

## **FÚTBOL, RELACIONES ASIMÉTRICAS Y PODER: LOS VÍNCULOS ENTRE DIRIGENTES, REFERENTES POLÍTICOS Y BARRAS BRAVA. EL CASO DE TALLERES DE PERICO (JUJUY- ARGENTINA)**

\* Sociólogo. Universidad Nacional de Jujuy.

Federico Fernández\*

La temática central de este trabajo, gira en torno al análisis de las especificidades y dinámicas organizativas de grupos de aficionados (hinchas y barra brava) al club Talleres de Perico (Jujuy), y su relación con el poder político local y provincial.

Dada las características que presenta la unidad de análisis y la perspectiva teórico-metodológica utilizada en el proceso de investigación, se trata de un estudio de caso, una etnografía. Desde esta óptica, he intentando desarrollar una descripción analítica de los principales vínculos construidos por un grupo de hinchas en particular y referentes políticos locales.

El punto de partida ha sido considerar al fútbol como un deporte de combate inmerso en un complejo ritual político, por donde transcurren uno de los procesos más elementales de las identidades sociales. En este sentido, resulta significativo el planteo de Richard Jenkins, quien define la identidad como el lugar en donde se producen luchas y donde se establecen estrategias, constituyéndose así en medio de 'y fin' de la política. La identidad social, entonces, es un logro práctico, un proceso que puede entenderse utilizando un modelo de interjuego dialéctico de definición interna y externa, es decir, en una síntesis entre identificación grupal y categorización social.

Es precisamente bajo este marco conceptual desde donde analizaré una serie de mecanismos de interacción y negociación que se expresan a través de una extensa red de relaciones asimétricas, en donde el poder, no solo representa la posesión de recursos económicos, sino también, el peso simbólico que implica la categorización de los grupos sociales.

**Palabras claves:** Deporte - Barras.

The central issue of this work, is the analysis of the specificities and organizational dynamics of groups of fans' (supporter and hooligans) of Talleres de Perico Club (Jujuy), and its relationship with local and provincial political power.

Given the characteristics that the analysis unit presents and according to the theoretical-methodological perspective used in the investigation process, it is a case study, an ethnography. From this point of view, I tried to develop an analytic description of the main bonds built by a particular group of fans and local politicians.

The starting point was to consider soccer as a sport of combat immersed in a complex political ritual, where one of the most essential processes in the social identities takes place. In this sense, it is meaningful Richard Jenkins (1996) viewpoint, he defines identity as a place where fights take place and stratagems are settle down, thus, it becomes a means and end of politics. The social identity, then, is that is to say a practical achievement, a process that can be understood using a model of dialectical game between an internal and external definition, that is to say a synthesis between group identification and social categorization

It is precisely under this theoretical framework I will analyze a series of interaction mechanisms and negotiation that are expressed through an extensive net of asymmetric relationships where not only power represents the possession of economic resources, but also, the symbolic burden that the categorization of the social groups implies.

**Key words:** Sport - Hooligans.

Los escritos que presento a continuación, son el fruto de un trabajo de campo intensivo llevado a cabo en la Ciudad de Perico<sup>(1)</sup> (Provincia de Jujuy-Argentina), durante el período 1999 -2001. La temática central del trabajo gira en torno al análisis de las especificidades y dinámicas organizativas de grupos de aficionados (hinchada y barra brava) del club Talleres de Perico, y su relación con el poder político local y provincial.

Dada las características que presenta la unidad de análisis y la perspectiva teórico-metodológica utilizada en el proceso de investigación, se trata de un estudio de caso, una etnografía. Desde esta óptica, he intentando desarrollar una descripción analítica de los principales vínculos construidos por un grupo de hinchas en particular y referentes políticos locales.

El punto de partida ha sido considerar al fútbol como un deporte de combate inmerso en un complejo ritual político (Ferreiro y Bravo; 2000), por donde transcurren uno de los procesos más elementales de las identidades sociales. En este sentido, resulta significativo el planteo de Richard Jenkins, quien define la identidad como el lugar en donde se producen luchas y donde se establecen estratagemas, constituyéndose así en medio de “y fin” de la política. La identidad social, entonces, es un logro práctico, un proceso que

(1) La ciudad de Perico se encuentra ubicada en el sector sur de la provincia de Jujuy y constituye en la actualidad la principal ciudad comercial y productora de Tabaco dentro del departamento El Carmen. Según la Dirección Provincial de Estadísticas y Censo (DIPEC) –Jujuy, la población de Perico es de 43.152 habitantes

puede entenderse utilizando un modelo de interjuego dialéctico de los procesos de definición interno y externo, es decir, en una síntesis entre identificación grupal y categorización social (Jenkins:1996).

Es precisamente bajo éste marco conceptual desde donde analizaré una serie de mecanismos de interacción y negociación que se expresan a través de una extensa red de relaciones asimétricas, en donde el poder no solo representa la posesión de recursos económicos, sino también, el ejercer el poder de categorización y jerarquización.

### DESARROLLO

Existen al menos dos relatos bien diferenciados, contruidos por los medios de comunicación, y que en términos generales se encuentran muy arraigados en los comentarios cotidianos acerca del comportamiento de los hinchas en los estadios de Fútbol. Uno de ellos vincula a los hinchas en las tribunas con una imagen romántica de la sociedad, en donde la emoción, la unidad y el sentimiento colectivo, tienen su máxima expresión. El otro describe el comportamiento de los adeptos al fútbol en términos patológicos, es decir, a través de “anomalías” que trasladadas al cuerpo social, son entendidas como enfermedades del animal social. Los adjetivos más comunes para describir tal situación son: inadaptados sociales, delincuentes, enfermos mentales, salvajes, entre otros.

