

Fútbol, violencia y política en la Argentina: ética, estética y retórica del *aguante*¹

Dr. Pablo Alabarces

UBA/CONICET (Argentina)-palabarces@mail.fsoc.uba.ar

*Aguantar hasta morir*²

El *aguante* es un término aparecido en la cultura futbolística argentina hacia comienzos de los '80. Etimológicamente, la explicación es simple: *aguantar* remite a *ser soporte*, a *apoyar*, a *ser solidario*. De allí que aparezca inicialmente como *hacer el aguante*: esa expresión denominaba el apoyo que grupos periféricos o hinchadas amigas brindaban en enfrentamientos específicos. Y así, en la cultura futbolística de los últimos diez años comienza a cargarse de significados muy duros, decididamente vinculados con la puesta en acción del cuerpo. *Aguantar es poner el cuerpo*. Básicamente, en la violencia física. Extendidamente, una versión *light* nos indicaría que el cuerpo puede *ponerse* de muchas maneras: por ejemplo, alentando incesantemente, yendo a la cancha de local o visitante, soportando las incomodidades más absurdas, *aguantando* –he aquí su uso inocente– la lluvia, el frío, el calor. En todos los casos, el cuerpo aparece como protagonista: *no se aguanta si no aparece el cuerpo soportando un daño*, sea él golpes, heridas, o más simplemente condiciones agresivas contra los sentidos –afonías, resfríos, insolaciones.

Pero en las definiciones de los hinchas, la violencia física –no la violencia simbólica que consiste en anunciarle al otro la amenaza de violencia– es el sentido dominante del *aguante*.

Entonces el *aguante* es demostrarle al otro que *vos tenés huevos* y que *te la bancás*, que *sos macho*. Vos venís con tu bandera y uno te la quiere robar para tener un trofeo de guerra, y es como que te arranquen un pedazo de vida, *de cuerpo*. Entonces te agarrás a piñas o a tiros, a piedras, a lo que sea para que eso que te pertenece siga perteneciéndote. Y lo mismo cuando es a la inversa, cuando ves a alguien con algo de otro equipo y vos se lo querés robar, y el *aguante* está en defender lo tuyo (testimonio).

El testimonio sostiene la visión de la violencia como una práctica que no sólo no puede ser rechazada, sino que, por el contrario, es legítima, tiene mucho que ver con el honor, y es hasta obligatoria. Porque organiza el colectivo *hinchada*: porque la hinchada no puede dejar de tener *aguante*.

El *aguante* se transforma así, en los últimos años, en una *retórica*, una *estética* y una *ética*. Es una *retórica* porque se estructura como un lenguaje, como una serie de metáforas, y hasta titula un programa de televisión. Es una *estética* porque se piensa como una forma de belleza, como una estética plebeya basada en un tipo de cuerpos radicalmente distintos de los hegemónicos y aceptados, de los que aparecen en la televisión o en la tapa de las revistas: cuerpos gordos, grandotes, donde las cicatrices son emblemas y orgullos. Una estética que tiene mucho también de carnavalesco, en el despliegue de disfraces, pinturas, banderas y fuegos artificiales.

Y es una *ética*, porque el aguante es ante todo una categoría *moral*, una forma de entender el mundo, de dividirlo en amigos y enemigos cuya diferencia puede saldarse con la muerte. Una ética donde la violencia, como dijimos, no está penada, sino recomendada.

Porque el aguante es una forma de nombrar el código de honor que organiza el colectivo *hinchada* y muchas de sus prácticas: esa defensa del honor implica, como en las culturas más antiguas, el combate, el duelo, la venganza. Es un juego absolutamente regulado, donde al honor mancillado le corresponde el lavado de la afrenta. Al *trapo* (la bandera) robado, su recuperación o la venganza. Es un mundo donde la justicia no existe, porque está afuera, porque no interviene, o porque no es justa –porque los hinchas son argentinos, y sufren constantemente la idea de una justicia para ladrones de gallinas: entonces, debe reponerse por mano propia, con *más aguante*.

El aguante significa, entonces, una *orientación hacia el otro*. El aguante no puede ser individual, es colectivo, pero tampoco puede ser pura *identidad*: precisa de un otro, se exhibe frente al otro, se compite con el otro para ver quién tiene más aguante. Las hinchadas establecen un juego permanente, una suerte de campeonato imaginario del aguante, donde el ranking se mueve todos los días –todas las fechas.

