

CUERPOS EN LA TRAMA DE LA POLÍTICA: SABERES, HABILIDADES Y CAPITALES QUE CONSAGRAN A LOS HINCHAS

POR VERÓNICA MOREIRA

PRESENTACIÓN

Los estudios realizados sobre el aguante en el campo del fútbol argentino fundaron una perspectiva novedosa, la cual sentó las bases para pensar las acciones violentas de los hinchas como acciones con múltiples significados. Asimismo, éstas no fueron ubicadas en una zona distinta y separada de las acciones de los actores sociales relacionados con roles prestigiosos y posiciones legítimas. Los estudios mostraron que las estrategias de los hinchas para mantenerse en los intersticios del poder conservaban ciertas particularidades, y que éstas les permitían participar exitosamente del armado de tramas políticas con otros individuos. Pero, además, los estudios sugirieron que algunas estrategias de los hinchas no se distanciaban en exceso de las implementadas por los dirigentes deportivos, ubicados en posiciones socialmente reconocidas. Este trabajo se inscribe en el recorrido allanado por los estudios precedentes y se ocupa de

las maniobras que los hinchas desplegaron en el marco de un tiempo político singular: la elección de autoridades de un club social y deportivo. Poner el foco en una institución deportiva particular⁸⁷, permite agregar una serie de matices sobre el papel que juega la hinchada en el entramado de relaciones que se gestan en torno al fútbol. A su vez, la mirada etnográfica en torno a los hinchas permite ampliar el abanico de apreciaciones sobre sus trayectorias, las cuales se analizan superficial y generalmente a partir de hipótesis que defienden motivaciones irracionales o únicamente económicas.

En este estudio optamos por analizar las características que definen a la hinchada como un sector singular en el mundo social del fútbol, recordando que sus integrantes, pese a los lugares subalternos e ilegítimos que ocupan, ponen a jugar capitales —que son altamente estimados— en la competencia política de los dirigentes deportivos. Dividimos el trabajo en varias secciones íntimamente relacionadas. En primer lugar, señalamos el tipo de organización que adquiere la hinchada, en la que las posiciones encumbradas se logran a través del valor máspreciado en el grupo: el aguante. En segundo lugar, describimos los múltiples significados que rodean el cuerpo del aguante para mostrar, posteriormente, cómo los hinchas exponen e intercambian sus virtudes en el proceso de la política electoral deportiva. Finalmente, analizamos las aristas de las relaciones de los hinchas y los dirigentes para sugerir que su estudio no puede reducirse únicamente a una explicación económica ya que las trayectorias de dichos actores sociales van tejiendo un entramado social complejo que combina motivaciones variadas y distintas, como la amistad, el respeto, la lealtad, la búsqueda de prestigio, entre otras.

⁸⁷ La redacción del presente trabajo se basa en los datos etnográficos construidos durante una investigación realizada en una institución social y deportiva, afiliada a la Asociación de Fútbol Argentino, la cual se encuentra emplazada en un municipio del Conurbano Bonaerense.

LA HINCHADA: PRESTIGIO Y ORGANIZACIÓN

Los hinchas que integran la llamada *barra brava* o *hinchada* del club tienen la particularidad de exhibir *el aguante*⁸⁸ como una insignia que los llena de orgullo. La jactancia sobre los combates o los enfrentamientos violentos contra hinchas de equipos rivales es una pieza clave de una retórica que los hinchas manipulan para autorizarse y ubicarse en una posición singular dentro del mundo social del fútbol. Allí, la hinchada es un conjunto especial de fanáticos porque hace de la violencia física un valor deseado y buscado. Como el aguante es un valor a través del cual se marca el límite entre los hinchas que pertenecen y no pertenecen a la hinchada, los hombres que se identifican con este sector ponen a prueba la disposición de aceptar y lanzar desafíos corporales contra los rivales circunstanciales que pueden ser hinchas de otros equipos o también miembros del mismo grupo. No es necesario que los hinchas estén en un estado de guerra permanente, pero se espera que sean capaces de aceptar los duelos que se les presentan. También puede suceder que el resultado de la pelea no sea el deseado. En este caso, el valor reconocido no depende tanto del resultado del reto sino de la demostración de valentía y coraje. Así, los hinchas que tienen aguante son aquellos que avanzan en la lucha aunque las condiciones sean adversas y el desarrollo de ésta desemboque en un saldo negativo de muertos y/o heridos. Más allá de las habilidades corporales que porte cada individuo –plantarse correctamente ante el rival, saber pegar con los puños y desplegar

⁸⁸ *El aguante* es una categoría que ha sido tratada ampliamente en otros trabajos, aquí rescatamos los significados que resultan centrales para el análisis. Para un tratamiento extenso ver Archetti 1992; Alabarces 2004; Garriga Zucal, 2007; Moreira 2001; Garriga y Moreira 2006. Después de la presentación de las categorías nativas en bastardilla se repondrán las mismas con la tipografía común del texto, pero debe recordarse que éstas conservan el significado otorgado por los actores sociales.

las técnicas de defensa—, en este colectivo se aprecia positivamente *ir al frente* en la pelea.

Hoy, los antiguos miembros de la hinchada discuten la existencia del aguante en las nuevas generaciones. Ellos aducen que “peleas eran las de antes” cuando los hinchas se batían a duelo cuerpo a cuerpo, y se armaban secuencias de robo y rescate de banderas a través de múltiples estrategias pero evitando, por lo general, el uso de armas blancas o de fuego. Con el tiempo, efectivamente, los combates dejaron de enfrentar a los hombres únicamente bajo la vieja modalidad para incorporar tales instrumentos. Sin embargo, desde el punto de vista de las nuevas generaciones de hinchas, los combates con el agregado de dichos artefactos continúan perteneciendo a la matriz simbólica del aguante. Si los hinchas se pelean mano a mano o empuñan armas blancas o de fuego, en ambos casos, están poniendo (y exponiendo) en un primer plano las destrezas de su cuerpo.

Como observamos en otros trabajos, las peleas entre hinchadas antagónicas se desencadenan en muchas ocasiones por la pérdida de las banderas. Cuando éstas son robadas por los hinchas del equipo contrario se convierten en *trofeos de guerra*, que engrandecen la reputación de los apropiadores. Como las banderas son bienes sagrados que concentran simbólicamente los atributos positivos del grupo, la pérdida en manos del enemigo significa despojar a los hinchas de su identidad, para dejarlos en un estado de humillación o deshonra (Moreira 2005). Cuando los hinchas recuperan las banderas y superan la afrenta, intentan también sustraer las banderas del rival. Así, en el campo de las hinchadas se generan ciclos de violencia motorizados por el sentimiento de pérdida del honor y su inevitable recuperación.