Ambas interpretaciones a pesar de no aparentar puntos en común se basan en una similitud primaria, la idea de que el accionar de los hinchas en las gradas, se encuentra sujeto a los impulsos colectivos de la masa. Desde la perspectiva de los aficionados al fútbol, ambas interpretaciones pueden ser aceptadas como “válidas”, según las circunstancias y el contexto en el que se desarrolla el juego. Así por ejemplo, existen una serie de actos colectivos que pueden ser entendidos como anómalos y/o excesivamente violentos, mientras que otros comportamientos grupales están bien vistos y hasta son considerados esenciales para un espectáculo cargado de emociones y efusivos sentimientos de unidad. Pero ¿En qué se basan los límites que diferencian unas y otras prácticas?

Una primera distinción nos ayudará a develar al menos parte de la incógnita. La constitución de las hinchadas de fútbol se basa fundamentalmente, en un antagonismo bipolar básico fundado en la pertenencia territorial, cultural,

étnica, de clase, religiosa etc. (Bromberger, 1998). Estas oposiciones, al igual que el deporte mismo, se expresan a través de enfrentamientos físicos y simbólicos que apuntan a la constante delimitación entre las partes, lo cual implica una persistente tensión que se expresa en diferenciaciones esencialmente violentas. Así pues, la exaltación de los simpatizantes del fútbol por su club, tiene como complemento binario, una profunda aversión por los equipos e hinchas rivales. De allí que el eje central de las oposiciones entre las hinchadas, se construya siempre ante la existencia de enemigos odiados, de los cuales es necesario diferenciarse en todo momento, incluso afuera del estadio.

Ahora bien, en el interior de las hinchadas de fútbol, es posible distinguir grupos de hinchas organizados a los que generalmente se les adjudican los hechos de violencia más brutales ocurridos en las gradas, como así también los furiosos enfrentamientos callejeros con hinchas rivales en las afueras de los estadios. La denominación más común para con este grupo de simpatizantes en nuestro país es la de: barra brava.

En las líneas que siguen, desarrollaré un análisis detallado de los mecanismos de interacción y negociación construidos por un grupo de hinchas en particular. Se trata de aproximadamente cincuenta jóvenes de entre 17 y 30 años que habitualmente ocupan la cabecera sur del estadio Plinio Zabala del club Talleres de Perico, y constituyen la única organización de hinchas basada en liderazgos compartidos con divisiones de tareas y roles bien definidos. Entre las principales actividades realizadas por estos hinchas en relación con el club, se destacan: la negociación de entradas gratuitas al estadio con los directivos de la institución y la elaboración, traslado y control de las banderas que pertenecen al grupo. Cada una de estas actividades se encuentran determinadas por un denominador común: La venta de servicios de violencia y seguridad demandados por referentes políticos locales y/o dirigentes de la institución. Esta última condición, es lo que a mi entender, establece el límite de diferenciación entre grupos de simpatizantes y barra brava.

(2) El verbo transitivo *pichuleo* (*pichuleada*), es un neologismo utilizado en los países de Argentina, Bolivia y Paraguay, cuyo significado se refiere al acto de regatear mezquinamente en negocio de poca monta. En el contexto local, el significado del mismo ha sido modificado e implica un tipo de comportamiento particular, vinculado con el hecho de obtener dinero u otras mercancías (cigarrillos, bebidas, comidas, entre otras), en forma gratuita y mediante el pedido expreso de quien lo desea.

Comenzaré entonces por la descripción de un conjunto de prácticas que los líderes de la barra brava denominan generalmente como *pichuleada*<sup>(2)</sup>. Esta actividad consiste en una serie interminable de estrategias, destinadas a la obtención de dinero o cualquier otra mercancía considerada de valor por el grupo (alquiler de medios de transporte, banderas, comida, bebidas, entre

otras), mediante el pedido explícito a quienes cuentan con tales recursos. La característica fundamental -y que diferencia esta actividad de otras realizadas por la barra brava- es el carácter gratuito de los recursos que se obtienen mediante la misma. Así pues, en la práctica concreta, si un integrante del grupo obtiene \$5 entregados en forma personal por (x), no existe ninguna razón -implícita o explícita- que determine la devolución del dinero, a lo sumo (x) recibirá un agradecimiento por su aporte monetario y no se hablará más del tema.

Generalmente la *pichuleada* se lleva a cabo durante el transcurso de la semana y con mayor intensidad los días domingos a la mañana (sobre todo horas antes que se inicie el partido de fútbol) y no todos los hinchas que conforman el grupo están abocados a esta actividad, muy por el contrario, se encuentra circunscripta a los líderes de la barra brava.

Si seguimos pasos a paso el accionar de cada uno de los cabecillas en su afán de obtener recursos, y luego volcamos la información en una hoja, obtendremos un gráfico de líneas en diferentes direcciones interconectadas entre sí, al estilo de una gran red de pesca, pero sin forma definida. En este sentido, la noción de red<sup>(3)</sup>, como instrumento de investigación, resulta de suma utilidad para el análisis de las relaciones que establecen los líderes de la barra hacia fuera del grupo, como así también para entender las características que asumen éstos vínculos en torno a la transacción de recursos económicos.

