indirectos.
- Posteriormente, lo que acaso constituya el corazón del capítulo: propusimos seis razones para hacer a un lado el provisorio término “violencia” a la hora de abordar la problemática que nos convoca, adoptando definitivamente éste otro: “ambientes de violencia”. Allí mismo manifestamos que dicha mudanza terminológica contribuiría, entre otras cosas, a correr el eje de la represión a la prevención como modalidad de intervención sobre el problema.
- Más adelante, nos situamos en el lugar de observadores participantes que, en el marco de su investigación, concurren al estadio. Una vez situados allí, planteamos una encrucijada a modo de ejercicio: si, Garriga y Noel (2009), y haciendo de cuenta que nos resultan insuficientes sus criterios de delimitación conceptual, encuentran que “violencia” puede ser una cosa y otra, ninguna cosa y muchas a la vez, ¿cómo lograr una definición que nos permita operar en terreno entonces? Y además, ¿cómo llegar a una definición que suspenda la ambigüedad del relativismo cultural y no pierda

de vista las afecciones corporales concretas, que eran dos de las razones esbozadas en el punto anterior? Así, echando mano al pensamiento de Deleuze y Spinoza, proponíamos al cuerpo como criterio de definición. El cuerpo como fundamental detector de las líneas a través de las cuales en el estadio se van tejiendo los ambientes de violencia. Todo ello como pequeño intento de hacer tratable una gran pregunta: ¿cómo construir una definición en la que las afecciones corporales singulares y habituales del que va a la cancha con frecuencia no se pierdan de vista ante el discurso teórico, el discurso mediático y el discurso ideológico, que ofrecen respuestas genéricas más globales del tipo “la violencia tiene que ver con que en el fútbol se juega hoy la única identidad consistente”, “la violencia en el fútbol es asunto de los inadaptados de siempre” o “la violencia se produce porque el fútbol es hoy la única válvula de escape a las frustraciones semanales a la que puede acceder la mayoría de la gente”, respectivamente, saturando de sentido el problema?

- En el apartado “fútbol y muerte, y lo que nos permite leer esta relación”, por su parte, tras dar cuenta de dos muy sugerentes trabajos estadísticos sobre muertos relacionados al fútbol en Argentina, como el trabajo de Alabarces (2004) y el de los integrantes del Departamento de Investigaciones de Salvemos al Fútbol, encontramos datos que nos permiten leer lo siguiente, o mejor dicho preguntármolo: ¿Hablan los números (78 muertes sucedidas desde 1995 en adelante, 78 de un total de 171 desde 1924 a la fecha si no contamos las arrojadas por el episodio de la Puerta 12) de la influencia de la cultura del aguante, además de hablar de la vigencia del modelo de privatización de la violencia instaurado por última dictadura militar?
- Por último, dialogamos con propuestas de acción e intervención y prevención de especialistas locales en la materia, así como con exitosas experiencias inglesas y colombianas al respecto. Del diálogo surgieron algunas coincidencias importantes y consustanciales para con lo que en estas páginas venimos sugiriendo y pensando. En el pasaje del *security* al *safety* inglés, por ejemplo, encontrábamos el equivalente del pasaje de *violencia* a *ambientes de violencia*. En la letra de Alabarces y en una

propuesta de Uliana al Congreso de la Nación encontrábamos, en la misma línea, una apuesta y una confianza hacia las capacidades de auto-control y auto-gestión de los hinchas, elemento central de buena parte de nuestro planteo. Pero, además de coincidencias, dicho diálogo arrojó algunas preguntas y algunas conclusiones. Y varias de ellas, especialmente las relativas a las dimensiones del cambio que dependen exclusivamente de los hinchas, nos dejaban como saldo una mueca de pesimismo a la hora de interrogarnos acerca de las posibilidades de un nuevo escenario.

6. EL AUTOMATISMO DE LAS COBERTURAS Y LA HIPOCRESÍA DEL HINCHA; ANÁLISIS DE UN CASO

En *Haciendo amigos a las piñas...* Garriga dice que ~~los~~ medios periodísticos reducen la investigación de los hechos de violencia al estudio de un caso relevante que toma estado público” (2007: 19); que su tratamiento ~~no~~ excede la cantidad de días en que el hecho tarda en desaparecer de la primera plana” (*ibidem*); y que en dicho tratamiento se privilegian lo narrativo y los datos de color, esto es, ~~una~~ descripción narrativa, prejuiciosa y de poca profundidad analítica [que] no permite realizar una buena lectura de los fenómenos violentos” (*ibidem*).

En *Crónicas del aguante...*, en tanto, Alabarces concluye que los medios no ofrecen explicaciones. Opina que hacen listados de adjetivos y colecciones de anécdotas, pero que ~~en~~ ningún momento desarrollan explicaciones causales o vinculan los hechos con contextos más amplios, a no ser por el latiguillo de la violencia social, la crisis económica, la crisis de valores” (2004: 92).

Con éstas referencias damos inicio a un nuevo capítulo. Capítulo cuyo propósito es doble.

Por un lado, y a partir del breve análisis de la cobertura de un caso -a la que tomamos como estándar y por ende pasible de ser generalizada a coberturas de acontecimientos similares-, los incidentes protagonizados por hinchas de Newells en la ciudad el 4 de mayo de 2009, mostrar cómo, lejos del mapa de factores constitutivos que desplegamos en el punto 5.2 del capítulo anterior, la misma no hace sino caer en reduccionismos irresponsables, en automatismos y en compendios de lugares comunes estigmatizantes. Lo cual constituye, ya lo vimos en el 5.3, la primera razón que argumentamos para no utilizar más en nuestras investigaciones sobre prácticas de hinchas de fútbol el término *violencia*.

Eso por un lado. Por el otro, y siempre a partir del mismo caso, mostrar en pleno funcionamiento parte del dispositivo de la enunciación canalla, con las posiciones discursivas que construyen los hinchas, éstas mismas de las que venimos desde el capítulo tres hablando.

De lograrlo, de lograr contraponer claramente ambos funcionamientos, el de la cobertura mediática de un hecho y el de los procedimientos discursivos del hinchismo, vamos a estar pudiendo mostrar cómo se suele reducir el problema. A

su vez, y además, vamos a poder leer ahí varias de las seis razones que nos llevaron a abandonar el concepto de *violencia*. Y no sólo eso: también vamos a poder leer varios de los motivos que sobre el final del capítulo anterior (apartado 5.6) nos vuelven reacios a creer en la posibilidad de un cambio. Al menos la parte del cambio que compete a los hinchas. Que es gran parte.

En suma, de llegar a este **doble objetivo** se tratará el capítulo presente. Pero antes de comenzar tenemos que hacer un preámbulo. Un preámbulo que consiste en refrescar brevemente lo que algunos investigadores han dicho sobre éste tipo de coberturas, como para ponernos a tono. Eso en primer lugar. Luego, y a modo de ejemplo, una rápida mención a dos procedimientos mediáticos comunes a las coberturas en general, como para situar el marco de funcionamiento en el que las mismas tienen lugar.

6.1. Lugares comunes: breve mención a investigaciones sobre coberturas

Al revisar la cobertura noticiosa, Alabarces (op cit) detecta dos argumentos básicos. Ninguno de ellos tiene que ver con la explicación ni con la prevención, esto es, aquello por lo que abogamos a partir de lo visto en el capítulo anterior. Muy por el contrario: la violencia sería un **reflejo** de la sociedad; y sería cuestión de **inadaptados** a los que habría que excluir de alguna manera para terminar con ella.

En cuanto a lo primero -la metáfora del reflejo-, es exactamente lo opuesto del ejercicio que nos propusimos al finalizar el apartado 5.2: pensar al pie de la situación para poder esquivar las trampas del tratamiento facilista y la pereza cínica de los razonamientos hegemónicos. Dicho de otra manera, si se trata de un reflejo de la sociedad no se puede hacer otra cosa que sentarse a esperar que la sociedad cambie. Y más: decir que se trata de un reflejo de la sociedad es decir que la sociedad somos todos; y decir que la sociedad somos todos es decir que la responsabilidad no es de nadie. Procedimiento típico, precisamente, de todo aquel que, estando inmerso en una situación, no se dispone a revisar su propia implicación en la misma y a asumir, mediante ello, su propia responsabilidad.

Responsabilidad de nadie, decíamos. De nadie salvo de los inadaptados, que estarían por fuera de la sociedad y a los que bastaría reprimir; acción que, como se sabe, es lo contrario de la prevención.

Alabarces al respecto de estos dos argumentos:

Al revisar las coberturas noticiosas, que se desplazan permanentemente entre las páginas deportivas, las policiales, las políticas o la información general, solemos encontrarnos con la explicación por el mero *reflejo* de condiciones sociales: el fútbol se transforma en un espejo, mala metáfora usada por un pensamiento facilista [...] A veces simultáneamente, se agrega la explicación por la excepción: si estos casos ocurren, es porque hay algo que escapa a la normalidad. Se trata simplemente, dirán las crónicas apuradas o los comentaristas indignados, de inadaptados, de hordas salvajes, de animales, de delincuentes, de irracionales, de falsos hinchas –porque está, claro, el hincha verdadero: un señor cuarentón que lleva de la mano a sus hijos, con una banderita minúscula, todos ataviados con gorritos simpáticos y camisetas de marca, a los que la policía no somete a los cacheos vejatorios de rigor. Descripción que no suele reparar en que los niñitos del “verdadero hincha” sonríen mientras miran a las cámaras y gritan el canto de guerra: “¡flano, no existís” (*idem*: 10).

Ahora veamos los resultados de un trabajo de Coelho, Lobos, Sanguinetti y Szrabsteni (1998), en el que se recuperan las maneras en que la prensa analiza y nombra a los hinchas aparentemente responsables en incidentes ocurridos entre 1967 y 1997. Allí los autores agrupan las denominaciones en dos grandes conjuntos de metáforas y series:

- Por un lado, la metáfora y la serie **criminal-bélica**, a la que corresponden términos tales como “grupos patoteros”, “patota” (caso Souto: Clarín, Crónica, La Nación, 1967), “delincuentes organizados” “asesinos”, “organizaciones mafiosas”, “bandas delictivas”, (Caso Vallejos-Delgado, Crónica, 1994), “Grupo de choque”, “guerrilla” (caso Souto, Clarín, 1967), “mercenarios” (Caso Vallejos-Delgado, Crónica, 1994).

- Por otro lado, la metáfora y la serie **animal-infrahumana**, a la que corresponden, además del clásico ~~in~~adaptados”, términos como ~~salvajes~~”, ~~bárbaros~~”, ~~bestias~~”, ~~energúmenos~~”, ~~monstruos~~”.
- Finalmente, aunque en menor medida, la serie y la metáfora **biologicista**, tan familiar al discurso militar: ~~e~~áncer”, ~~t~~umor”, ~~v~~irus”, que vendrían a ser extirpados por los ~~an~~ticuerpos de la sociedad” (Caso Vallejos-Delgado, La Nación, 1994).

Por lo visto, y pensando en los referidos estudios de Virno (2004), escuchar hablar sobre *violencia* es escuchar a alguien o a algo atravesado por notables *defectos de semanticidad* a la hora de hablar.

6.2. Procedimientos comunes: tematización y puesta en serie

Los medios constituyen, entre otras cosas, un discurso. Y ese es el nivel de análisis es en el que nos vamos a situar ahora.

Decir que los medios son un discurso es decir que su coherencia está dada por los procedimientos a partir de los cuales un enunciador se relaciona con lo que dice, se construye como tal y construye un destinatario para el que bosqueja determinado campo de efectos. Esto nos lleva a pensar que existen procedimientos mediáticos comunes a las coberturas de acontecimientos en general, por eso es para nosotros válido el ejemplo que proponemos a continuación.

Antes, algunos comentarios: si en el apartado de recién nos situábamos en un análisis más de tipo *análisis de contenido*, las corrientes que pueden dar cuenta de procedimientos y rutinas productivas de los medios, es decir, de todo aquello que nos remite a su dimensión ideológica, a sus condiciones de producción, son la *sociología de las profesiones* y la *sociosemiótica*. Pero el ejemplo que proponemos a continuación, lo aclaramos, no parte desde allí sino de alguien totalmente ajeno a las distintas líneas y corrientes del campo de estudios de la comunicación.

A saber: durante 1996 se produjeron una serie de motines en cárceles de la provincia de Buenos Aires. Ignacio Lewkowicz, filósofo e historiador, reflexionó sobre la manera en que los medios trataron el asunto. Ese mismo año, su reflexión sería incluida en el libro *El malestar en el sistema carcelario*, compilado por el Ps. Diego Zerba. La repasamos. Y la seleccionamos en esta instancia por su grado de sugerencia a la hora de pensar en los medios como discurso⁴⁹.

Dicho todo esto, dice Lewkowicz:

Las prisiones están en los medios. La primera plana, como es sabido, no resulta del todo un buen lugar para pensar. Cada tanto una denuncia, una periódica reaparición del periodismo verdad, un motín, reinstalan los muros o las rejas en el comentario social. En rigor, no son las cárceles las que están en los comentarios sino su doble mediático: el *tema carcelario* [...] El comentario circula sin rozar la superficie de lo comentado (1996:2).

Primeras dos cuestiones, entonces. Una, que la rutina mediática transforma un **problema** o una situación en un **tema**. Otra, que los comentarios que convoca no pueden ya siquiera rozarlo (como veíamos que sucedía en con los docentes atemorizados por el miedo al robo de aquella escuela que poníamos como ejemplo en el apartado 5.3 para abandonar el concepto de violencia). ¿Y eso por qué? Por la lógica misma de los procedimientos que se utilizan para hacerlo. Y por un dispositivo al que se echa mano⁵⁰

Vayamos a los procedimientos, y cualquier familiaridad con el tratamiento del *tema-violencia*, es, y valga la rima, pura coincidencia:

[Los medios] despliegan su estrategia habitual de tratamiento. Primer paso: puesta en serie. Nada de lo que ocurre cae fuera de la serie de sus antecedentes. La grilla está tendida; la cámara hará caer lo real en el casillero que corresponda. Así, no nos hallaremos jamás con singularidad alguna; lo que ocurre es de por sí *un caso más de*, un nuevo caso, un término más de la serie [...] Caso ilustra la regla. No viene más que a confirmar lo que desde siempre veníamos sabiendo (*ídem*: 3).

⁴⁹ Otra aclaración: las citas son extraídas, no de la edición impresa del libro sino de una versión digital del artículo extraída de aquí: <http://estudiolwz.com.ar/subjetiv/subjet.htm>

⁵⁰ Nueva aclaración: la palabra “dispositivo” obedece aquí a que es la palabra que usa el autor, a una intención de respetarla, pero no confundirla con otros términos que son usados en esta tesis, como “dispositivo de la enunciación canalla” o “dispositivo televisivo”.

Eso en cuanto al procedimiento, la puesta en serie des-singularizadora. Y si hay algo que justamente se defina por su singularidad, son los *problemas*. De ahí que, puesta en serie mediante, el problema deviene *tema*. Pero sigamos adelante, porque hay más, y porque con lo que viene ahora el planteo se entiende mejor.

En la parte que citamos, Lewkowicz está hablando de quienes salen a expedirse a favor o en contra de los presos en situaciones críticas como los motines; ello le sirve para introducir lo del dispositivo:

Se presentan también los progresistas de viejo y nuevo cuño. Los de viejo cuño, progresistas stricto sensu, señalan el doble carácter de víctimas de quienes padecen el sistema carcelario [...] Los de nuevo cuño iniciarán una defensa de la cualidad heterogénea de quienes han quedado al margen del sistema de premios y estímulos de una sociedad sórdida [...] ¿En dónde confluyen estas posiciones? [...] No en los contenidos opinados sino en el procedimiento mismo de la opinión (*idem*: 4).

Así, hablar de *la opinión -tematización y puesta en serie* mediante-, será hablar de la diferencia entre **saber** y **pensamiento**, diferencia que no debemos perder de vista quienes investigamos asuntos ligados a las prácticas violentas de hinchas del fútbol. ¿En qué radica la diferencia, y qué tiene que ver con lo que se viene diciendo? Veamos, y ya con esto vamos terminando el apartado:

Es sabido que la diferencia entre un pensamiento y una opinión no depende de los contenidos vertidos por uno u otra. La diferencia depende del procedimiento de enunciación. Las opiniones no se convocan a partir de un problema sino a propósito de un tema. Como en la escuela secundaria, el enunciado de un tema es ocasión para desplegar lo que se sabe sobre ese tema [...] El tema convoca a un saber previo, induce a opinar, propone la querrela de las opiniones, afilia a izquierda y derecha por o contra (*idem*: 5).

Nada más parecido a los lugares comunes con que se analiza, para decirlo en lenguaje lewkovicziano, el tema-violencia. Primero puesta en serie, automatismo puro e irresponsable, sin nada de singularidad como tampoco de preguntas al respecto. Luego la convocatoria a la opinión, sea de los protagonistas, sea de los

expertos, entre los que estaríamos por ejemplo nosotros, lo que revaloriza aún más, interpelación mediante, la reflexión del filósofo e historiador⁵¹

6.3. Protesta de hinchas de Newells en la Sede de Central

Volvemos ahora al contenido. Dejamos atrás el foco puesto en clave-sociología de las profesiones; avisamos que no haremos aquí consideraciones en clave-teoría de la *agenda setting* ni análisis de cómo los medios construyen el acontecimiento, a la manera veroniana (Verón, 1987); del mismo modo, tampoco nos detendremos en miradas sociosemióticas de interfaces y pantallas, todo lo cual tendrá lugar de privilegio en el próximo capítulo. O sea, nuevamente: volvemos al contenido.

¿Qué quiere decir esto? Que reconstruiremos fragmentos de lo que se escribió en diarios y de lo que se dijo en la televisión local en ocasión de la protesta de hinchas de Newells que tuvo lugar el 4 de mayo de 2009 frente a la Sede Social de CARC, y que culminara con un herido, destrozos varios en los vidrios de la mencionada dependencia así como de comercios aledaños, y alrededor de treinta detenidos.

Allí, en los tratamientos de dicha situación, podremos leer buena parte de lo dicho en los dos últimos apartados. O, para plantearlo de otra manera: ¿en función de qué llevaremos a cabo la reconstrucción? En función de lo que decíamos al principio de éste capítulo: mostrar que, lejos del mapa de factores constitutivos de ADV que desplegamos, la cobertura del incidente no hizo sino caer en reduccionismos irresponsables y en compendios de lugares comunes. Y también en función de mostrar cómo los testimonios de todos los actores, no solamente los hinchas sino además los dirigentes y los funcionarios públicos, aparecen fuertemente atravesados por la subjetividad mediática de la que hablábamos en el capítulo cuatro al referirnos, valga la redundancia, a las maneras de hablar.

⁵¹ Nótese cómo podemos sentirnos interpelados, cuando introduce el problema de las instituciones, en tanto enunciadores desde la institución académica o universitaria: «El dispositivo tema-opinión es un medio de reproducción institucional decisivo [...] Un tema conflictivo suscita el mercado de las opiniones, que en su enfrentamiento no dejan de legitimar la existencia de las instituciones que se obstinan en resolverlo -o disolverlo, se verá-. Las oportunidades de exhumación del saber son el medio de reproducción de la legitimada de las instituciones» (*idem*: 6).

Si bien ya algo manifestamos sobre éste hecho en ocasión del capítulo dos, volvemos a situar al lector: El domingo 10/5/2009, por la fecha 13 del Torneo Clausura de la AFA, se disputaría en el estadio de CARC el clásico de la ciudad entre dicho club y Newells.

La semana previa estuvo signada por la inédita decisión del CARC consistente en recortar la cantidad de entradas destinadas a la parcialidad rojinegra. Dicho de otra manera: ya el viernes 1/5 la Comisión Directiva (CD) de CARC hizo pública su decisión de otorgarle a la parcialidad de Newell's 4.000 entradas, quebrando así luego de muchísimos años un acuerdo tácito que ambos clubes mantenían, según el cual al club que le toca disputar el clásico en condición de visitante se le otorgan, como mínimo, 10.000 entradas. El argumento de la CD se basó en que, como en la actualidad Central cuenta con más de 50.000 socios (cantidad inexistente en clásicos anteriores) y la capacidad de su estadio para alojarlos se está viendo colapsada (42.000 espectadores), asignar 10.000 entradas a Newell's significaría dejar socios centralistas afuera del mismo.

Como no podía ser de otra manera en un clásico y en plena cultura del aguante, la decisión provocó la ira de los hinchas y de la CD de Newell's. Y fueron los hinchas, justamente, los que, ante el fracaso de reclamos de su dirigencia en AFA, y ante la negativa de los dirigentes auriazules a rever su posición, decidieron auto-convocarse en una esquina céntrica de la ciudad y desde allí marchar hacia la Sede rival para exigir el número de entradas acostumbradas. Enterados de esto, algunos hinchas de Central también se auto-convocaron para custodiar la Sede de un posible ataque. La policía, en tanto, por alguna razón nunca investigada, liberó la zona para que los rojinegros pudieran llegar. Y llegaron nomás.

6.3.1. Los diarios y la TV, más lugares comunes

El 5 de mayo el Diario *La Capital* tituló: “Violento ataque de hinchas de Newells a la Sede de Central”. Y en la nota correspondiente a dicho título expresó: (los destacados en negrita son nuestros):

La **irracionalidad** le ganó a la medida. La previa del clásico del domingo escribió ayer la primera página. Pero no deportiva. Sino policial. Un grupo

de **fundamentalistas** de Newell's exteriorizó su malestar por las escasas entradas que le proporcionará Central (3.500 populares y 400 plateas). Apeló a la **violencia radical** para manifestar su descontento. Un **pelotón** de 400 leprosos activó su **fuerza bruta** para hacer trizas el ingreso a la sede auriazul de calle Mitre al 800. Pero ese **acto vandálico** tuvo su efecto demoledor en varios locales ajenos a la entidad canalla [...] padecieron la **barbarie** otros negocios sobre calle Córdoba.

Como apéndice de la nota principal, el diario publicó un reportaje al Gobernador de la Provincia Hermes Binner, quien fuera consultado sobre el tema:

Hermes Binner, quien deslindó a sus funcionarios de cualquier responsabilidad, dijo que **la violencia en el fútbol** es un "problema muy serio que hay que resolver de otra forma" ¿De qué forma? "Verificando qué es lo que hacen los clubes con sus hinchadas". Es decir, para el mandatario son Newell's y Central quienes les dan de comer a **los violentos** y quienes deben controlarlos.

El mismo día, el diario *Rosario 12*, suplemento local del *Página 12*, tituló "Un caos de corridas y piedrazos". Y escribió:

La supremacía numérica de los leprosos llevó a que el avance de **los violentos** leprosos no se detuviera, llegando a las puertas de la sede auriazul [...] En los pocos minutos que duró la refriega **los irracionales** rompieron con todo a su paso, principalmente vidrieras de comercios, [...] Usandizaga elevará un pedido a la empresa que transmite los partidos para que la emisión del clásico no sea por el sistema codificado, a fin de evitar la concurrencia masiva de hinchas en bares, que podrían provocar más **actos de violencia**.

De vuelta ahora a *La Capital*, que el 6 de mayo publicó un comunicado de la cúpula directiva de CARC:

Ante los lamentables hechos de público conocimiento protagonizados por un grupo de **vándalos** ante nuestra sede social de calle Mitre 853 que originaron lesionados, graves destrozos y daños, la comisión directiva de Rosario Central hace un llamado a sus simpatizantes y asociados para no contestar a **los violentos**

Pasemos ahora a la televisión rosarina.

El 5 de mayo, el clásico programa de interés general de los mediodías, *De 12 a 14*, que se emite en directo por Canal 3, tuvo a su columnista de deportes en el piso, con algunas imágenes de los hechos de fondo, diciendo cosas tales como:

Estamos viendo imágenes que documentan la **barbarie** y reflejan que como sociedad no entendemos nada: la mala educación, la **incultura**, la **delincuencia**, porque romper vidrios de lugares anexos a la sede es prácticamente delinquir. ¡¿Qué es esto?! Es **volver al mono**. Es de **primates**. Y es lamentable.

Por su parte, el noticiero del mediodía de Canal 5 editó un informe en el que, sobre un fondo de imágenes, un periodista narraba en off los acontecimientos, y ésta narración se veía intercalada por testimonios de testigos o comerciantes afectados. En uno de ellos, el cronista enviado al lugar le pregunta al empleado de una tienda de electrodomésticos: “¿Hubo un enfrentamiento entre **barras**?” Y el empleado le contesta sin dudarle que sí. En otro, el cronista le pregunta a la dueña de un local de ropa: “¿Te robaron o solamente destrozaron?” Lo mismo le preguntó el conductor del programa *Fútbol sin trampa*, que se emitió la noche del cinco de mayo por ese mismo canal, a uno de sus enviados al lugar de los hechos: “¿Robos no hubo, no?”

En todos los fragmentos reconstruidos se pueden leer claramente las cuestiones trabajadas por nosotros (destacados):

- a) Los adjetivos propios de los lugares comunes.
- b) Las metáforas criminal-bélicas, biologicista y animal-infrachumanas.
- c) El latiguillo del reflejo de la sociedad.
- d) La presuposición de que los protagonistas de los incidentes fueron barras.
- e) La afirmación como posible de que los hinchas hayan podido robar.
- f) La tematización y la puesta en serie de un acontecimiento en la serie, valga la redundancia, “violencia en el fútbol”, la cual ya viene con su dotación de automatismos incluidos. Dotación que suele incluir referencias a los “hinchas

comunes que nada tienen que ver y terminan pagando el pato”, cuando no directamente preguntas a éstos, en las cuáles aparecerán como correctos señores que están –en contra de la violencia”.

A propósito, ¿qué fue lo que dijeron los en www.canalla.com o en listas de mails internos? Señores hinchas que en nuestra clasificación pueden tranquilamente ser tomados como hinchas activos (aunque en este caso no siempre jóvenes), o sea, los hinchas que por las razones ya largamente mencionadas más nos interesan, que son el tipo de hinchas que participa activamente ya sea como sostén o como lector de los medios partidarios o de las listas de emails. Es lo que mostraremos a continuación.