Asimismo, el territorio es otro bien en disputa que pone a prueba las virtudes del aguante. Los hinchas en su andar co-

tidiano crean y trazan significados alternativos en el espacio urbano; especialmente donde se emplazan el estadio y la sede social del club. En el uso que hacen del espacio –al caminar calles y veredas, cantar al unísono a favor del equipo, desplegar y vestir los colores del club, descansar en una esquina, comer una hamburguesa en un puesto de comida, reunirse en un bar antes de los partidos, etcétera–, los hinchas realizan una apropiación (De Certeau, 1996) y provocan una configuración significativa asociada a la pertenencia. Los hinchas caminan, cantan, visten, marchan creando un espacio que se ve, huele, suena y siente como propio. Estar allí, junto a otros aficionados viviendo al equipo, unidos en un mismo canto, trotando en una marcha donde los cuerpos se tocan y rozan, oyendo a la multitud en el estadio, provoca una vivencia con una potente carga afectiva y emotiva. La apropiación que se produce a través de la experiencia del espacio conduce a la construcción de una idea de pertenencia que en la hinchada se manifiesta en términos de territorialidad.

El uso que los hinchas hacen del espacio convierte a éste en su territorio y a su defensa frente a la invasión de los enemigos en un gesto territorial. Los hinchas señalan enfáticamente sobre aquella porción imaginaria que crean de su propiedad: “el territorio es nuestro”. A su vez, los hinchas que pretenden que su territorio no sea profanado por los adversarios, intentan dañar el del enemigo, como señala Garriga Zucal (2007), *caminando su barrio*⁸⁹. La defensa y la invasión del espacio –territorio, que se encuentra regulado por la lógica del honor– la cual indica que la humillación del enemigo repercute directamente en el aumento del propio prestigio, implica poner en práctica los conocimientos del aguante por medio de gritos, desafíos, insultos, corridas y peleas cuerpo a cuerpo o con armas blancas o de fuego.

⁸⁹ En Garriga Zucal (2007) se desarrolla esta idea en profundidad en relación con los hinchas del Club Atlético Huracán y el barrio de Parque Patricios.

Los miembros de la hinchada se diferencian de otros hinchas del mismo equipo no sólo porque hacen del aguante un símbolo de orgullo y distinción, sino también porque se hacen acreedores de ciertos privilegios: la obtención de pases libres para los partidos y viajes gratis hacia los estadios visitantes. La pregunta sobre, cómo consiguen estos bienes, reenvía la discusión hacia la organización jerárquica del conjunto.

Las normas de organización y sucesión jerárquica en la hinchada no se encuentran escritas ni establecidas de una vez y para siempre. Sin embargo, podemos indicar una serie de características según las regularidades observadas durante varios años de trabajo de campo con el mismo grupo. La hinchada conserva una estructura jerárquica con diferentes posiciones. Los *jefes* o líderes ocupan la posición de mayor reconocimiento y autoridad. Ellos están acompañados por un pequeño círculo de amigos que los reemplazan en sus funciones en circunstancias especiales, por ejemplo, cuando deben ausentarse durante varios partidos de fútbol. Asimismo, quienes también mantienen una cuota de poder y un margen de acción para tomar decisiones son los referentes de los barrios⁹⁰, que guían –y facilitan las entradas y otros bienes– a los hinchas que se agrupan en torno a ellos. Hay barrios que son más respetados que otros. Esto depende de la cantidad de integrantes y de la trayectoria de sus referentes dentro del colectivo (más extensa y con más aguante). Entre los referentes de los barrios más prestigiosos se perfilan aquellos que tienen más probabilidades de convertirse en los futuros jefes porque, a diferencia de los amigos cercanos

⁹⁰ En este caso, la categoría *barrio* indica la existencia de subgrupos dentro de la hinchada. Por ejemplo, *Flores* permite identificar a los hinchas que se reúnen de acuerdo a un lugar de procedencia común. La hinchada está formada por distintos barrios o subgrupos que responden a un hincha que oficia de referente. La categoría también conjuga para los hombres que habitan o se socializan allí varios de los sentidos señalados anteriormente sobre el territorio.

a los líderes, los primeros cuentan con el apoyo de los hinchas que dirigen. Los jefes de la hinchada han tendido en los últimos quince años a ganar el liderazgo poniendo en juego las estrategias del aguante; esto es, a batirse a golpes de puños para ganar la máxima posición. Por lo general, la sucesión de los líderes es un hecho que se soluciona a los golpes entre individuos que pertenecen a distintos segmentos o barrios. Por esto, los hombres que guían barrios numerosos con integrantes aguerridos corren con ventaja.⁹¹

Saber mediar ante otros individuos y en distintas instancias es un aspecto que los jefes deben desarrollar para defender sus privilegios. Esto es, resulta necesario que los jefes gestionen frente a los dirigentes entradas para ingresar gratis a los partidos de fútbol; un número considerable que permita el ingreso de los 250 hinchas del colectivo. El trato con los dirigentes facilita además una cuota de dinero que los líderes usan para alquilar los micros que trasladan a los hinchas a los estadios visitantes. Los hinchas se benefician de las mediaciones de los jefes en situaciones complicadas cuando quedan hospitalizados y/o detenidos en las comisarías después de un choque violento. En este último caso, los líderes se encargan de hablar con las autoridades policiales para facilitar la entrega de bienes que ayudan a paliar el momento, ya sea abrigo, comida, bebida, cigarrillos, etcétera. El rol negociador de los jefes beneficia tanto a los hombres influyentes, amigos o referentes de barrios, y a *la tropa* –hinchas con la menor jerarquía–, como a ellos mismos porque distribuir generosamente los bienes entre todos repercute en la construcción de su imagen positiva. Así, buena parte del consenso de la autoridad de los jefes se construye en función del ofrecimiento de dones (Moreira 2008).

⁹¹ En otro trabajo desarrollamos con mayor precisión cuáles son las condiciones que desencadenan el cuestionamiento del poder de los jefes, generalmente cuando fallan los gestos generosos de distribución de ayudas y favores hacia los hinchas de menor jerarquía (Moreira 2008).

CORPORALIDAD ALTERNATIVA ENTRE LOS HINCHAS

El *aguante* que sirve para que los hinchas se consagren como miembros del grupo se expone cotidianamente de múltiples formas: la muestra explícita de violencia en un desafío, la exposición verbal de los detalles de un combate y la jactancia pública de los cuerpos y gestos. En particular, los hombres que conservan las posiciones encumbradas (líderes, amigos y referentes) saben mostrar las marcas que los diferencian, por ejemplo, saben mirar firmemente a sus interlocutores con un dejo de orgullo y soberbia. Cuando entran a distintos recintos (tribunas, sedes y predios del club) lo hacen seguros de sí mismos, con la cabeza en alto, el torso inflado y una marcha sin flaquezas. Las posturas corporales –con un cuerpo bien plantado y los brazos generalmente cruzados por delante cuando mantienen una conversación– concentran las miradas de otros individuos que comparten el mismo espacio. Su presencia en sitios públicos produce un efecto en el que ellos nunca se encuentran en la periferia sino en la zona central del campo visual. Asimismo, como estos hombres usan famosas marcas de ropa deportiva ayudan en el armado de un imaginario que los asocia a un lugar de poder y autoridad.