En el análisis de Hannerz (1986), sobre el estudio de Mayer (1966)<sup>(4)</sup>, se plantea la utilización del concepto de red a la manera de (...) “un conjunto de cadenas finitas de relaciones sociales, que se extiende desde un ego y se crean como tales para un propósito particular suyo, aunque cada una de las relaciones particulares incluidas pueda tener su propia existencia aparte de ese propósito. En este último sentido, pueden ser de muy diverso carácter. Algunas pueden basarse en el parentesco, otras pueden ser comerciales, otras más depender de una pertenencia común a una asociación, etc.”

Las variantes relacionales que se gestan a partir de un ego, tal como lo plantea la definición de Hannerz, es el camino que intentaremos recorrer en torno a los vínculos políticos y económicos establecidos por los principales integrantes de la barra brava. Los contactos entre dirigentes políticos y los cabecillas del grupo, pueden unirse en puntos que – en este caso particular- se construyen a través de códigos de negociación entre las partes. Asimismo,

(3) Para un análisis detallado de la noción de red, no solo como instrumento de investigación urbana, sino también como marco teórico-metodológico para el análisis de sistemas sociales complejos, remitirse al trabajo de Ulf Hannerz, 1986.

(4) La investigación de Adrian Mayer (1966), se centra en una campaña electoral en la ciudad de Dewas, en el estado hindú de Madhya Pradesh. El análisis de redes es utilizado en este caso en particular, para demostrar como uno de los candidatos utiliza sus relaciones sociales para conseguir votos.

si nos detenemos en la dirección de cada una de las líneas, nos daremos cuenta de que algunas ellas son más cortas que otras, dado que no todas completan el circuito de contactos entre puntos. Así por ejemplo, (C) puede estar conectado con cinco puntos, mientras (B) solo cuentan con dos y (A) con cuatro.

Iniciaremos el análisis de estas redes de relaciones con el caso de (C), para explicar uno de los tantos mecanismos vinculares entre los cabecillas de la barra y determinados dirigentes políticos, teniendo como referente la *pichuleada*. Durante la semana previa al partido que se jugaba en la cancha de Altos Hornos Zapla (en la ciudad de Palpalá) entre Talleres y el club local, (C) visitó a cinco referentes políticos locales, con el propósito de obtener el dinero suficiente para alquilar un camión que traslade a los integrantes del grupo y otros hinchas, hasta la ciudad de Palpalá<sup>(5)</sup>. Desde el día lunes hasta el viernes, visitó a (H, J, D, G, F). Según (C), tuvo que hacer reiteradas visitas a cada uno de ellos, debido a que -en primera instancia- (H, J, D, G, F) aducían no contar con dinero en efectivo. Este tipo de respuestas de parte de los dirigentes políticos involucrados en la red, se da con suma frecuencia, a tal punto que se ha constituido en la antesala de las negociaciones entre las dos partes interesadas. Así por ejemplo, (C) conoce de antemano la respuesta de (H) y (J), al igual que estos dos saben que (C), volverá a insistir para lograr su cometido. A pesar de lo ridículo que nos parezca esta espera sin sentido, puesto que la mayoría de las veces (H) o (J) terminan aportando el dinero para los integrantes de la barra, este “juego especulativo” se ha constituido en un código que se encuentra en el centro de la negociación y que (C) denomina como: *derecho de piso*.

Nosotros salimos a hacer la típica pichuleada. Encaramos a los tipos viejos, por ejemplo (H) (ex Diputado provincial), y a (J) (Ex concejal) (...) Así es, termina el partido del domingo y para mí comenzaba el otro partido, es decir, desde el lunes ya empezaba a pensar como hacer para sacar la plata (...) A mí no me conocía (J), me empezó a conocer por metido nomás (.....) Yo lo encaraba y le decía: Che, necesitó plata para viajar, somos de la banda del expreso azul (.....) Por supuesto que tuve que pagar derecho de piso, porque primero me decían: Sí, vení mañana a tal hora. Yo iba a esa hora y me decía: no, vení mañana; y así hasta que me daba la plata (.....) Así me empezaron a conocer, pero también influyó mucho (Ch) que me presentó a los dos (H y

(5) La ciudad de Palpalá es cabecera del Departamento homónimo dentro de la Provincia de Jujuy. La distancia entre Ciudad de Perico y Palpalá es de aproximadamente 15 Km. por autopista. Fragmento de la entrevista (Ia), realizada en el mes de octubre del año 2000. En el momento en que se realizó la grabación, (C) es considerado por los integrantes de la barra brava, como uno de los líderes del grupo. De aquí en adelante, las letras en cursivas que contengan la letra (C) al final del párrafo, señalan los fragmentos de la entrevista (Ia).

J) (...) Siempre es así, vos tenes que esperar hasta que ellos te conozcan, es como un código (C).

¿En que consiste entonces el derecho de piso? En la práctica concreta, no es otra cosa que la especulación mediante la cual, se espera obtener información de quien lleva a cabo el pedido -algo parecido a las tensiones interminables que producen los trámites burocráticos del estado -. Si (H) y (J) confirman que (C) debe ser el destinatario del dinero -como de hecho ha ocurrido- entonces, el derecho de piso deja de ser predominante en la relación. Ahora bien ¿En qué se basan (H) y (J) para confirmar que (C) es la persona indicada para depositar el dinero? El relato de (C) es muy claro en éste aspecto, en un principio él mismo reconoce ser un hincha entrometido que pide dinero a determinados referentes políticos locales, sin embargo, llega el momento en el que “empiezan a conocerlo”, y recién allí es cuando recibe el dinero. En éste sentido, constituye un verdadero ritual de paso, mediante el cual (C) accede a la red de relaciones de (H) y (J).