Cuerpos masculinos

Las hinchadas poseen un modelo corporal masculino distinto de lo *recomendado* socialmente. Los miembros de la *hinchada* poseen un modelo anatómico de cuerpo masculino relacionado con lo grande y lo natural. Para ellos las personas cuya anatomía es grande poseen más *aguante* que los sujetos que poseen un cuerpo pequeño; los “grosos”, aquellos cuya anatomía los favorece, tienen más chance de triunfar en una pelea ya que sus físicos los protegen. *Grosos* es el término que los hinchas usan para referirse a aquellos sujetos cuya anatomía es grande, con un “buen lomo”. Asimismo, el modelo del *gordo* es entre los hinchas un modelo legítimo, ya que éstos tienen más *aguante*. Tendríamos que aclarar que para los hinchas los sujetos anatómicamente mejor preparados para la lucha no son aquellos que tienen grandes cuerpos trabajados en el gimnasio sino aquel sujeto que supera el peso normal. El gordo es para los hinchas el sujeto mejor preparado para la lucha callejera. Estos cuerpos, como adelanté, son cuerpos no-hegemónicos: participan de una estética distinta que la dominante, basada por el contrario en la anorexia o en el gimnasio.

Pero siempre hablamos de cuerpos masculinos, nunca de femeninos. Las mujeres también pueden *aguantar*, si forman parte del colectivo. Y esto es cada vez más usual. Las hinchadas tienen entre sus miembros cada vez más mujeres, que se presentan y asumen como militantes. Pero ese aguante tiene un límite, que es el enfrentamiento: allí, los *huevos* dejan de ser simbólicos, metonimia de la masculinidad, para transformarse en masculinidad lisa y llana.

El fútbol es un mundo organizado de manera polar: de un lado están los *machos*, del otro los *no-machos*. Pero éstos no son las mujeres, porque ellas no cuentan en este orden simbólico: los *no-machos* son aquellos que no son adultos –*hijos nuestros*– o son homosexuales –*putos*. Este orden implica, además de una homofobia recalcitrante, la organización de una retórica, donde humillar al otro consiste, básicamente, en penetrarlo por vía anal: *los cogimos/les rompimos el culo*. Esto da lugar a juegos divertidísimos: son *machos* que afirman su masculinidad manteniendo relaciones homosexuales (simbólicas). Pero eso sí: siempre activos.

Las mujeres hinchas, en este cuadro, no pueden marcar un lugar diferenciado: reclaman su aguante, pero sin que se les permita el enfrentamiento –salvo contadas excepciones. Y hablan una lengua masculina: la retórica del aguante. Eso las lleva a amenazar, en sus cánticos, con *romper el culo* de sus rivales –despreocupadas de la ausencia del falo.

Lo cierto es que entonces, esa *estética aguantadora* exige que los cuerpos –insisto: masculinos– también ostenten cicatrices y marcas: porque testimonian la participación en los combates y en consecuencia una masculinidad legítima de los luchadores. La memoria del combate es tan importante como el combate mismo: y su relato debe sostenerse en la marca como prueba indiscutible, aquello que no puede ser refutado porque está inscripto en el propio cuerpo. Es que además, cosa de hombres, la lucha debe ser *mano a mano* (cuerpo a cuerpo), sin mediaciones: la piedra pone distancias que deben ser superadas, y el arma de fuego es cosa de *putos*. Esto implica también movimientos: el cuerpo *debe ir hacia delante*, porque si retrocede ha perdido la lucha. *Correr* es el grado máximo de la afrenta.

En esa línea, el consumo de alcohol y drogas también tiene carácter expresivo. Lejos de un uso anormal e irracional, el consumo de sustancias alteradoras de conciencia –el efecto que une al alcohol y la droga– tiene una racionalidad minuciosa. Cuando se planifica una invasión al territorio del otro, por ejemplo, el consumo se restringe, porque se precisa un grado mayor de alerta en el territorio enemigo. Por otro lado, el consumo se defiende masivamente, porque significa resistir, alternativizar el mundo *careta* (hipócrita) de los *chetos* (ampliamente, burgueses): es decir, un mundo de “formalidad burguesa” que sin embargo no se piensa en términos políticos ni estrictamente económicos –lo que sería político–, sino vagamente culturales. Esto es lo que está detrás del inmenso prestigio de Maradona: el consumo de Maradona era visto como alternativa cultural, no como ventaja deportiva. En todas las tribunas se consume masivamente marihuana, en menor medida cocaína, y de manera peligrosa mezclas explosivas de psicotrópicos con alcohol (algún testimonio de los hinchas insiste en que los mismos policías no le van en zaga: “vienen zarpados a la cancha”). El consumo en las tribunas es un consumo de masas: incluso aquellos que no consumen, lo defienden en los cánticos.

