Intersectando prácticas y representaciones: mujeres en el fútbol argentino	Titulo
Rodríguez, María Graciela - Autor/a Conde, Mariana - Autor/a	Autor(es)
Buenos Aires	Lugar
Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA	Editorial/Editor
2002	Fecha
Documentos de Jóvenes Investigadores no. 1	Colección
Imaginario; Medios de comunicación; Fútbol; Representaciones sociales; Mujeres; Género; Deportes; Argentina;	Temas
Doc. de trabajo / Informes	Tipo de documento
http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Argentina/iigg-uba/20110311045638/ji1.pdf	URL
Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.0 Genérica http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.es	Licencia

Segui buscando en la Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO

http://biblioteca.clacso.edu.ar

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)

Conselho Latino-americano de Ciências Sociais (CLACSO)

Latin American Council of Social Sciences (CLACSO)

www.clacso.edu.ar

CLACSO

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
Conselho Latino-americano de Ciências Sociais
Latin American Council of Social Sciences

Documentos de Jóvenes Investigadores

n° 1

Intersectando prácticas y representaciones: mujeres en el fútbol argentino

Mariana Conde
María Graciela Rodríguez

Agosto de 2002

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES GINO GERMANI
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
ARGENTINA

Los DOCUMENTOS DE JÓVENES INVESTIGADORES son elaboraciones de becarios o auxiliares del Instituto. Previo a su publicación, estos documentos son evaluados por dos especialistas en el tema.

Asesora Editorial: Mabel Kolesas

Gráfica: Ana Piaggio

ISBN 950-29-0699-3

Fecha: Agosto de 2002

Instituto de Investigaciones Gino Germani
Facultad de Ciencias Sociales. UBA
Uriburu 950, 6° piso
(C1114AAB) Buenos Aires. Argentina
Teléfono: (5411) 4508-3815; Fax: (5411) 4508-3822
e-mail: iigg@mail.fsoc.uba.ar
Centro de Documentación e Información
e-mail: cdi@mail.fsoc.uba.ar
http://www.fsoc.uba.ar

Resumen

La creciente aparición de representaciones femeninas en las superficies de los medios se envuelve en un imperialismo de género que busca expandir mercados. Pero como imaginario, este relato trabaja sobre la feminización del fútbol, sobre el aumento de la práctica de asistencia de las mujeres a los estadios. Este artículo indaga sobre ambos ejes, entendiendo que el segundo resulta metodológicamente necesario para poder comprender cómo se articulan socialmente los sentidos que circulan por los mass media.

Abstract

The increase in female representations within media discourse on football is attached to a kind of gender imperialism in search of expanding markets. However, as an imaginary, this narration works not only on the feminisation of football but also on the increase in female attendance at games. This article examines both these aspects, as we find that the second proves to be methodologically necessary to understand how mass media meanings are socially articulated.

Mariana Conde

Lic. en Ciencias de la Comunicación, UBA; Magister en Sociología de la Cultura, UNSAM; Doctoranda en Filosofía y Letras, UBA y Ciencias Sociales, UBA. Fue becaria CLACSO–Asdi (2000-2001) y becaria UBACyT (2003), y actualmente es Becaria Doctoral CONICET (2003). Es auxiliar docente en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, FCS-UBA.

María Graciela Rodríguez

Doctoranda en Ciencias Sociales, Magister en Sociologia de la Cultura (UNSAM) y Lic. en Ciencias de la Comunicación (UBA). Fue becaria del CONICET en la categoría Becaria de Posgrado Interna y actualmente dirige su segundo proyecto UBACyT. Ha publicado 2 libros, ambos en co-autoría y múltiples artículos y capítulos en libros y journals, incluyendo 4 en publicaciones extranjeras y 2 de ellos con referato internacional, todos sobre temáticas relativas a la cultura popular. Desde 2002 se desempeña como Adjunta en la Carrera de Ciencias de la Comunicación, FCS–UBA.