El hecho de ser reconocido por estos referentes políticos, es el punto clave que permite el fin del ritual de paso e introduce a (C) en las negociaciones entre las partes involucradas. Tal reconocimiento se logra concretar sólo a través de dos vías, las cuáles no son expresadas en forma explícita, sino más bien, conforman el conjunto de referencias implícitas que permiten la construcción del código. La primera de ellas consiste en una especie de “prueba de desgaste” a la que se somete (C) ante la falta de respuesta de (H) y (J). Durante el transcurso de la semana, los dirigentes evaluarán, a través de la tensión que provoca la no-resolución de la negociación, hasta que punto (C) estará dispuesto a mantenerse como representante del grupo, bajo la presión que exigen las circunstancias. Si (C) demuestra que realmente es quien influye en la organización de estos hinchas, será aceptado como intermediario -a través del dinero- entre los dirigentes y el grueso del grupo.

La segunda vía se basa, como lo muestra claramente el relato, en la presentación de (ch) (el ex líder de una de las primeras organizaciones de hinchas que tuvo el club), lo cual ha permitido que el ritual se haya consumado en forma definitiva, puesto que ya no se trata de un integrante desconocido de la hinchada de Talleres, por el contrario, se trata de un referente importante de la barra brava -éste es justamente el significado de la presentación en este tipo de negociaciones- que ha sido legitimado por la presencia de (ch), máximo referente de la vieja hinchada del club.

(6) A partir de la segunda fase del Campeonato Argentino B del año 2000, 2001 y hasta junio del 2002, el club Talleres de Perico se enfrentó con equipos de la provincia de Salta, Santiago del Estero, Tucumán, Chaco y Corrientes. Los integrantes de la barra brava, acompañaron al equipo durante los partidos disputados en cada una de estas provincias, y para solventar los gastos de los viajes, organizaron sucesivas rifas con el propósito de recaudar el dinero necesario para la organización de los mismos.

(7) El hecho de compartir un asado entre los integrantes de la barra, horas antes de que se inicie el partido de fútbol, constituye una práctica habitual que se lleva a cabo en las localidades donde el club hace las veces de visitante. Generalmente los viajes organizados por la barra brava incluyen -a la manera de una oferta turística-, el asado y las bebidas para el almuerzo de los hinchas como un atractivo particular que se encuentra incluido en el precio del pasaje, y que de hecho marcan una gran diferencia frente a los otros grupos de simpatizantes, quienes sólo garantizan el viaje de ida y vuelta, por el mismo precio, y sin almuerzo.

Otro de los caminos alternativos para obtener recursos a través de la *pichuleada*, es el que llevan a la práctica (B) y (A). Ambos establecieron relaciones con referentes políticos locales, ex dirigentes del club y propietarios de comercios mayoristas, pero a diferencia de (C), los vínculos no han sido contruidos a partir del aporte de dinero en efectivo, sino más bien a través de donaciones, que luego son utilizadas para organizar las rifas de la barra. Estas se realizan mediante talonarios numerados que contiene el sello del club, en donde se les ofrece a los hinchas, y a la población en general, una serie de premios (carne para asado, bebidas, electrodomésticos) que luego serán rifados días antes del partido de fútbol. El dinero recaudado por la venta de los números, es utilizado para costear los viajes<sup>(6)</sup> de los hinchas que conforman el grupo, comprar bebidas y realizar el tradicional asado<sup>(7)</sup> que precede al partido de fútbol.

Si bien en la venta de los números de la rifa, participaban gran parte de los integrantes de la barra, no todos – al igual que en el caso de (C)- logran obtener las donaciones que permiten la realización de la misma. Así, (B) y (A), constituyen dos casos particulares dentro del grupo. Son reconocidos como dos grandes charlatanes, capaces de engatusar a todo aquel que se niegue a colaborar con la barra. Una de sus argucias más comunes, consiste en establecer contactos con intermediarios que hagan las veces de representantes, frente a los referentes políticos o comerciales más importantes. Así pues, en la red de relaciones establecidas por (B) y (A), se encuentran parientes consanguíneos, parientes políticos, amigos y conocidos, de quienes obtienen el capital necesario para la organización de la rifa.

En el transcurso del trabajo de campo, he podido constatar el funcionamiento de los contactos entre los intermediarios de (B) y (A), como así también los beneficios personales que se pueden obtener de las donaciones gestionadas para la organización de la rifa. Durante el viaje que realicé a la provincia del Chaco, para asistir al partido entre Talleres de Perico y el equipo local (Sarmiento de Chaco) en Resistencia - Chaco, pude dialogar con periodistas deportivos e hinchas allegados a grandes empresas - que incluso exceden el ámbito local - en torno a la capacidad organizativa con la que contaba la barra brava de club, para recaudar el dinero necesario que les permita costearse cerca de 800 kilómetros de viaje. Sorprendentemente, uno de los hinchas (sobrino del propietario de un conocido medio de prensa provincial) confesó que había sido intermediario ante la empresa de su tío, para gestionar la

donación de una cafetera que sería utilizada para la rifa de la barra. Luego se sumó a la conversación un periodista deportivo que -al igual que el hincha- también influyó en el medio de prensa en el que él trabaja, para que colabore con el grupo de hinchas donándoles un electrodoméstico. Coincidentemente, la empresa para la cuál trabaja este mismo periodista, también había donado una cafetera, lo cuál planteaba un serio interrogante, ya que solamente uno de los dos electrodomésticos figuraba en la lista de premios de la rifa. Lo que ambos intermediarios lograban comprender en ese preciso momento, es lo que en realidad ocurre con las donaciones gestionadas por (B) y (A), quienes se queda con una parte de ellas, siempre y cuando se logre cubrir una lista interesante de premios.