Y al mismo tiempo, el consumo de drogas y alcohol también organiza la masculinidad. El límite en el consumo diferencia al hombre del no-hombre; también se diferencia de los actores que no usan drogas. Para los miembros de la hinchada el cuerpo masculino se caracteriza por su resistencia; por lo tanto, para ser considerados hombres deben soportar el uso y abuso de aquellas sustancias que alteran los estados de conciencia. Aquellos hinchas que se emborrachan bebiendo unos pocos tragos son considerados por sus compañeros como “flojos” o “blanditos”. Éstos se distinguen de los “hombres verdaderos”, aquellos sujetos “duros” cuya capacidad para beber grandes cantidades de bebidas alcohólicas les permite ser considerados como hombres. En relación con el consumo, ser hombre refiere a consumir sin “arruinarse”; por esto es común escuchar “no bebas o no te drogues *si no sos macho*”. La desmesurada utilización de drogas y bebidas alcohólicas produce un efecto en los hinchas; el no-hombre no tiene el cuerpo preparado para resistir, los hinchas se burlan de los compañeros que pierden la consciencia rápidamente. En cambio, ven bien a aquellos sujetos que están “re locos” o de “la cabeza” por haber consumido grandes cantidades de alcohol o drogas. Las adicciones funcionan como “signo de prestigio” porque ubican al adicto en un mundo masculino.

Estas interpretaciones se conjugan con la visión del dolor: la exhibición del dolor implicaría que el cuerpo no resiste. En el intento de testimoniar la posesión del *aguante*, de la masculinidad

legítima, los hinchas no manifiestan dolor. Al probar su fortaleza y tolerancia al dolor prueban su masculinidad ya que, como planteamos anteriormente, “*solo los machos se la aguantan*”. Su modelo de cuerpo masculino se diferencia de otros cuerpos sociales por su resistencia al dolor; “el resistir” es una de las representaciones que distingue a los hinchas. La práctica de resistencia al dolor debe ser relacionada con la concepción que el imaginario social otorga a los integrantes de los sectores populares: una capacidad para soportar el dolor basada en el trabajo pesado y la experiencia en la lucha, un cuerpo *duro* porque es soporte del trabajo manual y la violencia cotidiana.

Algo de todo esto, claro, es parte de un universo compartido con el rock –esa zona que habla del consumo de drogas y alcohol como puro aguante y puro desborde, violación de la formalidad burguesa y del mundo *careta*. Pero también con la *cumbia villera*, la música predilecta de las clases populares urbanas, que diseña un orden de cosas doblemente polar: masculino, de un machismo desbordante; y *popular*, o mejor dicho, *anti-cheto*. Esto lleva a que para muchas hinchadas, a pesar del racismo y la xenofobia intolerables que se disemina contra otras, la reivindicación de una condición de *villeros*³ se considere señal positiva: ser villero deja de significar el estigma, la marginación, y se vuelve pura positividad. Porque ser villero, en este paradigma, es sucesivamente tener más aguante, no ser cheto y ser más macho.

Contextos de interpretación: qué difícil que es ser hincha

Este relato pavoroso señala que se trata de toda una cultura organizada para otorgar sentido y legitimidad a las prácticas violentas. Y que responde a contextos más amplios, que debo reponer para completar la interpretación. Voy a retomar para eso algunas afirmaciones respecto de las identidades futbolísticas y sus contextos culturales.⁴

El fútbol argentino no es hoy un espacio *popular*, en tanto implica transversalmente, estadística y simbólicamente, a todas las clases, aunque con un leve predominio de los sectores medios y medio-bajos. Imaginariamente –en sus relatos, en sus mitos, en el periodismo, en sus representaciones–, el fútbol se dirigía a los públicos populares. El fútbol era, en consecuencia, un espacio de afirmación de identidad masculina y *popular*, aún dentro de la vaguedad de la alianza populista establecida por el peronismo antes que a una definición de clase (*obrero*). El fútbol era visto hasta fines de los años 80, desde las instituciones escolares o por los intelectuales, como pura manipulación de sectores culturalmente menos dotados. Y claro, no era un camino de ascenso social legítimo: para eso estaba la escuela y la Universidad. El ascenso mediante el fútbol era *cosa de pobres*.