Por otra parte, los cuerpos de los hinchas son cuerpos que portan las cicatrices de la lucha y las marcas del consumo excesivo de drogas y el alcohol. Garriga Zucal (2005a) describe en su etnografía cómo los hinchas exhiben con orgullo las cicatrices que cosecharon en los combates. Esta es una forma de acreditar que “estuvieron allí”, peleando en nombre de la hinchada. A su vez, el autor señala que las barrigas abultadas de los hinchas son índices de un consumo de alcohol en abundancia y que éstas, lejos de ocultarse, se muestran sin pudor⁹². Tomar drogas

⁹² Para conocer con mayor detalle los pormenores de dichas marcas, incluso las de los combates, ver Garriga Zucal 2005a y 2005b.

y alcohol genera beneficios simbólicos en este colectivo. Por un lado, el acto remite nuevamente a la matriz del aguante, especialmente a la noción de resistencia, ya que los consumidores deben mostrar que soportan exitosa y estoicamente los pormenores del consumo en exceso. Por otro lado, los hinchas celebran el consumo y *la locura* que éste despierta como un signo de diferenciación y distinción respecto de otros grupos (Garriga Zucal 2005b). La afirmación de la identidad, que está en rebeldía con el orden moral dominante, se percibe en los cantos del estadio que tematizan con alegría el consumo de drogas y alcohol. Asimismo, con la intención de construir una identidad que se encuentra al margen de la ley, que resulta trasgresora de una serie de normas oficialmente establecidas, los hinchas reivindicaban en los cantos otros hechos como el robo de banderas y la muerte violenta de los enemigos. Ambas acciones, basadas en hechos reales o imaginados, se exponen en el duelo verbal para destacar la superioridad frente a las otras hinchadas.

Cabe señalar que en este punto encontramos una zona de confluencia con los hinchas que pertenecen a otros sectores, distintos de la hinchada. Los hinchas comunes participan abiertamente de la creación de las letras y de la entonación fervorosa de los cantos, los cuales buscan el enaltecimiento propio y la vergüenza ajena. Este hecho nos permite relativizar la noción sobre la formación de límites rígidos entre los tipos de hinchas. En nuestro caso, el borde social que separa la hinchada de otros grupos del mismo equipo no se eleva firme y definitivamente, sino que es el resultado de un proceso de construcción permanente que depende de las situaciones y los contextos⁹³.

Los cuerpos de los hinchas son el resultado, en algunos casos, de una trayectoria laboral basada en el trabajo manual. Estos hinchas no se desempeñan en el rango de las profesionales

⁹³ Sobre la dificultad de establecer límites precisos –y construir una tipología– sobre los hinchas, ver en este volumen el artículo de Sodo.

liberales ni en tareas de servicio, mantienen trabajos que requieren la puesta en práctica de las destrezas físicas. La plomería, el transporte de carga y el transporte público de pasajeros pueden ser los oficios que algunos de sus miembros desarrollan cotidianamente. Los hinchas no hicieron –o no pudieron hacer– de los distintos niveles de la educación formal, ni de un trabajo regular, una elección viable. Por distintos motivos, los cuales exceden los límites de esta investigación, un sector de los hinchas participa de prácticas ilegales que desarrollan como prácticas laborales, esto es, con cierta regularidad y en busca del sustento material. Más allá del detalle de las actividades ilegales que realizan regularmente, un aspecto para destacar es que, precisamente, por la trasgresión sistemática del sistema formal de justicia, varios hinchas permanecen o han permanecido detenidos en prisiones y comisarías. En estos lugares, justamente, los hinchas ponen a jugar las sabidurías corporales de defensa y ofensa contra los rivales circunstanciales en un contexto donde predominan el control y la dominación masculina.

Los cuerpos muestran generalmente señales distintas de aquellas que responden al parámetro hegemónico⁹⁴ de lo bello, esbelto y perfecto. Los cuerpos carnavalescos e “imperfectos” (Bajtín 1987)⁹⁵ de los hinchas se distinguen por las panzas abultadas, las manos anchas y curtidas, las cicatrices producidas en las peleas –(extra) futbolísticas–, los tatuajes profesionales o caseros con dibujos alegóricos al club y/o a sus afectos, las marcas en el rostro, los dientes deteriorados por un consumo excesivo de drogas, la corporalidad propia de un trabajo manual, etcétera. Pero también, como vimos, los hinchas muestran una modalidad que se hace carne en los gestos de un andar seguro, que desdeña con jactancia investiduras legítimas, y en

⁹⁴ Ver trabajo de Rodríguez en esta compilación.

⁹⁵ Tomamos la categoría para señalar las dimensiones estéticas del *grotesco* que se caracteriza por la acentuación de los relieves y las imperfecciones.

las elecciones de un vestuario singular que expone un gusto por las mejores marcas deportivas. Sin embargo, los hinchas, por lo general, no eligen ejercitar sus cuerpos por medio de la práctica regular de un deporte o en el gimnasio bajo una disciplina estricta de entrenamiento y una rigurosa alimentación. Ellos se entrenan en los retos que encuentran en su devenir del día a día. Así, la subalternidad de los cuerpos de los hinchas se funda en distintos registros, no sólo en el desempeño de sus prácticas laborales, sino también en la reivindicación de los cuerpos con una estética alternativa⁹⁶ y en la afirmación de un espacio de la trasgresión o ilegalidad⁹⁷.

Las marcas del aguante que enaltecen a los hinchas funcionan desde el exterior del grupo como un signo negativo que conjuga las cualidades morales más adversas. Sin embargo, los hinchas manipulan dicha marca, que es un signo de pertenencia y autoadscripción, en el conjunto de relaciones con distintos actores. Como mostramos a continuación, los hinchas exponen sus recursos con los dirigentes en circunstancias especiales: cuando los políticos se presentan como candidatos a los puestos directivos del club durante sus campañas electorales.

CUERPOS, ELECCIONES Y POLÍTICA

Las elecciones en un club de fútbol tienen la finalidad de elegir al presidente y a los candidatos de la Comisión Directiva (Secretario General y Deportivo, Tesorero, Vocales y demás).

⁹⁶ Un punto de contacto respecto del modelo hegemónico podría ser el uso de las marcas deportivas exclusivas.

⁹⁷ No nos referimos sólo a las actividades delictivas extrafutbolísticas sino también a las reglas del aguante: cuando los hinchas se sienten deshonrados apelan a la recuperación del orgullo a través de la venganza (materializada en la muerte o en la lesión de un enemigo).

Los socios que se presentan como candidatos para conducir una asociación civil deportiva lo hacen como representantes de una *agrupación política*. El objetivo principal de las agrupaciones políticas en competencia es reunir la mayor cantidad de socios que voten a su favor. Así, para concretar esta meta, los participantes despliegan múltiples recursos y estrategias en el tiempo de la política o tiempo electoral.