La *pichuleada* practicada por estos hinchas, asume una característica particular momentos antes del partido, e incluso en las gradas, durante el transcurso del juego. Como quedó claro en los casos que analizamos en los párrafos anteriores. Los cabecillas del grupo conocen casi a la perfección quienes son los referentes que aportarán dinero, o cualquier otra mercancía. En este último sentido, el caso que analizaré a continuación refleja el tipo de relaciones que se establecen entre los integrantes de la barra brava y determinados referentes políticos, dentro de un espacio singular, en las afueras del estadio -frente a los demás simpatizantes que esperan ingresar a la cancha- y en los pasillos de las tribunas.

En la previa de uno de los partidos disputados por el campeonato liguista en el estadio de La Tablada (San Salvador de Jujuy), (A), divisó la presencia de (L), (diputado provincial) a escasos metros de la boletería visitante del estadio, e inmediatamente incitó a los demás integrantes de la barra para que demuestren -a través de cánticos- el apoyo incondicional del grupo para con (L). A continuación (A), se dirigió a (L) con el propósito de pedirle dinero, a lo que (L) respondió con una palmeada en la espalda de (A) y un billete de \$10. Ahora bien, este tipo de encuentros casuales-acompañados por cánticos que expresan adhesiones personales - no es lo habitual, ya que por lo general la acción de estos hinchas, se realiza sin ningún tipo de rodeos y simplemente se pide el dinero, como ha ocurrido en reiteradas oportunidades con (L), en las gradas y en los pasillos de las tribunas durante los entretiempos. Sin embargo, es justamente en este tipo de situaciones, en donde se refuerzan las fluidas relaciones entre los integrantes de la barra brava y representantes del poder político. Dado que (L) se asume públicamente como “El patrocinador de la

barra brava”, al mismo tiempo que estos hinchas -además de haber conseguido dinero en forma circunstancial- se muestran frente a los otros simpatizantes, como grupo de apoyo de (L).

¿Qué sentido tiene el hecho de definirse públicamente como el grupo que apoya a (L), sólo en determinadas circunstancias, y no siempre que (L) se presente en el Estadio o en cualquier otro evento de carácter público? He aquí la respuesta de (C):

*(...) Te doy un ejemplo, si vos tenes una mina y tenes tu amante. Salís a la calle un día con tu novia y otro día con tu amante, ¿Qué te puede pasar? Algún día te vas a quedar sin el pan y sin la torta. En esto pasa lo mismo, cuando vos estas en una barra no podés hacer política, tenes que andar bien con Dios y con el Diablo; usando a los políticos, en ves de que ellos te usen a vos. (...) Yo lo veo así, si nosotros apoyamos a (L), el (b)<sup>(8)</sup>, seguramente que va ha pensar: “son unos hijos de puta, yo les di esto y lo otro, y ahora lo apoyan a (L)<sup>(9)</sup>”.*

(8) Referente político local que representa una de las más marcadas oposiciones a (L) dentro las internas del Partido Justicialista local.

(9) Referente político local, reconocido por los integrantes de la barra brava como un importante “colaborador” para el grupo.

La idea de que la barra brava, no debe asumir compromisos políticos partidarios más allá del circunstancial apoyo económico de tal o cual referente político, no solo ha sido planteada por (C), sino que forma parte de una de las pautas principales establecidas por el grupo. Así pues, un acontecimiento de adhesión pública (como el descrito en los párrafos anteriores) debe ser entendido como una lealtad circunstancial y sumamente limitada por la repuesta del “otro” (en este caso (L)). Desde este punto de vista, el ejercicio mismo de la pichuleada, se encuentra inmerso en un “juego especulativo de lealtades”, donde cada uno de los jugadores muestran algunas de sus cartas -quizás las más importantes- para demostrarle al “otro” que esta dispuesto a seguir el juego. Pero el pasaje que transcurre desde la especulación, a la concreción de los actos -el final del juego- dependerá de otro mecanismo de negociación, en el cual se define el lugar que ocupará cada uno de los involucrados. Este mecanismo se establece a partir de una práctica concreta que analizaré en el siguiente apartado.

### **El rescate** <sup>(10)</sup>

(10) Originalmente se denomina rescate, a la parte que el intermediario se apropia (rescata para sí mismo) en una operación de compraventa de drogas. Su utilización más común, dentro de éste tipo de negociaciones, se encuentra relacionada con las transacciones de cocaína y marihuana.

Para los líderes de la barra brava, el rescate, es una forma particular de apropiarse de una parte del dinero u otras mercancías consideradas de valor (rescatar para sí mismo), obtenidas a través de negociaciones con referentes políticos, dirigentes y ex dirigentes de la institución.