Índice

Introducción	**1**
La historia del fútbol en clave de género	**2**
El *ethos* masculino	**4**
La educación sentimental de los varones	**5**
Acerca de las mujeres: pasión y saber en el imaginario futbolístico	**7**
Prácticas jóvenes	**19**
El hinchismo como lógica de las representaciones	**21**
Intersecciones: prácticas–experiencias y representaciones	**25**
Conclusiones	**29**
Bibliografía	**32**

Introducción

Este trabajo es, de algún modo, una instancia de cierre. Y lo es, especialmente, porque conjuga y lee de manera cruzada los datos y las preguntas que reunimos en más de cinco años de investigaciones sobre la mujer en el fútbol argentino.

Esa investigación fue financiada por el Proyecto UBACyT (2001-2002) "Fútbol y 'aguante': imaginario masculino y cuerpo popular", cuyo director fue Pablo Alabarces, con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA).

Se trataba (todavía hoy lo es) de un tema prácticamente inexplorado, de una combinación de elementos que, en principio, semejan excluirse mutuamente. No tanto porque las mujeres no son, ni fueron, habitantes comunes de las canchas, hinchas de algún club, conocedoras de pasados y futuros de sus colores, incluso jugadoras hábiles y dotadas. Sino porque esas cualidades, cada vez que se dieron, convocaron el asombro y la reverencia general por excepcionales.

Eran la excepción que confirma/ba la regla: las mujeres eran/son actores externos del drama futbolístico porque el fútbol es/era una arena masculina. De tal modo que el objeto de investigación, la construcción de ese objeto de investigación, requería una ubicación periférica porque se ubicaba en los bordes (de lo pensable, de lo establecido), de manera semejante a como las practicantes entrevistadas se ubican en los bordes (de las tribunas). Lo que obliga a pensar(se) transgrediendo fronteras.

La primera: que ese mundo de varones no implica una expulsión violenta del campo, que las identidades femeninas se construyen complejamente, algunas veces subordinadamente y otras no, en relación a diferentes ejes problemáticos y significativos.

Esta misma heteronomía nos condujo a la elección del método de abordaje. Mientras que el análisis de una empiria compuesta exclusivamente por representaciones de los medios de comunicación nos hubiera obligado a centrar la mirada en los procesos *desde arriba*, en los modos en que se constituyen los sentidos dominantes del mundo; el análisis de las prácticas y de los discursos que sobre ellas tienen las actoras (obtenidos por medio de entrevista en profundidad) habría significado desatender a una instancia que consideramos particularmente significativa en la producción y reproducción de los sentidos del orden social de género, la instancia mediática.

De allí que pensemos en intersecciones: las que permiten las prácticas (y las experiencias de esas prácticas) y las representaciones de los mismos acontecimientos y de los mismos sujetos. Entendemos que esas zonas que quedan iluminadas de los trayectos oscuros de unas y otras nos muestran la tensión que articula (a) la cultura. Y, por lo mismo, nos cuentan mucho sobre su capacidad inclusiva o no. Un dato no menor para quienes, como nosotras, provenimos de los estudios sobre cultura/s popular/es.

La historia del fútbol en clave de género

El fútbol formó parte de la agenda de los juegos populares medievales, y en él intervenían mujeres, niños y varones, con reglas orales poco precisas (los jugadores, por ejemplo podían cambiar de equipo en mitad del juego según Mandell, 1986) y establecidas localmente. No tenía un número limitado de jugadores, ni un tiempo de duración estipulado y sufría desenlaces generalmente violentos: la práctica terminaba habitualmente con gran cantidad de heridos, de allí que fuera prohibida en numerosas oportunidades durante la Baja y Alta

Edad Media y circunscripta a un calendario festivo impuesto por la iglesia (Bauman, 1997).

Sus formas pre-modernas, así como las del rugby, fueron los juegos llamados *football*, *camp ball*, *hurling* y *knappan* en Inglaterra, con variaciones continentales en Francia: *la soule*, y en Italia: el *gioco della pugna*. Su institucionalización, hacia mediados del siglo XIX, se produjo a partir de las *public schools* ingleses, luego como forma de recreación, sobre todo como mecanismo de control del tiempo libre de los obreros en las fábricas británicas, lo que permitió su expansión transfronteras, y finalmente en la profesionalización, que revistió particularidades nacionales (Dunning, 1994).