Siguiendo a Masson, el período de elecciones es un “tiempo especial” en el cual un/a candidato/a elabora una estrategia de presentación pública para construir su biografía (2004: 31). Por su parte, Palmeira y Heredia (1997) presentan la categoría “tiempo de la política” para describir un tiempo cuasi indefinido en el que “los políticos profesionales comienzan a hacer política”. En ese marco, “los profanos” perciben la política como una dimensión externa y amenazadora o contaminante de su cotidiano. En este trabajo, consideramos el período de elecciones como un “tiempo especial” pues la política de los socios interesados en el poder adquiere mayor visibilidad y notoriedad en las conversaciones, las situaciones y los lugares de la vida cotidiana del club. Esto no quiere decir que se constituya un tiempo diferente, discontinuo, del que transcurre cuando los dirigentes no están sumergidos en la campaña electoral.

Teniendo en cuenta la división social del trabajo político, los miembros de la hinchada son convocados por los candidatos de las agrupaciones para realizar tareas específicas. Las habilidades del aguante que están asociadas a la apropiación de los objetos sagrados (banderas y territorios) son valorizadas y buscadas en dichos procesos electorales. En éstos, los cuerpos cubiertos de una estética distinta y subalterna se convierten en un bien solicitado por el sector de la política institucional del club. Los hinchas, que se jactan del aspecto ilegal de sus prácticas y se mantienen al margen del orden oficialmente establecido, son

invitados para sumar sus habilidades corporales a la promoción de los candidatos. Por otra parte, las relaciones clandestinas y ocultas entre hinchas y dirigentes, que son negadas habitualmente en los medios de comunicación y en las entrevistas, logran mayor visibilidad en el tiempo electoral.

Los miembros de la hinchada son convocados por las agrupaciones políticas para pintar las paredes con el nombre del aspirante a la presidencia de la institución; colgar pasacalles y descolgar los del candidato opositor; repartir volantes con las consignas políticas; etcétera. Los hinchas desempeñan las tareas que están más directamente relacionadas con las habilidades del aguante. Las destrezas corporales, que son valoradas positivamente en el campo de las hinchadas y estigmatizadas desde el exterior, en el tiempo de la política funcionan como recursos que permiten un reconocimiento temporal de sus poseedores frente a los políticos.

En particular, la actividad de pintar las paredes implica organizar un pequeño grupo⁹⁸ que sale a apropiarse del espacio urbano poniendo en juego el cuerpo y sus capacidades. Pintar las paredes implica no sólo el hecho de pintar y producir una inscripción política sino también apropiarse de las paredes pintadas por la cuadrilla del candidato opositor para imprimir un nuevo texto. La apropiación de las paredes ajenas y la defensa de las propias pueden generar entre los integrantes de las cuadrillas que responden a distintos candidatos enfrentamientos físicos o, simplemente, acuerdos de una división territorial del espacio. Mientras los candidatos a la presidencia del club se encargan de realizar sus discursos en actos de campaña frente a centenares de socios-electores, de presentarse en programas de televisión abierta y por cable, de asistir a eventos públicos, los

⁹⁸ Cabe señalar que los hinchas que son buscados para realizar estos trabajos son los jefes y un sector reducido de hinchas influyentes.

hinchas destinan su tiempo a organizar las pintadas, pintar las paredes de la ciudad y defender su trabajo a fuerza de golpes, si esto resulta necesario. Cuando los hinchas dicen, “nadie quiere trabajar contra nosotros, no los dejamos”, quieren decir que saben defender los bienes apropiados (las paredes) y lo hacen a través de distintas maneras donde el cuerpo es un elemento fundamental. Cuando ellos expresan “ese no pinta más, le pateamos los tachos... debe estar... te aseguro que no pinta más... acá, esto es nuestro, acá, (el territorio) es nuestro”, lo hacen para resaltar la importancia de proteger los bienes propios contra la invasión y la profanación ajena.

Hacer las pintadas no siempre es un trabajo que recibe una remuneración en dinero; puede ser la prestación de un servicio que espera ser recompensado en el futuro si el candidato triunfa en la elección. Precisamente, el tiempo electoral es un período en el que las promesas de los candidatos se multiplican entre los electores. Los hinchas que realizan tareas de campañas se hacen eco de posibles ayudas que podrían recibir en el futuro para mejorar su situación. Algunos imaginan la posibilidad de insertarse laboralmente en el club en tareas relacionadas con su potencial físico. Así, en una conversación con un integrante de la hinchada, él comentó su interés: “conseguir un trabajo acá, en el club, para mí y mi familia, en algún predio... no, no, barriendo, limpiando no. Estar ahí, estar atrás de un político”⁹⁹. Trabajar como custodio es una tarea que algunos hinchas piensan y buscan interesadamente. Es extraño ver dirigentes con guardaespaldas. Sin embargo, no es tan raro cruzarse con hombres que vigilan los lugares donde se desarrollan los actos de campaña. Si bien hay personas contratadas especialmente para realizar trabajos de seguridad, ciertos hinchas que participan

⁹⁹ En este trabajo la categoría nativa *político* aparece asociada a la figura del dirigente.

de los eventos (actos de apertura y cierre de campaña, caravanas, elecciones) se convierten en custodios que observan atentamente el acto y a las personas que transitan por el lugar.

Como señala Garriga Zucal (2007), el aguante es un capital que permite la inserción de los hinchas en el seno de redes sociales donde comerciantes, dirigentes, políticos, vecinos y funcionarios establecen con ellos relaciones personalizadas y mantienen posiciones ambiguas en torno a los actos de violencia. El *capital aguante* es el que de forma manifiesta o latente se expone para ser intercambiado por otros dones en un sistema de reciprocidades con individuos ubicados en secciones distantes del mapa social (ibid. 2007). Así, en nuestro caso, observamos que los hinchas participan exitosamente en el tiempo de la política junto a los dirigentes exponiendo los recursos que poseen, los cuales se basan principalmente, aunque no de forma exclusiva, en las habilidades y potencialidades corporales. Además, como sugerimos a continuación, los hinchas ponen a jugar a favor de los candidatos su capital social, esto es, buena parte del conjunto de sus contactos y relaciones.

HILOS Y TRAMAS EN EL CAMPO DEPORTIVO

Antes de describir la puesta en escena del capital social de la hinchada, resulta necesario mencionar algunos aspectos de las relaciones y los intercambios entre distintos sectores del club para presentar en torno al tema nuevas perspectivas. En este sentido, destacamos la mirada de Ferreiro y Fernández (2005) sobre el aguante, para quienes éste funciona como una moneda de cambio en la relación con los dirigentes y los políticos locales. Los hinchas reciben de ellos favores como dinero y entradas gratis para los partidos. Los hinchas hacen de la violencia una moneda de cambio en un mercado donde los dirigentes depor-

tivos y/o los referentes del poder político local buscan servicios de seguridad para los actos electorales y *aprietes* para intimidar a los adversarios, jugadores, cuerpo técnico, etcétera. La privatización del aguante consiste en un proceso por el cual *el valor de uso* de la violencia se transforma en un bien mensurable en un mercado donde los compradores ofrecen a cambio bienes tales como favores, servicios o dinero (Ferreiro y Fernández, 2005: 188 y 189). Los investigadores clasifican el proceso de mercantilización de la violencia como “sicarización” o “sicarismo” estableciendo una referencia directa con la práctica de contratar sicarios o mercenarios para cometer crímenes; y establecen una marca temporal para señalar el comienzo de este proceso: fines de la década del noventa. Mientras que la sicarización se define por la venta del aguante en un mercado libre y autorregulado, “la pretorización” refiere a un vínculo más estable y duradero entre los hinchas/clientes y sus *patrones* (políticos, sindicalistas, jefes policiales y mafiosos) (Ferreiro y Fernández, 2005: 197). La dupla traza una conexión entre la privatización de la violencia de las barras en la provincia de Jujuy y el proceso de exclusión y pauperización de la población, producto de la reforma del Estado durante la década del noventa; el proceso elevó notablemente los índices de pobreza y desempleo en la región del noroeste. Ferreiro y Fernández narran la historia de la hinchada del club Talleres de Perico, ubicado al sur de la provincia norteña, para describir los cambios en la composición social y económica del grupo de hinchas¹⁰⁰.