A diferencia de la *pichuleada*, el rescate se lleva a cabo sin el pedido explícito a quienes poseen los recursos (generalmente dinero y mercancías de valor), por el contrario, su principal condición es la de apropiarse de una parte de los recursos sin previo aviso. Visto desde esta perspectiva, las relaciones entre referentes políticos e institucionales y este grupo de hinchas, pueden ser caracterizados como vínculos exclusivamente económicos, puesto que, lo que posibilita el rescate como actividad real, son los recursos aportados por una de las partes. Sin embargo - como veremos más adelante - tanto la estructura que permite la práctica del rescate y el lenguaje específico (códigos) en el que se construyen las relaciones entre las partes, se encuentran inmersos en una red de puntos que se conectan a través de recursos económicos, pero que sólo se concretan bajo dos situaciones particulares:

- 1) Bajo el implícito reconocimiento por parte de los referentes políticos e institucionales, de que una parte del dinero o mercancía que han aportado por intermedio de él/los cabecillas, al grupo de hinchas, quede en manos de los líderes del grupo.
- 2) Cuando el/los cabecillas del grupo, se queda con una parte del dinero o mercancía (rescatan para sí mismo), se encuentra bajo el compromiso – al menos dentro de los códigos establecidos en forma implícita entre las partes – de responder, tanto él como el grupo al cual representa, a los requerimientos de quienes han aportado los recursos.

En la práctica real, cada una de estas formas relacionales, se encuentra interrelacionados y determinadas por un denominador común, que excede la dimensión meramente económica. Se trata pues, del lugar que ocupan ambos grupos en torno a los recursos económicos, en otras palabras: una de las partes involucradas en la relación es la que posee estos recursos y los distribuye bajo sus criterios, mientras que la otra parte (la barra brava) ofrece sus servicios a cambio de dinero u otros objetos considerados de valor, que son obtenidos a través del rescate. En este sentido, la transacción económica, se encuentra determinada por una relación de poder, basada en la desigualdad en el acceso a los recursos que se cristaliza en el ámbito político partidario local. Espacio en donde los referentes políticos y dirigentes institucionales se disputan por “patrocinar” a la barra brava.

¿Es posible definir este tipo de relaciones como una forma de clientelismo político? ¿Es la barra brava un grupo de clientes políticos? Según Zuckerman

(1986), el término “clientelismo” (al igual que los términos asociados “vínculos patrón – cliente”, “patronazgo”, “alianzas diádicas”), se refiere al agrupamiento social de individuos marcadamente desiguales (llamados patrón – clientes) en “relaciones recíprocas personalizadas”. Tales vínculos, se basan en la lealtad personal, en la obligatoriedad, y en el intercambio de bienes y servicios desiguales (Lemarchand y Legg, 1972). Para Gellner (1986), en cambio, el patronazgo o las relaciones clientelares, si bien se basan en relaciones asimétricas de poder, tienden a formar un sistema amplio de relaciones, que se extienden en el tiempo, lo cual implica no solo una transacción única y aislada.

Si bien las relaciones entre los cabecillas de la barra brava y referentes políticos locales, se construyen en torno al intercambio de recursos y servicios desiguales, que se concretan a través de vínculos interpersonales. La lealtad y la obligatoriedad en este caso en particular, dependen exclusivamente de las inestables negociaciones entre las partes, estableciéndose así, más que una conducta leal, una “lealtad especulativa”<sup>(11)</sup>. Tal comportamiento, se encuentra directamente relacionado con las tensiones internas y luchas de poder dentro del ámbito político local, lo cuál determina que el grado de compromiso (la obligatoriedad) de parte de los cabecillas, se practique solo durante el tiempo en el que se realizan las transacciones entre las partes, es decir, bajo el intercambio de recursos económicos por servicios.

- (11) La lealtad de cualquiera de los cabecillas de la barra brava, para con los referentes políticos que aportan recursos al grupo, puede ser considerado como un comportamiento meramente coyuntural. Así por ejemplo, la lealtad de (C) para con (F) sólo duró mientras (F) gestionó una cantidad importante de entradas gratuitas al estadio para el grupo. Una vez que (F) perdió su poder de decisión en cuanto a los pases gratuitos a la cancha, (C) se puso en contacto con (B), enemigo político de (F), para ofrecerle los servicios del grupo.

La continuidad o la ruptura del vínculo, depende de la demanda política en torno a los servicios ofrecidos por la barra brava. Pero el problema central es que, quienes sustentan económicamente a la misma, se encuentran inmersos en disputas coyunturales y alianzas circunstanciales que se gestan en los intersticios del poder político partidario local. Esto determina que un referente político sea visualizado como tal, por los cabecillas de la barra brava, sólo mientras se mantenga esta enclenque coyuntura. Así pues, en este contexto de negociación, resulta imposible sostener una relación sustentable en términos temporales entre las partes, puesto que quien “patrocina” -al menos circunstancialmente- no constituye nunca una garantía a largo plazo. Por lo tanto, si las relaciones clientelares tienden a formar un sistema amplio de relaciones que se extienden en el tiempo, como ha sido planteado por Gellner. Los lazos que unen a la barra brava y a referentes político local, no pueden ser definidos como clientelismo político. Dado que lo que prima en

(12) Una de las denominaciones más comunes para definir al cliente político en el ámbito local, es la de puntero político. El mismo presenta características particulares que han sido descripta por un ex candidato a la intendencia local (P), por el Partido Justicialista, en una de charlas informales que mantuvimos durante el trabajo de campo. La caracterización del puntero político que describió (P) se basó tanto en las características que debe presentar un puntero político, como la función que éstos mismos cumplen dentro de la estructura del partido. En rigor, según (P), el puntero político debe contar con una extensa red de relaciones, pero sobre todo, debe influir positivamente en todos sus vínculos, es por ello que, generalmente, los dirigentes prefieren aquellas personas que poseen una extensa red de parentesco dentro de cada uno de los barrios o sectores barriales, puesto que los lazos familiares permiten una mayor influencia en las decisiones políticas. En cuanto a su función, el puntero político es el encargado de construir voluntades de voto dentro del barrio, es por ello que es el principal encargado de la organización de reuniones de carácter político partidarias dentro del barrio. Por último, es necesario recalcar que tanto por sus

este tipo de vínculos es, justamente, la inconsistencia de las relaciones en términos temporales.