Si se rastrea la historia del fútbol en clave de género, entonces, la captura por las instancias de escolarización primero, de esparcimiento después y de profesionalización por último implicó dejar afuera a las mujeres. Con la modernidad, la práctica, el discurso de esa práctica y su representación se constituyeron como un mundo masculino en el cual las reglas objetivas y los valores que circulan interna y externamente a ellos, pertenecen a su dominio. En este sentido, dice Archetti que

> El fútbol (...) forma parte no sólo de las dimensiones más generales de una sociedad y su cultura sino que, paralelamente, se relaciona con la construcción de un orden y un mundo masculino, de una arena, en principio, reservada a los hombres. En América Latina el fútbol es un mundo de hombres, es un discurso masculino con sus reglas, estrategias y su 'moral' (1985:7).

Archetti ilustra, entonces, sobre el hecho de que el fútbol en la Argentina puede ser visto como una arena expresiva donde los actores comunican sus valores y sus orientaciones

emocionales a través de prácticas específicas. Un escenario público con una significación social que se adquiere tanto a través de la experiencia comunitaria, como de las resonancias de los medios y en donde los protagonistas pueden ser tanto los jugadores (Archetti, 1995) como los 'hinchas' (Archetti, 1985). En relación a estos últimos, señala que

> En la Argentina no sólo los jugadores son los que están en actividad tratando de probar quiénes son los mejores, los más inteligentes, los más hábiles y los más oportunistas. Esto se reproduce a nivel de las hinchadas: los hinchas ponen en juego no sólo el prestigio del club sino partes de su identidad posicional (ídem, p.9).

El *ethos* masculino

También ha afirmado Archetti que el fútbol se constituye como un escenario donde expresar un *ethos* masculino en tanto se reafirma la virilidad como término positivo de dos instancias complementarias: la homosexualidad[i] y la pubertad (o el no ser un adulto). Ambas, consideradas formas de identidad negativa, ya que establecen lo que un 'macho' no debería ser, significan, por eso, la ausencia ya sea de virilidad o de madurez, autonomía e independencia que son atributos de un adulto.

> El fútbol, en el caso argentino, es un reaseguro de las diferencias padre/hijo y macho/homosexual. El hecho de ser padre y macho nos remite a los polos ideológicos en donde se enfatiza la autonomía, la fuerza, el poder, la autoridad y la madurez frente a la heteronomía, la

debilidad, la carencia de poder y autoridad y la falta de madurez (Archetti, 1985:33).

El eje a través del cual la identidad masculina se construye en esta peculiar arena 'sentimental' no es, por lo tanto, un eje de género sino de masculinidad. En otras palabras, los valores que se ponen en juego en las tribunas se sostienen en la oposición 'macho/no-macho' más que en la confrontación 'masculino/femenino'. Los valores macho/no-macho son establecidos sobre dos condiciones probables de la identidad masculina: ser 'puto' (apelativo que en la Argentina remite a homosexual) o ser 'hijo'. Estos dos estigmas se expresan claramente en los cantos de las tribunas en los cuales los hinchas de los equipos rivales o bien son amenazados con ser sometidos sexualmente por ellos –o ya haberlo sido– o se los considera simplemente adolescentes, 'hijos nuestros'.

Por detrás de estos cantos, se revela el *ethos* masculino: ¿los que cantan se hacen pasar por verdaderos 'machos' o por adultos que podrían someter a otros varones sin ser, a su vez, sometidos? En términos de género, esto no está expresando una superioridad sobre las mujeres (las que no están incluidas) sino, más significativamente, un sentimiento homofóbico junto con un temor oculto a ser considerado homosexual.

La educación sentimental de los varones

Pero esta definición del *ethos* masculino es relacional. ¿Cuáles son los sentidos sustantivos que lo informan? El universo futbolístico parece ser una arena especialmente apta para ofrecer a la comunidad masculina espacios, actores, acciones y prácticas conducentes a la producción y reproducción de un *ethos* que, en tanto conjunto de emociones culturalmente organizadas de un

grupo o comunidad (Bateson, 1986) se constituye como una forma de educación sentimental masculina.[ii]

En un trabajo anterior (Rodríguez et al, 2000), hemos afirmado que el fútbol se caracteriza particularmente por permitir a los varones desplegar su pasión legítima y abiertamente, expresión de sentimientos y emociones contraria a la lógica económica y racional, presentándose como un espacio y una práctica en donde librar un 'gasto improductivo' (Bataille, 1987).[iii] Las apuestas de los hinchas por la gloria y el honor, en el enfrentamiento con hinchadas rivales, pueden entenderse dentro de este marco y están fuertemente asociadas a la construcción de la masculinidad.