Pero en los últimos 15 años, este panorama fue transformándose agudamente. La cultura futbolística argentina es hoy una cultura fundamentalmente televisiva, que practica una expansión simbólica y material; simbólica, en su captación infinita de públicos, en su construcción de un país futbolizado sin límites; material, en el crecimiento de su facturación –directa o indirecta, mediática o de *merchandising*– y en el aumento de los capitales involucrados –desde la compra-venta de jugadores hasta las inversiones publicitarias y televisivas.

A estos cambios se le suma el constante intercambio de jugadores, desde los equipos más modestos a los llamados “grandes”, y desde éstos hacia el fútbol europeo o los “nuevos mercados”. La continuidad tradicional de un jugador en un mismo equipo durante un lapso prolongado de tiempo ha desaparecido: al poco tiempo de su aparición, es vendido a un

comprador que asegure beneficios para todas las partes –excepto para los hinchas. En la etapa clásica del fútbol argentino, los ejes fuertes de la identidad de un equipo eran los espacios (los estadios), los colores y sus jugadores-símbolo; hoy, por los cambios constantes en la esponsorización de las camisetas, que alteran sus diseños, y por los flujos incesantes de las ventas de jugadores, el establecimiento de lazos de identidad a partir de estos ejes está debilitado. Los jugadores, asimismo, están atravesados por la lógica del espectáculo: son nuevos miembros del *jet-set* local, inundan las pantallas, los avisos publicitarios; se transforman en símbolos eróticos, se ven sujetos al asalto sexual. La relación del jugador con el hincha alcanza así su máxima distancia.

Consecuentemente, esto implica cambios en la cosmovisión de los hinchas. Las hinchadas se perciben a sí mismas como el único custodio de la identidad; como el único actor que no produce ganancias económicas, pero que produce ganancias simbólicas y pasionales; frente a la maximización del beneficio monetario, las hinchadas sólo pueden proponer la defensa de su beneficio de pasiones, de su producción de sentimientos “puros”.

La continuidad de los datos que garantizan la identidad de un equipo aparece depositada en los hinchas, los únicos fieles “a los colores”, frente a jugadores “traidores”, a dirigentes guiados por el interés económico personal, a empresarios televisivos ocupados en maximizar la ganancia, a periodistas corruptos involucrados en negocios de transferencias. Las hinchadas despliegan, en consecuencia, una autopercepción que agiganta sus obligaciones militantes: ir a la cancha no es únicamente el cumplimiento de un rito semanal. Por un lado, por la persistencia del mito, de la ilusión mágica: todo hincha supone –sabe– que ir a la cancha incide en el resultado. Por el otro: que esa identidad permanezca viva, que no muera en medio de los “negocios”, depende, exclusivamente, de ese incesante concurrir a la cancha, para afirmar la continuidad del pacto pasional.

De los hinchas –de cómo se imaginan a sí mismos– depende también una *política de la identidad*. La sociedad argentina, como todas las sociedades contemporáneas, ha sufrido una crisis aguda de las identidades, de las maneras cómo sus ciudadanos se imaginaban dentro de colectivos. Modernamente, las opciones eran variadas e inclusive podían superponerse. La crisis de los grandes relatos que caracteriza a la llamada posmodernidad puede leerse cotidianamente en lo difícil que resulta afirmar alguna identidad. Peor aún, cuando la propia noción de ciudadanía ha entrado en crisis, y las grandes tradiciones de inclusión ciudadana se convierten en las duras políticas de exclusión social.

Entonces, parece quedar una sola posibilidad. Es fácil, pide apenas una inversión de pasión, es cálida, permite tener una gran cantidad de compañeros que no preguntan de dónde viene uno: ser hincha de fútbol. El problema es doble: por un lado, que estas identidades no son ni pueden ser políticas y entonces implican que la discusión por la inclusión y la ciudadanía se diluye en esta ciudadanía menor, confortable y mentirosa. El otro, mucho más grave, es que estas identidades son radicales: existen sólo frente a otra identidad que le sirva de oposición, el adversario, al que se le debe ganar. Y cuando la identidad futbolística queda tan aislada, sin otra opción que ella misma para afirmarse como sujeto social –y para colmo, en un deporte, lo que implica continuamente la competencia–, el adversario se transforma en enemigo, porque su victoria implica mi derrota. De allí, dos síntomas: primero, el que describí más arriba, el aguante como ética. El segundo, ese grito pavoroso que puebla los estadios argentinos, pero también las pantallas y las páginas: *no existís*.