En el devenir de los procesos políticos deportivos en el club, la sicarización y la pretorización son prácticas posibles. Sin embargo, en torno a ellas es necesario agregar ciertos matices. Una primera salvedad es que las relaciones entre los individuos

¹⁰⁰ Este último aspecto también es considerado por Dodaro (2005) en su trabajo sobre la hinchada del Club Colegiales, ubicado en la zona norte del Conurbano Bonaerense.

mencionados pueden estar atravesadas por otras dimensiones, distintas de las finalidades materiales y económicas. En este sentido, preferimos formular interpretaciones que combinen los términos utilitarios del intercambio con términos que exceden esta finalidad. Resulta enriquecedor sumar otros aspectos, que no son instrumentales ni mercantiles, como el cumplimiento de las obligaciones formales y morales, y la búsqueda del prestigio y del poder (Bezerra 1999) entre los individuos involucrados.

Entre hinchas y dirigentes hay obligaciones formales y morales que exceden el tiempo de la política y que se expresan, por ejemplo, en el cumplimiento de una protección mutua que permite callar secretos, ocultar información a los medios de comunicación u omitir denuncias en la Justicia (un gesto que se reproduce en ambos sentidos de la relación). Los jefes reciben mensualmente dinero de los dirigentes. Sin embargo, en este caso, también resulta difícil sugerir que el dinero se entrega a cambio de un valor en particular. Las relaciones entre hinchas y dirigentes responden a tiempos largos y los pedidos del intercambio pueden ser de distinto género, muy difíciles de aprehender en términos de “un toma y daca”. Por otra parte, particularmente en el tiempo de la política, la hinchada en su totalidad no responde como una clientela estable de un determinado político. En tiempos electorales, puede suceder que los jefes de la hinchada decidan apoyar al *candidato x* y en la elección siguiente al *candidato y*. El apoyo en un sentido u otro depende de las negociaciones que se dan entre los hinchas y los políticos en el período de elecciones. Nuestra propuesta no es interpretar este fenómeno únicamente como un gesto por dinero (favores por votos) o como una lealtad especulativa (Fernández 2004), sino pensar que tanto hinchas como dirigentes cambian de posición para establecer alianzas y oposiciones en cada juego electoral.

Como el proceso de formación de alianzas en tiempo de elecciones es complejo y dinámico resulta difícil pensar a la hinchada como un bloque estable de clientes que se mueve en función de un político determinado. El proceso de formación de alianzas da como resultado la constitución de cadenas de apoyo, conjuntos de acción (Mayer 1980) o facciones¹⁰¹, que se arman, como veremos más adelante, en torno a los individuos que tienen la capacidad de *reunir* y *arrastrar* los votos a favor del ego (o candidato).

Los jefes y los hombres influyentes (amigos y referentes barriales) ponen en juego su estatus y decoro como líderes en el intercambio con los dirigentes y con otros hinchas. Repartir las entradas para los partidos es un gesto que depende de los hinchas que están bien conectados y ubicados en la estructura jerárquica de la hinchada. La distribución de los bienes al interior del grupo es una cualidad que fortalece el respeto y la autoridad de estos hombres. Antes de los partidos, es habitual ver a los jefes, a los hinchas más importantes y a los que dirigen barrios entregando las entradas a otros de menor rango que se amontonan y empujan a su alrededor. La jactancia del reparto y de la posesión de los recursos funciona como señal que indica quienes detentan el poder. Los jefes son los que entablan un diálogo fluido con los dirigentes para asegurar los dones del reparto y fortalecer, a través de él, la máxima posición dentro del colectivo. Dar, distribuir, tener, lograr, generan un prestigio y un caudal de adhesiones y apoyos. Los dones entregados a otros refuerzan el poder, el prestigio y la reputación de los líderes. Con la intención de relativizar la mirada sobre la búsqueda utilitaria y material de los hinchas, marcamos el bienestar y el placer que las acciones del reparto producen en sus ejecutores.

¹⁰¹ Palmeira (2003) sugiere que deben ser entendidas como “no permanentes”, “cuasi-grupos” o “grupos diádicos no corporativos”.

Por otra parte, como no hay generosidad desembarazada del interés (Mauss 2009)¹⁰², debemos destacar que mostrarse como hombres dadivosos reenvía nuevamente a la afirmación de la autoridad y poder de unos pocos.

Un caso para pensar la formación de alianzas y conjuntos de acción (y desactivar la idea de la hinchada en su totalidad como un bloque estable de clientes) es el que incluye a un sector particular del colectivo. Según las divisiones internas promovidas por barrios y referentes, se destaca un grupo singular que responde a un afamado líder sindical. Estos hinchas que están ligados al *sindicato*¹⁰³ se identifican en la tribuna popular con una bandera con los colores representativos de este sector y con otra que nombra al barrio de donde proviene la mayoría de sus integrantes. Ellos conocen los pormenores de la militancia sindical, la asistencia a las marchas y la participación en los actos del sindicato. Los sindicalistas no constituyen un grupo numeroso de hinchas, pero su referente es un hombre influyente que conserva cierta autoridad en el colectivo de fanáticos. En este caso, el referente sí mantiene un vínculo estable y firme con el patrón del sindicato; un vínculo que excede la afinidad futbolística y que se proyecta hacia (o desde) otros ámbitos.

En 2005 cuando se desarrollaban las tareas de campañas de las agrupaciones políticas para elegir al nuevo presidente y al resto de los dirigentes de la Comisión Directiva, los jefes de la hinchada decidieron brindar su apoyo al candidato de la agrupación política con más trayectoria en la institución. Sin embargo, los sindicalistas no dudaron en apoyar al candidato

¹⁰² Los bienes pertenecen a un intercambio signado por flujos continuos en ambas direcciones. El interés atraviesa la circulación de los dones aunque éstos no tengan necesariamente un contenido material (Mauss 2009).