La categoría que utilizaré aquí para definir a la barra brava en relación con sus patrocinadores económicos es la de: *grupo de choque*. A diferencia del cliente político<sup>(12)</sup>, el grupo de choque actúa solo en determinados ámbitos por los que transitan los dirigentes políticos locales. Los actos políticos partidarios de carácter público, las pegatinas de carteles o pintadas de paredes durante las campañas electorales y los servicios de apriete<sup>(13)</sup> en las contiendas electorales, constituye una de las principales funciones realizadas por un grupo de choque. Puede decirse con seguridad que los cabecillas de la barra brava han participado en forma activa en cada una de estas actividades, y que la remuneración que han percibido por sus funciones se dio bajo la forma de rescate.

El terreno propicio para la construcción de un grupo de choque, debe ser un espacio en donde la violencia física constituya una verdadera mercancía posible de ser adquirida en un mercado económico informal. Y son justamente éstas las condiciones en donde se origina el rescate como principal mecanismos de obtención de recursos de parte de la barra brava. El contexto en el que se desarrolla este mecanismo puede variar en cuanto a las actividades organizadas por los cabecillas de la barra brava, pero siempre se encuentra ligado a los intercambios de recursos económicos por servicios.

La práctica concreta del rescate puede manifestarse, por ejemplo, durante la organización de viajes gestionados por la barra brava, en donde resulta necesario cubrir los gastos que atañen al alquiler de los medios de transporte.

*En un camión con un acoplado llevas 180 monos, calcula que cobrando \$1 por persona, haces \$180, y el camión te cobra \$80; más lo que vos garroneas toda la semana, es decir, con la garroneada, con la plata de (Z) (dirigente político local), ya cubris el camión (\$80). Es decir que, cuando llega el domingo, el camión ya está pagado, pero nosotros les hacemos la cabeza a todos los hinchas que quieren viajar que el camión no está pagado, y todos tienen que pagar \$1. Nosotros somos 15 monos que controlamos quienes suben al camión y quienes no, ahí ya tenés \$180 de rescate, para repartir entre nosotros. Y entonces decimos ¿Qué vamos a hacer? Nos vamos a comer, a tomar un par de vinos, si vos querés podés comprar y fumar, lo que vos quieras (C).*

características, como por la función que cumple, las opiniones de los punteros políticos son consideradas de suma importancia ya que constituyen una especie de “Diagnóstico previo” al acto eleccionario.

(13) El “apriete”, tal como lo denomina uno de los cabecillas de la barra brava, consiste en un serie de amenazas verbales - que pueden desencadenar en contactos físicos violentos – para con dirigentes políticos y/o dirigentes institucionales. Tales intimidaciones se llevan a la práctica mediante el pedido explícito de referentes políticos y/o directivos institucionales, inmersos en la red de relaciones en torno al rescate.

Como queda claro en el relato, la diferencia de dinero que estos hinchas obtienen mediante el rescate, solo es posible si existe un capital económico que permita el alquiler del camión, de lo contrario, todo el dinero que los cabecillas logran juntar entre los pasajeros sería destinado a la paga del transporte. Ahora bien, si dejamos de lado las relaciones que se han construido entre los integrantes de la barra brava y el poder político e institucional, el rescate será entendido como un robo a quienes inocentemente y sin ningún tipo de ambiciones, aportan dinero para apoyar a los integrantes de la barra. De hecho, este tipo de análisis es el que predomina en las conversaciones públicas sobre el tema; generalmente se enfatiza que tal o cual político puso el dinero para el alquiler de camiones y colectivos, o simplemente colaboró con el combustible para el viaje y, a pesar de ello, los integrantes de la barra brava cobran el pasaje a los hinchas que desean viajar. Este tipo de comentarios va construyendo una imagen rufianesca de los integrantes de la barra brava, ya que los muestra ajenos a los “cánones morales” legitimados por la población en general, y dispuestos a “traicionar” incluso a quienes los han ayudado.

Dada las características del estrecho vínculo que une a los cabecillas de la barra, con determinados referentes políticos e institucionales, resulta ilusorio pensar en una relación desinteresada de ambas partes. Lo real es que los cabecillas se quedan con gran parte del dinero que reciben, pero bajo el consentimiento de quienes aportan el recurso económico. Quizás, uno de los casos más significativos sobre las intenciones que subyacen en el rescate, es la que describe (C), en torno a su relación con el director técnico del equipo (M), quien, dados una serie de conflictos internos entre los jugadores del plantel y el cuerpo técnico. Necesitaba del accionar de los líderes de la barra brava para demostrar que su autoridad sobre el plantel, estaba acompañada por el apoyo del grupo de hinchas con mayor autoridad en las gradas.