6.3.2 Los hinchas

Tituló www.canalla.com en una editorial de la noche misma de los incidentes, que fue leída 6.360 veces: –Destrozaron la sede en complicidad con la policía”. Y dijo (también aquí todos los destacados en negrita son nuestros):

*La masa societaria de Rosario Central debió soportar ésta tarde otro hecho cobarde llevado a cabo por un grupo de **energúmenos** amparados bajo agrupaciones de simpatizantes de uno de los clubes de Rosario y con la complicidad plena de un nefasto operativo policial. [...] Una vez concluida la vorágine, los oficiales tomaron cartas en el asunto y se enfrentaron con algunos **violentos** que retornaban por la Peatonal Córdoba, por lo que muchos **civiles** debieron soportar una pelea que les era ajena. [...] Más allá de las noticias que no son alentadoras, debe destacarse la cordura y **racionalidad** de los hinchas de Rosario Central que no se agolparon en la sede ni se prestaron a enfrentamientos vanos con los **violentos** e impotentes hinchas del otro club.*

El comentario de los lectores número 17 a la nota dice:

*Esto demuestra la inferioridad que sienten los **inadaptados** del parque... lastima que con estas cosas puede salir perjudicado el club... demostremos el domingo el **nivel de gente que somos**... vamos central.*

El 19:

*Ojalá que se **mueran** esos **inadaptados**.*

Y el 21:

*Todo bien con la no violencia pero estoy muy caliente, rompieron mi casa loco, esto no puede quedar así. No me tilden de **violento** lo que siento es muchísima bronca e impotencia.*

Todavía durante esa misma noche, un columnista de la página titula: **“Basta de mentiras: nosotros no somos los violentos”**. El artículo fue leído 2.630 veces, y en él se puede encontrar:

*Durante toda la semana hemos leído como el periodismo rosarino opinaba sobre la medida de nuestro club de priorizar al socio antes que al foráneo y tildaba este hecho como una clara incitación a la violencia, a este periodismo que apañó durante 14 años el accionar del ex-presidente del parque, a este periodismo que no se expresó por el muerto en el banderazo del Parque, a este periodismo que nunca opinó sobre el maltrato que sufrieron hinchas en las populares y plateas del otro club, a ustedes les refresquemos la memoria para que se den cuenta quienes son **los violentos** [...] Y si directamente **NO VAN?** no seria lo mejor para que no haya incidentes? mas conociendo los antecedentes y el prontuario que para ellos es un mérito, y un honor. **Energúmenos!!!** No podemos dejar de lado la labor policial, a la que la parcialidad de **violentos** del parque enfrenta sin temor debido a la incapacidad de reacción de la misma, pasó en la sudamericana con moviles destruidos y oficiales heridos, pasó en Santa Fe con el mismo saldo, moviles destruidos y oficiales heridos, pasó en el día de hoy, con la zona liberada para que este grupo de **energúmenos** se manifieste de la única manera que sabe hacer para obtener beneficios que creen adquiridos por el solo hecho de asistir a un espectáculo deportivo, y sin embargo, en el ámbito legal, todo queda en la nada.*

También esa misma noche, la opinión de un hincha, entre cientos y cientos de opiniones que sería tedioso recuperar acá, donde, como criterio de selección, nos basamos en las que consideramos más representativas de un estado del imaginario:

La Policía, un párrafo aparte, no hicieron nada. Todo el mundo hablando de la marcha y la policía no se enteró. Los foros pechifrescos incitando la

violencia. "HAGAMOS QUILOMBO QUE ES LO ÚNICO QUE QUEDA" UN VERGÜENZA. La policía no podía parar la manifestación. ¿No tiene internet? ¿No sabe como se comunican los violentos?

Ya el miércoles 6, la página lanza una editorial en la que, entre otras cosas, por cuestiones preventivas, comunica la suspensión momentánea de los comentarios del lector. La editorial fue leída 1949 veces, se titula "La violencia ya fue", y en ella encontramos:

*Lamentablemente los hechos acontecidos el pasado lunes a la tarde, ha tenido a la página repleta de notas y noticias sobre lo que menos nos interesa hablar: **la violencia**. Nos vimos obligados a suspender los comentarios en las notas como medida preventiva y la verdad es que odiamos ver a nuestra querida canalla.com de esta forma. Rogamos a todos los socios e hinchas de Central, mantener la calma, en la cancha y fuera de ella, el domingo y cualquier día de nuestras vida. El fútbol es un deporte que los canallas transformamos en fiesta y carnaval. Sigamos haciendo eso, disfrutando del sentimiento. No cambiemos nuestra forma de ser. Central es único, su hinchada es única. Sigamos siendo ejemplo de democracia y participación sana. Tenemos 43mil socios y millones de hinchas. No le demos pie a la envidia y la copia. El Gigante, para los canallas. El club, para los socios. Si no se entiende sobre razón y derecho, lo lamentamos. [...] **La violencia** ya fue, vamos a pensar en el fútbol y la diversión, eso es lo importante.*

Al día siguiente, es decir el 7 de mayo, el sitio publica el mensaje de un hincha. Extraemos un fragmento:

*Soy un hincha de central que siente mucha IMPOTENCIA por ver como el presidente de su club trata de hacer las cosas bien pero parece que a muchos eso no le conviene y si obvio que no si no le da plata a la barra la barra no le da plata a la policía por ende **la barra** se borra y le da la espalda a central demostrando una vez mas que no le importa central ni su gente son le importan los billetes porque me acuerdo bien cuando le fueron a pegar a la propia gente de central en la platea por defender a Scarabino, y ayer no defendieron ni a la sede del club ni a los pibes que impedían que la barra de niubel se meta en nuestro club ojo que la barra de central históricamente no es así pero la barra de Pillin siempre fue así no da para mas.*

En idéntica línea, el mismo día leemos en el correo de un hincha de Central:

Odio a ñul ante todas las cosas. Más que a nada de nada. Odio a Pillín que no defendió la Sede. Los empleados se la bancaron más. Odio a los dirigentes de Central que no previeron que esto podía pasar, y dejaron que pasara. Odio a Bertone y sus comentarios matutinos. Odio a la policía que no sirve para nada. Yo quiero el vuelto. Es muy feo lo que digo, pero hace mucho que no tengo tanta bronca. Ésta hay que devolverla.

Ya pasado el partido, el día 13 de mayo encontramos tres correos más, dentro de una cadena de emails, también muy significativos para el argumento que estamos intentando plasmar.

El primero:

*Con mis 24 años me toco perderme la más gloriosa época Canalla... en la que ellos no existían... me han contado cantidades de cosas, como por ejemplo: Que a Newells solo se le daba una bandeja y ni la llenaban. Que a ningún pecho se le hubiera ocurrido cruzar el viaducto en caravana, es más, venían sin camisetas o tapados con una campera. En el chiquero había más gente nuestra q de ellos. **Cobraban** en arroyito y en el chiquero. Por la calle no se veían camisetas pechos. Llevaban con orgullo el mote de "caballeros". Lamentablemente no pude vivir todo eso... y lamentablemente me tocó una época donde ellos están "ganando" mucho terreno por que nosotros se lo dejamos ganar... [...] Lopez les dio entradas/viajes/banderas/**porro/asado** gratis durante años... eso hizo q toda la gente "**de bajos recursos**" se volcara masivamente a la cancha, incluso lo de las "**villas**" que eran bosteros o dudosos, se hicieran pechos... [...] Son inferiores, lo fueron siempre... y lo serán de x vida... y ELLOS LO SABEN... por eso **la violencia**... por eso el odio.*

El segundo:

Yo vivi finales de los 70 y desde ahí... recuerdo un clásico creo que le ganamos con gol de Bauza sobre la hora... todavía no iban... arriba tenían lugar de sobra... tenían miedo, esa es la verdad... sabían que cobraban... para mi, y aceptando y reconociendo que hay mucha verdad en todos los

comentarios también hay culpa nuestra en dejarlos crecer... les doy un ejemplo... si vos fajas a un tipo y le demostrás que te hace otra y le rompes la jeta de nuevo el tipo ni te jode... es como que le gruñís de vez en cuando para marcarle... ACA MANDO YO... si jodes COBRAS NUEVAMENTE... creo que hay algo de eso... le empezamos a dar lugar, que una que dos... que vienen con camisetas y nadie les hace nada... que la policia acompaña que patatin patatan... hoy no tienen miedo de venir a nuestra cancha... no tienen miedo de ir a la sede... porque saben que muy probablemente no les hagamos nada...

El último, bien en diálogo con el anterior:

*Ese puede ser el punto, o parte del cambio... antes los basureábamos, les **pegábamos**, los humillábamos, los **corríamos**... ahora ya no... De hace un tiempo a esta parte dejamos de hacer todo eso... es mas, ellos empezaron a hacer lo q hacíamos nosotros... se nos están volviendo en contra... como decís vos, **DEJAMOS DE GRUÑIRLES**... para volver a marcar territorio necesitamos **una barra como la gente**, no estos payasos q tenemos... ojo, **no quiero violencia**, pero ¿de q forma lo ponemos a raya como eran antes sino?*

¿Qué podemos cotejar aquí, además de la subjetividad mediática de los hinchas leída en su manera de hablar y tratar el tema, y además de la hipocresía, contenida en enunciados que tienen que ver con que, cuando se está del otro lado del mostrador, los **energúmenos**”, los **inadaptados**”, los **irracionales**”, los **violentos**” son los otros? De la misma manera en que, el exceso, cuando corresponde a la propia hinchada es auto-celebrado, pero cuando opera como algo propio del Otro se transforma en insulto y denostación. Algo así como el pasaje de los cánticos canallas celebratorios **tomamos vino tinto de damajuana, y nos fumamos toda la marihuana**” / **te quiero así, la banda fina, la que se toma el whisky y la cocaína**” a los cánticos ofensivos **Atención, atención, atención, atención, Ortega dejó el fútbol lo cambió por Termidor**” / **Ole-ole-ole-ole-ola, traigan la droga porque el gordo no da más**”, contra Ariel Ortega o Diego Maradona, respectivamente, y sus adicciones de público conocimiento, cuando éstos se han enfrentado a Central.

¿Qué vemos, además de procedimientos discursivos que develan relaciones *noveladas* (–en la época gloriosa no venían”, –no llenaban...”, –les pegábamos”, –eran los Caballeros”, etcétera.), *pasionales*, *quejasas* e *infantilizadas* (–nosotros no somos los violentos”, –ellos son los violentos”) en el acto de enunciar?

Vemos, por qué no, elementos que han ido apareciendo en el transcurso de nuestras páginas. Por un lado, cómo, la cultura futbolística argentina es una en la que son legítimas las prácticas violentas desde el punto de vista de todos sus actores. Eso queda claramente puesto de manifiesto, por ejemplo, en aquellos enunciados en los que los hinchas reclaman (posición quejosa y cínica de por medio, claro) la existencia y la presencia de una (buena) –barra”; o ahí donde claman por devoluciones y venganzas, a la manera del *honor* mancillado que es preciso restaurar, como veíamos en el trabajo de Moreira (2005) del capítulo dos.

La concepción del fútbol, en suma, como un combate ritualizado y configurado en torno de la *lógica partisana* (Ferreiro y Fernández, 2005) como mecanismo productor de identificaciones. De identificaciones territoriales, para el caso, ya que se trata de una afrenta a un ícono del territorio canalla: su sede social.

Por último, podemos situar clarísimas evidencias de un uso puramente retórico y *novelado* de lo popular, esto es, exclusivamente reducido a variable de disputa en la carrera por la grandeza. De otra manera, cuesta entender que alguien perteneciente al –club popular” señale despectivamente a –los villeros”, a –los sectores bajos”, a –los fuma porro” y demás; o pretenda enrostrar –el nivel de gente que somos”.

6.4. Recapitulación y reflexiones finales

No será ésta una recapitulación propiamente dicha, a la manera de aquellas de los capítulos anteriores, dado que éste fue lo suficientemente corto, claro y esquemático como para merecerlo. No obstante, sí conservará una de las funciones de las recapitulaciones tal como las venimos pensando en la estructura de nuestra tesis: la de conexión con el capítulo que viene. En éste caso el último, el final, aquél en el que confluirá buena parte de lo que venimos diciendo.

Desde de ese punto de vista, la conexión tiene lugar si decimos que, al momento de rastrear en www.youtube.com las coberturas televisivas del acontecimiento que analizamos, nos encontramos con que, los videos subidos y editados por los propios hinchas de Newells, filmados con sus propios celulares, constituían una amplia mayoría respecto de los videos subidos pero levantados de las coberturas televisivas. Pues de cómo el hinchismo desemboca en ello, por ejemplo, tratará en parte el capítulo que viene.

Para finalizar, dos cuestiones.

La primera, y esto dicho más allá de nuestra investigación y nuestro problema puntual, lo que entendemos se está jugando aquí, en el cruce de éstos distintos juegos de discurso, pero fundamentalmente en el campo de efectos de los medios como discurso, y eso sin hablar de las materialidades significantes que los soportan, cosa que también será tema del capítulo que viene, lo que se está jugando, decíamos, son **las modalidades a partir de las cuales una sociedad produce sentido. Y las implicancias de ello.** Implicancias políticas, incluso, si se quiere.

Implicancias en cuanto a la construcción de sentido, construcción de percepciones o de imaginarios, de representaciones, o como querramos llamarle, sobre la temporalidad, sobre la actualidad y sobre los mecanismos públicos de discusión o tratamiento de un problema, dado que en una última instancia, y con Valdetaro (2007), hablando puntualmente de la prensa gráfica, todo imaginario de conformación de una sociedad civil democrática, activa y responsable –esto es, de una ciudadanía- descansa, en uno de sus niveles, en la constitución de una prensa objetiva y reflexiva como garante.

Segunda cuestión y última, estrechamente vinculada con lo dicho recién parafraseando a Valdetaro.

Se trata de volver nuevamente al relato que Alabarces (2004) efectúa de la experiencia inglesa, especialmente, en ésta oportunidad, al énfasis puesto por aquella en la responsabilidad de los medios de comunicación y sus coberturas. Cerramos, compartiendo un fragmento, como para que se refrende la importancia de problematizar las coberturas locales que aquí hemos querido mostrar:

El Informe Taylor [nombre con que se conoce en Inglaterra al informe sobre el que se elaboró un plan de acción a diez años] ponía el acento en el papel de los medios, afirmando que también tienen un rol importante en la construcción identitaria de los hinchas. Asimismo, criticaba duramente la cobertura de prensa de los hechos de violencia, basada en sensacionalismo, mala información y errores conceptuales (*op cit.*: 44).

No sin antes sumar, a la nuestra, dos perspectivas críticas sobre el asunto. La primera, del mismo Alabarces. La restante, de Amilcar Romero

Los medios de comunicación tienen una responsabilidad fundamental. No en las coberturas de la violencia: su clave está en desdramatizar el juego, volverlo fiesta y deporte. Eso exige modificar lenguajes y costumbres, asumir con una conciencia aguda qué se dice cuando se hace, por ejemplo, un mínimo chiste. Es un gran trabajo, sin duda: pero imprescindible. Y lo que se debería volver norma es la prohibición radical de las alusiones racistas, homofóbicas, xenófobas. Prohibición que debería extenderse a los hinchas, claro, previo debate y difusión (*idem*: 116)

Una cosa que me ha quedado atragantada [del periodismo deportivo] es a la implantación del lenguaje bélico a partir de la década del sesenta en los titulares y en las crónicas. Aniquiló la concepción del espacio, la estrategia en el juego y directamente pasó a un lenguaje de guerra que no existía antes y que a partir de la década del sesenta se empieza a hacer notorio. Hoy los titulares ya son la agresión misma, son una preparación de esto de la militarización del espacio deportivo (<http://www.efdeportes.com/> Revista Digital - Buenos Aires - Año 7 - N° 41 - Octubre de 2001).

7. HINCHAS MEDIATIZADOS

Llegamos al capítulo final. Y con él, a un objetivo general: de la cartografía de factores constitutivos de ambientes de violencia en torno del fútbol argentino, propuesta en el apartado 5.2 del capítulo cinco, **detenernos y profundizar en los “indirectamente mediáticos”**. Volvamos al punto, para re-situarnos. Teníamos factores como:

- El periodismo deportivo, con sus afirmaciones irresponsables, siempre proclives a los giros bélicos, la polémica y a las retóricas dramáticas para mantener, más con los criterios del show que con los del relato, la tensión en tiempos de sobreabundancia de oferta informativa.

- Las transmisiones televisivas en directo y el repaso repetitivo de los resúmenes y compactos, que, amparados por el desarrollo tecnológico, capaz de detenerse una y mil veces a verificar al milímetro y desde decenas de cámaras lo que el árbitro tiene que resolver en tiempo real, están todo el tiempo remarcando los fallos arbitrales y poniendo, así, en duda su imparcialidad.

- Los jugadores de fútbol de la era del *aguante-fiesta* y los jugadores con conciencia televisiva en general (Mientras esto está siendo escrito, de hecho, el jugador de River Matías Almeida se acaba de ir expulsado en el Boca-River del 15 de mayo, yéndose de la cancha ante la tribuna popular del club xeneise besándose provocativamente la camiseta).

Luego, análisis del capítulo seis de por medio, tenemos para agregar:

- El tipo de cobertura que ofrecen los medios de algunas prácticas y algunos hechos (ver 6.1, 6.3 y 6.4).

Pero, y volviendo al 5.2, decíamos que en la cartografía de factores también teníamos aquellos que catalogábamos como mediáticos-indirectos. Esto es, todos aquellos derivados de la mediatización del *aguante-presencia* o *aguante-fiesta* (que en el apartado en cuestión corresponden a los ítems 14, 15, 16, 17, 18 19).

Éstos últimos, precisamente, son aquellos sobre los que en este capítulo nos detendremos y profundizaremos.

Operación que termina de plasmar o dar cuenta, por otra parte, de la especificidad comunicacional de esta tesis, aquella que viene a complejizar las perspectivas sociológicas, los análisis culturales y los abordajes etnográficos de las investigaciones precedentes sobre violencia; especificidad comunicacional que podría, por qué no, estar contenida en la siguiente **hipótesis**:

En articulación con la serie de factores sistematizados en el capítulo cinco, **el programa de televisión *El Aguante* contribuyó en la aparición de un nuevo tipo de hincha del fútbol argentino. Y, lejos de los automatismos de las coberturas señalados en el capítulo seis, es a partir de ese nuevo tipo de hincha, junto con las series de factores allí también enumerados, que podemos entender integralmente las actuales modalidades del problema-violencia.**

Entonces, después de introducir algunas cuestiones teóricas sobre *tecnologías, medios y mediatizaciones*; después de hacer mención a las características del actual sistema de medios; después de historizar las relación entre TV y fútbol en Argentina hasta llegar al momento de aparición del programa *El Aguante*, teniendo como trasfondo a las tres etapas que propone Verón (2009) sobre la televisión; después de ese desarrollo, en suma, vamos a:

a) Ofrecer un abordaje descriptivo-analítico de base sociosemiótica de dicho programa.

b) Y a situar distintos tipos de *indicios* o *efectos en recepción* de la incidencia, en la producción de un nuevo modo de ser hincha, del mismo.

7.1. Sobre tecnologías, medios y mediatizaciones

En el principio, el problema básico: el de cómo y a través de qué tecnologías los animales humanos, puestos a convivir, nos relacionamos. –Tecnologías” utilizado en sentido amplio, esto es, en el cruce de los desarrollos conceptuales de filósofos de la comunicación y la técnica como McLuhan (1962, 1966), Mumford (1992), Williams (1990, 1992), Simone (2001) o Debray (1992). Es decir, como

lenguajes, como ambientes, como extensiones del cuerpo y los sentidos del hombre, como exteriorizaciones de procesos cognitivos, como sistemas de registro, almacenamiento y transmisión de información, etcétera.

Sería interesante proponer una periodización de las diversas etapas tecnológicas por las que ha transcurrido la humanidad (oralidad, invención del alfabeto, de la escritura, de la imprenta, de la fotografía, la radio, el cine, la electricidad, etc.), y observar cómo ha repercutido cada una en las percepciones del espacio y del tiempo, qué destrezas cognitivas han activado y qué operaciones mentales disociado, cómo han amputado algunos sentidos a la vez que sobreestimulado otros o en cualquier caso reordenado la relación entre ellos⁵²; y mostrar sus distintos grados de impacto en la organización de la vida. En suma, sería interesante si no fuera porque difícilmente podríamos hacer algo mejor que lo hecho por los mencionados autores.

Todo esto, para decir que entendemos a los *medios* en este sentido, en el de tecnologías que, como tales, nos ponen de frente ante otro problema básico, que en realidad no es muy distinto al de antes: el problema de la incidencia de los medios en la producción de imaginarios sociales, de representaciones, de sistemas de creencias, de hábitos, de rituales, de temporalidades, de maneras de conocer, de maneras de hablar; en definitiva, y nuevamente, el problema de su incidencia en la producción social del sentido y el lazo social entre humanos. Y aquí, de nuevo, y en tanto tecnologías, lo interesante de una historia de los medios, o de las distintas grandes “mediamorfosis” de la humanidad, como diría Fiddler (1997), y con ello una reseña de los seis principios de la mediamorfosis, según los cuales, por ejemplo, y como si fueran especies, un medio nunca muere sino que se adapta a la evolución del sistema de medios convergiendo o pasando a ser el contenido de una forma emergente o nueva: así, el contenido de la escritura es el habla, el del cine la fotografía, el de la televisión el cine, y así hasta llegar a internet o los celulares, meta-medios, interpelaciones de sentidos y funciones disociados, síntesis por excelencia (Ver Diviani y Valdetaro, 2007 –acerca de los celulares- y

⁵² Basta un solo y breve ejemplo: con la escritura, respecto de la oralidad, lo hablado se separa del hablante e incluso lo sobrevive. La capacidad de memoria se libera. El ojo se disocia del oído y del complejo sensorio en el cual tiene lugar el habla (que involucra a todos los sentidos). Se desarrollan las capacidades de abstracción. A la inteligencia simultánea (auditiva) se le suma la inteligencia secuencial (visual).

Valdettaro, 2010 –acerca de las redes sociales o las asociaciones en red- así como Scolari, 2004 – para una sociosemiótica de las interacciones digitales).

A propósito, así entienden la convergencia tanto Varela como Scolari.

La autora:

El contenido y la función de un medio puede cambiar o desplazarse de uno a otro (de contar historias en el radioteatro a la telenovela), su audiencia puede cambiar (la historieta tuvo lectores masivos en los años cuarenta y lectores vanguardistas a fines de los sesenta) y su status social puede ascender o descender (el teatro pasó de ser una forma popular a una elite), pero una vez que un medio se establece, continúa funcionando dentro de un extenso sistema de opciones comunicativas [...] Las palabras impresas no mataron a la palabra hablada. El cine no mató al teatro. La televisión no mató a la radio. Cada medio se vio obligado a coexistir con el medio emergente (2009: 213).

Scolari, por su parte, y bien a tono con la metáfora medioambiental:

La aparición en el ecosistema mediático de nuevas especies como los videojuegos o la web están cambiando el entorno, obligando a las viejas especies (televisión, prensa, radio, etc.) a adaptarse para sobrevivir. Por otro lado, estamos asistiendo al nacimiento de especies bastardas, o sea medios híbridos que adoptan o simulan gramáticas y narrativas de otros medios (2009: 204).

Aunque, y volviendo a las aclaraciones terminológicas con que abrimos el apartado, hay que decir que, dado el grado de penetración de los medios en la experiencia cotidiana, razón por la cual constituyen un ambiente - un ambiente en el que estamos inmersos como lo está el pez en el agua, pez que toma conciencia de su absoluta inmersión recién una vez que sale fuera de ella (y aquí la frase hermosa de Nietzsche: *“un pez nunca conocerá el agua”*), y permítasenos pensar solamente en todo lo que se nos genera al perder el celular o al estar por un momento sin conexión a internet-; dado ese grado de penetración, decíamos, según Verón (2001) ya no podemos hablar de medios sino de mediatizaciones.

Por lo mismo, estaríamos ante una sociedad mediatizada y no ante una sociedad mediática. Veamos esta diferencia, no sin antes remarcar que, como podrá inferirse, no estamos más aquí en el terreno de los **medios como discurso**, a

la manera del capítulo anterior, sino en el de los **medios (o las mediatizaciones) como tecnologías, como ambientes**. Veamos esta diferencia, decíamos, y luego sus implicancias teóricas a la hora de concebir tanto a los sujetos como a lo real y a la sociedad misma, lo cual nos dará el pie para caracterizar, a su vez, al actual sistema de medios de información y comunicación.

En *El cuerpo de las imágenes...* Verón sitúa los albores de la sociedad mediática, industrial y moderna, en el advenimiento de la prensa escrita de masas hacia finales del siglo XIX. En ésta, priman las concepciones funcionales e instrumentales de los medios; esto es, se trata de soportes al servicio de la comunicación. En una sociedad mediática, entonces, los medios vienen a instalarse para representar, para espejar sus facetas. Lo esencial de este imaginario, según el autor, *–es que marca una frontera entre un orden que es el de lo real de la sociedad (su historia, sus prácticas, sus instituciones, sus recursos, sus conflictos, su cultura) y otro orden, que es el de la representación, de la reproducción” (op cit.: 14)*, siendo éste último el que los medios habrían ido progresivamente tomando a su cargo.

Una vez desarrolladas las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, momento en el cual Verón parece situar el pasaje a una sociedad mediatizada o en vías de mediatización, *–lo que se comienza a sospechar es que los medios no son solamente dispositivos de reproducción de un real al que copian más o menos correctamente, sino más bien dispositivos de producción de sentido” (op cit.: 15)* En esa línea, *–una sociedad en vías de mediatización es aquella donde el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios” (ibídem)*.

Las campañas políticas, las estrategias comerciales de las empresas y hasta las performances mismas de una hinchada, como veremos, pensándose y organizándose en función de la televisión, son algunos (y sólo algunos) ejemplos de ello.

7.2. Sistema de medios, sociedad mediática y sociedad mediatizada

Este apartado no será sino un largo recorrido por algunos artículos de Valdetaro a los que por su claridad privilegiamos aquí en función de nuestro propósito.

En primer lugar, y como retomar desde donde dejamos, en diálogo con la formulación veroniana recién referida, en un artículo del año 2007 la autora nos explica que “en una sociedad mediática los medios aún representan un real que los excede, y que los acontecimientos se producen, todavía, con independencia de éstos” (*op cit.*: 1)⁵³.

Sobre ese supuesto y sobre la base de esa epistemología fuertemente representacionista, los medios son considerados como espejos. Espejos más o menos deformantes de lo real, más o menos alienantes, más o menos artificios-fetichismo, más o menos manipulantes, más o menos productores de falsa conciencia y falsas necesidades, más o menos degradantes de la cultura, más o menos objetivos y fidedignos de la realidad, más o menos utópicos de una esfera pública de base argumentativa democrático-liberal...; todo eso según desde qué teoría de la comunicación se los analice, pero en definitiva, siempre espejos al fin y al cabo.

Luego, los distintos desarrollos de la televisión (que veremos puntualmente en los apartados que vienen), irán tornando ubicuos y omnipresentes a los medios, cuestión que puede situarse ya según la autora en la década de 1980, y a partir de la cual el espacio público-privado será, desde entonces, eminentemente social-mediático.

Con esto, tienen lugar una serie de pasajes al momento de analizar los medios:

De una epistemología representacionista a una constructivista; de su carácter de instrumentos a su definición en tanto lenguajes; de la consideración de sus efectos como puntuales y acotados, a la categoría de efectos cognitivos; del estudio de la lógica de las “campañas” [se refiere a clásicos de la *Mass Communication Research* como los estudios de influencia de los medios en electores de Lazarsfeld] al análisis del carácter sistemático, habitual, sostenido en el tiempo del funcionamiento mediático (*op cit.*:7).