Por lo tanto, este deporte se presenta como un lugar donde la esfera pública del varón puede ser 'completada'. Mientras que otros campos, como el Parlamento, la cátedra o los negocios condenan el gasto improductivo y celebran la racionalidad, el fútbol parece estar diseñado para expresar sentimientos extremos y emociones 'ilógicas' como la pasión. Puede decirse que esta área irrestricta de expresión emocional ha sido conquistada por los varones para lograr una completa auto-representación. En otras palabras, en un lugar público como el estadio, éstos pueden poner en escena su *ethos* legítimamente, aún cuando sus excesos sean censurados. Y de hecho lo son.

Según Le Breton (1999), mientras las emociones son la traducción íntima del acontecimiento (real o imaginario), los sentimientos, en cambio, suponen una producción discursiva de valores compartidos comunitariamente que 'ordenan' esos momentos y/o acontecimientos. Unos y otros requieren evaluaciones personales y luego la confrontación con el grupo, lo que permite adquirir un sentido de pertenencia.

Para Le Breton, entonces, la identidad está constituida por un sentimiento que se desarrolla en la pluralidad de resonancias de las experiencias, de modo que es necesario que este

sentimiento sea confrontado con los modelos simbólicos que dan forma al flujo de emociones y le atribuyen significación social. Dichas "guías" son, para Geertz (1990) imágenes públicas que trafican el sentido de ese sentimiento.

El estadio, como afirman Bromberger et al (1993), es considerado por sus *fans* como un espacio que les pertenece y que pueden administrar con sus propias reglas. Si los fans son y han sido en su inmensa mayoría varones, estas reglas suponen una demarcación de género en el dominio simbólico futbolístico que organiza los espacios, los actores y las prácticas legítimas. De modo que si esas guías fueron y son articuladas en términos genéricos masculinos, ellas también organizan los sentidos de y para la mujer.[iv]

Acerca de las mujeres: pasión y saber en el imaginario futbolístico

Por lo tanto, nuestra hipótesis es que las mujeres que asisten a los partidos no son una amenaza. Por el contrario, los valores sociales de la masculinidad son reproducidos dentro del acto compartido de la asistencia a los estadios.[v] En un trabajo anterior (Conde et al, 1998), sobre entrevistas en profundidad efectuadas a 'hinchas militantes',[vi] tanto femeninos como masculinos, habíamos señalado que la presencia de la mujer en el terreno futbolístico no se presenta como una disputa en torno a un conflicto de género. Y que la relación de la mujer con el varón en el marco de este territorio específico, no es una relación necesariamente marcada por la confrontación ya que asume diferentes modalidades según el eje sobre el que se esté operando.

Carnavalización,[vii] violencia, saber futbolístico y pasión producen sentidos distintos según sean articulados en relaciones

de género: mientras que los varones celebran los atributos de carnavalización usados por las mujeres en las tribunas, se les niega la capacidad de poseer saberes sobre fútbol, se resisten a que ellas posean una 'verdadera' pasión; en tanto son gentilmente excluidas de los episodios de violencia (Conde et al, 1998).[viii] En realidad, estos ejes dan cuenta de la modalidad, el punto de vista masculino, por medio del cual se ordena la participación femenina en el universo del fútbol, igualmente masculino. De modo que, si consideramos la respuesta del actor hegemónico, ésta no siempre es de resistencia a la incorporación de un actor-otro sino que dicha incorporación se sostiene, muchas veces, en la estabilidad de los códigos culturales tradicionales. Esto da cuenta de la complejidad no sólo del campo sino también de las respuestas de los actores.

En relación a la violencia, lo que se produce es la puesta en marcha de varios mecanismos simultáneos que funcionan, complementariamente, como barrera de contención. Uno de ellos es la protección por parte de sus compañeros hinchas militantes, de lo que da cuenta también la propia percepción de las mujeres:

> "Si hay lío, lo primero que hacen es cubrirte, o sacarte del medio de quilombo" (Sandra, 19 años).