¹⁰³ Optamos por no revelar la rama específica de trabajo en la que se encuadra el sindicato y sus líderes y seguidores, a quienes identificamos como el/los sindicalista(s).

opositor, que había establecido una alianza política con el principal líder del sindicato. En ese entonces, el patrón del sindicato se presentó en dichas elecciones como candidato del bloque de representante de socios¹⁰⁴, mientras que su hijo figuró como candidato a vocal de la Comisión Directiva. El apoyo de los hinchas al líder y a sus aliados políticos en el deporte se limitó a dos tareas específicas: las pintadas callejeras y la canalización de los votos el día de la elección. Aunque el vínculo entre los hinchas y el líder sindical no fue estudiado en profundidad, sugerimos que la cadena de apoyos que absorbió a este sector de la hinchada estuvo motorizada por un sentimiento de lealtad hacia la figura emblemática del campo sindical.

Los lazos sociales pueden conjugar una sólida defensa de la lealtad, un sentimiento de respeto mutuo y/o una amistad. Estas motivaciones pueden estudiarse con mayor claridad en el tiempo electoral cuando los individuos de los distintos sectores de la institución se mueven en las redes para participar de las facciones políticas. La constitución de las cadenas de apoyo y el conjunto de factores que intervienen en ellas se visualizan con detalle en el mecanismo que se extiende semanas antes a las elecciones, a saber: el mecanismo de reunir socios para votar.

La elección genera un operativo que incluye un despliegue de individuos y recursos que están destinados a obtener la mayor cantidad de votos a favor de un ego o candidato. A todos los participantes que adhieren a una lista de candidatos se los incentiva para que lleven gente a votar, entre ellos se destacan ciertos individuos que trabajan para concretar este objetivo. Llevar gente a votar es un mecanismo de una máquina aceiteada donde cada uno tiene una función asignada. En 2008 cuando

¹⁰⁴ Cuerpo de socios que se reúnen dos o tres veces por año para votar a favor o en contra de los informes presentados por la Comisión Directiva. Allí se reúnen representantes de la agrupación política oficial y las agrupaciones políticas opositoras.

los adherentes del candidato oficial precisaban electores, el antiguo jefe de la hinchada solicitó el apoyo de sus compañeros de tribuna de otros tiempos. Ellos asistieron favorablemente porque sentían respeto y lealtad hacia el líder que había dejado su marca y orgullo en el grupo. Este sector de hinchas que se hace llamar *la barra vieja* está integrado por hombres que fueron miembros de la hinchada en las décadas pasadas. Ellos poseen una autoridad –que está dada por la experiencia en la cancha– y gozan del prestigio logrado en las peleas del pasado. Sus cuerpos siguen siendo robustos y voluminosos, vestidos con ropas alejadas de la formalidad del traje que distingue a los dirigentes¹⁰⁵.

Un hincha que intervino activamente en el proceso electoral *llevando gente* fue Misterio, un hombre de cuarenta años, que integró la hinchada en otros años cuando el líder era el famoso Ares. En ese entonces, Misterio era el referente de los hinchas que se agrupaban en uno barrio del Conurbano. Misterio había sido el referente de un grupo de 50 hinchas que respondían a su autoridad; él les repartía las entradas gratis para los partidos que recibía directamente de Ares. Misterio se presentó diciendo: “yo era lo que hoy se denomina primera línea en la hinchada”, es decir, un hombre influyente que era referente de otros fanáticos y pertenecía al círculo íntimo del jefe. Retirado, al momento de la investigación, de la hinchada y de la popular, Misterio siguió siendo fiel a su antiguo amigo y líder. Ares, que era empleado del club e integraba desde hacía varios años un sector político que se alió con otros en la última elección para apoyar al candidato del oficialismo, solicitó la ayuda de Misterio y de otros ex integrantes de la hinchada para armar una lista de posibles electores.

¹⁰⁵ Efectivamente, varios de estos hombres tienen en el haber de sus trayectorias laborales trabajos manuales (tareas de mantenimiento, traslado, fletes, etcétera) y de carácter informal como, en algunos casos, la venta ambulante.

Misterio logró inscribir en la planilla una lista con 100 socios entre familiares, amigos, vecinos e hinchas que antiguamente respondían a su liderazgo. Algunos de los inscriptos en una primera instancia llamaron a otros socios entre sus conocidos. Todos formaron la red que Misterio *movió* en las elecciones. Misterio vivía en el barrio que comandaba cuando era miembro de la hinchada y era una persona conocida entre los vecinos. Según él, el respeto que los hinchas y los vecinos le tenían se forjó porque siempre daba una mano al más débil y sucedían cosas como no permitir atropellos, mediar en un problema, cargar con cosas al hombro. Estos gestos (hacer algo, dar, distribuir, ayudar) siguen teniendo valor entre los hinchas. En una ocasión, Misterio hizo mención del respeto que los hinchas le tenían a Ares por la demostración de su destreza corporal y coraje “a Ares lo vi hacer cosas que nunca vi”. Ésta era una característica que Misterio también poseía: disfrutaba de las peleas mano a mano. En la memoria de los hinchas se conservan algunas de las historias heroicas de Ares durante los viajes a los estadios visitantes y los partidos. Por sus virtudes como luchador y por su poder de convocar y controlar un número importante de hinchas (la hinchada llegó a agrupar 400 hombres), Ares se convirtió en el jefe emblemático en la historia del mencionado colectivo. El hecho de distribuir entradas gratis y proveer micros para que los hinchas viajaran a los estadios visitantes, así como también obsequiar comida y bebida, aunque estos no son elementos necesarios, generó un fuerte consenso entre los miembros de la sociedad. Por otra parte, Misterio también destacó la atención que Ares tenía con gente que era invitada a comer con la hinchada.

Las relaciones de los hinchas identificados con la barra vieja se formaron a partir de las experiencias compartidas en la hinchada (estar en la tribuna, disfrutar de los viajes y los asados,

pelear contra otros y entre ellos) hacía muchos años. El respeto hacia Ares se fundó en el momento en el que éste mostró la capacidad de conducir a sus pares y de presentarse ante ellos como un hincha con aguante. Ares conservaba el respeto a través del paso de los años. Los integrantes de la barra vieja trabajaron durante meses para confeccionar las planillas con los electores y se movieron con energía porque Ares les solicitó una ayuda. Así, los seguidores más fieles y cercanos a Ares movieron a sus conocidos por el pedido expreso del que fuera su jefe y, como dijo Misterio, lo hicieron porque “la lealtad era hacia él y no con el candidato”. Una motivación importante para llevar gente a votar era la lealtad sentida por el emblemático líder, quién, a su vez, mantenía un lazo de amistad con un dirigente de la institución. Cuando los dirigentes de mayor peso dejaron sin un lugar a su amigo político en la lista de candidatos de la Comisión Directiva, Ares decidió por unas semanas abandonar la búsqueda de votos.