No existís, el grito de guerra que acompaña al *aguante*, es otra de las marcas que podemos asentar en el debe de la dictadura militar. Negar la existencia del otro, lejos del contrato tolerante de una sociedad democrática, implica aceptar que el otro puede, simplemente, *desaparecer*, ser suprimido; o lo que es peor, *que debe ser suprimido*. Esto, claro, es contrario a un dato básico de la cultura futbolística, que exige un otro permanentemente: cuando el equipo rival se va al descenso, los hinchas festejan, pero también ansían su retorno, porque su presencia es garantía de la propia identidad. Pero además, que el *no existís* sea tan aceptado y practicado, sin ninguna crítica o autocritica, nos habla de un contexto donde la muerte del otro es legítima. Si el otro *no existe*, hacer que *deje de existir* de una vez por todas no está tan mal.

Asimismo, esta centralidad de la identidad futbolística –mejor, esa centralidad en el relato de la identidad autopercebida por los hinchas– es recuperada por los medios. La narración periodística del fútbol deja de ser un espectáculo deportivo *enmarcado* por una gran cantidad de público; hoy los hinchas agigantan su protagonismo en el relato, en la televisación de sus carnavales o en el relato de sus acciones. Las publicidades muestran constantemente situaciones donde *ser hincha* no es sólo legítimo: es la única posibilidad, aunque los hinchas puestos en escena sean miembros de una clase media que en otros tiempos reservaba el *hinchismo* a la vida privada, al tiempo de ocio. Este fenómeno es contemporáneo a la aparición en otros países de las narrativas ficcionales o biográficas orientadas hacia los hinchas: en Inglaterra, por ejemplo, aparece con la primera novela de Nick Hornby, *Fiebre en las gradas*, simplemente limitada a narrar las andanzas de Hornby como hincha del Arsenal. En el caso argentino, esto puede leerse como una nueva señal de una ausencia: la desaparición del héroe deportivo –una vez más: Maradona– y la imposibilidad de su reemplazo. O su reemplazo falso por un héroe colectivo, descentrado, que se comporta como el guión del espectáculo espera de él y que además no cobra cachet. El problema, claro, es cuando no se comporta como es debido.

¿Y cómo esperar mesura en su comportamiento, cuando de ser hincha dependen tantas cosas? Una tarea ímproba, desbordada, insalubre: el futuro del club, de la patria y del fútbol todo depende de ellos. De su *aguante*.

Qué es (y qué no) la violencia en el fútbol

Lo que quise argumentar hasta aquí es que la violencia responde a un cuadro terriblemente complejo. La cultura futbolística argentina se ha transformado en un espacio donde la violencia se vuelve un estilo, un modo de actuar, una forma de entender la vida y de marcar la relación con el mundo. Un estilo, vale la pena recordarlo, que no se limita a los *pobres*, vieja trampa del pensamiento fácil, que estigmatiza colocando a las clases populares en el lugar del violento y del inadaptado. La explicación que condena a los *jóvenes rudos de la clase obrera* se transforma rápidamente, en el mundo del racismo de clase argentino, en *cosa de negros*. Esa explicación –o más bien, esa interpretación interesada, y fácilmente rebatible– se basa en una pretendida “mayor violencia” de las clases populares. La historia argentina demuestra, sin embargo, que las clases dirigentes han sido pertinazmente más violentas que las clases populares.

La gran apuesta es, entonces, entender integralmente la violencia, en todas sus dimensiones e implicancias. Sintetizo las más importantes:

- La violencia como cotidianeidad: porque la violencia es un marco de la vida cotidiana y a la vez un dato omnipresente, permanente. Desde el nivel macro, el que nos habla de la violencia que

estructura las relaciones sociales –las jerarquías, la dominación, la economía– hasta la violencia que sufren todos los días las clases populares y medias urbanas. Esto no remite, claro, al mito de la inseguridad urbana: sino a la violencia policial, a las condiciones deterioradas de vida, de educación, de salud, a la violencia familiar, al racismo, a la xenofobia.