Estamos ya en una sociedad mediatizada. Y si los medios dejan de ser tomados solamente como instrumentos para pasar a ser pensados también en términos de

⁵³ Al igual que lo hemos aclarado en anteriores ocasiones, las citas aquí son extraídas, no de una edición impresa sino de una versión digital del artículo.

mediatizaciones, esto es, de ambientes, de lenguajes, una perspectiva es la que toma fuerza analítica, sumándose a las sociologías y a las filosofías de la comunicación clásicas agrupables en las líneas de investigación de la *Mass Communication Research* y de la Escuela de Frankfurt: **la sociosemiótica**, que focaliza en las particulares modalidades de construcción del sentido de cada lenguaje mediático. O, dicho en palabras de la autora, en otro de sus artículos:

Una de las hipótesis de dicha semiótica es la de la radical asimetría entre producción y reconocimiento, y la articulación entre ambas instancias es su objeto de estudio. Se trata, en definitiva, de dilucidar las modalidades del —vínculo” establecido entre audiencias y formatos mediáticos en el marco de la vida social de los lenguajes. Dicho de otro modo, de lo que se trata es de estudiar la interfaz producción-reconocimiento (Valdettaro, 2010: 2)

De la década de 1980 pasamos a la actual. En el transcurso, han tenido lugar la revolución de las tecnologías digitales. Con ese pasaje como trasfondo, y leyendo todo en clave de los tres ordenes peirceanos de funcionamiento del sentido (símbolo, ícono e índice), clave según la cual en el funcionamiento semiótico de cada mediatización, de cada materialidad significante predominaría un tipo de signo, afirmará largamente la autora acerca del actual contexto comunicativo, —en el cual conviven innumerables regímenes semióticos -prensa papel, prensa on line, medios del sonido, pantallas en todas sus formas, etc-” (2007: 8), afirmará, decíamos, que —se hace necesario producir una reflexión que dé cuenta de los diferentes tipos de representaciones que producen estas diversas materialidades significantes” (*ibidem*). Esto es:

La multiplicidad de niveles de reconocimiento, en el ámbito del consumo mediático, hacen a la construcción de imaginarios sociales disímiles, esto es, a distintos modos de interpretar e interpelar al mundo, que, no obstante, actúan en simultaneidad produciendo niveles inéditos de complejidad social. Abordar dicha complejidad implica detenerse en el nivel de las potencialidades cognitivas, perceptivas, socializantes, inherentes a los distintos soportes [...] Desde este punto de vista, no interesa tanto la cuestión de sus —contenidos” [de los contenidos de los medios] (tema privilegiado de las hipótesis representativistas), sino sus peculiaridades en relación con la construcción de realidades mediáticas no homogéneas, sino radicalmente antagónicas o disímiles. Y ello es así porque no son las mismas

realidades las que contruyen la palabra escrita o la palabra hablada, las imágenes fijas o las que en movimiento se conjugan con sonidos, las que cubren lo real de manera directa o en diferido, etc. Cada una de dichas mediatizaciones supone un vínculo peculiar con el mundo: algunas nos relacionan a partir de nuestros cuerpos y afectos (la televisión en algunos de sus regímenes, también la radio), o apelando a nuestras capacidades intelectuales y crítico-reflexivas (principalmente, la prensa en su soporte tradicional, el papel); interpeándonos como *comunidad* (tribal) o como *sociedad* (en tanto opinión pública racional); y produciendo efectos socializantes y culturales heterogéneos según nos hayamos alfabetizado en cada una de dichas —~~red~~“*mediasferas*” [en el sentido de Debray, 1992] (*ibidem*).

Aquí, entonces, vuelve el interrogante que sobrevuela buena parte de esta tesis, o que al menos la sobrevuela toda vez que hablamos de subjetividad mediática de los hinchas o del tratamiento que reciben problemas como el de la violencia, y que Valdetaro formula así, no sin antes aclarar que, según su punto de vista, en la producción social del sentido, y aún en épocas de convergencia, el soporte que predomina es el soporte pantalla en sus tres grandes formas —PC, TV y Celular—. El interrogante, entonces:

¿Cómo conciliar un ideal utópico de democracia crítica y argumentativa que la prensa-papel día a día vuelve a proponernos, con el imaginario pasional, somático, de presente absoluto, inmediatez y celeridad que promueven las pantallas? Si para —~~pensar~~”, —~~evaluar~~”, —~~interpretar~~” (todas operaciones cognitivas tradicionalmente —~~aclamadas~~” por la prensa a sus lectores) se necesita, básicamente, —~~tiempo~~” -y es, justamente, el *papel*, en tanto soporte, el que posibilita un —~~contrato~~ de lectura” que permite detenerse —~~ahí~~”, en la letra de su superficie, y poder volver —~~ahí~~” una y otra vez-, ¿cómo atrapar a un lector que se encuentra, sin embargo, en el marco de un sensorium de progresiva celeridad? (*idem.*: 9).

Pues bien. Hasta aquí va quedando claro el pasaje de la sociedad mediática a la sociedad mediatizada, el de los medios como discurso a los medios como ambientes y lenguajes; también el de la omnipresencia de los medios en la experiencia cotidiana. Además, algunas características del actual sistema de medios. Ahora bien, ¿cómo llegamos al tópico de la ubicuidad de la TV?

Una manera de llegar puede ser la cita directa, y entonces sólo nos haría falta abrir comillas y apuntar fragmentos de un nuevo artículo:

La forma-pantalla -con la TV, probablemente aun, como gran modelador-, logra interceptar, y contaminar, al sistema de medios en su conjunto [...] Sostenemos, por lo tanto, que la modalidad central de la mediatización actual se puede definir a partir de la dilucidación de las estrategias discursivas específicas de las pantallas (Valdettaro, 2006: 2).

Otra manera puede tener que ver con la hipótesis de Valdettaro según la cual ~~las~~ circunstancias actuales del sistema de medios producen en la prensa, en tanto institución privilegiada de una opinión pública sujeta a razón, toda una serie de modificaciones de sus estrategias enunciativas tendientes a una adaptación a la lógica del contacto” (2007: 9). Dicho de otra manera:

La prensa sería hoy un discurso cuya referenciación tiende a ser el propio sistema de medios, hegemonizado por las tecnologías de la imagen-sonido en directo y simultáneo. Así, intentaría poner en página, no solamente, ni principalmente, un verosímil de construcción racional de la opinión, sino una retórica de la pasión materializada en un sinnúmero de recursos del contacto (*ibidem*).

Y si bien la autora nos advierte que la genealogía de esta lógica es difusa puesto que ya se puede rastrear en el carácter indicial de la fotografía, en el carácter pasional de la prensa amarilla o en la potencia ritual de la radio, ¿con qué tienen que ver estos recursos del contacto, y esto dicho por nuestra cuenta, sino con el eje-de-los-ojos-en-los-ojos (Verón 2001) y con el directo (Carlón 2004), es decir, con dos atributos de lo propiamente televisivo? (Ver más abajo).

De esa manera, siguiendo con el caso de la prensa-papel:

a) Los diarios, cada vez más copias impresas de sus versiones on-line, intentarían recuperar para sí el tiempo periodístico del instante de Internet y salir a competir con la TV.

b) Respecto de su puesta en página, nos dice la autora, que es posible diferenciar, en su superficie, una irradiación de ciertos recursos que vendrían a especificar la manera particular en que la modalidad televisiva del contacto marca al discurso de prensa. En tal sentido:

Si lo específico del contacto televisivo en el espacio de la información es, según Verón, —beje de la mirada, los-ojos-en-los-ojos”, los diarios intentan, también, como la televisión, establecer un cara a cara simultáneo, —devolverle la mirada al lector” [...] A manera de ejemplo, encontramos que uno de los recursos de dicho mecanismo, que se encuentra tanto en *Clarín* como en *La Nación*, y que no se circunscribe a una sección en particular, sino que atraviesa todo el cuerpo del diario, es la distribución de espacios textuales relativamente autónomos que presentan las siguientes regularidades: son artículos firmados por redactores del diario; que están acompañados de una pequeña fotografía (en blanco y negro o color) del rostro del autor; cuya constitución genérica fluye entre la crónica y la opinión, con independencia del tema o tópico; que atraviesan todas las secciones tradicionales [...] Desde este punto de vista, es el efecto de —identificación” y —personalización” que produjo el noticiero televisivo de los locutores-periodistas lo que vendría a explicar la lógica del recurso. Aquello de lo cual la prensa pretende apropiarse es del vínculo de —familiaridad” que el locutor-periodista del noticiero televisivo pudo establecer como su específica modalidad espectral. Lo que funda a estos espacios, en síntesis, no es su dimensión tópica, sino, principalmente, cierta manera de —poner el cuerpo”. Desde su fotografía, el que escribe, en el diario, me mira: el carácter de índice de la fotografía recupera, así, esa otra escena del vínculo afectivo propio de la televisión: dotar de un rostro, como en la televisión, al que escribe. Además de la representación de un *lazo afectivo*, opera, en dicho recurso otro propósito, el de la búsqueda de un efecto de *simultaneidad* [se refiere al efecto dialógico del cara-a-cara televisivo] (*idem.*: 11).

7.3. Lo televisivo, la televisión

Un libro de reciente aparición, *El fin de los medios masivos...* (2009), compilado por Carlón y Scolari, reúne los debates actuales acerca de las mutaciones que ha experimentado el sistema de medios y fundamentalmente el medio que aquí nos convoca: la televisión.

¿Pero de qué fin se trata, nos preguntamos junto a sus autores? ¿Del fin de un electrodoméstico, el fin de un aparato-mueble alrededor del cual se supo diseñar

el espacio hogareño y en torno del que supo orbitar el lazo familiar?, ¿el fin de una práctica espectral determinada?, ¿el fin de un ritual de abandono ocioso y ensoñamiento perceptivo, tal cual los mosquitos con las fuentes de luz?, ¿el fin de la TV como flujo continuo (Varela, 2009), a partir del desarrollo de destrezas interactivas en las nuevas generaciones de audiencias?, ¿el fin de la TV como *broadcasting*, esto es, emisiones únicas, en simultáneo y centralizadas destinadas a muchos? En fin: ¿el fin de la tele-visión o del televisor? Y más: ¿el fin de un negocio?, ¿el fin de uno de los lenguajes de la TV, el grabado? (Ampliamos abajo, de alguna manera, todo esto).

Tal vez todo eso a la vez. Tal vez algo. Tal vez lo agrupable en la definición veroniana de “medio” a la cual una serie de autores adhieren: desde esa perspectiva, un medio es entendido como un soporte tecnológico más una práctica social. En ese sentido, dos fragmentos de los mismos compiladores, Carlón y Scolari, en sus respectivos artículos.

Carlón:

Lo que este anuncio [el fin de la TV como medio] comprende es un conjunto de factores que, del lado del soporte, comienzan con el extraordinario cambio tecnológico al que asistimos prácticamente a diario, que está modificando la oferta y el acceso mediático a los discursos televisivos. Y que continúa, lo cual no es un dato menor, del lado de las prácticas sociales, con un cambio en la construcción de la figura del destinatario y de su práctica espectral, la cual, se anuncia, será cada vez más interactiva (*op cit.*: 164).

Scolari, por su parte, hablando de la concatenación de interfaces, por ejemplo entre el televisor y la PC:

Estos sistemas reconfiguran la experiencia del consumo televisivo ya que permiten reproducir videos descargados de la red, grabar programas y reproducirlos cuando el televidente lo desea, archivar películas y otros documentos (música, fotos, etc.) que también pueden ser reproducidos a través de la pantalla, etc. Si hasta hace una década solo el comando a distancia y el video-reproductor orbitaban como satélites alrededor del televisor, actualmente una serie de parásitos tecnológicos crecen a la sombra de la pantalla (*idem.*: 198).

Ahora bien, y esto antes de continuar con la historización que nos permitirá leer algunos cambios en la construcción televisiva del fútbol, vale diferenciar a la televisión de lo televisivo. Y es al respecto que Carlón acuerda con que la TV estaría muriendo como medio de masas pero no como lenguaje ni como dispositivo. En otras palabras, lo que no morirá es lo propiamente televisivo, su especificidad, aquello que introdujo una novedad radical en la historia de los lenguajes de la imagen, de los lenguajes representativos de Occidente: la posibilidad de contar el mundo en directo.

Esto mismo, explicado en profundidad por el autor:

La televisión tiene dos lenguajes: el grabado y el directo [...] El grabado, es decir, la videograbación, aparecida a mediados de los años cincuenta, enriqueció las posibilidades discursivas de la televisión, que a partir de entonces tuvo, a diferencia del cine, dos lenguajes, pero no le brindó una nueva especificidad: el directo es la extraordinaria novedad que en el siglo XX instauró la televisión [...] Si hay una televisión que va a morir, que va a hacer entrar en una crisis definitiva a la programación podemos decir que es la del grabado [El directo, en cambio, va a seguir en dos sentidos] Por un lado, va a seguir generando discursos masivos (e incluso globales) a través de transmisiones de acontecimientos y eventos, ya sea de la historia política, del deporte, del espectáculo o de aquello que en un futuro la sociedad considere de valor. Por otro, se mantendrá intacto como lenguaje, obligando al sujeto espectador, no importa en qué pantalla lo vea (en un teléfono, en un LCD, etc.) a movilizar los mismos saberes técnicos (*idem.*: 170).

Si lo esencial de la TV, entonces, es el régimen de la no-ficción en vivo, no-previsualizada (ver 2.1.2 del capítulo dos), sostiene Valdetaro en comunicación personal que eso es lo más parecido al espejo y lo más cercano que el hombre pueda estar del imaginario de la captación de las cosas sin mediación del lenguaje; viniendo, lo televisivo, a satisfacer, así, un deseo primitivo de captura de las cosas en su totalidad.

Lenguaje representativo pero también presentativo, y que por tanto nos pone ante la ley de la imposibilidad de prever el consecuente -ley en la que basaría todo su atractivo (también ver 2.1.2), que consistiría, justamente debido a la ilusión especular, en observar algo no-previsualizado por el ojo-cámara antes, o sea, en observar algo al mismo tiempo que lo observa el camarógrafo, el cronista, los

presentadores y el resto de los espectadores, generando, a su vez, un efecto de cercanía entre éstos y aquellos⁵⁴-, Carlón argumenta, para finalizar, que –este discurso, resultado final del gran afán representativo que ha caracterizado a Occidente desde sus inicios, va a sobrevivir” (*idem.*: 180), ya que –su novedad ha venido a otorgarle una experiencia inédita a los sujetos espectadores: la posibilidad de ser testigos de los principales acontecimientos de su propia historia en su transcurrir” (*ibidem*).

Hechas estas disquisiciones, continuamos. Y continuamos pasando revista a la periodización de Eco (1994) –Paleo TV / Neo TV-, de la que los autores convocados parten en su debate.

En un ensayo fundamental de Eco publicado en *La estrategia de la ilusión...* y titulado –“TV: la transparencia perdida”, el autor, y esto dicho a grosso modo, describe el pasaje de la *Paleo TV* a la *Neo TV*, y con él, otros pasajes, como el del efecto de veracidad dado por el vínculo entre enunciado televisivo y exterior, al efecto de veracidad dado por la enunciación televisiva misma⁵⁵. En esa dirección, sostiene:

La característica principal de la Neo TV es que cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público. Poco importa qué diga o de qué hable [...] La máxima noticia que ofrece la Neo TV, ya hable de misiles o de Stan Laurel que hace caer un armario, es ésta: «Te anuncio, oh maravilla, que me estás viendo; si no lo crees, pruébalo, marca este número, llámame y te responderé» (*op cit.*: 86).

⁵⁴ La historia de este efecto de cercanía bien puede ser la historia de la construcción del espacio y el cuerpo en los noticieros televisivos franceses que relata Verón (2001). En el comienzo, lo que el autor llama –conductor ventrílocuo”: fondo neutro e imagen del conductor cortada muy alto, impidiendo ver brazos y manos; expresión del rostro también neutra. Luego, el espacio del noticiero se rediseña y con él aparece el cuerpo: se dejan ver las cámaras, la mesa y los papeles de trabajo del presentador (como en la Neo TV según Eco); el conductor se humaniza al habilitarse para los gestos, expresa sus dudas, emite sus opiniones, da paso a periodistas especializados en temáticas que él no maneja, crea una distancia entre él y lo que narra, y es paradójicamente esta distancia la que genera un efecto de cercanía con el espectador, que piensa: –él es como yo. Me narra aquello que se le ha narrado pero en el fondo lo desconoce tanto como yo. Ambos lo descubrimos al mismo tiempo, en directo. Es porque me transmite sus dudas en tiempo real que yo le tengo confianza”.

⁵⁵ Scolari (2009) reconstruye la serie de trabajos y autores que retomaron el concepto de neotelevisión. Algunos de ellos: Bruno, 1994; Piscitelli, 1995; Marturano et al, 1998; Imbert, 1999; Farré, 2004

Ese contacto, ese énfasis en la veracidad dada por el acto de enunciación, del cual el mostrar las cámaras, el mostrar los camarógrafos, los micrófonos, el detrás de escena, el *backstage* o las redacciones de los noticieros es subsidiario, se realiza básicamente en el mirar a la cámara, o, dicho en términos de Verón (2001), en la relación de los-ojos-en-los-ojos.

Verón, Scolari, Carlón y Varela debatirán en artículos del mencionado *El fin de los medios masivos...* acerca de la productividad de la periodización que propone Eco en su texto y en todo caso propondrán otras. De hecho, es Verón quien sugiere tres etapas en la historia de la TV. Las tres etapas de las que trata el apartado siguiente.

7.4. Las tres etapas de la televisión

Amplíemos un aspecto del apartado reciente y digamos que la *Paleo TV* estableció un vínculo didáctico y pedagógico⁵⁶, y se dirigió a un público masivo a través de una programación clara con contratos de lectura específicos: entretenimiento, información, deportes, programas para niños, interés general, etcétera. Esto es, una programación aún intocada por la actual difuminación de géneros: juicios que se emiten como culebrones, competencias deportivas coreografiadas, noticieros show y todos los ejemplos que se nos ocurran.

El pasaje a la *Neo TV*, por otra parte, sería equiparable, por qué no, al pasaje de la *sociedad mediática* a la *sociedad mediatizada* al que nos referimos más arriba. De una que reproduce lo real a otra que produce la realidad.

Con la Neo TV, esa grilla de fuerte función social y foco puesto en el mundo exterior (en “lo real”, podríamos decir, para seguir con la comparación) estalla, y la TV pasa a ocuparse cada vez más de sí misma, exhibiendo de manera progresiva sus propios recursos productivos, dejando al descubierto sus engranajes. El televidente comienza a intervenir en los programas, por ejemplo, llamando por teléfono. Ganan el centro de escena los *talk show*, los programas omnibus y los programas de concursos de juegos. Aparecen, embrionariamente,

⁵⁶ Considera Verón (2009) que la comunicación pedagógica tiene tres características: 1) su objetivo es transmitir saberes; 2) se trata de una comunicación voluntarista; 3) es una comunicación que postula diferencias entre “los que saben” y los que no.

programas que se refieren a otros programas. Toman fuerza, finalmente, las estéticas de fragmentación y aceleración propia de los incipientes *videoclips*.

Nos adelantamos y decimos que, según Verón, en una tercera etapa, la TV vendría a ocuparse, ya no de sí misma (programas de televisión sobre la televisión, por ejemplo) sino del espectador. Los *reality show* y las tecnologías interactivas serían síntomas de este cambio. Pero es sólo un adelanto.

Antes de internarnos en la letra del autor tenemos que decir que Scolari, en su propio artículo, también sitúa algunos rasgos de la TV que vendría después de la Neo TV. La llama Hipertelevisión y apunta de modo muy sugerente las que serían sus gramáticas, una vez que el *broadcasting* ha entrado en crisis, que las audiencias se han fragmentado, atomizado y personalizado, y que la TV se vuelve crecientemente reticular y colaborativa a partir, precisamente, de las experiencias interactivas de los televidentes.

Siguiendo con este autor, cabe citar una reflexión muy interesante acerca de a quién le habla cada etapa de la televisión:

Si la paleotelevisión se dirigía a audiencias radiofónicas y escritas, y la neotelevisión estaba destinada a espectadores formados en la misma televisión, la hipertelevisión le habla a nuevas generaciones con competencias interpretativas aprendidas en la navegación en la web, el uso del software o los videojuegos (Scolari, op cit: 204)

Ahora sí Verón, quien va a proponer sus etapas, tomando como eje a los que serían los *interpretantes* de cada período.

En la **etapa inicial**, dirá, esa que se extiende desde los años cincuenta hasta fines de los setenta, y con las reservas relativas a las televisiones de cada caso (los procesos se dieron de manera diferencial, por ejemplo, en Europa respecto de Estados Unidos), el interpretante central es el Estado-Nación. La televisión de cada país, es una ventana abierta al resto del mundo. Se termina de entender, en este sentido, por qué en este período la comunicación es predominantemente pedagógica y el presentador una especie de ventrílocuo, de médium inexpresivo a partir del que se abre la ventana. Concomitantemente, esta televisión se dirige a un televidente-ciudadano.

Los años ochenta constituyen una transición hacia la **segunda etapa**. El interpretante fundamental es aquí la propia televisión. Los rasgos de este período coinciden con los de la Neo TV anteriormente mencionados.

Con el pasaje al nuevo milenio, una tercera etapa abierta en la que –el interpretante que se instala progresivamente como dominante es una configuración compleja de colectivos definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo individual, no mediatizado, del destinatario” (2009: 239).

Arriesgamos que uno de esos mundos individuales del destinatario es el mundo del hinchismo, y que a éste período corresponde la aparición de un programa como *El Aguante*. El mismo se encabalga con una serie de elementos que hacen al sistema de medios:

a) Convergencia creciente en producción / divergencia en recepción

b) La programación del consumo pasa de la producción a la recepción. Verón al respecto:

La videocasetera, el control remoto, la pre-programación fueron creando una distancia creciente entre el tiempo de la oferta y el tiempo del consumo [...] La generalización del cable, con la consiguiente multiplicación de la oferta, combinada con el control remoto, generó el fenómeno del zapping. A lo largo de la segunda mitad del siglo pasado se pasó de un receptor pasivo, prisionero de la grilla de programación de una oferta escasísima, a un receptor autónomo y activo, que consume el audiovisual que desea consumir en el momento que él elige para hacerlo (*op cit.*: 246).

En dicho escenario, el autor se pregunta qué productos sobrevivirán al viejo modelo de transmisión en directo y consumo en tiempo real. Y esta pregunta nos convoca particularmente puesto que, para Verón, **esos productos no serán sino los relacionados con eventos deportivos.**

Éstos, en tiempos de *broadcasting* estallado, serían los acontecimientos principales que mantendrían en pie a la vieja formulación mcluhaniana de la cultura electrónica como reedición o a lo sumo reminiscencia de la cultura oral, dando forma a una verdadera aldea global; esto es, un reenvío a ese momento en que la tribu toda escuchaba al anciano sabio reunida alrededor del fuego. En ese

sentido, pensemos solamente en aquello que ocurre, a nivel global, cada cuatro años, durante la transmisión de los campeonatos mundiales de fútbol de la FIFA. ¿Existe un evento más visto que la final de un Mundial?

En relación a ello, dice Alabarces en un libro de Caparrós, que “el fútbol es el espectáculo televisivo por excelencia [...], un idioma que todos entienden, que no necesita traducción, que es pura visualidad” (2005: 154), y que, además, técnicamente, narrativamente, “permite multiplicar los puntos de vista, que acepta planos cortos, largos y medianos” (*ibidem*).

7.5. Fútbol y TV: historia de una relación

El fútbol, evento deportivo líder, como acabamos de decir, sería el reservorio de la *aldea global*. No es un dato casual, de hecho, que la segunda transmisión en directo de la televisión criolla (Varela, 2005) se haya realizado desde el estadio de San Lorenzo y haya consistido en el partido disputado entre el club de Boedo y River Plate el 3 de noviembre de 1951 (La primera, algunas semanas antes, fue la transmisión de los festejos del 17 de octubre).

Carlón, siguiendo en la línea del vínculo deportes de masas / directo televisivo, sostiene que los deportes son, precisamente, la prefiguración por excelencia del directo televisivo, cuando manifiesta que:

La emergencia y difusión de los deportes contemporáneos desde el siglo XVIII hasta principios del siglo XX, así como la reinstalación de las Olimpiadas, forman parte del proceso de expansión de las multitudes en la sociedades contemporáneas, y establecen, junto con otros procesos sociales, *las condiciones que prefiguran la instalación del directo televisivo y su sujeto telespectador* en la vida social en el siglo XX, que se produjo en perfecta articulación con estos grandes espectáculos masivos (2004: 181).

Esta enumeración nos hace pensar que, sin dudas, de alguna u otra manera, como dos amantes que se buscan y aún sin saberlo se atraen desde siempre, deporte (fútbol) y televisión estuvieron desde un comienzo cerca.

En los apartados que nos quedan de aquí al final del capítulo veremos, utilizando como insumos no únicos pero sí fundamentales los trabajos de Alabarces y Duek (2010), Alabarces (1996) y Salerno (2005), respectivamente, cómo se ha ido dando dicha relación en Argentina.

Una relación que implica la tensión entre dos lógicas: la lógica del juego, de lo lúdico y lo imprevisible, propia de todo deporte moderno (ver *Breve introducción al Fútbol*); y la lógica del capitalismo, lejana a cualquier principio de indeterminación, más si ese principio atenta contra los costos y los beneficios esperados. Puesto que en el fútbol, lo hemos visto, el malo le puede ganar al bueno, el débil puede vencer al favorito, y eso es justamente lo que se contrapone con la lógica industrial y mercantil de la televisión, donde la maximización de la ganancia obedece a determinadas conveniencias: que gane el equipo grande porque así los suplementos deportivos de la prensa gráfica venden más, por ejemplo.

Esto mismo consideran Duek y Alabarces cuando manifiestan que la televisión, —a la caoticidad del juego le enfrenta la rigidez de la industria; a la imprevisibilidad del resultado le imprime la supresión del azar y la manipulación de la agenda de partidos” (2010: 9), y que, —a la vaguedad, la aleatoriedad de la jugada, la transgresión y la picardía le impone la mirada policíaca que restablezca el orden” (*ibídem*). Cuando expresan, en suma, que a la lógica del juego, —lógica de excesos improductivos, o del sentido en exceso, lógica del deseo y la fantasía, la industria televisiva le contrapone la lógica del capitalismo, del orden, del control, de la ganancia” (*idem*).

Vayamos ahora a la historia de la relación fútbol / TV propiamente dicha.

Siendo así, el recorrido comienza en el mencionado **1951**:

San Lorenzo VS River. Transmisión emitida por Canal 7 y auspiciada por YPF. Dos cámaras: cada una, en la tribuna detrás de cada arco. Planos generales, en modalidad heredada de los noticieros cinematográficos de la época. La dirección, a cargo de Samuel Yankelevich. Por entonces, unos mil trescientos televisores en todo el país. Es la época de los aglomeramientos en las vidrieras de las casas de electrodomésticos.

Según leemos en Alabarces-Duek, a partir de la presencia de las cámaras en los estadios, ya en 1954 jugadores y dirigentes comenzaron a reclamar compensación por su aparición en la pantalla televisiva. Tan es así que en 1955 la AFA recibe de Canal 7, en concepto de derechos de televisación de un total de treinta partidos, aproximadamente medio millón de pesos. La suma se ve acrecentada para 1956. En tanto, hacia 1957 las transmisiones se suspenden por disconformidad con los arreglos económicos y se reentablan intermitentemente para ser abortadas nuevamente en 1960.