Pese a tener una imagen degradada y deslegitimada, los hinchas reciben periódicamente la convocatoria de los políticos para participar del proceso político electoral. Sobre los motivos que llevan a los dirigentes a llamar a este sector, Misterio comentó: “porque tienen liderazgo, arrastran gente. Esos son los que te hacen ganar las elecciones. El líder de un barrio te aporta votos. El líder no necesita de afiches, carteles”. Así, la posición de Misterio fue que la hinchada *movía* más electores que los mismos dirigentes. Este hincha había podido reunir un caudal interesante de socios. En su caso particular, la red social fue el producto de relaciones personalizadas construidas en base a vínculos fuertes y cercanos –como los que signaban la unión con sus parientes políticos, de sangre y amigos íntimos–; o más débiles y distantes –como los que tenía con sus viejos vecinos y algunos hinchas de su mismo barrio–. Precisamente, este fe-

nómeno (el de la capacidad de reunir y arrastrar votos) pone en un primer plano el tema del capital social, esto es, el caudal de relaciones sociales e influencias que son altamente valoradas en el tiempo electoral.

Mover socios para votar en las elecciones es una capacidad que los interesados en participar en la arena política desean tener y mostrar. Así, abonando la teoría de la importancia de poner en juego el capital social, Mabel Moreno, que integró la Comisión Directiva desde 2006 hasta 2008, explicó en una entrevista que para hacerse fuerte en el mundo masculino de la política ella tuvo que convencer a las mujeres y recorrer el padrón. Como dirigente debía contar con una cantidad de socios que pudieran acudir a su llamado en el período de elecciones. Era central mostrar que tenía: 30, 50, 60, 70 personas que respondían por ella. Un mes antes de las elecciones de diciembre de 2008, ella se encontraba visiblemente exaltada y conmovida. Con enojo habló del cierre definitivo de la lista de los candidatos de la Comisión Directiva y de la presencia en un primer plano de gente de la municipalidad. Mabel era la quinta vocal titular pero en la nueva lista figuraba como Revisor de Cuentas Suplente, un papel de menor jerarquía. “Yo quedé (en la Comisión Directiva) dicen que porque el presidente me defendió”. Golpeándose el pecho, con vehemencia y orgullo repitió varias veces: “yo tengo mi tropa, tengo mi gente”.

Olivera era un hombre influyente de la hinchada, que trabajaba en las pintadas realizadas en el municipio a favor de la lista oficial de candidatos, se jactó de sus conexiones diciendo: “yo tengo mucha gente conocida que puede venir a votar”. Mencionó que entre dichas personas se encontraba la parentela que tenía en el barrio donde vivía. En la misma conversación aprovechó la oportunidad para preguntar: “¿tenés socios?, ¿sabés quién puede venir a votar?”.

Mover gente, tener socios, arrastrar, tener una tropa, reunir, son acciones que incrementan y fortalecen la posición de los interesados en hacer y participar de la competencia política en la institución deportiva. Los jefes de la hinchada, los hinchas que dirigen pequeños grupos nucleados en los barrios, los hinchas influyentes que rodean a los líderes, los que integraron la barra en otras décadas, tienen seguidores naturales dados por los lugares que ocupan o que llegaron a ocupar.

Los hinchas se hacen acreedores de una certificación que le entregan los dirigentes deportivos al convocarlos para colaborar en las campañas electorales y en los comicios. Los dirigentes que ocupan posiciones legítimas en el campo político del club solicitan la ayuda de los hinchas que conservan posiciones y trayectorias sin reconocimiento en él. Los hinchas estigmatizados por el sentido común hegemónico con términos tales como “bestias”, “animales”, “soldados” y “mercenarios” se convierten en aliados directos de los dirigentes durante las elecciones. El capital social que es altamente estimado en tiempos electorales es el que muestran e intercambian los hinchas que están interesados en ingresar en la arena política y/o en mantener y reforzar las posiciones de poder adquiridas en otros ámbitos. Si el capital violencia o aguante, analizado en profundidad por Garriga Zucal (2007), es el que les otorga legitimidad en el campo de las hinchadas y les permite hacer amigos en ámbitos distintos con comerciantes, dirigentes, políticos, empleados de la salud, formando una red social amplia y diversa, el capital social es el que les da la posibilidad a los hinchas de exponerse y posicionarse en las disputas entre y con los dirigentes como aliados o clientes.

PALABRAS FINALES

La intención de este artículo fue poner en un primer plano la multiplicidad de dimensiones que se presentan en el estudio de un sector singular de hinchas del mundo social del fútbol. Si bien en otros trabajos hemos focalizado en la descripción de los pormenores de los enfrentamientos físicos de la hinchada y en su organización interna estructurada en función de un sistema de intercambios recíprocos, en esta oportunidad optamos por ubicar a estos actores sociales en la trama elaborada junto a los dirigentes deportivos. Reponer una parte de la trama, que cobra visibilidad en tiempos electorales, permite ampliar los conceptos que se vierten sobre la participación de los hinchas en las instituciones futbolísticas. El artículo abona la postura sobre la mercantilización de las relaciones, esto es, la circulación de dinero para la compra y la venta del aguante o las habilidades corporales de los hinchas; es decir, abona la hipótesis del dinero como un elemento de las relaciones entre hinchas y dirigentes. Pero, al mismo tiempo, sostiene que los hinchas establecen relaciones que se constituyen y refuerzan en la simultaneidad de vínculos de distinto género. Para ciertos casos resulta menos complicado observar lealtades y sólidos compromisos. El segmento de la hinchada que se perfiló detrás del líder sindical en 2005, pese a que los jefes de la hinchada en ese momento respaldaron al candidato de la lista opositora, muestra otras dimensiones además de la económica, en los procesos de constitución de las cadenas de apoyo para las elecciones. Los hinchas encolumnados detrás de Ares, el referente emblemático del colectivo en décadas anteriores, expone también la circulación de otros valores referidos a la lealtad, la amistad, el compromiso fundado en experiencias comunes del pasado, el respeto, la estima, etcétera. Incluso, en torno a los jefes de la hinchada,

quienes exponen con mayor claridad una relación económica con los dirigentes –desde hace tiempo se impuso como derecho consuetudinario desviar dinero hacia la hinchada–, pueden marcarse aspectos complementarios de la visión material. Los jefes a través de las relaciones con los dirigentes del club refuerzan el liderazgo y la investidura a través de la entrega ostentosa y visible de dones entre los hinchas. El reparto de dones es un gesto que implica no sólo la distribución de bienes sino también un fortalecimiento del prestigio y del poder. Asimismo, cabe aclarar que los hinchas entablan con los dirigentes intercambios que no deben entenderse como efímeros ni transitorios sino como permanentes y estructurantes de la relación entre dichos sectores. El vínculo entre dirigentes e hinchas se mantiene a lo largo del tiempo. Explicar las relaciones en términos de un “toma y daca” o “entradas y dinero por apriete” es reducir y minimizar las múltiples aristas que conserva el fenómeno de las vinculaciones entre ellos.