- La violencia como adrenalina: en las sociedades contemporáneas la violencia también es pura droga –mejor que las sintéticas–, es alteración de un orden que se rechaza porque no se percibe ningún beneficio, es pura excitación y puro deseo. Y como buena droga, el practicante se vuelve adicto.
- La violencia como construcción de colectivos: porque en una sociedad que ve deterioradas sus relaciones como comunidad, el diálogo, el intercambio, la generación de memorias y proyectos comunes –el juego del pasado y el futuro que toda sociedad precisa–, crece el *contacto corporal* como garantía de la existencia de la colectividad. Una sociedad necesita de una imaginación común, para pensarse como tal; nuestros jóvenes, concientes de que esa imaginación está quebrada, prefieren *tocarse*, para garantizar con sus cuerpos –materiales, reales– la existencia de ese grupo. De allí surge la práctica conocida como *pogo* –los cuerpos chocando en el recital o en el estadio. Y el paso siguiente, es unirse para estrellar sus cuerpos contra otros cuerpos “enemigos” en el combate, en el riesgo. Eso genera la ilusión de una comunidad de iguales, horizontal: todos comparten el uso del cuerpo. Y es una ilusión poderosa.
- La violencia como construcción de poder (local, territorial, micro: pero también macro, como la dictadura demostró): este rasgo nos habla, nuevamente, de una sociedad que no cree en las construcciones democráticas, meritocráticas. Desde la dictadura la violencia se ha transformado en un vehículo para la acumulación de poder. La tolerancia y la convivencia se han convertido en intolerancia, autoritarismo, en ejercicios de demostración de que *tengo más poder que el otro*. La violencia, entonces, permite acumular y ejercer ese poder.
- La violencia como visibilidad: *hacerse ver*. ¿Ante quién? Una primera respuesta, que me convencía en un tiempo y de la que ahora dudo: ante el resto de la sociedad, ante aquellos que califican de inadaptados, ante aquellos que excluyen. Es lo que varios autores proponen en el caso europeo. Hoy afirmaré más modestamente: la violencia sirve para hacerse ver por los otros (las hinchadas contrarias o los propios hinchas *no-violentos*) y los propios: *peleo, luego existo*. En ambos casos, la conclusión es la misma: la violencia garantiza visibilidad.

Esta acumulación de dimensiones de la violencia, tal como aparece en el fútbol, nos lleva a un dilema: la pregunta real no debiera ser ¿por qué hay violencia?, sino más bien ¿por qué no hay más?

Y, aunque subalterna –porque sus protagonistas son fundamentalmente de las clases medias, medias-bajas y bajas; es decir, las clases subalternas de toda sociedad–, la violencia futbolística no es una resistencia política. Cuando las barras amenazan a un jugador a cambio de unos pesos de los dirigentes –o más ampliamente: como parte de un complejo sistema de dádivas– simplemente reproducen un orden existente, de injusticia y de violencia cotidiana, la ley del más fuerte del capitalismo rebajada a oportunismo barrial. Cuando dos hinchadas pactan un encuentro para dirimir rencillas o se enfrentan en una emboscada, se limitan al desborde de su adrenalina y a la afirmación de un machismo de la peor especie. La politización no aparece ni siquiera en el

enfrentamiento con la policía: porque no *combaten contra el Estado*, sino contra otra hinchada, aunque legalmente armada.

Pero la violencia en el fútbol tiene aristas políticas. Por un lado, la idea de que las *hinchadas* no son perseguidas y condenadas por sus conductas delictivas, sino por afirmar la normalidad de esta conducta, de que *aguantar está bien*, proponiendo la existencia de marcos morales alternativos, distintos de los hegemónicos. No se convierten en un dispositivo contra-hegemónico ni resistente; además, no se puede construir una sociedad sobre el aguante como norma social. Pero al marcar la divergencia, al insistir sobre la existencia de discursos hipócritas, las hinchadas señalan que la vida política y cultural argentina es una inmensa mentira: básicamente, la que habla de una sociedad democrática y civilizada que, sin embargo, desde hace años se dedica a matar a sus hijos.

Notas:

¹ Esta investigación es financiada por la ANPCYT, la UBA y el CONICET (Argentina).

² Las mayoría de las afirmaciones de este trabajo están basadas en la investigación publicada recientemente en Alabarces, Pablo et al.: *Hinchadas*, Buenos Aires, 2005.

³ En castellano rioplatense, habitantes de las villas miseria, los barrios precarios y marginales.

⁴ Hago referencia a Alabarces, Pablo: *Fútbol y Patria. El fútbol y las narrativas nacionales en la Argentina*, Buenos Aires, 2002.