Los jugadores no lo querían a (M)... Era un tipo que ponía y manejaba guita, nosotros lo apoyábamos, él se pagaba los vinos, se pagaba los asados, igual que (J) en las épocas de elecciones. (M) es un buen tipo, es decir, yo digo que es un buen tipo, porque me daba plata.

*(...) La otra vez, (M) me dio \$70 y después yo le dije: Me diste \$20. Lo cagué con \$50. Él (M) sabe, era un hijo de puta. Sacaba plata y me decía: Toma, anda y dale vino a todos esos negros que están ahí (integrantes de la barra), dale de tomar a todos...*

*Yo, llegaba con la guita y les decía: Tomen changos, vamos a tomar. Les compraba vino tinto, coca cola, soda, y todo..... ¿Quién queda como los dioses en esa situación? Yo. Y yo tengo que hacer que (M) quede como los dioses ¡Ése es el negocio! (C)*

Es en este tipo de pagos a cambios de servicios de apriete, en donde se aclara cuáles son los mecanismos que permiten la existencia del rescate. Del mismo modo que un técnico puede requerir los servicios de apoyo de este grupo de hinchas, determinados referentes del poder político local consideran en forma implícita que, sus aportes en combustible o el dinero destinado al alquiler de los medios de transporte, deben ser retribuidos con acciones concretas de parte de los cabecillas de la barra brava. Sin embargo, en todas las charlas informales y entrevistas que puede realizar con los principales referentes de este grupo de hinchas, no aparece en forma explícita el carácter que esconden las relaciones con determinados dirigentes políticos. El relato de (C), sobre las características que asume el rescate con relación a dirigentes políticos, es quizás el más significativo para analizar los códigos que subyacen en la relación: cabecillas de la barra brava – referentes políticos.

*Ellos (los dirigentes políticos), no te dan a entender que es por el voto o por servicio, no te dicen nada, pero cuando ellos te colaboran, voz ya tenés que saber porque hacen lo que hacen. No lo hacen por que vos te llames (F) o porque yo sea apellido (C) a mí no me conoce nadie (...) Yo conozco el tema, lo conozco bien, ya tuve unos cuantos palos y conocí a un grupo de persona y entiendo. Yo se como se maneja esto, lo bueno, es que te queda un rescate para vos. Siempre te quedan unos manguitos para vos, no mucho, pero por lo menos para tomarse una cerveza (...) No es mucha guita, no es como un rescate de los políticos, que se quedan con \$3000 o \$4000 mangos para su bolsillo, yo estoy hablando de un rescate de \$10, \$5, para tomar algo, y si tenes hambre, para comer (C).*

Mientras los referentes políticos nunca hacen explícita el porqué de sus “colaboraciones”, en el caso de (C), se puede observar que existe una clara visión de cuál es el motivo de los aportes realizados por estos dirigentes, tanto por que en reiteradas oportunidades tuvo que responder a una serie de requerimientos<sup>(14)</sup> a pedido de los mismos, como así también por la oferta de servicios que realiza como uno de los líderes de la barra brava.

(14) “Favores”, como se denomina dentro de los códigos que se establecen en este tipo de relaciones.

*Siempre le dije a (J) ¿Querés que te de una mano?, ¿Querés que lo haga asustar a (H)? ¿Querés que le meta una bomba en su casa? Yo lo hago, no tengo ningún problema... (C).*

En conclusión, se puede decir con seguridad que la barra brava, tal como ha sido analizada en este estudio de caso, constituye un grupo de choque al servicio de determinados referentes de la política partidaria local y dirigentes institucionales. A diferencia de quienes visualizan este tipo de organizaciones de hinchas como “un conjunto de inadaptados sociales de naturaleza violenta”. Lo que he intentado demostrar en estas líneas, es que la violencia física y simbólica, inherente a los procesos de identificación de las hinchadas de fútbol, puede asumir la forma de una mercancía que se adquiere a través de relaciones asimétricas en constante negociación.

Sostengo que este flujo de transacciones de recursos económicos por servicios de violencia, constituyen el eje central mediante el cual se ponen en práctica los procesos de categorización e identificación grupal (Jenkins, 1996), contruidos en y a través de estas relaciones de poder. Así pues, la existencia misma de la barra brava como grupo, al menos en este caso en particular, solo tiene sentido bajo la demanda de quienes la conciben como tal y la sustentan económicamente como grupo de choque.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bromberger, Christian. *Football, la bagatelle la plus sérieuse du monde*. Bayard; París, 1998.
- Dirección Provincial de Estadísticas y Censos de Jujuy (DIPEC). *Censo 2001*. Argentina.
- Ferreiro Juan Pablo, Brailovsky Sofía y Blanco Elisa. *Identidad y Poder en el fútbol: Algunas reflexiones a partir de la experiencia jujeña en Peligro de Gol*. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina; Buenos Aires, 2000. pp 169-186.
- Gellner E. *Patronos y clientes*. Editorial Jucar; Madrid, 1986.
- Hannerz U. *Exploración de la ciudad. Hacia una antropología urbana*. Fondo de Cultura Económica; México, 1986.
- Jenkins R. *Social Identity*. Routledge; London, 1996.

Mayer C. Adrian. La importancia de los cuasi-grupos en el estudio de las sociedades complejas, en *Antropología de las sociedades complejas*. Editorial Alianza; Madrid, 1996.

Zuckerman A. Las políticas de clientela en Italia. Patronos y Clientes en las sociedades Mediterráneas. Editorial Jucar; Madrid, 1986.