Simultáneamente, los programas sobre fútbol iban abriéndose paso. En 1952 *TV Deportes* se emitía los lunes y jueves a las 21.30. Más tarde *Fútbol con opinión*, acaso el antecedente del célebre *Polémica en el fútbol*, conducido por Carlos Fontanarrosa, Ampelio Liberali y Dante Panzeri, sucesivamente, manteniéndose en pantalla aún en los lapsos de conflicto en la televisación de los partidos. Pensemos que hoy, no sólo que este tipo de programas se ha multiplicado en la mayoría de los canales, sino que directamente existen tres señales de transmisión de deportes y programas deportivos las 24 horas: TyC Sports, Fox Sports y ESPA.

Si bien no en directo, el primer mundial que se transmite en Argentina es el de 1958, disputado en Suecia. A través de los autores nos enteramos que la situación no difiere demasiado cuatro años después, al momento del mundial de Chile 1962; en ese sentido, las imágenes fueron transmitidas por los nuevos canales privados 11 y 13 con 48 horas de retraso. La cobertura la realizaron desde Chile, Dante Panzeri, Tito Martínez Delbox y Guillermo Stábile, y desde los estudios José López Pájaro y Raúl Peyré. El mundial de Inglaterra 1966, transmitido por canal 2, lejos de aquellos mil trescientos del primer partido transmitido en directo, encuentra ya al país con una población de un millón y medio de televisores.

Para entonces se ha reanudado la televisación de los partidos y Alabarces-Duek nos informan que es de **1969** la aparición de un partido adelantado los viernes por la noche, para ser transmitido en directo, modalidad a la que con los años se sumaría –el partido del sábado”, –el partido del lunes”, –el clásico del domingo”, hasta llegar, finalmente, al actual período en el que se transmiten en directo casi todos los partidos de la fecha. Al menos en lo que a la fecha del campeonato de

primera división concierne, ya que de la primera B, por ejemplo, y otros tantos de la B Metropolitana se transmiten solamente los principales.

La primera transmisión en directo de un mundial, vía satélite para la Argentina, tiene lugar en México en 1970.

Referencia obligada de esa década es el mundial organizado en suelo patrio en **1978** y en plena dictadura. Citamos largo:

A pesar de que en los primeros días del golpe se produjo la suspensión de todas las transmisiones regulares, destinándose el espacio de la programación a intercalar proclamas y marchas militares, la dictadura autorizó la transmisión del partido, indicando que la relación entre fútbol, televisión y política iniciaba un nuevo sendero. El Mundial de 1978 constituye en su momento en Argentina el mayor despliegue tecnológico y de recursos humanos destinado a un acontecimiento deportivo. Canal 7 destina para la cobertura un equipo periodístico conformado por Enrique Macaya Márquez, Mario Trucco, Marcelo Araujo, Horacio Aiello, Tito Biondi, Julio Ricardo y Héctor Drazer. Paralelamente a los preparativos formales, el país recibe el mayor equipamiento tecnológico de su historia en lo que a televisión se refiere. El 19 de mayo de 1978, en el predio de Figueroa Alcorta y Tagle, el entonces dictador Jorge Rafael Videla inaugura el Centro de Programas de Televisión en Colores Argentina 78 Televisora S.A. El Centro estaba equipado con la tecnología que permitiría producir una transmisión en colores. Sin embargo, los usuarios locales todavía no contaban con los receptores adecuados, por lo cual las imágenes del Mundial de ese año serían reproducidas en blanco y negro en Argentina y en colores en el resto del mundo. [...] El Mundial convocó cifras muy altas de asistencia y paralelamente audiencias que alcanzaron los 84 puntos de rating. Nuevamente, se ratificaba una tendencia que encontraba en el acontecimiento especial, fuera de la programación habitual, el favorito para los picos de rating (*idem*: 4).

Década de 1980. *Boom* de la compra de televisores para ver en color. El mundial de España 1982 es el primero, en consecuencia, recepcionado en esa condición.

De esta década es el surgimiento de un hito para nosotros fundamental: **la empresa Torneos y Competencias**, una idea de Carlos Ávila”. Hacia **1985** el

empresario consuma un movimiento doble: por un lado, firma un contrato de exclusividad con la AFA para transmitir y comercializar los partidos de Primera División, pasando a ser, las imágenes futbolísticas, de su propiedad. Por otro, impulsa *Fútbol de Primera*, que vendría a relevar a *Todos los goles*, conducido en sus comienzos en Canal 7 por Enrique Macaya Márquez y Mauro Viale, siendo reemplazado éste último por Marcelo Araujo al mudarse el programa, dos años después, a Canal 9. Para a su vez pasar en 1991 a Canal 13 y, ya entrados en el nuevo milenio, a Fox Sports.

Pero nos centraremos en la época de oro del programa, que coincide con su estadía en Canal 13. De oro no solamente por su popularidad sino además por sus innovaciones narrativas y tecnológicas (ver próximo apartado) Herederas, de alguna manera, del **mundial de 1986**, y, con Alabarces-Duek, en el fragmento que sigue veremos por qué:

En 1986 el Mundial de México dio una muestra de renovación en cuanto a la cantidad de cámaras presentes en el estadio. Una de las huellas más importantes de este cambio fue la implementación de las repeticiones múltiples desde cuatro perspectivas diferentes. Para Argentina, esta innovación fue crucial, dado que gracias a ella el país pudo ver desde varios puntos de vista el gol que Maradona hizo en el partido contra Inglaterra, con ayuda de —a mano de Dios”, así como el segundo, considerado el mejor gol de la historia de los Mundiales. Ese exceso de la imagen, la posibilidad de rever la misma jugada con *todas* las perspectivas —el *todas* es un exceso consecuente e imaginario, pero poderoso en las nuevas gramáticas televisivas del fútbol, que suponen que ningún punto de vista les es ajeno— contribuyó a la constitución de esos goles —de sus imágenes— en íconos culturales. El segundo gol de Maradona ha sido transmitido una cantidad de veces no igualada por, apostamos, ningún documento visual de nuestra historia. Ya en *Héroes*, el film oficial de la FIFA producido en 1986, el gol era reproducido... ¡6 veces en la misma película! (*idem*: 6).

Tanto dicho mundial como el de 1990 en Italia serán transmitidos a partir de la toma de las respectivas televisiones locales, sin agregados de cámaras propias, por lo cual cada canal buscó diferenciarse y captar audiencias a partir de las marcas estilísticas de sus relatores contratados. Nada de ello ocurriría, por ejemplo, con

Estados Unidos 1994 y Francia 1998, para no hablar de los mundiales más actuales, ya por todos conocidos (y padecidos).

En ese sentido:

Los Mundiales de 1994 y 1998 asistieron a la explosión televisiva: internacional, por la cantidad creciente de espectadores globales; argentina, por el desborde productivo, que llevó a una multiplicación exagerada de enviados especiales, programas habituales que se transmitían desde las sedes futbolísticas (el noticiario nocturno *Telenoche*, de canal 13, emitido desde Boston o París), infinidad de notas de color que justificaran horas de programación, y cámaras propias que exacerbaban una mirada ~~—argentina~~”: mirada caracterizada por el exotismo, el pintoresquismo y el cholulismo. La inversión del 13, Telefé y América en Francia 98 alcanzó los 15 millones de dólares, aunque la derrota argentina en cuartos de final ocasionó severas pérdidas. De esos dos mundiales, el recuerdo más importante vinculado a la televisión es la imagen de Maradona corriendo hacia una cámara lateral para festejar su gol contra Grecia en 1994. Esa imagen sintetizaba la predilección de la retórica televisiva por el detalle, y la competencia de sus actores, cada vez más estrellas antes que simplemente jugadores, largamente entrenados en esas mismas retóricas (*idem*: 7).

La **década de 1990**. Para trazar un trasfondo, época de ~~—pasaje~~” a la *sociedad mediatizada* y a la *Neo TV*. Década de: auge global de la inversión capitalista en la industria televisiva del fútbol. De un fútbol que, como parte de una buena sociedad mediatizada, ya no podrá organizarse por fuera de la TV. Pero también década de expansión del Cable y de las antenas satelitales domésticas⁵⁷.

Década en la que, siguiendo a nuestros autores, ~~—en~~ Europa, los dueños del fútbol pasaron a ser los empresarios televisivos ~~—el~~ italiano Berlusconi o el australiano Murdoch” (*idem*: 8), mientras que en Argentina, el fútbol, ~~—así~~ como había posibilitado la aparición del color en 1979, motorizó la expansión del cable en los 80 y los eventos codificados en los 90, funcionando como una suerte de locomotora tecnológica”⁵⁸ (*ibidem*).

⁵⁷ Según De Biase (1998), en 1997 había 4.900.000 abonados al servicio de televisión por cable en todo el territorio nacional: el 40 % de esa cifra adquirió el servicio a partir de la transmisión de los partidos.

⁵⁸ Al respecto: ~~—~~[TyC Sports] en sociedad con la Asociación del Fútbol Argentino (AFA), introdujo la variante de la transmisión de tres partidos nocturnos y uno vespertino todas las

El hecho de que los clubes no puedan sobrevivir sin los ingresos otorgados por los derechos de televisación es una clara metáfora del punto hasta el cual el fútbol ya no puede ser pensado por fuera de ésta. Lo mismo en cuanto a la sujeción de los partidos (días y horarios de juego, y hasta duración de los entretiempos condicionados por los tiempos de la tanda publicitaria) a las pautas de programación de TyC. Y ni que hablar de la verificación mediática de los fallos arbitrales, la conciencia televisiva de los futbolistas (todo esto visto en detalle en el apartado 2.1.2 del capítulo dos) y hasta las performances mismas de los hinchas y las hinchadas para las cámaras.

Dice Alabarces, pero esta vez en *Crónicas del aguante...*:

La cultura futbolística argentina es hoy una cultura fundamentalmente televisiva, que practica una expansión simbólica y material; simbólica, en su captación infinita de públicos, en su construcción de un país futbolizado sin límites; material, en el crecimiento de su facturación –directa o indirecta, mediática o de merchandising– y en el aumento de los capitales involucrados –desde la compra-venta de jugadores hasta las inversiones publicitarias y televisivas (2004: 78).

Y así llegamos a la actualidad, marcada por la ruptura del contrato de exclusividad entre la AFA y Torneos y Competencias, desmantelando el funcionamiento monopólico de las transmisiones deportivas, y entrando a tallar el Estado.

Éste último aporta, desde **2009**, 600 millones de pesos anuales para transformar el fútbol codificado y monopólico en lo que se dio en llamar “**Fútbol para todos**”, esto es, transmisiones gratuitas de todos los partidos de los torneos locales de primera división a través del canal 7, el canal público (aunque no solamente), democratizando la recepción al volverla accesible a todo aquel poseedor de un televisor. Correlativamente, habilitando la posibilidad de reproducir los goles libremente, antes facultad exclusiva de TyC, que prohibía reproducirlos hasta tanto no se hubieran exhibido los domingos a la noche en *Fútbol de Primera*.

semanas, pero por señal codificada. El fútbol, nuevamente, impulsa cambios tecnológicos en la comunicación de masas: así como en ocasión del Mundial ⁷⁸ la televisión argentina accedió al equipamiento que le permitiera transformar el blanco y negro criollo en la policromía heredada de la dictadura, la tensión maximizadora de la ganancia de la industria espectacular deportiva genera la instalación del renombrado *pay for view*” (Alabarces-Rodríguez, 1996: 97).

Y hacia *Fútbol de Primera*, entonces, en éste momento del recorrido por la historia de la relación fútbol / televisión es que ahora vamos.

7.5.1. Fútbol de Primera

Como decíamos en una de las notas de nuestra Introducción al fútbol... *Fútbol de Primera* fue, desde 1985 hasta que el Estado se hizo cargo de los contratos de transmisión de los partidos de primera división en 2009, “el clásico de los domingos por la noche” y el caballito de batalla de la empresa Torneos y Competencias. Emitido de 22 a 00hs y con la presencia ininterrumpida de Enrique Macaya Marquez en la conducción, durante veinticuatro años consecutivos fue la innovadora cita obligada de todo aquél futbolero que se precie de tal para ver los goles de la fecha y los compactos de los partidos.

En esa misma introducción, referíamos una caracterización de Valle y Levín (2010) sobre la manera “des-naturalizada”, “erradicadora de la espera”, “gozosa” en que el programa concibió al gol. Y la emparentábamos con lo dicho por Mira (2010) acerca de cómo, la ley televisiva de la transmisión del gol es la ley de la abstracción y el desgaste.

A esos elementos, sumado a la historización del vínculo TV-Fútbol recién cotejada, añadimos ahora algunos arrojados por un análisis de Alabarces sobre el programa, siempre aclarando que de dicho análisis rescataremos arbitrariamente las dimensiones que a nosotros aquí puntualmente más nos interesan. Nos referimos al análisis que se incluye como uno de los capítulos de ese libro pionero para el campo en Argentina, aparecido en 1996, que, co-escrito con María Graciela Rodríguez, se dio en llamar *Cuestión de pelotas...*

Repasamos, como para empezar:

- Que nos centraremos en la década de 1990, esto es, la que coincide con la estadía del programa en canal 13, uno de los medios del multimedios Clarín.

- Que del encuentro entre idea y producción de TyC (Ávila) e imagen institucional de canal 13 asociada a la modernización tecnológica, saldrán las innovaciones narrativas del programa respecto del género en el que viene a inscribirse.
- Y que en la transmisión del Mundial de México 1986 encontramos un primer mojón de estas innovaciones.

Si unimos el segundo y el tercer *ítem* nos queda lo siguiente:

La tecnología aparece como escenografía y como lenguaje; música futurista ("*Blade Runner's end titles*", de Vangelis, música de máquinas electrónicas que remiten a un relato de anticipación), derroche de cámaras, visión totalizadora, obsesión detallista. La escenografía del piso también redonda en este sentido, priorizando el vidrio y el acero, las pantallas, los *videowalls*. Pero el eje enunciativo está en el estadio; la tecnología aparece como el mecanismo adjetivador que señale una neutralidad basada en su asepsia y su multiperspectividad: cámaras desde todos los ángulos, planos desde aéreos hasta detalle. No es una mirada más: son *todas las miradas posibles*. Nadie puede ver todo lo que *Fútbol de Primera* ve. La tecnología se dice, e incluso explícitamente por boca de los conductores, como enunciador: es la posibilidad de constituir el panóptico, de desplegar una multiplicidad de miradas tal que erija a *Fútbol de Primera* en un punto de vista unitario en su diversidad (1996: 99)

Primer punto entonces: por vía de la tecnología (y estamos utilizando el término aquí en sentido lato), *Fútbol de Primera* se pretende visión panóptica total. Segundo punto: imaginario modernista de por medio, época de las recetas tecnocráticas deshumanizantes, la tecnología operaría como especie de garante.

En consecuencia, si *Fútbol de Primera* es la tecnología, *Fútbol de Primera* es también el lugar de la neutralidad. Ambos puntos nos hablan de una **disociación entre tecnología y ojo humano**, a partir de la cual se podrá terminar de entender, por ejemplo, la cuestión de la ya mencionada verificación mediática del fallo arbitral. Veamos implicancias de esto.

Una, tiene que ver con la supresión del espectador, y la fundamentamos en la siguiente cita:

La disposición de cámaras sugiere el reemplazo absoluto del espectador: todas las posiciones posibles, todas las variadas alternativas de las que el asistente al estadio dispone son relevadas por la generación de imágenes televisivas. Decía: la mirada del plateísta lateral; pero también la del ocupante de la popular -la cabecera, la mirada subjetiva porque produce sentido desde su refugio en el colectivo *hinchada*-; y la toma aérea desde el edificio cercano -el *voyeur* que instala su perspectiva sin abonar el derecho de piso-; y el primer plano de los que se alojan en la primera fila de plateas o contra el alambrado popular -aquellos que resignan la totalidad del campo para refugiarse en el fragmento, en el insulto personalizado. Pero también la mirada inaccesible: la cámara que cuelga de un parante de la red, dentro del arco; el helicóptero que sobrevuela el templo -mirada sagrada, Dios contemplando el mundo (*op cit.*: 100).

Otra, tiene que ver con la **colocación de Fútbol de Primera como tribunal supremo**. Porque la tecnología no se agota en las cámaras: entran en juego, además, primerísimos planos-detalle de los jugadores, de los directores técnicos y de los árbitros, al punto en que, sabiéndose observados -y escuchados, porque también entran en juego los micrófonos cada vez más micro-fonos en el campo de juego-, éstos se tapan la boca con la mano cuando tienen que hablar. Es decir, lo inverso de aquellos planos largos del primer San Lorenzo-River de albores de los cincuenta. Pero no solamente los planos y los micrófonos -y la presencia cercana de los periodistas de campo de juego- sino además el *telebeam*, etcétera. Estos recursos, como decíamos, constituyen el panóptico de control, la mirada inquisidora del gran hermano orwelliano, la ley, la prueba objetiva, la instancia legítima en la que dirimir las -jugadas polémicas”.

En este sentido, volvemos a Alabarces-Duek:

La narración tendió a dar más lugar al primer plano y al plano detalle: una suerte de espía que puede delatar lo que se escapa a cualquier mirada humana (por ejemplo, la del árbitro). Esta doble tendencia se reforzó con la aparición del *Telebeam*, un procesamiento digitalizado que permite analizar jugadas dudosas (especialmente, los *offsides*) con precisión pretendidamente milimétrica. El *Telebeam* terminó de configurar el estilo de *Fútbol de Primera* como una suerte de tribunal que decide los errores arbitrales o incrimina a los jugadores desleales. El detalle, asimismo, tendió a favorecer

una narración más melodramática, donde el gesto esforzado o el insulto agregan dramaticidad y desborde al juego (2010: 7).

Bien. Imperialista enunciativo, hasta acá *Fútbol de Primera*, que todo lo ve y que hasta es capaz de hacer un *zoom* para leer los labios de un jugador -justo en el momento en que éste *putea* por lo bajo al árbitro o, disconforme con la decisión, al DT que acaba de sustituirlo, porque la polémica, la espectacularización del relato es indispensable cuando en la Neo TV los géneros se borran⁵⁹-, ya tiene bajo su égida cada uno de los ángulos y rincones del campo de juego con sus protagonistas. ¿Qué le falta? ¿Qué es lo que al show se le está escapando?

¿La intimidad pormenorizada del vestuario? ¿El chisme de pasillo que revele intrigas de un plantel? ¿La nota de color en las concentraciones? ¿La historia de vida de un futbolista sacrificado? ¿El cruce de declaraciones polémicas de un futbolista que está por enfrentar a su ex-club, del que se fue peleado con el técnico? Nada de eso, pues a ese fin ya se han dispuesto oportunamente periodistas especializados que conviven y siguen al plantel durante la semana a sol y a sombra (e incluso en la actualidad van informando los movimientos del mismo en vivo y vía mensajes de texto).

Los hinchas. Eso es lo que a *Fútbol de Primera*, a su pretensión de mirada totalizadora, le está faltando. Retornamos, en este punto, al Alabarces del 96:

Pero *Fútbol de Primera* también captura la imagen de la hinchada: en su imperialismo enunciativo, reconoce la existencia de un sujeto que se le ha escapado, y vuelve sobre él, intenta atraparlo con mecanismos variados. Ya no será sólo la alternancia de planos generales y detalle de las hinchadas en la salida de los equipos, en el festejo de un gol, en el final de un partido [como en el relato audiovisual deportivo clásico]; será el montaje de segmentos únicamente dedicados a sus comportamientos, a sus consumos, a sus desplazamientos, a sus espacios, con cámaras morosas que se detengan en la llegada al estadio, en el choripán, en los disfraces, en las risas de la fiesta (op cit: 102).

⁵⁹ A propósito: -Aún en su sujeción genérica, el relato deportivo no puede ser ajeno a la lógica hibridizadora de la posmodernidad. Un avance publicitario de *Fútbol de Primera* revela rápidamente estos aspectos: la metonimia (trabajada desde el plano detalle) como principio constructivo, la alternancia entre color y el blanco y negro, la aceleración y fragmentación de la secuencia, la música de rock como fondo, la ruptura (aquí sí) del hilo narrativo. Características que nos permiten leer la tensión hacia el videoclip, género a su vez híbrido y constante matriz de nuevas transformaciones” (Alabarces, 1996: 105)

Los hinchas. Y la mujer⁶⁰. Eso es lo que le está faltando. Aunque a nosotros nos interesan los hinchas, en tanto esta innovadora captación opera como una de las condiciones de posibilidad para la aparición de un programa como *El Aguante*, al que le dedicaremos un apartado entero, el que viene.

Pero antes, una cuestión más para cerrar con éste. Una cuestión que está referida, pasaje de la *producción* al *reconocimiento* de por medio, a qué tan neutral y tan objetiva puede ser, para los televidentes, la pretensión de *Fútbol de Primera*, ahí cuando las lógicas antedichas, las del juego y las del capitalismo, en el programa televisivo por excelencia se tensan. Finalizamos con la postura de Alabarces acerca de dicho interrogante:

La lectura desde la producción olvida la asimetría del reconocimiento. El sentido no comienza en la televisión; recién arranca en su consumo. Y los consumos massmediáticos son consumos *competentes*: los lectores son sujetos altamente entrenados en un género. *Ver un género* significa su goce pero también el conocimiento de sus reglas y sus trampas. Todo lector de la revista *El gráfico* sabe lo que significa una tapa, una doble página central, un editorial; todo espectador de *Fútbol de primera* reconoce las marcas que priorizan un equipo, que señalan un favorito, que escamotean la neutralidad (idem.: 110).

Una vez más, el entrenamiento genérico le gana al show y el saber cultural derrota al saber técnico. ¿De dónde el éxito arrasador del programa, entonces? De ese maravilloso lugar en el que lo imprevisiblemente lúdico de un juego indeterminado como el fútbol desplaza a la pretensión reglante y guionante de su relato industrial. Dicho de otra manera: si el programa fue visto domingo a domingo, semana tras semana durante campeonatos y campeonatos a lo largo de veinticuatro años, es porque para saber cómo finaliza un torneo hay que esperar, una y otra vez, hasta el final.

⁶⁰ Acerca de los modos de representar a la mujer hincha, ver Binello et al (2000), Alabarces (2002), Salerno (2005) y Conde (2008 s/e). O ver la siguiente cita: —La mujer también se señala en *Fútbol de Primera*, de dos maneras posibles: marcada al interior de la hinchada (*aquí está, no se la pierdan, miren cómo grita, vieron que no son tan distintas, que pueden sentir como nosotros*) o en un registro más clásico: señalando la belleza, estimulando la libido de conductores y espectadores. En este último caso, las mujeres que las cámaras recortan son invariablemente jóvenes bellas; las primeras admiten variantes estéticas y cronológicas (Alabarces, 1996: 102)”.

7.6. El Aguante, o el momento en que tres series se encontraron

En este punto del camino, especie de triple frontera, es donde tres series se cruzan e intersectan: la serie televisiva, o sea ésta que venimos recorriendo; la serie deportiva, por otra parte mencionada en el apartado 4.5.1 del capítulo cuatro al momento de referirnos a las dos condiciones (deportiva y televisiva) del *aguante-presencia*; y la serie del hinchismo activo, por supuesto.

Dicho con otras palabras: si a lo propio de los hinchas activos, que es ser desde siempre sujetos de una dialéctica exhibición / mirada en la carrera por la grandeza, se le suma la mediocridad deportiva resultante en nada para ver en un campo de juego carente de identificaciones con héroes futbolísticos, lo cual incrementa su auto-percibido protagonismo, pasa a sumársele la captación de las cámaras en el imperialismo de miradas del relato televisivo; si ocurre todo eso, decíamos, se consume el escenario del que salen *El Aguante* y el *nuevo hincha*.

Referimos dos reflexiones acerca del lugar que, cuando se empalmaron estas series, pasó a ocupar el hincha en el relato televisivo del fútbol argentino.

Una de Salerno:

El fútbol durante su historia siempre tuvo una presencia central en los medios de comunicación de masas. Pero durante los últimos quince años hubo un desplazamiento a través del cual dedican cada vez más espacio a los habitantes de las tribunas. El registro televisivo, en especial, ha pasado de dedicar unas pocas imágenes marginales a integrar a las hinchadas en la forma total del relato de las transmisiones de los partidos de fútbol, con registros minuciosos de las prácticas y atributos de las diversas parcialidades (durante el ingreso a los estadios, el recibimiento a los equipos y su comportamiento durante el desarrollo de los partidos). En este contexto surge el programa *El Aguante*, dedicado exclusivamente a lo que sucede en las tribunas, casi de espaldas al campo de juego (2005: 129).

Otra de Ferreiro y Fernández, que apunta a la estrategia que emerge en condiciones de mediocridad deportiva:

Basta recordar que a partir de la televisación de los torneos argentinos la característica que más sobresale y se vende, en términos publicitarios, no es

tanto la calidad del juego, sino la pasión que el fútbol argentino despierta en sus hinchas (2005: 198).

Presentado el programa como producto del encuentro de las tres series mencionadas, le dedicamos el apartado que sigue a recuperar una descripción socio-semiótica que del mismo realiza Salerno, como anunciábamos ni bien comenzado el capítulo.

7.6.1. Acerca de El Aguante

El programa, de sesenta minutos de duración, se emitió semanalmente por la pantalla de TyC Sports entre los años 1997 y 2008. Semanalmente y con una o dos repeticiones (supo ir, por ejemplo, los martes a las 23hs, y repetirse los sábados a las 14 y los domingos a la madrugada). Eso, programas nuevos, durante la época de campeonatos de AFA, por supuesto. Fuera de ésta, en los recesos, el canal supo emitir programas especiales o bien los clásicos refritos de fin de año.

Lo que sigue está basado en la consulta de un trabajo de Salerno (op cit), único existente sobre este singular producto audiovisual, aunque aclarando que el corpus de emisiones analizado por el autor es el de las temporadas 2000 y 2001; pero basado también en nuestra propia experiencia televidente del programa, especialmente en el período 1997-2000, así como en fragmentos del mismo que han sido subidos por hinchas a www.youtube.com

Empecemos por el formato y luego pasemos a cuestiones propias del dispositivo enunciativo.

Nunca en estudio, siempre al aire libre y con un mural pintado con colores y escudos de clubes de fondo, semejando un escenario urbano-natural o más bien intentando dar cuenta de un imaginario territorial-barrial, el programa era abierto por su conductor, que invariablemente arrancaba con un “bienvenidos al programa número X de El Aguante, el programa de los hinchas”, y ya ir agendando una primera cuestión, subyacente en éste de *el programa de los hinchas*, para cuando nos llegue el turno de abordar el vínculo enunciativo programa / espectador.

Además de abrir el programa y anunciar brevemente de qué trataría la emisión del día, y siempre desde ese mismo escenario, el conductor iba apareciendo entre sección y sección para introducirlas con un rápido copete. Las secciones, generalmente fijas (aunque no todas hayan aparecido en todos los programas) fueron: La previa, Duelo de hinchadas, Yo quiero a mi bandera, Súper hincha, Sub 80, Cantaniño, En concierto, Encuesta, ¿De qué cuadro sos?, e Himnos de mi corazón.