De modo que las mujeres registran cuidado, 'reparo' y, por ende, exclusión protegida:

> "Hay protección, nosotras siempre vamos cuatro y una va con dos nenes y vamos a un sector en donde ya somos todos conocidos. Tanto de local como de visitante hay como un reparo, hay solidaridad en la popular" (María Alejandra, 25 años).

Del mismo modo, perciben los límites, es decir, las reglas por medio de las cuales se convierten en sujetos de protección, a la vez que aprenden cuándo se transgreden esas reglas y quedan expuestas:

> “En la cancha, no siento discriminación. Al contrario, siempre si hay lío o no, la gente de la hinchada se fija si hay alguna mina al lado. Es como que si sos mina y vas sola te protegen bastante. Te tienen bastante respeto también cuando viajás. Pero hay códigos que tenés que respetar. Una mina no se puede colgar de un para-avalancha en la cancha de Boca. Una cosa es la hinchada. La hinchada te re-protege. Pero no te quieras meter como mina en la barra” (Bárbara, 23 años).

Esto significa que la práctica de concurrir asiduamente a los estadios, le permite a la mujer reconocer los territorios permitidos y los vedados, aún cuando muchas veces la prohibición de acceder a estos últimos no es una restricción reglamentada por los varones sino que deviene de particularidades o modalidades específicamente femeninas:

> “Indirectamente te das cuenta de que es un lugar privativo de los hombres, no pensando que invadís, sino que te vas a sentir incómoda porque ahí los hombres actúan de otra manera. En una de esas, si vas a una platea no te vas a sentir invadiendo un lugar de hombres. El ambiente que se vive en la popular hace que te des cuenta de que ese lugar no es para la mujer porque se te hace incómodo y no te van a decir ‘perdón, señora’“ (Alicia, 46 años).

En cambio, cuando las reglas son impuestas por los actores tradicionales, la toma de conciencia de los límites es, si se quiere, más brutal. Respecto a si la barra de Boca es machista, Bárbara no tiene dudas:

> "Sí, totalmente machista. No te podés subir a un para-avalancha porque ya te vienen a bajar. Hay ciertos espacios a los que no se puede acceder" (Bárbara, 23 años).

Las modalidades que atraviesan el imaginario en función de las operaciones de restricción de la pasión al campo masculino, aparecen señaladas en diferentes dimensiones del discurso futbolístico. Una de ellas, la ubicación espacial, podría catalogarse como un espacio de conflicto en tránsito, en tanto algunos estudios señalan las modificaciones que lentamente se están produciendo a partir de la apropiación de ciertos territorios por parte de las mujeres que asisten a los estadios (Garriga, 2001).

Los cambios provienen ciertamente de una práctica de concurrencia frecuente, lo que le permite a la mujer ejercer cierta distancia reflexiva respecto de los lugares apropiados y los inadecuados y de realizar cálculos tácticos en función de modificar la situación. Esto implica delimitaciones autoimpuestas, mecanismo que puede catalogarse, inclusive, como de autoexclusión.

Por otra parte, en el plano discursivo, resulta interesante observar la relación que se establece entre el sentimiento, la pasión, el amor y la popular en contraposición a la platea -ámbito más conveniente para las mujeres según perciben los entrevistados varones y mujeres– en la que el partido no se "sentiría" de la misma manera:

> “A la platea no voy porque no me gusta. El clima es muy frío. Está llena de mujeres y de jubilados y el fervor que hay en la popular es único, se vive el fútbol tal cual es” (Leonardo, 26 años).

> “A veces me parece, a como está la gente a nivel violencia, lugar de empujes y manoseos, no me parece un lugar adecuado (la popular) para una mujer, pero... sí... bueno... la respeto” (Sergio, 25 años).

Pero este saber, si es producto de la experiencia de asistencia a los estadios, no es de ninguna manera equiparable al saber masculino. Éste último se articula en la demarcación de un territorio cognitivo tanto de experto (Archetti, 1985) como de militante, en el que las mujeres no son ni bien vistas ni bienvenidas. Lo interesante es que la misma opinión la tienen las mujeres que suelen ir a los estadios. Acerca de las periodistas mujeres, dice Alicia:

> “No conozco buenas. De las conocidas, ninguna. (...) Las periodistas mujeres son más el negocio de todo el fútbol. Por ejemplo, sabemos que Cecilia Pirolo está porque es la cara bonita de *TyC*[ix] pero creo que debe haber chicas con mucha más capacidad que ella” (Alicia, 46 años).