Otro aspecto que destaca el artículo es la exposición de los recursos con los que cuentan los hinchas que están ubicados en posiciones marginales, ya sea por sus prácticas ilegales o por sus carentes trayectorias sociales y laborales. Frente a las afirmaciones que sostienen que los hinchas son objetos manipulables de los dirigentes, el artículo propone una alternativa que ubica a dichos actores con pocos recursos –respecto a otros sectores del mapa social– pero con recursos al fin. Generalmente, esas interpretaciones giran en torno a la manipulación y el uso que los hombres con mejores posiciones hacen de los hinchas, quienes están destinados únicamente a cumplir tareas de intimidación, de apriete, etcétera. Estas posturas se basan en la idea de la irracionalidad o animalidad de los hinchas. Para cambiar el signo de estas apreciaciones, la salida es pensar en el aprovechamiento que hacen los hinchas del juego electoral. Las

prácticas violentas o del aguante que expresan los hinchas como marcas de su identidad –de una diferencia respecto de otros simpatizantes– cobran significados positivos para otros actores sociales durante las elecciones. Los hinchas son convocados durante las campañas electorales por su potencial físico, necesario para realizar en el marco de la división del trabajo político una labor que implica *poner el cuerpo*, ya sea para concretar las pintadas así como también para defenderlas de apropiaciones ajenas. El cuerpo del aguante se revaloriza en el tiempo de la política, no sólo para los hinchas que pueden exponer todo su potencial, sino también para otros que públicamente lo suelen menospreciar. Como vimos, este trabajo no genera necesariamente una remuneración en dinero, sino la promesa de un trabajo estable si el candidato gana la elección. El cuerpo grotesco, rudo, fuerte, marcado, con una estética alternativa, ingresa a jugar en el proceso electoral.

Asimismo, en el tiempo de elecciones, los hinchas juegan con las reglas del campo de la política y lo hacen no sólo exponiendo el capital violencia (Garriga Zucal 2007) sino también su capital social. Esto es, los hinchas que tienen, o se hacen, de los medios para intervenir en el campo de los dirigentes procuran y muestran un bien altamente valorado: el conjunto de influencias y relaciones que poseen. Ellos, que son *patrones* en su juego de poder en la hinchada, se convierten en mediadores en relación con el mundo de los candidatos durante el proceso electoral. Este mecanismo no es exclusivo de los hinchas, también otros socios colaboran y brindan su apoyo aportando el caudal de votos de su red de conocidos a favor de un candidato (como el caso de Mabel y de otros tantos que no aparecen en este artículo). Es importante señalar aquí que todos los hinchas que integran o integraron la barra no acceden a la arena de luchas. Buena parte de los hinchas que se ubican en las posiciones

inferiores de la estructura jerárquica de la barra quedan fuera de las condiciones de juego.

Los líderes y referentes de la hinchada ingresan al universo político no como sujetos ajenos y extraños. Ellos encarnan una de las formas de hacer política que no es siempre ni necesariamente el ejercicio de la violencia (el apriete) sino también la puesta en práctica de la seducción, el carisma, la exposición de poder (a partir del tener y repartir). Los políticos profesionales o dirigentes, que son los actores sociales legítimos y reconocidos en este ambiente, tienen un discurso y habilidades aceptadas y autorizadas (Bourdieu 2007), unidas a una buena oratoria y capacidad de convencer. Como vimos, los hinchas, que son los actores sociales negados en este contexto, también tienen sus habilidades. Precisamente, dichas destrezas permiten la participación exitosa de ellos en la trama social donde juegan públicamente los dirigentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Alabarces, Pablo, *Crónicas del Aguante. Fútbol, Violencia y Política*. Buenos Aires, Capital Intelectual, 2004.
- Archetti, Eduardo, “Calcio: un ritual di violenza?”, en Lanfranchi, Pierre (editor.), *Il calcio e il suo pubblico*. Napoles, Edizione Scientifiche Italiane, 1992.
- Bezerra, Marcis Otávio, *Em nome das “bases”. Política, Favor e dependência pessoal*. Rio de Janeiro, Relume Dumará, 1999.
- Bourdieu, Pierre, *O poder simbólico*. Río de Janeiro, Bertrand, 2007.
- De Certeau, Michel, *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México, Universidad Iberoamericana, 1996.

- Dodaro, Cristian, “Aguantar no es puro chamuyo. Estudio de las transformaciones en el concepto nativo”, en Alabarces, Pablo et. al., *Hinchadas*. Buenos Aires, Prometo, 2005.
- Fernández, Federico, “Fútbol, relaciones asimétricas y poder: los vínculos entre dirigentes, referentes políticos y barras brava. El caso de Talleres de Perico (Jujuy-Argentina)” en *Revista de Ciencias sociales* N° 14, 2004.
- Ferreiro, Juan Pablo y Fernández, Federico, “El discreto encanto de la mercancía. Aguante, sicarios y pretores en el fútbol”, en Alabarces, Pablo et. al., *Hinchadas*. Buenos Aires, Prometeo, 2005.
- Garriga Zucal, José, *Haciendo amigos a las piñas. Violencia y redes sociales de una hinchada de fútbol*. Buenos Aires, Prometeo, 2007
- Garriga Zucal, José, “Soy Macho porque me la aguanto”. Etnografía de las prácticas violentas y la conformación de identidades de género masculino, en Alabarces, Pablo et. al., *Hinchadas*. Buenos Aires, Prometeo, 2005a.
- Garriga Zucal, José, “Pibitos chorros, fumancheros y con aguante. El delito, las drogas y la violencia como mecanismos constructores de identidad en una hinchada del fútbol”, en Alabarces, Pablo et. al., *Hinchadas*. Buenos Aires, Prometeo, 2005b.
- Garriga Zucal, José y Moreira, María Verónica, “El aguante: Hinchadas de fútbol entre la pasión y la violencia”, en Míguez, Daniel y Semán, Pablo (editores), *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*. Buenos Aires, Biblos, 2006.
- Masson, Laura, *La política en femenino. Género y poder en la provincia de Buenos Aires*. Buenos Aires, Antropofagia, 2004.
- Mauss, Marcel (1979), *Ensayo sobre el don: forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Buenos Aires, Katz, 2009.

- Moreira, María Verónica, “Honor y Gloria en el fútbol argentino: el caso de la Hinchada del Club Atlético Independiente”. Tesis de Licenciatura en Antropología social. Inédita. UBA, Facultad de Filosofía y Letras, Buenos Aires, 2001.
- Moreira, María Verónica, “Trofeos de guerra y hombres de honor”, en Alabarces, Pablo et. al., *Hinchadas*. Buenos Aires, Prometeo, 2005.
- Moreira, María Verónica, “Aguante, generosidad y política en una hinchada de fútbol argentina”, en *Avá Revista de Antropología*, N° 12, Misiones, UNAM, 2008.
- Palmeira, Moacir, “Política, facciones y votos”, en Rosato, Ana y Balbi, Fernando (editores), *Representaciones sociales y procesos políticos. Estudios desde la antropología social*. Buenos Aires, Antropofagia, 2003.
- Palmeira, Moacir y Heredia, Beatriz, “Política ambigua”, en Crespo, S. et. al. (editores), *O mal a Brasileira*. Rio de Janeiro, UERJ, 1997.