Si bien ya nos referiremos más en detalle a cada una de ellas, hay que decir que, a excepción del *¿De qué cuadro sos?* -en la que un futbolista o un famoso confesaba ante las cámaras su parcialidad futbolística oculta, en una nota realizada en el hotel donde estuviera concentrado, por ejemplo, para el caso de los futbolistas -, las secciones giraron en torno de los hinchas en un estadio o en las inmediaciones de un estadio. Es decir, de los hinchas cantando sus canciones, mostrando sus banderas, respondiendo preguntas, narrando historias de vida y anécdotas, pero siempre en el marco del estadio o sus inmediaciones en un día de partido. Del estadio o del partido elegidos por el programa para cubrir ese día, o esa fecha, enviando sus cámaras, claro; por lo general partidos clásicos. Clásicos de la primera división pero también de las categorías de ascenso y de las distintas provincias, “porque en *El Aguante* todos los equipos, desde el más poderoso de la A hasta el más pequeño de la D tienen su lugar” (fragmento de copete del conductor durante la emisión del 20 de marzo de 2001).

Secciones que tuvieron como trasfondo o escenario natural a los estadios y sus inmediaciones, decíamos, a excepción del *¿De qué cuadro sos?* A lo que añadimos otras excepciones, como ser: notas a hinchas coleccionistas de camisetas o revistas u objetos de un equipo en general, realizadas en sus respectivas casas; y coberturas de rituales, como por ejemplo los festejos de hinchas de Newells conmemorando un aniversario del campeonato de 1991 o los festejos de los hinchas de Central en Cuba recreando nuevamente el gol de Aldo Pedro Poy (festejos, ambos, que tuvieron lugar en la emisión del 12 de mayo de 2001 por ejemplo).

Finalmente, el programa cerraba con una especie de *backstage* o detrás de escena en la que se mostraban los furcios del conductor durante la grabación, los agradecimientos de los hinchas a *El Aguante* “porque hace tener ganas de ir a la

cancha” (emisión de 8 de mayo del 2001), notas de color, fragmentos de entrevistas o secciones que hayan quedado por fuera, y especialmente los atributos salientes de cuerpos erotizados y erotizantes de bellas mujeres arribando a la cancha o alentando en las tribunas.

De cualquier manera, se tratara de canciones, banderas, entrevistas, encuestas⁶¹ o anécdotas, las secciones tenían como eje básicamente la descalificación del rival (–son amargos”, –no existen”...) y la exaltación del club propio (–es lo más grande que hay”, –es un sentimiento”, etcétera). Salerno al respecto:

En el programa son puestos en juego una serie de valores y concepciones que se repiten emisión a emisión. Cada hinchista reivindica para sí algunos y adjudica al rival otros. De esta manera la polifonía que se encarnaría en los hinchas de los diferentes equipos que toman la palabra queda reducida a un discurso que, con matices y mayor o menos ingenio, es reproducido por todos los equipos cuando ocupan el lugar del narrador (*op cit.*: 143)

Salerno explica que, en su texto, el objetivo fue analizar los modos en que *El Aguante* –construye y prescribe comportamientos y sujetos legítimos e ilegítimos dentro de la arena futbolística” (*idem.*: 129), a través de la representación que el programa propone de las prácticas de los hinchas del fútbol durante los partidos.

Es por eso que, como decíamos, el mismo –está estructurado en torno a una serie de atributos y prácticas que integran la idiosincrasia del hincha, desarrollados temáticamente en diferentes secciones” (*idem.*: 131) y en él, en ese sentido, –el desarrollo y el resultado de los partidos son puestos en segundo plano [ya que] lo importante no es competir ni ganar sino alentar” (*ibidem*). En definitiva: para *El Aguante* lo más importante es el *aguante-fiesta* o *aguante-presencia*.

Ahora pasemos al análisis de su dispositivo enunciativo.

Al respecto escribe Salerno que *El Aguante* –describe y prescribe comportamientos legítimos” (*idem*). ¿Por qué? Porque el destinatario que construyó, el hincha modelo al que le habló es uno folclorizado, carnavalizado, creativo, abnegado, chistoso, pasional al punto de querer dar la vida por su club.

⁶¹ Algunas: si tu rival fuese un objeto, ¿qué objeto sería? ¿Qué jugador rival te hubiera gustado que jugara en tu equipo? ¿Cuál es la canción que más odiás de tu rival? Después de tu rival, ¿cuál es el club que más odio te genera? Etcétera.

Es un hincha socioeconómicamente indistinto pero genérica y etariamente bien determinado: hombre, adulto joven. Porque si bien es cierto que hubo secciones dedicadas a los niños (Cantaniño), a los viejos (Sub 80) y a las mujeres (Raulitos), éstas, éstos, aparecieron siempre como los “Otros” del adulto joven hombre. Como esos Otros de los que el adulto joven heredó el saber, la historia y el sentimiento (los viejos); esos Otros (niños) insistidos por el adulto joven con un “dale, cantale a la cámara la canción que te enseñé la otra vez”; o esas otras Otros que fueron iniciadas en el fútbol por el adulto joven novio o hermano o amigo que las llevó a la cancha por primera vez.

En esta dirección, afirma Salerno que “el programa propone un sujeto modelo que resulta análogo con aquel que la etnografía define como *hincha militante* (*idem.*: 132), es decir, nuestro hincha activo, “un hombre abnegado, bastante sentimental, con una especie de niño cantor un poco pícaro” (*idem.*: 137). Éste hombre y *El Aguante* se hablan, no son una y la misma cosa, dado que “son identificados como entes diferentes tanto en las auto-referencias que hace el presentador (nosotros en *El Aguante* creemos que...) como en los testimonios de los hinchas que refieren al programa (queremos agradecer a *El Aguante*...)” (*idem.*: 131).

Esta construcción, siempre según Salerno, fue realizada a través de dos operaciones discursivas. Una es la ya conocida para nosotros **cláusula del humor**; la otra es la **tautología**. Ésta última, desconocida para nosotros, es descrita en su funcionamiento por el autor:

Consiste en postular una serie de características, valoradas positivamente, como inherentes y distintivas de todos los asistentes a los partidos de fútbol. Estos rasgos no están enunciados en forma de decálogo sino que integran los comentarios (copetes) que el conductor del programa efectúa al introducir cada nota. Por otro lado aparecen en pantalla personas que reafirman o coinciden con lo que afirma el conductor [...] Entonces, sí, *El Aguante* es el *programa de los hinchas*, y todos los hinchas son como los que aparecen en él” (*idem.*:132).

Ahora bien, dice Salerno, ese modelo universal de hincha militante construido y tautologizado al ser reafirmado tanto por el conductor como por los propios hinchas que desfilan ante las cámaras, implica, por orden lógico, la existencia de

no-hinchas. ¿Cuáles son estos no-hinchas? Son, por un lado, aquellos que ~~no~~ entienden el folklore del fútbol”, los que participan de prácticas violentas. Y son, por otro, los dirigentes de los clubes que lucran con el sentimiento del hincha o que no lo tienen en cuenta al momento de organizar una venta de entradas o de diseñar un operativo policial. El hincha militante-modelo sería, en suma, víctima de estos dos actores del no-hinchismo.

Ambos, cuando es necesario, o sea, cuando ocurrió algún hecho grave, fueron referidos por el conductor en la especie de editorialización con la que supo abrir el programa en cada una de sus emisiones refrescando el contrato de lectura propuesto; fueron referidos en esos casos, decíamos, pero nunca fueron mostrados. Dicho de otra manera, nunca se entrevistó a un dirigente, por ejemplo, así como tampoco tuvieron lugar imágenes de incidentes o de hinchas peleándose, sea entre ellos o con la policía. Tan es así que Salerno encuentra que en el *Duelo de hinchadas* (ver abajo) de la emisión del 12 de diciembre del 2000, el camarógrafo, ante un enfrentamiento entre hinchas y policías que alcanza a entrar en cuadro, cambia el plano y decide recortarlo enfocando a los hinchas que a pesar de la pelea continúan cantando.

A propósito de *Duelo de hinchadas*, y si bien las prácticas del hinchismo recuperadas por el programa fueron diversas (prácticas de confección de banderas –*Yo quiero a mi bandera*-, prácticas de historización y anecdotización pedagógica –*Sub 80*-, prácticas sacrificiales –*Super 80*-, etcétera), la que más lugar ocupó fue siempre la práctica del cantito. De hecho, esta práctica es la que está presente en más secciones (la mencionada *Duelo de hinchadas*, pero también las secciones *En concierto* e *Himnos de mi corazón*).

A la vez, es aquella en la que se pueden leer principalmente los dispositivos enunciativos, sobre todo la *cláusula del humor*. Por medio de ésta, quedan suspendidas las referencias de sentido a la muerte ajena y a la muerte propia, al consumo de drogas, al delito, etcétera, en síntesis, un poco lo que plantea Salerno ahí donde manifiesta que –El Aguante construye un modelo de hincha pasional –devoto- y representa sus rituales, luego de ser desprovistos de sus atributos conflictivos (*idem.*: 149)”.

Hablando de los cantitos, y para terminar, postula el autor que en la sección *Himnos de mi corazón* se utilizaron convenciones del género de programas musicales de video clips. Esta sección consistió en ofrecerle al espectador un *top five* de “las cinco mejores canciones del fútbol argentino”, evaluado este ranking con los criterios del programa, claro, fundamentalmente la originalidad y la novedad de los cánticos en cuestión. Y en ella, a las convenciones del género las encontramos en que, mientras se reproducía cada cantito, aparecía en el ángulo inferior izquierdo de la pantalla una leyenda donde se indicaba el nombre de la canción y del intérprete original de los que se extrajo la melodía; asimismo, el nuevo nombre de la misma y el de la hinchada que la ejecuta (volveremos sobre esto).

Volviendo al tópico, hay que decir que, aunque los programas de video clips de los canales musicales lo exceden, el rock constituyó el principal intertexto de *El Aguante*. De hecho, dos de sus secciones llevaron el título de canciones de bandas nacionales canónicas como Sumo (Yo quiero a mi bandera) y los Abuelos de la Nada (Himnos de mi corazón). Las banderas confeccionadas por los hinchas, por su parte, en su mayoría llevan inscripciones relacionadas, o con territorios (los nombres de los barrios de procedencia) o con frases rockeras, precisamente.

Para terminar, y siguiendo con los cantitos, mencionemos algo acerca del modo en que fueron registrados por el programa: cámara fija ubicada atrás de los arcos mirando hacia la tribuna en plano contrapicado, sin panéos ni planos detalle de rostros o personas. En síntesis: un plano general de la tribuna, del colectivo cantando mientras observa el partido.

Sin embargo, es justamente algo de este registro lo que nos suscita una observación. Porque si bien el hincha-televidente-modelo que construyó verbalmente el programa es el que coincide con el que la empiria etnográfica denomina *militante* y ese al que nosotros llamamos *activo* por razones metodológicas, el sujeto que enfocó *El Aguante* fue siempre *la banda*. Dicho de otra manera: **El Aguante, con sus registros visuales, desmintió siempre a su hincha ideal**, aquél que construyó no solamente como modelo sino además como espectador. *El Aguante* borró con el codo lo que escribió con la mano. Borró con la imagen lo que escribió con la palabra.

¿Habrán tenido, sus ideólogos, el mismo problema metodológico que nosotros, ese que surge del hecho de que el HM / HA no es espacialmente ubicable, no es visualmente acotable a un sector de la tribuna, como sí ocurre con la banda, que constituye un grupo con fronteras claras?

Pero no fue solamente allí que lo desmintió. También lo hizo al reproducir cantitos que contienen elementos que supuestamente pertenecen al aguante de la banda, al *aguante-enfrentamiento*, es decir, que no es el de los HM / HA, como por ejemplo la apología y la celebración de prácticas violentas, un poco lo que decía Garriga (2007) acerca de uno de los modos que eligen los integrantes de una *banda* para exhibir su capital-violencia. De igual forma, el programa desmintió a su hincha-tipo cuando en el ranking de las cinco mejores canciones de la sección *Himnos de mi corazón* adjudicaba la autoría, en el videograph, a la *banda* de tal o cual equipo.

¿Tendrá que ver con que, para cierto estado del imaginario, una ~~hinchada~~ se asocia o equivale a una ~~barra~~? Nos pasaba y nos sigue pasando: toda vez que alguien nos pregunta por nuestro tema de investigación y respondemos, vagamente, ~~estoy haciendo una investigación sobre hinchas de fútbol~~, la reacción, la respuesta, el comentario, en suma, la asociación inevitable e inmediata es ~~mirá vos, qué interesante, ¿pero no es muy complicado?, ¿cómo vas a hacer para hacer las entrevistas?, ¿ya pensaste cómo vas a hacer para contactar y entrevistar a la gente de la barra?~~, como si el universo ~~hinchas de fútbol~~ empezara y terminara en ella.

7.7. Indicios en recepción

Llegando al final, es el momento indicado para volver a algunas de las preguntas que hemos abierto. A saber:

¿Incidieron los cambios operados por la televisación del fútbol argentino, con eje en el programa *El Aguante*, producto de las series trabajadas, en las prácticas de sociabilidad de los hinchas? ¿Y en sus valoraciones del aguante-fiesta y el aguante-presencia? ¿Y en sus valoraciones de lo popular y la difusión de imágenes y relatos-grandeza? ¿Y en los capítulos atendidos por la *novela*? ¿Y, en

suma, en las maneras de ser hincha? ¿Contribuyeron tales cambios en la producción de un nuevo tipo de hincha? A su vez, ¿cómo incide todo eso en el problema-violencia, ya sea en la generación de su ambiente como en formas posibles de solución vehiculizadas por los hinchas?

Si empezamos por el final tenemos que decir que el último interrogante, el referido a la incidencia en el problema-violencia, ya quedó planteado y respondido en el mismísimo capítulo cinco. En el sentido de cómo incide en su generación, así como en las posibilidades de que tenga lugar una intervención posible a partir de los grupos de hinchas jóvenes y activos.

Respecto del resto de las preguntas, tensión entre *producción y reconocimiento* que viene atravesando como una de sus líneas principales a este documento, dice Alabarces (2004) que se trata de la vieja dialéctica entre prácticas y representaciones pero futbolizada. Algo así como el equivalente futbolero de la historia del huevo y la gallina. En esa línea, Alabarces se pregunta, siempre hablando de los hinchas, si lo que se dice o muestra de sus actividades y comportamientos a su vez influye sobre lo hecho y lo por hacer; esto es: si los hinchas hacen cosas sólo por ser vistos o reinterpretan y transforman sus comportamientos a partir de su tratamiento en los medios.

Quien también participa de la tensión producción / reconocimiento, o de la encerrona prácticas / representaciones, es Salerno, en un pasaje de su trabajo en el que plantea que “si los cantitos están presentes en las transmisiones de los partidos, entonces es posible pensar en las pantallas de televisión como un destinatario segundo de las canciones que ejecutan las hinchadas y la puesta que implican en tanto performance” (2005: 152), aunque luego considera que “establecer si existe algún grado de incidencia por parte del programa en la ejecución y composición de los cantitos es una tarea más conjetural que empírica, dado que estamos trabajando con textos televisivos, con representaciones antes que con prácticas” (*op cit.*: 153).

Es una tarea más conjetural que empírica, sí; más interpretativa que explicativa, también. Pero aún así, y aún a riesgo de resultar lo nuestro demasiado tajante o esquemático para lo que se pretende de un discurso de las ciencias sociales, vamos a exponer nuestra perspectiva: **entendemos que, si bien en un**

primer momento la televisión capta las prácticas aguantadoras de los hinchas, luego con el tiempo introduce efectos en esas mismas prácticas. De allí la hipótesis con la que iniciamos el capítulo y la investigación misma: el programa de televisión *El Aguante* contribuyó en la aparición de un nuevo tipo de hincha del fútbol argentino. Y, lejos de los automatismos de las coberturas señalados en el capítulo seis, es a partir de ese nuevo tipo de hincha, junto con las series de factores allí también enumerados, que podemos entender integralmente las actuales modalidades del problema-violencia.

En definitiva, y volviendo a las preguntas abiertas: consideramos que **los cambios operados por la televisación del fútbol argentino, con eje en el programa *El Aguante*, producto de las series trabajadas, incidieron en las prácticas de sociabilidad de los hinchas. Y, entre otras cosas, en sus valoraciones del aguante-fiesta y el aguante-presencia, y de lo popular, y en la difusión de imágenes y relatos-grandeza. Incidieron, en suma, en las maneras de ser hincha.**

Quisiéramos focalizar puntualmente ahora, entonces, en una de nuestras afirmaciones, la siguiente: –si bien en un primer momento la televisión capta las prácticas aguantadoras de los hinchas, luego, con el tiempo introduce efectos en esas mismas prácticas”.

Si dividimos dicha afirmación en dos partes, a la primera parte ya la encontramos en el capítulo cuatro de este documento; nuevamente: crisis deportiva, imposibilidad de héroes; periodistas, futbolistas, dirigentes, árbitros, empresarios, policías, barras... todos involucrados en el negocio; caída de los referentes identitarios de la modernidad (y no es casualidad que todo gire en torno de los años noventa). Ergo: cuando todo pasa, todo queda y todo se pone en el hincha. Y en su aguante. En su aguante para sostenerse como guardián de un contrato sentimental. Queremos decir: allí ya están, en un primer momento, las prácticas aguantadoras de los hinchas activos.

Sobre este panorama, y en clarísimo fragmento, Alabarces escribe puntualmente acerca de los referentes identitarios:

La sociedad argentina, como todas las sociedades contemporáneas, ha sufrido una crisis aguda de las identidades, de las maneras cómo sus

ciudadanos se imaginaban dentro de colectivos. Modernamente, las opciones eran variadas e inclusive podían superponerse: uno era ciudadano, pero a la vez trabajador/a, joven, hombre/mujer, universitario/a, peronista –de izquierda–, gordo/a e hincha de Deportivo Cambaceres. Muchas veces, todo eso junto. La crisis de los grandes relatos que caracteriza a la llamada posmodernidad puede leerse cotidianamente en lo difícil que resulta ser algo de toda la lista; cuando el mundo del trabajo se dedica a expulsar, cuando ser joven es delito, cuando el género permite migraciones, cuando no se puede ser universitario porque no alcanza el dinero o no vale la pena, cuando ser peronista implica un estallido de las significaciones o la traición menemista, cuando ser gordo es un estigma [...] Entonces, parece quedar una sola posibilidad. Es fácil, pide apenas una inversión de pasión, es cálida, permite tener una gran cantidad de compañeros que no preguntan de dónde viene uno: ser hincha de Cambaceres, o de Talleres de Perico, o de Desamparados de San Juan, o de Racing (2004: 80).

También la encontramos comenzado el capítulo tres, ahí cuando argumentábamos que en la histórica dialéctica exhibición / mirada del otro en la puja por dirimir la grandeza entre pares dicotómicos, se encontraba la condición de posibilidad del *aguante-presencia* o del *aguante-fiesta*, esto es, lo que luego, en la década del noventa, mediatización de por medio, *El Aguante* va a venir a captar.

Siempre dentro de la primera parte de la afirmación en la que estamos focalizando, podemos añadir el componente local, el de la rivalidad Newells-CARC y sus dinámicas. Dinámicas que, desde fines de los años ochenta, habrían abonado el terreno del fenómeno que hoy podríamos llamar –ser hinchas de la hinchada”. Es decir: antes que del equipo o del club, los hinchas serían hinchas de la hinchada.

Consultamos al respecto a una serie de *hinchas activas* de Rosario Central. También los consultamos sobre la incidencia del programa *El Aguante*. Trabajamos los interrogantes en base a las experiencias que estos hinchas poseen, propias de ir desde chicos a la cancha, condición que los posiciona como informantes clave para situar los cambios que, comparando épocas, en la ida a los estadios del fútbol argentino encuentran.

En versión extendida, dos de sus testimonios (los destacados en negrita son nuestros):

*Hay un punto de partida que es clave: cuando salimos campeones en el 86/87 y en vez de festejar y conmemorar ese día como una de las hazañas más grandes que hizo un equipo en el mundo, habernos ido a la B y salir campeones automáticamente de la A, se recuerda como el día del pecho frío [Newells quedó segundo a un punto de Central y su DT Jorge Solari declaró que si hubiera recibido más apoyo de los pecho frío que se ubicaban atrás del arco, les hubiera alcanzado para sumar más puntos]. **A partir de ese momento, la gente de Central no podía insultar a los jugadores, ni a nadie, porque pasabas a ser tildado como pecho frío.** Esto con el tiempo se fue acrecentando, y definitivamente con la aparición del **programa El Aguante**, más el 4 a 0 [se refiere al 4-0 propinado por CARC a Newells el 23/11/1997], se transformó en una bola... Para mí este fue el momento bisagra (comunicación con hincha activo partícipe del movimiento Refundar Central el 11/04/2011)⁶².*

Aquí entonces vemos cómo, la relación entre *El Aguante* y las prácticas aguantadoras previas es una relación de **acrecentamiento**. Segundo hincha:

*Tratando de hacer memoria y de ubicarme en los primeros recuerdos que tengo como hincha, creo que **siempre existió ser hincha de la hinchada**, aunque obviamente esto se **acentuó** dramáticamente en los últimos años. Yo empecé a ir a la cancha desde que nací, pero los primeros recuerdos vagos que tengo son del año 85 cuando Central estaba en la B. Cuando realmente empiezo a fanatizarme es cuando empiezo a ir solo sin mi viejo, que habrá sido en el año 89. Tenía 12 años. Empecé a ir con un vecino que tenía el padre que era boleterero e íbamos a la cancha 2 o 3 horas antes de que abran las puertas del estadio, por lo que veíamos todos los preparativos previos, entre ellos como se iba preparando la barra. Y la verdad es que yo estaba maravillado con todo eso, para mí era fascinante mirar a la hinchada, ver todas esas banderas y la gente cantando. Estaba alucinado con el sonido de los bombos. Uno de los acontecimientos que más quedó grabado en mi cabeza fue cuando apareció la bandera gigante que*

⁶² Veinticuatro años tuvieron que transcurrir para que se corriera el eje festivo: de festejar el Día del Pecho Frío a festejar el campeonato obtenido. Y el 2 de mayo de 2011 se organizó una cena en la Subsede Británica en la que los ex-jugadores campeones de aquel plantel recibieron su homenaje.

cubría toda la bandeja de abajo y que decía RC en el medio. Fui al colegio secundario entre el año 90 y el 94, por lo que me comí los campeonatos de Newells con Bielsa. Y creo que ahí comencé a ser más hincha de la hinchada. Ante el festejo de los leprosos, que para mi era algo novedoso porque hasta ese momento no habían existido, lo primero que me salió a mí y a mis amigos fue el decir "no me importa, tenemos más campeonatos y somos más que ustedes". Cuando vuelven a salir nuevamente campeones en el 92 y nos alcanzan en campeonatos, **lo único que nos salió de adentro fue agarrarnos del pecho frío y de que éramos más**. Con respecto a lo de los cantitos, Central también a principios de los 80 cantaba una canción que decía algo así: "les pegamos a los guachos, les pegamos a los viejos, somos todos borrachos somos todos guerreros, guerreros del infierno". O sea que ya desde hace mucho tiempo había canciones que hacían **auto-referencia a la hinchada** aunque nunca fue tan evidente como en los últimos años. También me acuerdo que en los 90, con las **trasmisiones de TyC** y con los relatos de Araujo [se refiere a Marcelo Araujo, el relator de las transmisiones televisivas principales de TyC Sport durante la década del noventa], se produjo un cambio en la forma de presentar los partidos, donde el relator hacía referencia permanente a las hinchadas y donde durante la transmisión el audio de las tribunas tenían un papel destacado. Creo que el papel de las barras se fue acrecentando y en ese contexto fue que apareció el programa **El Aguante**, que **para mi reflejó una realidad que ya estaba instalada** y que este programa **la popularizó aun más y la magnificó**, ayudando a naturalizarla en el hincha. Si vos buscás una fecha bisagra podría decirte que hubo un antes y un después que se produjo durante los 90. Vos me preguntás cuándo empezó a estar mal visto y condenado por los propios pares el protestar o putear a los jugadores. Esto me parece un fenómeno relativamente nuevo, creo que antes no pasaba. Siempre se dijo que a Poy en sus inicios lo putearon en todos los idiomas. Pero también hay una realidad: salvo el descenso del año 83, a Central siempre le había ido relativamente bien en los torneos hasta que llegamos a la década del 90, cuando empezó la debacle. Hay mucho de la cultura del aguante, de decir "aca se viene a alentar, no a putear", "el que putea es pecho", y cosas por el estilo. También hay mucho de miedo, tanto a la barra como a otros hinchas. Y es algo que está muy enquistado. Fijate que nos fuimos a la B, estamos en el peor momento de la historia, y **muchos aun te juzgan si**

puteáis a los jugadores (comunicación hincha activo, participe de la vida institucional de CARC, el 12/04/2011).

La relación entre *El Aguante* y las prácticas de los hinchas, en este caso, aparece como de **reflejo y magnificación**. Reflejo y magnificación del ser-de-la-hinchada que, por las dinámicas propias de la rivalidad rosarina ya se encontraba operando. Por otra parte, lo mismo que el hincha anterior, y lo mismo que apuntábamos en ocasión de los factores del problema en el apartado 5.2 del capítulo cinco, en éste último emerge lo de la condena a *putear* como un aspecto novedoso. De la misma manera lo entiende un hincha de Newells cuyo testimonio ahora recuperamos:

Antes como que se puteaba más en la cancha; ahora como que putear un jugador es sinónimo de cargada, es darle pie de cargada al enemigo. Y eso porque acá en la ciudad hay una competencia a ver quién alienta más, quién apoya más, entonces como que putear a tu jugador queda mal, es motivo de cargada para el otro (entrevista 15/07/2007).

Se trata de la puteada como una más de las variables de disputa de la grandeza en épocas en que se es “hincha de la hinchada”, como sostienen nuestros informantes. En este sentido, las coincidencias entre los testimonios de los hinchas de ambos clubes son inapelables.

Tan nítido se presenta el nuevo escenario, que en Central, aún yéndose al descenso en mayo de 2010, estuvieron las aguas divididas entre los partidarios de manifestar su descontento por medio de la puteada y el abucheo, y los partidarios del aliento hasta las últimas consecuencias. Todo en función de enrostrarle a los rivales del Parque Independencia que ellos “no-abandonan” (o sea, no se retiran ni siquiera consumándose la más humillante de las derrotas, como sí hizo Newells en la mencionada derrota clásica del 23/11/1997); que no “tirán butacas ni rompen los carnet” (es decir, no arrancan las plateas para lanzarlas a sus jugadores ni rompen el carnet de socio en señal de descontento hacia dirigencia, acciones protagonizadas por hinchas de Newells en su momento) y que no son “sin aliento” (cargada de los de Newells a Central, en la que profundizamos más abajo, consistente en acusarlos de no apoyar a su equipo en momentos clave de su historia futbolística, como una semifinal de Copa Libertadores).

Cansados de esta situación, y con el equipo naufragando en las tumultuosas aguas de la Primera B Nacional, integrantes del anteriormente aludido Movimiento Refundar Central impulsaron una iniciativa novedosa: colgar, en los partidos disputados por CARC en condición de local, banderas blancas con inscripciones irónicas de protesta hacia los jugadores (“eoman rivales, no técnicos”; “os de celestito juegan para los otros”, por ejemplo). Por supuesto que quienes más se hicieron eco de esta iniciativa fueron las cámaras de televisión, seguramente contentísimas por haber encontrado una nueva nota de color para sus reportes; entre los hinchas, en cambio, tibieza en la mayoría de los casos, indiferencia en otros, y abierto rechazo de unos pocos. Pocos pero no por ello pacíficos dado que, en el partido ante Belgrano de Córdoba (los aludidos “eelestitos”), correspondiente a la fecha número 22 del torneo, los encargados de colgar una de las banderas en la platea baja del sector Cordiviola fueron “apretados” por otros hinchas para desistir de su actitud.

El hecho tuvo rebote en www.canalla.com, o mejor dicho en los 69 comentarios a su nota principal del 28 de febrero de 2011, leída 4.775 veces. En el comentario número 11 podemos apreciar:

A los idiotas de la banderita de antes de empezar el partido (platea baja cordiviola), ¿esos son los sin bandera que ahora encontraron otra? [Lo de “sin bandera” refiere a los hinchas de Newells, luego de que todas las banderas grandes de su banda, incluso algunas emblemáticas, fueran robadas por hinchas de Central a fines de 2010. Desde entonces, el cántico: “oh, son los sin bandera, u oh, oh, oh. Oh, son los sin bandera, son los putos, de la lepra”].

En el 27:

Quita del carnet de socio y aplicación del derecho de admisión para el impresentable que tiró la botella... Y para los de la banderita de la platea: pueden ser tan pero tan amarrrrrrrrrgoss?!!!! Agradezcan que la gente es mansa...

En el 63:

A los pelotudos de la bandera de la platea baja de Cordiviola, que dejen de hacer política barata a costa de un momento tan delicado como el que está pasando nuestro querido canalla [atención a cómo vuelven, aquí, las

percepciones que el hincha tiene de la política en los clubes, señaladas ya en el apéndice a la introducción, y en el apartado 4.5.2 del capítulo cuatro].

Y finalmente, incluso, un comentario en la página misma de Refundar Central:

Porque no se dejan de romper las bolas con esas banderas, ustedes se piensan que el sábado ganamos por la bandera, no sean estúpidos.

Retomando nuestra afirmación, pasemos ahora a su segunda parte, aquella de los efectos de las mutaciones televisivas con eje en *El Aguante* en las prácticas propias de los hinchas. Nuestra postura, más allá de la hipótesis que proponemos, es que no existe ninguna otra voz más autorizada que la del *hincha activo* para dar cuenta de los cambios; del HA que vive y ha vivido desde siempre el universo, en este caso, del CARC. Aunque no solamente del CARC, por supuesto. Recordemos que si postulamos a este club es por poder situarlo como *caso*, es decir, y no sin desconocer las limitaciones de tal decisión metodológica, como caso pasible de generalizaciones extrapolables a otros casos. Que para el caso de esta investigación, valga la redundancia, son los hinchas de otros clubes del fútbol argentino. Como los hinchas de Newells, sin ir más lejos.

Recuperemos el testimonio de uno de ellos, ya compartido en el capítulo tres, y empecemos a cotejar indicios o efectos de la mediatización televisiva en las prácticas de los hinchas, en el sentido de que el *aguante-presencia* o el *aguante-fiesta* se dirimirían, también, en las pantallas:

Acá hay tres campeonatos: el de la AFA, el de Ñuls y Central y el de las hinchadas. Ante la falta de logros deportivos está el campeonato de hinchadas. No sólo en el clásico; es una competencia permanente por ver quién lleva más gente a Jujuy, a Mendoza. La rivalidad sigue, y cada vez peor. Porque al no haber títulos está la pelea por ver quién lleva más en las malas de local y visitante [...] Se mira por televisión a ver quién llevó más (entrevista 11 / 06 / 2007).

Queremos decir: **si ya de por sí, en la carrera por la grandeza, los hinchas actúan como si fueran sujetos del panóptico del rival, una vez que entre *Fútbol de Primera* y sobre todo *El Aguante* se encargan de darles un lugar protagónico a sus *performances*, entonces la cuestión se exagera, puesto que el rival los puede estar viendo, ahora también, por televisión.**

La experiencia del hincha de Newells que sigue, da cuenta de esta especie de doble responsabilidad que los *hinchas activos* ahora tendrían:

*Yo no miraba los partidos. No te miento. Me fui a Chile y terminó el partido y pensé que habíamos ganado porque no vi el partido. Yo escuché que gritamos un gol pero no escuché el gol de ellos [...] Siempre fui de ir a la cancha y alentar, o mirar particularidades, o poner la mirada a ver cuánta gente trajimos, de qué barrio trajimos más, o de qué filial trajimos más [...] Lo importante es la presencia numérica en el folklore del fútbol, a ver quién lleva más de visitante; entonces ya es un compromiso tener que ganarle... tenés dos obligaciones, yo tengo dos obligaciones: una, por amor a Newells, estar ahí, y la segunda es que por cantidad numérica de visitante siempre le ganemos a Central [...] Central sí me preocupa: **qué hacen, qué no hacen, cuánta gente llevaron, qué cantaron, cómo salieron** (15/07/2007).*

Es interesante notar cómo, en el último lugar de sus preocupaciones aparece el cómo salieron, es decir, el resultado deportivo, aquello que ocurre de las tribunas hacia adentro.

¿Habría tenido que ver, en todo esto, también, el dato que nos aporta otro hincha de Newells, que aparte de ello trabaja como periodista? Detengámonos en su testimonio, en el marco de una entrevista que le realizamos allá hacia principios de julio del 2007, cuando Central todavía estaba en Primera A, y cuando todavía hacíamos entrevistas:

***Hoy el clásico rosarino es un producto de exportación** que se sigue, no sé si tanto a nivel internacional, pero se ha transformado en un clásico a nivel nacional; hoy es un negocio vender el partido. Hace veinte años atrás interesaba acá en Rosario y el resto se enteraba por un resultado en el diario [...] El lado negativo [de esta transformación] es cómo se ha exacerbado esta diferencia entre leprosos y canallas casi en términos de una rivalidad de vida o muerte [...] Sin ir más lejos, el de la Sudamericana que a la salida fue realmente una batalla campal... lo que vi ese día no lo vi en Irak cuando estuve en Irak [Se refiere a un clásico por la Copa Sudamericana transmitido para la señal Fox Sport. Y se refiere, también, a un viaje como reportero a Irak] Yo llegué a vivir otras épocas donde, por ejemplo, iba a ver clásicos a la hinchada de Central con amigos de la Secundaria que eran hinchas de Central; por supuesto que no gritaba el gol de Ñuls, tampoco vamos a creer que era disneylandia, pero hoy eso sería*

imposible... [A otro clásico, en la década del ochenta] había ido con toda mi familia, mi viejo, mi tío, mi hermano y estábamos en un codito de la cancha de Ñuls que estaba pegado a la popular de Central y esa tarde sí gritamos los goles y los veía a 10 metros a los hinchas de Central y no pasó nada; hoy sería una masacre (7/8/2007).

Pasando en limpio: ahí donde el clásico rosarino se vuelve un producto de exportación -cosa que de hecho sucedió, dado que, como comenta el entrevistado, en un momento la televisión lo eligió como uno de sus infaltables partidos televisados-, la responsabilidad panóptica de los HA en el marco de la dialéctica exhibición / mirada se incrementa, ya que todo está saliendo en directo, para los ojos del resto del país, en vivo. ¿El saldo? El saldo es el que nos deja nuestro *hincha activo-periodista*. Ningún otro que el que implica volver a las dinámicas locales referidas al principio de este último apartado: hinchas de la hinchada. Veamos:

*Lo que antes era el hecho de decir, “bueno, a ver cuál de los dos juega mejor fútbol”, hoy es a ver cuál de los dos despierta mayor pasión en la gente. [El clásico] **Se ha pasado a medir más por las hinchadas, por lo que pasa en las tribunas que por lo que pasa en el campo de juego, pero también tengamos en cuenta que esto ha crecido en la medida en que ha bajado lo otro, digo, en la medida en que las campañas de los equipos han sido cada vez más pobres y pasamos más a la cuestión del folklore, pasamos a tener pobres equipos con grandes hinchadas.***

En suma, tanto es el valor que se le otorga a la imagen, que, por las dudas de que las transmisiones televisivas no estén captando algo, para evitar que se pierda, como custodios y garantes últimos de sus propias *performances*, los hinchas mismos lo filman, lo testimonian, lo documentan y lo cuelgan en la youtube en formato de foto o video, en los blogs, en los sitios partidarios o donde fuere, haciendo circular las imágenes, a su vez, por redes sociales como facebook.

Dichas imágenes, finalmente, sobre todo en caso de las canciones, siguen la estética y la sintaxis del *videoclip* en la que, como describíamos, *El Aguante* se basó para su sección *Himnos de mi corazón*. No hay más que entrar a youtube o a cualquier sitio partidario para comprobar la existencia de cientos y cientos de videos de cada una de las hinchadas de los clubes del fútbol argentino: —Los

guerreros entrando a la cancha de Velez”; –La 12 en Rosario”; –Caravana al chiquero”; –Los nuevos temas de La Guardia Imperial”; –Canción nueva de La pandilla de Liniers”; –Trapos robados a Newells”; –Pintadas leprosas en zona sur”; –Pintadas canallas en zona norte”; –Nuevo trapo de Los borrachos del tablón” etcétera.

A raíz de este panorama, podría decirse que la difusión de las redes sociales vendría a incrementar la tendencia impulsada por *El Aguante* y el fenómeno de –hinchas de la hinchada”.

Y aquí, ya que mencionamos a *El Aguante*, tenemos que detenernos un instante para efectuar un comentario. Si, como veíamos cuando lo describimos con Salerno, en sus registros audiovisuales el programa desmentía al hincha-modelo que pretendía construir, en las imágenes y videos tomados y editados y difundidos por los HA, los HA se desmienten a sí mismos en tanto, imposibilitados de auto-nominarse (ver primer apartado del Apéndice a la introducción), las únicas imágenes que pueden construir y distribuir son las de *la banda*, su banda, a la que, como hemos visto, si bien es cierto que en nombre del aguante celebran, también es cierto que, por los valores que representa (contrato económico antes que pasional, por ejemplo), muchas veces critican.

Un caso paradigmático de esto último es el *banner* de www.canalla.com, –sitio oficial del hincha” en cuyos requisitos de membresía figura no lucrar con Central, o el *home* de la página de la agrupación Crece (www.crece.com), de marcado discurso anti-corrupción, en los que las imágenes seleccionadas como representativas del hincha y la hinchada de CARC son imágenes de *la banda*.

Un último indicio y un último dato del valor que toma la imagen televisiva: ¿cómo pensar el mote de –sin aliento” con el que, desde el año 2003, los hinchas de Newells cargan a los de Central? ¿Cómo no pensar la leprosa consigna –aliento sí / parlantes no” sino como hija de este proceso de mediatización televisiva del fútbol? Traducimos: los hinchas de Newells acusan a los de Central de que, en la gestión auri azul de Pablo Scarabino (2003-2006), este presidente, allegado al productor de las transmisiones de Tyc Sports en Rosario, Ramiro Nieto, a la sazón hincha de Central, hacía colocar parlantes y micrófonos cerca de la popular canalla para que se amplificara el aliento.

Para cerrar con este apartado: así como “se mira a ver quién llevó más”, también se mira, por ejemplo, en el portal del diario *La Capital* quién posteo más o quién tiene las noticias más leídas. Recordemos, en este sentido, que en septiembre de 2010 un hacker de Newells fue desenmascarado. La persona en cuestión hackeaba el sitio web de dicho diario, en pos de evitar que las noticias relacionadas con Central fuesen las más leídas de cada jornada.

7.7.1. Indicios en canciones de cancha y otras textualidades

Hasta aquí hemos subrayado algunos de los que consideramos serían *indicios en recepción* de cambios en las prácticas de sociabilidad de los hinchas, mediatización televisiva del aguante con eje en *El Aguante* de por medio. Y lo hemos subrayado en las voces de algunos hinchas convocados a la interlocución en su calidad de “peces en el agua”, de expertos del hinchismo rosarino producto de sus muchos años yendo a estadios, en algunos casos incluso desde niños.

Éstos nos hablaban acerca de las valoraciones que actualmente se le otorga al *no-putear* por TV (más aún en el caso de los hinchas de Newells, que tuvieron que revertir el mote de “pecho frío”); acerca del tipo de relato que introdujo en sus transmisiones TyC y de cómo *El Aguante* no hizo sino acrecentar tendencias. Finalmente, se referían a la importancia que tiene ser observados por televisión, incluyendo, lo agregamos ahora, lo que los relatores o comentaristas dicen, en el transcurso de la transmisión, del comportamiento de los hinchas: por ejemplo, “erece el aliento para X”, “baja el aliento para Y”, “ensordecidor aliento...”, “los hinchas de X están en silencio”, etcétera.

Como para graficar la importancia que esto tiene desde la perspectiva de los hinchas: en el clásico disputado el 2 de octubre de 2008 en cancha de Newells, en el que los rojinegros resultaran vencedores por la mínima diferencia, el relator de TyC Walter Nelson, en vivo, en el minuto 44 del segundo tiempo, con el partido por terminarse y el equipo de Central acorralando a su rival desesperadamente en busca del empate, dice, “Mirá Gamboa, le pide a la gente que aliente” (Gamboa era el DT de Newells). Ese enunciado, cuyas consecuencias seguramente Nelson nunca previó, fue captado por el programa partidario *Rosario de Central* y

repetido una y otra vez, edición de por medio, tras la placa “Nob, el verdadero sin aliento”. El editado, por supuesto, fue levantado por canalla.com y por los hinchas que comenzaron a difundirlo por youtube y las redes sociales.

Eso en cuanto a los hinchas cuyos testimonios compartimos, porque, de ser por otros testimonios que hemos recogido o leído en todo este tiempo, o de enunciados que hemos escuchado en el marco de observaciones, reuniones o rituales compartidos, deberíamos extendernos y extendernos.

Ahora bien: ¿Qué hay de los cánticos, por ejemplo? ¿Qué corrimientos de eje encontramos en ellos? Nuestra hipótesis es que el eje de los cánticos, acompañando los vaivenes de las series trabajadas –serie deportiva y serie televisiva-, se va corriendo desde el señalamiento del nombre propio o de la cualidad reunidas en torno de un equipo (“Y ya lo ve, y ya lo ve, es el equipo de José”, “Usted lo vio, usted lo vio, es el equipo de Don Ángel Tulio Zof”⁶³, por ejemplo), desde ese señalamiento, decíamos, al de la propia hinchada y sus identificaciones territoriales y de género. Algo así como el pasaje de *La Máquina* de River (nombre que se le puso a una famosa delantera del club millonario en la década del cincuenta que jugaba “como una máquina”) a *Los borrachos del tablón* (nombre con que se identifica a la *banda* de este club).

La hipótesis es respaldada por hinchas activos de CARC convocados al efecto. Uno de ellos nos muestra este mismo corrimiento, para el caso puntual de uno de los cánticos en la cancha de Central, en comunicación personal el 12/04/2011:

El aguante influyó, pero quizás [el programa] El aguante le dio la voz a lo que ya se venía. El canto que más sufrió esta transformación [lo que venimos señalando como “corrimiento”] es aquel que decía “con ese fútbol loooco, ese que vos tenés, la hinchada está de fiesta, este año también, tocala de primera, que estás en ganador, de la mano del Ángel, vamo a salir campeón” Y ahora dice “con esta hinchada loca, haciendo descontrol, es lo que yo más quiero, que vos salgás campeón, y cuando yo me muera, quiero que mi cajón, sea azul y amarillo, como mi corazón”

⁶³ José Pizutti, DT del Racing campeón de la Argentina, de América y del Mundo en la década del sesenta, por un lado. Ángel Tulio Zof, técnico más ganador en la historia de Rosario Central, por otro.

En suma, el corrimiento de la cualidad de un equipo –el equipo del Ángel, sus toques de primera- a los valores de una hinchada. Veamos otro ejemplo propuesto por el mismo hincha:

Antes, cuando se bailaba a un equipo, se le cantaba “seguí bailando, seguí bailando, seguí bailando que te vas a enloquecer”. Y ahora se le canta a la hinchada contraria, porque si es bailada tiene miedo de perder y no canta: “ay, ay, ay, ay, no tengas miedo, podés cantar”.

Nuestro hincha-informante, además, en la década de 1990 publicó un *cancionero canalla*, dividido en distintos tópicos. Claro que su trabajo llega hasta el año 1996. Repasemos algunos de esos tópicos, en línea con el corrimiento que estamos señalando, y agreguemos los cantitos de la *era del aguante*, o sea, los que mayormente se pueden escuchar hoy en el estadio de CARC, y en los que entendemos dable detectar indicios de la mediatización televisiva en cuestión.

Además, podremos leer allí muchas de las cuestiones que venimos trabajando a lo largo del documento: por ejemplo, los usos de lo popular, las identificaciones territoriales y de género, la “lógica partisana” como dispositivo de producción del nosotros y de la otredad, etcétera.

Algunos cánticos **al nombre propio** y a **las cualidades del equipo**, en los viejos tiempos:

- —Troteo [Griguol] dirige la batuta, para que la baile la lepra hija de puta”
- —Hay un solo Marito, no se confunda usted, no es el puto del Parque [Zanabria], es el glorioso cordobés [Kempes]”
- —Aldo Poy Aldo Poy, el papá de Ñulsolboy”
- —Atención, atención, atención, atención, vinimos al chiquero [cancha de Newells] para dar exhibición”

Algunos al equipo, a las hinchadas presentes, y a los rivales, según las circunstancias del partido:

- —Mvete canalla movete, movete dejá de joder, que esta hinchada está loca, hoy no podemos perder”
- —Oh, nostro alentamos, u oh, oh, oh, oh... pongan huevo, que ganamos”

- —Pong huevo la academia, ponga huevo y corazón, que esta hinchada, se merece, se merece ser campeón” [Un llamado a que, aunque sea, ganen en nombre de la hinchada]
- —A estos putos les tenemos que ganar, a estos putos les tenemos que ganar...”
- —Pteños, cagones, así salen campeones” [Cuando al árbitro se le supone un fallo injusto]
- —Borombombón, borombombón, es un afano, suspéndanlo” [Ironía mediante, cuando la victoria está siendo categórica]
- —Aunque ganes o pierdas no me importa una mierda, sigo siendo guerrero porque a Central lo quiero, porque a Central lo quiero” [Exaltación de fidelidad cuando se va perdiendo irremediablemente]
- —La acadé, la acadé, la acadé, ponga huevo que no ha pasado nada, te lo dice tu hinchada, que está descontrolada, vamos Central que tenemos que ganar” [Cuando el equipo recibe un gol y se lo insta a olvidarse y salir adelante]
- —La acadé, la acadé, esta es tu hinchada la que tiene aguante, la que te sigue siempre a todas partes, a la que nunca vas a ver correr...” [Cuando se hace presente en la tribuna la *banda*]
- —Yo me río, yo me río, si no cantamos todos, parecemos pecho fríos” [Cuando el equipo necesita empuje y la hinchada no responde como tal]
- —Oe-le, o-la-la, son todos chacareros la hinchada donde está” [en alusión a los hinchas de Boca y River del interior cuando juegan en Rosario]

Ejemplos de cantitos clásicos, atemporales, hacia la propia hinchada y hacia hinchadas rivales, correspondientes al lapso comprendido entre las décadas del setenta y mediados de los noventa, e independientemente de las circunstancias del juego:

- —Yo no soy pecho frío yo soy guerrero, quiero quemar el Parque y matar a un bostero, y cuando llega el domingo voy a la cancha a ver a Central, la academia, cada vez que quiero más...”
- —Yo te quiero la acadé, yo a vos te sigo vos sos mi vida, siempre te voy a alentar, sos lo más grande de la Argentina, vayas a donde vayas, ésta es tu hinchada la que te alienta, vamo acadé, vamo a ganar, que la banda está de fiesta. Vamo academia no falles a tu hinchada, la que te sigue en las buenas y en las malas,

vamo academia no falles a tu gente, no seas amargo como es Independiente, yo soy así, a Central yo lo quiero, vamo a matar a todos los bosteros”

- —En el barrio de Arroyito hay una banda loca y descontrolada, es la banda del guerrero que va a todas partes y no entiende nada, ponga huevo, los guerreros, que vamos a salir primero, los de Ñubel, los bosteros, que nos chupen bien los huevos”
- —Señeres deajo todo, voy a ver a Central, te confieso que esta noche, lo vamos a festejar, porque nos fuimo a la B, porque volvimo a la A, y vamo vamo academia vamo a ganar...”
- —Nimporta en que cancha juguemos, a la academia la sigo a dónde va, vamo academia, vamo a ganar, vamo academia cada vez te quiero más”
- —Lo seprosos, tienen miedo, que cuando vayamo al Parque los quememos, tienen medio, cuando vengan a Arroyito los matemos, esta hinchada se merece que alentemos un poquito más, la vuelta vamos a dar”

Vayamos ahora a ejemplos de la producción que corresponde, independientemente de los tópicos, al marco espacio-temporal que va desde fines de la década del noventa hasta la actualidad, mediados de 2011, el momento en el cual está siendo escrito este trabajo. Si bien ya pueden observarse en algunos de los cánticos recién citados, privilegiamos la recuperación de aquellos con referencias:

a) A la propia hinchada

b) A su *aguante-presencia / aguante-fiesta*

c) Y a aquellos cantitos en los cuales leer indicios de la mediatización televisiva que venimos trabajando.

Se observará, así, un foco puesto mayormente en las declaraciones sentimentales, en la abnegación, en la actitud festiva para custodiar el último bastión de pacto pasional; una convocatoria, por otro lado, a ~~no~~-abandonar” (como Newells, que ~~abandonó~~” el 23/11/1997 cuando iba perdiendo un clásico por cuatro a cero), es decir, a seguir adelante, a persistir, en suma, a aguantar más allá de todo y de cualquier circunstancia, incluyendo el hecho de irse al descenso o de pelear durante años por no descender. Es como si el hincha de Central, en

este caso, se cavara sus propias tumbas: si, como marcaba el primer testimonio citado, desde que Newells recibió el mote de “pecho frío” ya no se puede putear, aquí parecería que desde que los rojinegros “abandonaron”, Central no puede darse el lujo de igualarse haciendo algo parecido. Ni siquiera cuando ese “algo” es protestar poniendo una bandera o boicoteando una medida. Mucho menos con las cámaras y las miradas cubriéndolo todo, todo el tiempo.

No se observarán, ya casi, alusiones a lo que ocurre en el campo de juego (salvo cantitos a ídolos de turno: “ole-ole-ole-ole, Chacho, Chacho”, etc.), ni a las cualidades de un equipo al que solamente, como apuntábamos sobre finales del capítulo cinco, se le piden *huevos*.

Nos encontraremos, finalmente, con una situación interesante dada en los cánticos en que coinciden o se yuxtaponen enunciados propios del *aguante-fiesta* con enunciados propios del *aguante-enfrentamiento*. Veamos todo esto.

- —En Arroyito, hay una banda loca que siempre sigue a Central, que va a todos lados, va descontrolado, nunca va a parar de alentar, nunca va a parar, nunca va a parar, es la banda loca canalla, la banda de Central, vamo la acadé, vamo la acadé, vamo la academia canalla, **nunca abandonés**”
- —Cuando yo me muera, quiero que mi cajón, sea azul y amarillo, como mi corazón, nací en Arroyito, **te sigo a todos lados, en las buenas y en las malas, siempre descontrolado**. Dale que esta tarde, tenés que ganar, el pueblo canalla, te vino a alentar, porque sos la fiesta, sos el carnaval, yo soy del glorioso, Rosario Central”
- —No soy pecho frío soy de la acadé, no tiro butacas no rompo carne, a Central lo llevo en el corazón, yo soy guerrero. **No es un equipo es una pasión**, es un sentimiento le juro señor, **no es un chamuyo de televisión**⁶⁴, es verdadero. Esta hinchada es así, la más loca del país, somos locos y borrachos como el Puma y como el Chacho, y a alentar, llegaron los guerreros, auriazul se pinta el carnaval, son de acá el Che y el Negro Olmedo, trajeron **fiesta, y carnaval, así es Central**”
- —Vamo la academia, Central ponga huevo, quiero ser campeón, yo soy guerrero, voy a todos lados, voy descontrolado, la vida por vos, Central te amo. Dónde está la banda de la Lepra, la que corre en Arroyito y en el Parque, esta banda no

⁶⁴ Una de Boca: “Yo no soy como esos, que se quedan en casa, mirando por la tele, para ver lo que pasa, yo soy hincha de Boca y no me cabe ninguna, si me andan buscando, estoy en la tribuna”

chamuya **tiene aguante**, acá está la fiesta en el Gigante, con la gente, con los bombo y redoblante, con **la fiesta de Central en todas partes**”

- —Vmo la academia que todo está bien, esta tarde alentaré, por favor **no abandonés**... Siguiendo al guerrero yo llegaré lejos, tan lejos como se pueda llegar, ya llegan los bombos y los redoblantes, acá en el Gigante, se empieza a alentar, se copa se copa se llena de a poco, estamos re locos, queremos ganar...”
- —Nome importa nada, no me importa nada, no me importa nada, no me importa nada, no me importa nada, **no me importa nada yo solo quiero ver a Central**”
- —Porque a Central lo quiero, lo vengo a alentar, porque a Central lo quiero, lo vengo a alentar, en las buenas, y en las malas mucho más”
- —Emomentos de bajón, cuando todo pinta mal, yo te prometo canalla no te voy a abandonar, siempre voy a estar con vos, eso nunca lo dudés, no doy vuelta las banderas como lo hace River Plate, vamos Central, para adelante, que **en las tribunas siempre va a estar el aguante**, y a este plantel, **le pido huevos**, porque en la cancha son ustedes los guerreros”
- —La banda más loca de Argentina, la que se merece ser primero, es la banda loca del guerrero que hace fiesta donde va... **Sigo a Central de corazón, desde hace ya mucho tiempo, y aunque vos no salgás campeón, no abandono el sentimiento, borracho te voy a seguir**, por las canchas de Argentina y te confieso que por vos, canalla dejo la vida”.

Quien también realizó un interesante trabajo⁶⁵ sobre los cantos de los hinchas en Argentina, es el músico rosarino radicado en Alemania Marcelo Berrini. En el mismo, entre otras cosas, reconstruye sus fuentes. Sostiene, así, que “alrededor de los años 40 comenzaron a constituirse los repertorios” (2006: 80), y que, si los analizamos, podemos establecer tres tipos de fuentes y ciertas constantes que se repiten en la elección de los motivos musicales:

- 1) Marchas políticas (Marcha peronista y Marcha radical)

⁶⁵ Otros trabajos: en Salerno (op cit) hay un interesante apartado dedicado a los cánticos, a sus distintos intertextos musicales (rock, cumbia, etc.), a sus contenidos, a dos maneras distintas de nombrar la muerte, etcétera.

- 2) Contribuciones del folklore, del rock y la música pop, y en menor medida el tango
- 3) Jingles y músicas de propagandas radiales o televisivas.

Luego analiza los procedimientos musicales a partir de los cuales las hinchadas se reapropian de una melodía. Y finalmente, acaso lo que aquí más nos interese, los textos. Historiza en esa línea Berrini, encontrando nosotros en sus dichos otra manera de respaldar nuestra hipótesis de corrimiento:

Durante los años 1910 al 1920, excepcionalmente, un jugador tuvo su canto propio [Alude a Américo Tesorieri, arquero de Boca, que recibía el popular —¡nemos un arquero, que es una maravilla, ataja los penales, sentado en una silla!"] Esa débil tendencia de los años 20 se hizo más fuerte en los años 40 y 50. La hinchada expresa las virtudes de los equipos y las cualidades de los jugadores⁶⁶ [...] Se trataba de destacar las capacidades de individuos y formaciones. El duelo de hinchadas tenía por armas a los jugadores virtuosos que desplegaban sus habilidades en el campo de juego (2006: 83)

Más adelante el autor encuentra que, hacia los sesenta, el duelo dialéctico se endurece, vía ofensa e insulto, pero que el mismo no llegaba a configurar, todavía, un clima de amenaza, clima que sí empieza a tener lugar, y siempre siguiendo a Berrini, en la década del ochenta. Década acerca de la que escribe:

Desde entonces hasta nuestros días, aunque perdure el reconocimiento del talento de jugadores y equipos, aunque se canten estribillos no insultantes, las expresiones de los coreutas-espectadores se han hecho más agresivas. Durante los últimos 20 años se ha modificado una parte del repertorio [...] Las hinchadas comienzan a ser personajes de sus propios cantos e historia (Ibidem: 84)

También sobre los cánticos de las hinchadas en tanto género discursivo, como hemos reseñado en el apartado 2.2 del capítulo dos y en el 3.5.1 del capítulo tres, Gándara (1999) llevó a cabo un análisis. La autora, sobre un corpus de 150 cantitos argentinos, analizó distintos niveles: 1) marcas de la enunciación; 2) el nivel semántico; 3) nivel de las condiciones de producción del discurso y la

⁶⁶ Los de Independiente, a su jugador De la Mata: —¡La gente se mata por ver a De la Mata!”. Los de Boca, a su goleador: —Yo te daré, te daré niña hermosa, te daré una cosa, una cosa que empieza con B: Boyé”

polifonía enunciativa; 4) nivel de indicadores de la interacción comunicativa; 5) nivel de la intertextualidad. Y las implicancias de cada uno de ellos.

Al nivel semántico, por ejemplo, lo subdividió en: a) análisis semántico de insultos y burlas; b) de amenazas; c) del auto-elogio; d) análisis semántico de la victoria; e) de los apelativos de las hinchadas; f) de la expresión de los sentimientos. Esto es, el equivalente de los tópicos que nosotros más arriba recuperábamos.

Pero más allá de este recomendable análisis, lo que a nosotros ahora nos importa, para seguir fundamentando, por distintos frentes, el corrimiento de eje que hipotetizamos, es el siguiente fragmento de la autora:

En los últimos 20 años, los cantos de estadio han ido cargándose notoriamente de amenazas, insultos, violencia e intolerancia. En este sentido, existe una diferencia considerable con los cantos anteriores a los años 70, que eran menos agresivos, tendían más al festejo y al aliento al propio equipo (Ibidem)

Otros dos *indicios en recepción* de cambios en las prácticas de sociabilidad de los hinchas, mediatización televisiva del aguante con eje en *El Aguante* de por medio. En este caso, periodísticos. Puesto que si bien se trata de medios partidarios, no deja de tratarse del campo de lo periodístico.

Como hemos anticipado en su momento (apartado 3.5 del capítulo tres), y respecto de la crónica periodística clásica -consistente en una crónica de acontecimientos a la que se suma una columna con los puntajes o rendimientos de los jugadores, la evaluación de las figuras, etc; y una columna con las notas de color del evento-, al menos desde el año 2007, que es el año en el que comenzamos a visitar sistemáticamente canalla.com, al momento de la cobertura de los partidos disputados por CARC el sitio destina mucho mayor espacio a ~~tod~~as las fotos de la fiesta en el Gigante” (imágenes de la gente en las tribunas, de sus banderas, etc.) y notas por el estilo, que al partido propiamente dicho.

Como también hemos anticipado, y respecto de lo que eran sus primeras ediciones, allá hacia mediados de la década del noventa, el programa *Rosario de Central* dedica más bloques a ~~el~~ video de la gente” o a ~~la~~ previa” o a ~~la~~ gente

llegando al Gigante”, que a las imágenes del partido. En cuanto a estas últimas, quizás no sea un dato casual, cuando las reproduce, reproduce las tomadas por la transmisión del partido (antes a cargo de TyC, luego de Fútbol Para Todos), siendo que el diferencial que identificó a este programa en sus comienzos fue el tomar el partido con cámaras propias desde lugares alternativos a las transmisiones. Ahora, en todo caso, las cámaras propias son destinadas a las tomas de los hinchas en las tribunas.

La recapitulación correspondiente a este capítulo, junto con las consideraciones que nos quedan por acotar, para no redundar, serán expresadas directamente en las conclusiones, esto es, el apartado que sigue a continuación.

CONCLUSIONES

Dividimos este último tramo en dos partes. La primera hará mención a todo aquello que creemos estar aportando con nuestra investigación. La segunda, en tanto, referirá a algunas zonas de vacancia sobre las que, dentro del tema que nos convoca, podría indagarse en futuros estudios y abordajes.

En la introducción escribíamos que, teniendo en cuenta los estudios precedentes en el campo, así como los datos arrojados como producto de nuestro propio trabajo y sus actividades de investigación⁶⁷, a la hora de pensar el problema-violencia, tanto en lo que hace a su diagnóstico como a propuestas posibles de intervención, debíamos tener en consideración los que para nosotros son, por lo menos, diecinueve factores constitutivos de *ambientes de violencia* en torno del espectáculo futbolístico argentino (sistematizados, cabe recordar en el apartado 5.2 del capítulo cinco) A saber:

1) La ética con la que, durante las tres primeras décadas del siglo XX, los sectores populares de urbes florecientes como Buenos Aires o Rosario, resignificaron y se reapropiaron de la inglesa práctica del fútbol, y las valoraciones y modalidades desprendidas de ésta. Una ética que, por otra parte, funcionaría como condición de posibilidad del *aguante-enfrentamiento*.

2) La noción de *cuerpo* y el *binarismo endogámico* que da pie a la lógica de bandos con la que hinchas en general y policías se perciben mutuamente.

3) Las implicancias de la *cultura del honor*, que rige las acciones de las *bandas*.

⁶⁷ Entre otras, como hemos dicho: establecer vínculos con *hinchas activos* del CARC - y también de Newells, en un principio-: entrevistarlos, ir a la cancha, concurrir a eventos que los tuvieran como protagonistas (festejos, rituales, aniversarios, actos, celebraciones), asistir a reuniones de los grupos en los que participaran; mantener comunicaciones y contactos informales con algunos de ellos, nuestros informantes-clave; ver el programa de TV *Rosario de Central*; leer y archivar diariamente testimonios publicados en el sitio www.canalla.com; leer cadenas de *e-mails* de hinchas de CARC; revisar blogs y videos de hinchas en *youtube*; recuperar emisiones del programa *El Aguante*; recopilar inventarios de canciones de cancha; reconstruir coberturas de la prensa sobre algunos hechos puntuales analizados; ir a fuentes que nos permitieran reconstruir la historia del fútbol en relación con la TV en Argentina; recurrir a estadísticas acerca de las muertes de hinchas en la historia del fútbol argentino; repasar experiencias estatales y no-gubernamentales de intervención sobre el fenómeno de las prácticas violentas, en distintos países, en torno del espectáculo futbolístico, etcétera.

4) Todo aquello que conlleva la situación inherente a que el *capital simbólico-violencia* sea el capital que los integrantes de las *bandas* deben poner en juego para insertarse en redes de sociabilidad e intercambio.

5) Las implicancias del hecho de que en el ritual futbolero los hinchas se estén jugando identidades territoriales, pero sobre todo identidades de género, o con otras palabras, la masculinidad, la identidad sexual masculina.

6) La definición del fútbol como un *combate ritualizado* y configurado en torno de la *lógica partisana*. Un ritual en el que, por lo que pudimos observar, predominan los aspectos conservadores del poder por sobre los contestatarios, los componentes dramáticos por sobre los carnalescos, y el reaseguro de las diferencias a través de las que se estructura un *ethos nacional*.

7) Procedimientos discursivos del hinchismo como la *cláusula del humor*, la *cláusula de la pasión*, el *sentimentalismo*, la *infantilización* y la *novela*, de la misma manera que procedimientos discursivos del *hinchismo institucionalizado*, como el *consumo* y la *queja*, en tanto obstaculizan en los hinchas en general (es decir, tanto en los *hinchas activos* como en los miembros de la *banda*) el registro y la elaboración del problema.

8) Las encerronas del *sentimentalismo* y el *aguante-fiesta* o *aguante-presencia*, en tanto obstaculizan el involucramiento de los *hinchas activos* en la vida institucional de su club, siendo nuestro supuesto uno según el cual la participación en los asuntos comunes del mismo favorece la *autogestión*, el *autocontrol* y las *prácticas de cuidado* de los propios hinchas.

9) Las irregularidades arbitrales y organizativas en los campeonatos, que rompen con el contrato básico del deporte moderno: la igualdad de condiciones y la meritocracia.

10) La dialéctica *exhibición / mirada del otro* que sostienen los hinchas en la carrera por dirimir la grandeza de su hinchada, la cual puede notarse especialmente en ciudades dicotómicas como Rosario, y que operaría como condición de posibilidad de la cultura del *aguante-fiesta* tal como hoy, mediatizada, la conocemos. Una dialéctica que es, finalmente, un producto o una de las implicancias de la imposibilidad de resolver y sancionar la grandeza.

Pero también, y paralelamente, los factores del problema involucran a las distintas modalidades que en el país fue asumiendo la relación entre fútbol y televisión, y a las implicancias derivadas de éstas. Implicancias en el sentido de que es en el devenir de esta serie fútbol-televisión, que, por ejemplo, el periodismo deportivo va adoptando retóricas dramáticas en sus maneras de narrar, que los clubes se tornan crecientemente dependientes de los derechos de televisación o que surgen programas como *Fútbol de Primera* y *El Aguante*. Programas que a su vez contribuyeron en la generación de nuevas *subjetividades espectatoriales* (el primero de ellos sobre todo, y ver abajo el ítem número doce) así como en la generación de nuevas maneras de ser hinchas del fútbol argentino (en especial el segundo). Siendo precisamente a partir de éstos “nuevos hinchas” que, lejos de lo que las coberturas de la prensa postulan, podemos entender en su integralidad el fenómeno violento en el fútbol de nuestro país.

Entonces:

11) El periodismo deportivo, con sus afirmaciones irresponsables, siempre proclives a los giros bélicos, la cizaña, la polémica y a las retóricas dramáticas para mantener, más con los criterios del show que con los del relato, la tensión en los actuales tiempos de sobreabundancia de oferta informativa, como producto del desarrollo de señales televisivas exclusivamente abocadas al deporte las 24 horas.

12) Herencia (una de las herencias) perceptiva espectatorial de *Fútbol de Primera*, ligada a la disociación entre ojo humano y técnica, a la vez que al desfasaje entre *judicialización televisiva* o *verificación mediática* y reglamento, otro factor tiene que ver con las transmisiones televisivas en directo y el repaso repetitivo de los resúmenes y compactos, que, amparados por el desarrollo tecnológico, capaz de detenerse una y mil veces a verificar al milímetro y desde decenas de cámaras lo que el árbitro tiene que resolver en tiempo real, están todo el tiempo remarcando los fallos arbitrales y poniendo, así, en duda su imparcialidad tanto como alimentando las sensaciones de injusticia.

13) Los comportamientos “tribuneros” y “mediáticos” de los jugadores de fútbol con conciencia de la era del *aguante-fiesta*, con conciencia de su imposibilidad de constituirse en *héroes deportivos* y conciencia televisiva en general.

14) El déficit estructural de los clubes en tiempos de su dependencia hacia los ingresos proporcionados por la televisación, que vuelve imposible la existencia y permanencia de un *jugador-símbolo*, de un *héroe deportivo* capaz de suscitar identificaciones, pasando a suscitarse éstas, auto-referencialmente, en la propia hinchada.

15) El programa televisivo *El Aguante*, justamente, que, así como por un lado vino a captar las prácticas aguantadoras de los *hinchas activos* en su momento de máxima desnudez, allá hacia mediados de la década de 1990, por otro vino a cubrir la única mirada sobreviviente al imperialismo enunciativo del programa *Fútbol de Primera* y su imaginario tecnológico: la mirada de la hinchada. Queremos decir: si ya de por sí, en la carrera por la grandeza, los hinchas actúan como si fueran sujetos del “panóptico” del rival, una vez que entre *Fútbol de Primera* y sobre todo *El Aguante* se encargan de darles un lugar protagónico a sus *performances*, entonces la cuestión se exagera, dado que el rival los puede estar viendo, ahora también, por televisión, y en directo.

Ahora bien, nos preguntábamos en el mencionado apartado 5.2 en ocasión de la sistematización de estos factores, ¿por qué habría que tener en cuenta a *El aguante* como elemento a la hora de pensar el problema-violencia que aquí nos convoca y nos interpela? Porque el hincha mediatizado, el “nuevo hincha”, el hincha emergente de los cambios operados por la televisación del fútbol argentino, con eje en el programa *El Aguante*:

16) Celebra y legitima, ya no solamente en consonancia con los atributos de su *novela*, ya no solamente en la carrera por las variables de la grandeza, ya no solamente debido a que el fútbol es un espacio de legitimación de ciertas prácticas, sino ahora también en obediencia al torneo imaginario por el *aguante-fiesta*; celebra y legitima, decíamos, cuando no directamente festeja, ya sea la “picantez” de su *banda* para combatir con hinchas rivales, como su despliegue visual, al que además filma, fotografía, documenta y difunde por redes sociales y sitios de internet.

17) Debido a las encerronas, nuevamente, del *aguante-fiesta*, el “nuevo hincha” tiene que cantar lo que canta la *banda* y no puede boicotearla, mudándose de tribuna o *puteando* o directamente no yendo a la cancha, por ejemplo, en caso

de estar en desacuerdo con algún comportamiento de ésta, o del equipo o de la dirigencia del club.

18) Siente que lo propio del hincha es el aliento y nada más que el aliento, lo cual lo eximiría de cualquier tipo de perspectiva o participación político-institucional, lo que a su vez nos reconduce a nuestro supuesto, según el cual, quien participa de los asuntos comunes del club cuida a su gente y a sus instalaciones.

19) En definitiva, el hincha emergente refuerza el predominio de una noción de aguante, la hegemónica, la del aguante-espectáculo y sus productos enrostrables, noticiables, en suma, capitalizables, por sobre la noción que proponíamos en el punto 4.5.3 del capítulo cuatro, nociones al interior de cuya tensión, afirmábamos, se dirimen en un club del fútbol argentino los significados de lo popular, lo cual nos lleva, de nuevo, al supuesto del hincha y su participación política.

Diecinueve factores o elementos que, como demostramos en el capítulo seis a la luz del análisis de la cobertura de un caso, la prensa, o los medios mejor dicho, los medios en tanto discurso, discurso que en tanto tal, a su vez, posee sus propios mecanismos enunciativos, dos de los cuales analizamos –la tematización y la puesta en serie- diecinueve factores que los medios en sus coberturas, decíamos, reducen a tres metáforas (la criminal-bélica, la animal-infracumana y la biologicista) y un par de lugares comunes irresponsablemente estigmatizantes, que básicamente consisten en echar culpas sobre “los barrabravas”.

Ahora bien: dentro de los factores que dan forma a este conjunto, en la introducción sostuvimos el propósito de focalizar en las especificidades y dimensiones mediáticas de éstos, con el objeto de aportar un complemento comunicacional a las miradas de raigambre etnográfica y sociológica sobre el problema-violencia.

En esa línea, partíamos de algunas preguntas: ¿incidieron los cambios operados por la televisación del fútbol argentino, con eje en el programa *El Aguante*, en las *prácticas de sociabilidad* (PDS) de los hinchas? Y con éstas, ¿incidieron en sus valoraciones del *aguante-fiesta* y el *aguante-presencia*? ¿Y en sus valoraciones de

lo popular y la difusión de imágenes y relatos-grandeza? ¿Y en los capítulos atendidos por la *novela*?

Asimismo, formulábamos una hipótesis: si bien en un primer momento la serie televisiva con eje en *El Aguante* capta las prácticas aguantadoras de los hinchas incluyéndolas en su relato, en su registro audiovisual y en sus estrategias publicitarias, luego con el tiempo introduce efectos en esas mismas prácticas, contribuyendo en la producción de un nuevo tipo de hincha del fútbol argentino.

A la hipótesis, por último, la respaldamos mediante dos procedimientos teórico-metodológicos: por un lado, efectuando un abordaje descriptivo-analítico de base sociosemiótica del programa *El Aguante*. Por el otro, y leyéndolos en textualidades diversas (entrevistas, testimonios, canciones de cancha, coberturas de medios partidarios, difusión de imágenes en youtube, en la sintaxis misma de esas imágenes, etc.), situando distintos tipos de *indicios* o *efectos en recepción* de la incidencia del mismo en la producción de un nuevo modo de ser hincha.

En lo que al segundo de nuestros procedimientos concierne, recuperamos algunos datos arrojados por su desarrollo en el capítulo siete.

Tomemos el enunciado de la hipótesis: si bien en un primer momento la televisión capta las prácticas aguantadoras de los hinchas, luego, con el tiempo introduce efectos en esas mismas prácticas.

Allí, el *–capta*”, nos está señalando la preexistencia de una serie de prácticas, en este caso las prácticas *–aguantadoras*”. Y a esa preexistencia la inferimos en nuestro factor número diez arriba apuntado, aunque también la relevamos, principalmente, a partir de los testimonios de una serie de hinchas de Central y Newells a los que tomamos como informantes clave. Según éstos, y acompañando una serie de dinámicas inherentes a la rivalidad en el fútbol rosarino entre fines de la década de 1980 y mediados de la de 1990, *El Aguante* habría venido a *–acrecentar*”, *–reflejar*” y *–magnificar*” algo que ya se estaba dando.

Pasemos ahora a la parte del enunciado que hace mención a los *–efectos* sobre esas mismas prácticas”. En esa dirección, y siempre a partir de los testimonios de nuestros informantes clave, pero también a partir de las actividades de investigación anteriormente enumeradas, situamos indicios de *–efectos*” en:

- Una novedosa condena a la *puteada* en la cancha, sostenible aún en situaciones límites como es la de irse al descenso.
- El corrimiento corroborado, historización y análisis discursivo mediante, en el eje de los cánticos, que irían crecientemente pasando de señalar cualidades de un equipo (por ejemplo, sus estilos de juego) o de un nombre propio (un director técnico un jugador-símbolo) a cualidades y atributos de la propia hinchada o la hinchada rival.
- El acto de mirar permanentemente por televisión partidos del rival a fin de determinar qué tan llenas están las tribunas, cuánta gente llevaron de visitante, si cantan, qué cantan, qué dice el relator sobre el aliento de los hinchas, etcétera. Todo ello por encima de lo que ocurre en el mismísimo campo de juego.
- El hecho de que, por las dudas que las transmisiones televisivas no estén captando algo, para evitar que se pierda, como custodios y garantes últimos de sus propias *performances*, los hinchas mismos las filman, las testimonian, las documentan y las *cuelgan* en youtube en formato de foto o video, en los blogs, en los sitios partidarios o donde fuere, haciendo circular las imágenes, a su vez, por redes sociales como facebook. Imágenes que, además, y de aquí otro indicio, sobre todo en el caso de las canciones, siguen la estética y la sintaxis del *videoclip* en la que, como describimos, *El Aguante* se basó para su sección *Himnos de mi corazón*. No hay más que entrar a youtube o a cualquier sitio partidario para comprobar la existencia de cientos y cientos de videos de cada una de las hinchadas de los clubes del fútbol argentino: “Los guerreros entrando a la cancha de Velez”; “La 12 en Rosario”; “Caravana al chiquero”; “Los nuevos temas de La Guardia Imperial”; “Canción nueva de La pandilla de Liniers”; “Tropos robados a Newells”; “Pintadas leprosas en zona sur”; “Pintadas canallas en zona norte”; “Nuevo trapo de Los borrachos del tablón” etcétera.
- Otro indicio del valor que asume la imagen televisiva guarda relación con el mote de “sin aliento” o la consigna que reza “aliento sí, parlantes no”, que, propinada por los hinchas de Newells a los de CARC, alude a una

supuesta colocación de parlantes por parte de este último club entre los años 2003 y 2006, de cara a su popular, para amplificar el aliento de su hinchada.

- Un nuevo indicio radicaría en la siguiente situación: así como se mira por televisión “a ver quién llevó más”, también se mira, por ejemplo, en el portal del diario *La Capital* hinchas de qué clubes tienen más posteos o cuál de los dos tiene las noticias más leídas. Recordemos, en este sentido, que en septiembre de 2010 un hacker de Newells fue desenmascarado. La persona en cuestión hackeaba el sitio web de dicho diario, en pos de evitar que las noticias relacionadas con Central fuesen las más leídas de cada jornada.
- Finalmente, situamos indicios en el tipo de coberturas de los partidos disputados por CARC, y en la cantidad de espacios dedicados a los hinchas en comparación con el espacio destinado al equipo, por parte de dos medios partidarios de referencia insoslayable en la *comunidad canalla*: el sitio www.canalla.com y el programa televisivo *Rosario de Central*.

Mientras avanzábamos en función de nuestro objetivo general, esto es, en el transcurso del camino hacia el mismo, fueron surgiendo tangencialmente una serie de “descubrimientos”. Enumeramos algunos, formulados bajo la modalidad de afirmaciones:

- No es posible leer la historia del fútbol argentino, y menos aún en clave-violencia, sin tener en cuenta el papel decisivo que en ella han tenido los medios de comunicación. Así como Archetti (1995) postula a la revista *El Gráfico* como una de las principales vías de formación del imaginario del fútbol nacional; y así como nosotros demostramos, a partir de una serie de *indicios en recepción*, que el programa de televisión *El Aguante* contribuyó en la producción de un nuevo modo de ser hincha, vimos, con Frydemberg (1997) el papel central que, en el proceso de difusión del fútbol entre los sectores populares, desempeñó el periódico *La Argentina*.

- En tanto cultura preeminentemente audio-visual, la cultura del aguante es impensable sin la televisión, siendo que el aguante, y especialmente el *aguante-fiesta*, se prueba siendo visto y escuchado, mostrando, exhibiendo todo lo que se alienta, la cantidad de personas que se son, el número y el tamaño de banderas que se despliegan, tanto para los ojos de los hinchas rivales de turno como para el resto de los hinchas que están viendo el partido por televisión. En ese sentido, ¿cómo demostrar el aguante en épocas en que la mediatización del fútbol estaba hegemonizada por la prensa-papel o por la radio?
- El término “popular” en el contexto de la enunciación futbolera, tomado como una más de las variables de disputa de la grandeza, es utilizado como sinónimo de “masivo” y no de “subalterno”.
- Si, según Garriga (2007), el capital que funda las redes de sociabilidad para los integrantes de una *banda* es el *capital-violencia*, el capital que las funda para el caso de los *hinchas activos* es el *aguante-presencia*.
- Los *hinchas activos* no “dan sin esperar nada a cambio”, como señala Moreira (2008). Si los *espectadores* dan a cambio de éxitos deportivos y los de la *banda* dan a cambio de recursos económicos, los HA, y si bien desde una lógica de la práctica antes que desde una lógica de la lógica, dan en tanto eso que dan, esa práctica aguantadora está en consonancia con la *novela* y puede representar un aporte en la disputa por la grandeza.
- A la interacción continua de los hinchas con el campo del periodismo deportivo, así como a la socialización permanente en recursos web tales como los comentarios - los cuales proponen un contrato de lectura y un tipo de interpelación (pasional, en caliente), una noción de tiempo (la instantaneidad), y alimentan unos mecanismos (la *votación*) -, obedecen los marcados indicios de *subjetividad mediático-mercantil* relevados al momento de intercambiar ideas y tratar temas en sus reuniones.
- La hipótesis de Alabarces (2004) acerca de la privatización creciente de la violencia respecto de su monopolio legítimo por parte del Estado, o, dicho de otra manera, el modelo de los Grupos de Tareas y su legado, sigue teniendo muchísima vigencia. De hecho, si dejamos de lado el caso

Puerta 12 (1968), en el que murieron de una sola vez 71 personas, entre 1924 y 1976 los muertos son 21. Esto es: 21 en un lapso de 52 años. Ahora bien, desde entonces hasta 2003 se producen 125 muertes, es decir, 125 muertes en 28 años. 113 de las cuales se producen en democracia, en los 20 años que van desde su recuperación hasta 2003. A ello hay que añadirles las 47 muertes en gobiernos kirchneristas, o sea, entre ese año y 2010. 47 dentro de un total de 250. 47 en 7 años, en comparación con las 250 en 86. 47 en planea era de la cultura del aguante.

- Estas 47 muertes plantean algunas continuidades y algunas innovaciones: Continuidades, una. Nada menos que la de la vigencia del cuadrado siniestro que conforman estadios en malas condiciones, accionar policial, impunidad dirigenial y *bandas*. Estas tres últimas, sobre todo, nos hablan de la vigencia de un modelo de acción que, pese a los discursos y los avances en materia de Derechos Humanos de los gobiernos del período, está lejos de ser desmontado o desguazado. Innovaciones, por su parte, también una. Se observa un incremento exorbitante de las muertes debidas a enfrentamientos internos en el seno de las propias *bandas*. De las 47, contabilizamos 16 producto de ese móvil. 16 de las 22 que se registran, resultantes del mismo, desde 1967 hasta la fecha.
- El supuesto sobre el que se asientan en nuestro país los tristemente conocidos operativos de seguridad es el de la peligrosidad innata del espectáculo futbolístico. En consecuencia, se trabaja con acciones de vallado, de alambrado, de tabicado, de escoltamiento, de separación de los ingresos por calles, de desconcentración de las parcialidades a distintos tiempos, etcétera. Lo que encuentran Uliana, Murzi y Sustas es que este supuesto es el mismo de un paradigma de seguridad que en la ciudad de Buenos Aires atañe no solamente al fútbol sino también al espacio público, relevado, por ejemplo, en el vallado de plazas. Lejos de ello, las muertes al interior de un mismo *bando* y los incidentes incluso en partidos disputados sin público en el estadio.
- En tiempos de *broadcasting* estallado, el fútbol es el último reservorio del *directo televisivo* (Carlón, 2004) y de la mcluhaniana *aldea global* (Carlón, 2009). No es un dato casual, en efecto, que la segunda

transmisión en directo de la televisión criolla (Varela, 2005) se haya realizado desde el estadio de San Lorenzo y haya consistido en el partido disputado entre el club de Boedo y River Plate el 3 de noviembre de 1951.

- Por último, si bien el hincha-televidente-modelo que construyó verbalmente el programa es el que coincide con el que la empiria etnográfica denomina *militante* (HM) y ese al que nosotros llamamos *activo* por razones metodológicas, el sujeto que enfocó *El Aguante* fue siempre *la banda*. Dicho de otra manera: *El Aguante*, con sus registros visuales, desmintió siempre a su hincha ideal, aquél que construyó no solamente como modelo sino además como espectador. Pero no fue solamente allí que lo desmintió. También lo hizo al reproducir cantitos que contienen elementos que supuestamente pertenecen al aguante de la banda, al *aguante-enfrentamiento*, es decir, que no es el de los HM / HA, como por ejemplo la apología y la celebración de prácticas violentas. De igual forma, el programa desmintió a su hincha-tipo cuando en el ranking de las cinco mejores canciones de la sección *Himnos de mi corazón* adjudicaba la autoría, en el videograph, a la *banda* de tal o cual equipo.

Segunda y última parte de este tramo final: si volvemos a nuestros diecinueve factores, vamos a poder notar que, dentro de aquellos vinculados con especificidades comunicacionales, hay una disquisición posible para hacer. Esto es, de la misma manera en que en esta tesis abordamos a los medios en dos niveles de análisis –los medios como *ambiente*, es decir como *lenguajes*, como *tecnologías*; y los medios como *discurso*–, tenemos, por un lado, factores relativos al hinchismo como producto (mediático) y factores relativos al hinchismo como *discurso*.

Ahora bien, si con Verón y Sigal ([1986] 2003) partimos de entender a una sociedad como un tejido extremadamente complejo de juegos de discurso que se interfieren mutuamente -y de cuyas distancias, especificidades y dinámicas el analista observador debería dar cuenta, aportando así a la comprensión del funcionamiento de la producción social del sentido-, entonces, para seguir

entendiendo cómo funciona eso que comúnmente se suele llamar ~~la~~ violencia en el fútbol”, acaso una de las zonas de vacancia investigativa radique en continuar indagando y profundizando en los mecanismos, elementos, entidades enunciativas fundamentales construidas, etcétera, que hacen tanto al hinchismo como a los medios, en tanto tipos de discurso, y ello, como aporte a una teoría de los discursos sociales.

Finalmente, si decimos ~~continuar~~ “continuar indagando y profundizando” es porque consideramos que la tesis operó como primera aproximación a lo que serían los funcionamientos de un *dispositivo de la enunciación hinchista* y de un *dispositivo de la enunciación mediática*, pero que focalizó principalmente en el nivel del hinchismo como producto y de los medios como tecnologías. En este sentido, por ejemplo, al momento de terminar de escribir estos últimos párrafos nos viene llamando la atención algo, que podría formularse como pregunta, que a su vez podría actuar como punto de partida para ~~lo~~ que falta”: ¿dónde aparece, en la enunciación de los hinchas, la dimensión del poder y del conflicto? La pregunta obedece a que venimos notando en los *hinchas activos* de CARC, por citar un caso, la ausencia absoluta de esta dimensión a la hora de elaborar el pasado reciente o de relacionarse con los actores responsables de las acciones y omisiones que desembocaron en la actual debacle deportiva e institucional de su club. De ser así, ¿tiene eso que ver con los elementos y mecanismos del hinchismo?, ¿se trata de algo inherente a ese tipo de discurso?

Preguntarnos todo esto será seguir preguntándonos cómo y desde dónde hablamos, cómo y desde dónde escuchamos, cómo y a través de qué operaciones tratamos temas, en fin, cómo funciona en sociedades contemporáneas la producción social del sentido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIRRE, Elina; BURKHART, Miguel; FERNÁNDEZ, Adriana; GÁSPARI, Adrián; HAFTEL, Carolina, 2008, *La sexualidad y los niños; ensayando intervenciones*, Buenos Aires: Lugar.

ALABARCES, Pablo, 1996, "Polifonía y neutralidad en Fútbol de Primera: la utopía industrial" en ALABARCES, P y RODRÍGUEZ María Graciela, 1996, *Cuestión de pelotas. Fútbol, deporte, sociedad, cultura*, Buenos Aires: Atuel.

- (Comp.) 2000, *Peligro de gol; estudios sobre deporte y sociedad en América latina*, Buenos Aires: CLACSO.
- 2002, *Fútbol y Patria; el fútbol y las narrativas de la nación en Argentina*, Buenos Aires: Prometeo.
- (Comp.) 2003, *Futbologías; fútbol, identidad y violencia en América latina*, Buenos Aires: CLACSO.
- 2004a, *Crónicas del aguante; fútbol, violencia y política*, Buenos Aires: Capital intelectual.
- 2004b, "Cultura(s) de la(s) clase(s) popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno de lo popular", en *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, III, 23, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- 2009a, "El deporte en América Latina", en *Razón y Palabra*, revista digital del Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México, Año 14, Número 69, dedicado a "Deporte, cultura y comunicación", ISSN 1605-4806. Disponible en línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n69/index.html>
- y DUEK, Carolina, 2009, "Futebol (argentino) pela TV: entre o espetáculo de massas, o monopólio e o Estado", en *Logos. Comunicação e Universidade*, Vol. 17, Nº 2, edición 33, número dedicado a Comunicação e Esporte, UERJ, Faculdade de Comunicação Social, PPGCom, ISSN 0104-9933, E-ISSN 1982-2391, pp. 16-28. Disponible en: http://www.logos.uerj.br/PDFS/33/02_logos33_alabarces_duek_futebola_rgentino.pdf.

ARCHETTI, Eduardo, 1985, "Fútbol y ethos" en Serie investigaciones, Buenos Aires: FLACSO.

- 1995, "Estilo y virtudes masculinas en *El Gráfico*: la creación del imaginario del fútbol argentino", en *Desarrollo económico*, vol.35, nº 139, Buenos Aires: IDES, octubre-diciembre, pp.419-442.
- 2003, *Masculinidades; fútbol, tango y polo en la argentina*, Buenos Aires: Antropofagia.

ARMSTRONG, Gary, 1998 *Football hooligans*, London-New York: Berg.

- ARMENTANO, Javier y CAFERRA, Roberto, 2000, *Canalladas; historias de la pasión*, Rosario: Homo Sapiens.
- BAUMAN, Zigmunt, 2002, *Modernidad líquida*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BAZÁN, Fabián, 2009, *De chiquito yo te vengo a ver; Rosario Central para canallitas*, Rosario: Homo Sapiens.
- BAYER, Osvaldo, 1990, *Fútbol Argentino*, Buenos Aires: Sudamericana.
- BENVENISTE, Emile, 1976, *Problemas de lingüística general*, México: Siglo XXI
- BERARDI, Franco, 2007, *Generación post-alfa*, Buenos Aires: Tinta Limón
- BERRINI, Marcelo, 2006, “Los cantos de los hinchas en Argentina” en MUNO Wolfgang y SPILLER, Roland (Comps.) *Gracias, Dios, por el Fútbol; discursos sobre el fútbol en Latinoamérica*, Mainz: Johannes Gutenberg Universität, Publicaciones del Círculo de Trabajo Interdisciplinario Latinoamérica, ISBN 3-927581-21-6
- BINELLO, Gabriela y otros, 2000, “Mujeres y fútbol: ¿territorio conquistado o a conquistar?” en ALABARCES, Pablo (Comp.), op cit.
- BOLTANSKI, Luc y CHIAPELLO, Éve, 2002, *El nuevo espíritu del capitalismo*, Buenos Aires: Akal.
- BOURDIEU, Pierre, 1991, *El sentido práctico*, Madrid: Taurus.
- 1993, *Materiales de sociología del deporte*, Genealogía del Poder/23, Madrid: La Piqueta.
- BRISABOA, Jorge, 1996, *De Rosario y de Central*, Rosario: Homo Sapiens
- BROMBERGER, Christian, 1998, *Football, la bagatelle la plus serieuse du monde*, París: Bayard.
- 2000, “Las multitudes deportivas: analogía entre rituales deportivos y religiosos” en *Lecturas, Educación física y Deportes*, Revista Digital, Año 6, N° 29, Enero de 2001, ISSN 1514-3465, Buenos Aires. Disponible en línea: <http://www.efdeportes.com/efd29/ritual.htm>
- BRUNO, Marcello, 1994, *Neotelevisione: dalle comunicazioni di masa alla masa di comunicazioni*, Messina: Rubettino.
- CAPARROS, Martín, 2005, *Boquita*, Buenos Aires: Sudamericana
- CARLÓN, Mario, 2004, *Sobre lo televisivo; dispositivos, discursos y sujetos*, Buenos Aires: La Crujía
- 2006, *De lo cinematográfico a lo televisivo; metatelevisión, lenguaje y temporalidad*, Buenos Aires: La Crujía
- 2009, “¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era” en CARLÓN, Mario y SCOLARI, Carlos (Comps.) *El fin de los medios masivos; el comienzo de un debate*, Buenos Aires: La Crujía.
- COELHO, Ramiro, LOBOS, Andrea, SANGUINETTI, Juan y SRABSTENI, Ángel, 1998, “Del lugar común al estigma. La cobertura de la violencia en el fútbol en la prensa argentina”, en ponencia ante las IV Jornadas de Investigadores

de la Cultura, Instituto Gino Germani Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires.

COLECTIVO JUGUETES PERDIDOS, "Notas para pensar el aguante", inédito

CONDE, Mariana, 2005, "La invención del hincha en la prensa periódica" en ALABARCES, Pablo y otros, 2005, *Hinchadas*, Buenos Aires: Prometeo

COREA, Cristina y DUSCHATZKY, Silvia, 2006, *Chicos en banda; los caminos de la subjetividad en el declive de las instituciones*, Buenos Aires: Paidós.

DAL LAGO, Alessandro y DE BIASI, Rocco, 1994, "Italian Football fans: culture and organization" en GIULIANOTTI, R, BONNEY, N, HEPWORTH, M *Football, violence and social identity*, Londres-New York: Rotledge.

DASKAL, Rodrigo y GRUSCHETSKY, Mariano, 2006, "Clubes de fútbol: su dimensión social. El caso del Club Atlético River Plate", mimeo.

DELEUZE, Gilles, 2008, *En medio de Spinoza*, Buenos Aires: Cactus.

DEBRAY, Régis, 1992, *Vida y muerte de la imagen en Occidente*, Barcelona: Paidós.

DIVIANI, Ricardo y VALDETTARO, Sandra, 2007, "Celulares: metáforas y espacios mentales", en CD Ponencias de las XI Jornadas de Investigadores en Comunicación "Framas de la comunicación en América Latina Contemporánea. Tensiones sociales, políticas y económicas", Red de Investigadores en Comunicación, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 2007.

DO CABO, Álvaro y HELAL, Ronaldo., 2009, "De la magia a la merde; la mirada de la prensa argentina sobre la selección brasileña de fútbol en el mundial 2006" en *Razón y Palabra*, revista digital del Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México, Año 14, Número 69, dedicado a "Deporte, cultura y comunicación", ISSN 1605-4806. Disponible en línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n69/index.html>

DODARO, Cristian, 2005, "Aguantar no es puro chamuyo. Estudio de las transformaciones en el concepto nativo" en ALABARCES, Pablo y otros, op cit

DUNNING, Eric y otros, 1988, *The roots of football hooliganism. An historical and sociological study*, London: Routledge.

— 1999, *Sport Matters. Sociological Studies of Sport, Violence and Civilization*, London: Routledge.

DUSCHATZKY, Silvia, 2007, *Maestros errantes; experimentaciones sociales en la intemperie*, Buenos Aires: Paidós.

ECO, Umberto, 1994, "FV: la transparencia perdida" en *La estrategia de la ilusión*, Buenos Aires: Lumen.

ELBAUM, Jorge, 1998, "Apuntes para el 'aguante'. La construcción simbólica del cuerpo popular" en *Deporte y Sociedad*, 1998, ALABARCES, Pablo, DI GIANO, Roberto y FRIDEMBERG, Julio (Comps.) Buenos Aires: Eudeba.

ELIAS, Norbert y DUNNING, Eric., 1992, *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, México: Fondo de Cultura Económica (Edición original: ELIAS,

Norbert and DUNNING, Eric (1986) *Quest for excitement: sport and leisure in the civilizing process*. Oxford: Blackwell).

FARRÉ, María, 1994, *El noticiero como mundo posible. Estrategias ficcionales en la información audiovisual*, Buenos Aires: La Crujía.

FERREIRO, Juan Pablo y otros, 2000, "Identidad y poder: algunas reflexiones a partir de la experiencia jujeña" en ALABARCES, Pablo (Comp.), 2000, op cit.

FERREIRO, Juan Pablo y FERNANDEZ, Federico, 2005, "El discreto encanto de la mercancía. Aguante, sicarios y pretores en el fútbol" en ALABARCES, P y otros, op cit.

FIDDLER, Roger, 1997, *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*, Buenos Aires: Granica.

FONTANARROSA, Roberto, 2007, *Puro fútbol*, Buenos Aires: De la flor.

FOUCAULT, Michel, 1985, *Vigilar y Castigar*, México: Siglo XXI.

FRYDEMBERG, Julio, 1997, "Prácticas y valores en el proceso de popularización del fútbol, Buenos Aires 1900-1910", en *Entrepasados*. Revista de Historia, VI, 12, Buenos Aires, 1997.

GALEANO, Eduardo, 1995, *El fútbol a sol y a sombra*, Buenos Aires: Catálogos.

GALVANI, Mariana y PALMA, Javier, 2005, "La hinchada de uniforme" en ALABARCES, P y otros, op cit.

GÁNDARA, Lelia, 1999, "Las voces en el fútbol. Análisis del discurso y cantos de cancha" en *Lecturas, Educación física y Deportes*, Revista Digital, Año 4, N° 17, diciembre de 1999, ISSN 1514-3465, Buenos Aires. Disponible en línea: <http://www.efdeportes.com/efd17/leliag.htm>

— 2001, "Las voces del fútbol en la ciudad", en *Lecturas, Educación física y Deportes*, Revista Digital, Año 7, N° 43 - Diciembre de 2001, ISSN 1514-3465, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd43/voces.htm>

GARCIA FERRANDO, Manuel, 1990, *Aspectos sociales del deporte; una reflexión sociológica*, Madrid: Alianza

GARRIGA ZUCAL, José, 2005, "Soy macho porque me la aguanto; etnografía de las prácticas violentas y la conformación de identidades de género masculino" en ALABARCES, Pablo y otros, op cit.

— y MOREIRA, María Verónica, 2006, "El aguante. Hinchadas de fútbol entre la pasión y la violencia" en MIGUEZ, Daniel y SEMAN, P, 2006, *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*, Buenos Aires: Biblos.

— 2007, *Haciendo amigos a las piñas. Violencia y redes sociales de una hinchada de fútbol*, Buenos Aires: Prometeo.

— y SALERNO, Daniel, 2008, "Estadios, hinchas y rockeros: variaciones sobre el aguante" en ALABARCES, Pablo y RODRIGUEZ, María Graciela, 2008, *Resistencias y mediaciones; estudios sobre la cultura popular*, Buenos Aires: Paidós.

— y NOEL, Gabriel, 2010, “Notas para una definición antropológica de la violencia: un debate en curso”, en *Publicar en Antropología y ciencias Sociales*, Año VIII, N° IX, Buenos Aires.

FARIÁS, Rubén y GAUNA, José Luis, 1994, “Masas y elites en los orígenes del fútbol rosarino (1870-1920)”, Tesis de grado de la carrera de Historia, Escuela de Historia, Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional de Rosario.

GIL, Gastón, 1999, “Mar del Plata y su identidad futbolística. El caso de Aldosivi en la Primera B Nacional” en *Lecturas, Educación física y Deportes*, Revista Digital, Año 4. N° 13. Buenos Aires, Marzo 1999, ISSN 1514-3465, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.efdeportes.com/efd13a/aldos.htm>

GIULIANOTTI, Richard y otros, 1994, *Football, violence and social identity*, London-New York: Routledge.

GOLEZ EN PAZ; CRÓNICA DE UNA DÉCADA, 2009, Alcaldía Mayor de Bogotá D.C, Secretaría de Gobierno

GONZÁLES, Miguel Ángel y MAGAZINE, Roger, 2010, “La selección mexicana de fútbol y la construcción del nacionalismo mexicano” en *Revista Regiones*, suplemento de antropología, número 42, Ciudad de México, julio-agosto-septiembre de 2010. Disponible en línea en: <http://www.suplementoregiones.com/suplementos/042/regiones42.html>

GRABIA, Gustavo, 2009, *La doce; la verdadera historia de la barra brava de Boca*, Buenos Aires: Sudamericana.

GUMBRETCH, Hans, 2006, *Elogio de la belleza atlética*, Buenos Aires: Katz.

HEARGREAVES, Jennifer, 1994, *Sporting Females. Critical Issues in the History and Sociology of Women's Sports*, London: Routledge.

HELAL, Ronaldo, 1997, *Passes e impasses. Futebol e cultura de massa no Brasil*, Petrópolis, Vozes.

HOURCADE, Nicolás, “Hooliganisme, Ultras et Ambiguïtés en France” en *Sporte e Sociedade*, Revista digital de NEPESS: Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Esporte e Sociedade Año 3, Número 7, Noviembre 2007 / Febrero 2008, ISSN 1809-1296 Disponible en: <http://www.uff.br/esportesociedade/docs/autor.html>

HUDSON, Juan Pablo y SODO, Juan Manuel, 2007, “La subjetividad mediática en clase” en *La trama de la comunicación*, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Política y RR.II, Volumen 12, Rosario: UNR Editora.

HUIZINGA, Johan, 1944, *Homo Ludens*, Portugal: Azar.

IMBERT, Gerard, 1999, *La hipervisibilidad televisiva: Nuevos imaginarios / Nuevos rituales comunicativos*, Textos de la I Jornadas sobre Televisión (Diciembre). Madrid: UCM

LANFRANCHI, Pierre y otros, 1992, *Il calcio e il suo pubblico*, Nápoles: Edizione Scientifiche Italiane.

LEVATTI, Ariel, 1998, “Colón-Unión: violencia y rivalidad”, en ALABARCES, P y otros (Comps.) op cit.

LEVÍN, Federico y VALLE, Agustín, 2010, “Esto no es fútbol...” en SODO, Juan Manuel y VALLE, Agustín (Comps.) *De pies a cabeza; ensayos de fútbol*, 2010, Buenos Aires: Ensayos en libro.

LEWKOWICZ, Ignacio, 1996, “La situación carcelaria” en <http://estudiolwz.com.ar/subjetiv/subjet.htm>

LOUZADA, Roberto, 2011, “Identidade e rivalidade entre os torcedores de Sao Paulo” en *Sporte e Sociedade*, Revista digital de NEPESS: Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Esporte e Sociedade, Año 6, Número 17, marzo-agosto de 2011.

MAC CLANCY, Jeremy, 1996, *Sport, identity and ethnicity*, Oxford: Berg

MAGAZINE, Roger, 2008, *Azul y oro como mi corazón...* Ciudad de México: Universidad Iberoamericana-Afinita.

— y MARTÍNEZ, José Samuel, 2009, “El sistema de las rivalidades futbolísticas en México. Reflexiones en torno al proyecto *Identidades, prácticas y representaciones de los aficionados al fútbol en México: un análisis comparativo multi-regional*” en *Razón y Palabra*, revista digital del Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México, Año 14, Número 69, dedicado a “Deporte, cultura y comunicación”, ISSN 1605-4806. Disponible en línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n69/index.html>

MANGONE, Carlos, 1997, “El discurso del periodismo deportivo: entre las filosofías de la vida y la continuación de la guerra por otros medios” en *Revista Contratexto*, Universidad Católica de Lima, número 12, diciembre de 1997

MARTÍNEZ, José Samuel, 2006, “El motor de las once imaginaciones” en *Revista Regiones*, suplemento de antropología, Número 25, Ciudad de México, diciembre de 2006.

— 2009 “Presentación” en *Razón y Palabra*, revista digital del Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México, Año 14, Número 69, dedicado a “Deporte, cultura y comunicación”, ISSN 1605-4806. Disponible en línea: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n69/index.html>

— y otros 2010, *Fútbol-espectáculo, cultura y sociedad; una revisión crítica al negocio mundial*, Ciudad de México: Universidad Iberoamericana-Afinita

MARTURANO, Marco y otros, 1998, *Citadini, giudici, giocatori: le forme di partecipazione del pubblico nella neotelevisione*, Roma: RAI-Eri.

McLUHAN, Marshall, 1962, *La Galaxia Gutemberg*, Canadá: Universidad de Toronto.

McLUHAN, Marshall, 1966, *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México: Diana

MIGNÓN, Patrick, 1992, “La societe francesa e il calcio” en LANFRANCHI, Pierre, op cit.

MIRA, Rubén, 2010, “Gol” en SODO, Juan Manuel y VALLE, Agustín (Comps.), op cit

MOREIRA, María Verónica, 2005, “Trofeos de guerra y hombres de honor” en ALABARCES, P y otros, op cit.

— 2008, “Club social y deportivo: hinchas, política y poder” en ALABARCES, Pablo y RODRIGUEZ, María Graciela, op cit.

MUMFORD, Lewis, 1992, *Técnica y Civilización*, Madrid: Alianza

MURZI, Diego, SUSTAS, Sebastián, ULIANA, Santiago, Informes del Departamento de Investigaciones de la Asociación Civil Salvemos al Fútbol, disponibles en: <http://www.salvemosalfutbol.org/investigaciones.htm>

PALOMINO, Héctor y SCHER, Ariel, 1988, *Fútbol: pasión de multitudes y de elites*, Buenos Aires: CISEA, Serie Documentos 92.

PAL PELBART, Peter, 2009, *Filosofía de la deserción*, Buenos Aires: Tinta Limón

PANFICHI, Aldo y otros, 2008, *Ese gol existe; una mirada al Perú a través del fútbol*, Lima: Fondo Editorial.

PERALTA MACÍAS, Rosana, 2010, “Para encontrar lo social a través del fútbol” en *Revista Regiones*, suplemento de antropología, número 42, Ciudad de México, julio-agosto-septiembre de 2010. Disponible en línea en: <http://www.suplementoregiones.com/suplementos/042/regiones42.html>

PIMENTA, Carlos, 1997, *Torcidas Organizadas de Futebol. Violencia e auto-afirmacao*, Taubate, Vogal

PISCITELLI, Alejandro, 1995, “De la centralización a los multimedios interactivos” en *Diálogos de la comunicación* 41,

RAMÍREZ, Jacques, 2003, “Fútbol e identidad regional en Ecuador” en ALABARCES P (Comp.) op cit

RANCIERE, Jacques, 2010, *El espectador emancipado*, Buenos Aires: Bordes Manantial

RIZO GARCÍA, Marta, 2011, “Identidades y otredades en el fútbol de España y México. Reflexiones comparativas sobre los clásicos Barcelona-Madrid y América-Chivas”, en *Sporte e Sociedade*, Revista digital de NEPESS: Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre Esporte e Sociedade, Año 6, Número 17, marzo-agosto de 2011.

RODRIGUEZ, María Graciela, 1996, “Del fulbito al acto táctico” en ALABARCES, Pablo y RODRIGUEZ, María Graciela, *Cuestión de Pelotas*, Buenos Aires: Atuel

ROMERO, Amilcar, 1986, *Muerte en la cancha*, Buenos Aires: Nueva América.

SACHERI, Eduardo, 2000, *Esperándolo a Tito y otros cuentos de fútbol*, Buenos Aires: Galerna

— 2004, *Lo raro empezó después: cuentos de fútbol y otros relatos*, Buenos Aires, Galerna

SALERNO, Daniel, 2005, “Apología, estigma y represión; los hinchas televisados del fútbol” en ALABARCES, P y otros., op cit.

SANTA CRUZ, Eduardo, 2003, “Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile actual” en ALABARCES P (Comp.) op cit

- SCOLARI, Carlos, 2004, *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*, Barcelona: Gedisa
- y CARLÓN, Mario (Comps.), 2009, *El fin de los medios masivos; el comienzo de un debate*, Buenos Aires: La Crujía.
- SEBRELI, Juan José, 1981, *Fútbol y masas*, Buenos Aires: Galerna
- 1998, *La era del fútbol*, Buenos Aires: Sudamericana
- SIMONE, Rafaele, 2001, *La tercera fase*, Madrid: Taurus.
- TALLER DE LOS SÁBADOS, 2008, *Un elefante en la escuela; pibes y maestros del conurbano*, Buenos Aires: Tinta Limón
- VALDETTARO, Sandra y BISELLI, Rubén, 2004, “Las estrategias discursivas del contacto en la prensa escrita”, en *La Trama de la Comunicación*, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Volumen 9, Rosario: UNR Editora
- 2006, “Televisión, actualidad, historia y memoria”, en *Otro Sur*, publicación de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario, ISSN 1668-3536, Año 2, Nro. 3.
- 2007, “Medios, actualidad y mediatización” en Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación Nro 123 “Medios y Comunicación”, Bs As, Biblioteca del Congreso, Argentina, Publicaciones Periódicas, 2007, ISSN 0004-1009. Pags 51/65.
- 2010, “Audiencias: de las redes sociales a las asociaciones en red”, publicado en www.ciseco.org.br, febrero de 2010.
- VALLE, Agustín, 2009, “Kuproviesia no lo tocó” en *Solo las cosas; ensayos sobre subjetividad mediática y naturaleza urbana*, Buenos Aires: Ensayos en libro
- 2010, “Belleza o bigotismo” en SODO, Juan Manuel y VALLE, Agustín (Comps.) op cit.
- VARELA, Mirta, 2005, *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna. 1951-1969*, Buenos Aires: Edhasa/Ensayo.
- 2009, “Él miraba televisión, youtube” en CARLÓN, Mario y SCOLARI, Carlos (Comps.) op cit
- VEIGA, Gustavo, 1998, *Donde manda la patota; barrabravas, poder y política*, Buenos Aires: Ágora
- VERÓN, Eliseo, 1987, *Construir el acontecimiento (los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear Three Mile Island)*, Barcelona: Gedisa.
- 1987b, *La semiosis social; fragmentos de una teoría de la discursividad*, Buenos Aires: Gedisa.
- 2001, *El cuerpo de las imágenes*, Buenos Aires: Norma.
- y SIGAL, Silvia, [1986] 2003, *Perón o Muerte; los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*, Buenos Aires: Eudeba.
- 2009, “El fin de la historia de un mueble” en CARLÓN, Mario y SCOLARI, Carlos (Comps.) op cit.

VILLENA FIENGO, Sergio, 2000 “Imaginando la nación a través del fútbol: el discurso de la prensa costarricense sobre la hazaña mundialista de Italia 90” en ALABARCES P (Comp.), op cit.

— 2003, “Gol-balización, identidades nacionales y fútbol” en ALABARCES P (Comp.) op cit.

VILLORO, Juan, 2006, *Dios es redondo*, Buenos Aires: Sudamericana

VIRNO, Paolo, 2004, *Gramática de la multitud*, Buenos Aires: Colihue.

— 2004b, *Cuando el verbo se hace carne; lenguaje y naturaleza humana*, Buenos Aires: Cactus.

— 2006, *Ambivalencia de la multitud; entre la innovación y la negatividad*, Buenos Aires: Tinta Limón

WAHNNEL, G, 1992, *Fields in Vision. Televisión Sport and Cultural Transformation*, London: Routledge

WENNER, L y otros, 1998, *Media Sport*, London: Routledge

WILLIAMS, Raymond, 1992, *Historia de la comunicación*, Vol II “De la imprenta a nuestros días”, Barcelona: Bosch.