Por su parte, la percepción de las mismas periodistas de su propio lugar es igual de significativo:

> “Podés hablar muy poco porque o no te lo permiten o empezaste a hablar y llega un punto en el que vos mismo te callás porque... no sé si la palabra es

‘respetada’ pero no te sentís escuchada” (Sandra, 19 años, periodista deportiva).

Y, de hecho, todas las entrevistadas pueden mencionar algún caso en que hayan escuchado de los varones una desvalorización respecto ya sea del saber específico del fútbol o en relación al simple hecho de ‘estar allí’:

“No me peleé pero tuvimos un intercambio de palabras y el señor me preguntó si era casada, le dije que no y me dijo que bueno, que de todos modos ‘podés ir a lavar los platos que te quedaron sin lavar del almuerzo’, una cosa así” (María Alejandra, 25 años).

“(el hombre ve a la mujer que va a la cancha) como ve a la mujer que maneja: que no sabe nada, que no tiene idea, que no tiene que ir a la cancha, se tiene que quedar en casa. La mayoría de los hombres piensa eso. (...) Una vez le pasó a mi mamá que insultaba a uno diciéndole ‘burro’ y un señor le dijo ‘señora, ¿no tiene otra cosa que decir? Para eso quédese en su casa’. No decía nada en relación a lo que decía la gente pero le molestaba por el hecho de que ella era mujer” (Alicia, 46 años).

Sin embargo, a pesar de esta desvalorización constitutiva del universo futbolístico masculino que en tanto regla discursiva parece estar delimitando un territorio de saber, las mujeres prefieren mantener las cosas como están, aún a sabiendas de la situación. Y, en este sentido, la autoconciencia del lugar de ‘no-saber’ al que son relegadas aparece recurrentemente:

> “De los deportes el fútbol era el deporte de los hombres. Y muchas veces, cuando pasan cosas como esa vez que ese señor me mandó a lavar los platos por defender a Lagorio[x], te das cuenta que adentro todavía tienen prendido que invadimos su terreno. Y que no les gusta pero que lo tienen que aceptar . No es lo mismo que estén en una mesa de café y se acerque una mujer a preguntarles ‘Muchachos, ¿me puedo sentar acá?’, ‘No, acá no podés’. En la cancha no te pueden negar la entrada. No te pueden negar que vayas a compartir una tribuna. Vos lo hacés y es como que es así” (Alicia, 46 años).

La negación de un conocimiento empírico se produce en términos de un saber que se juzga necesario para comprender el juego en sí mismo y del que las mujeres, tal como aparece en el imaginario futbolístico, carecen. Se trata de un saber que integra lo afectivo y lo emocional, saber corporal, en tanto el cuerpo forma parte de ese acto de conocer (Maffesoli, 1997). Esta dimensión se manifiesta como significativa porque la negación de este saber no se presenta en forma transparente sino que conduce, por vías más opacas, a la desvalorización de la sensibilidad femenina respecto del fútbol. Si el fútbol es una suerte de educación sentimental destinada a construir un *ethos* masculino, la adjudicación del ‘no-saber’ aparece vinculado a la ausencia de prácticas futbolísticas que, se supone, todos los varones han hecho alguna vez. Dicha práctica les otorga el derecho a la palabra a los varones y a la vez restringe el campo:

> “Mujeres en el fútbol... me es indiferente, pero me molesta que relaten o comenten, ya que tienen que haber jugado al fútbol para saber. (...) El fútbol es de hombres y lo juegan los hombres” (Federico, 28 años).

La negación así producida adopta la forma de una especie de “persuasión clandestina” que, al decir de Bourdieu y Wacquant (1995), es ejercida simplemente por el orden de las cosas, es decir, aquello que está dado. Y dicha negación parece encontrar un serio obstáculo en la posibilidad de acceder a la práctica, toda vez que el fútbol femenino, que podría considerarse un lugar, en este sentido, de ‘aprendizaje’, no es valorado por las mismas mujeres que sí se sienten atraídas, en tanto simples espectadoras, por el fútbol masculino como un espectáculo al que tienen derecho a asistir.

> “Creo que es un espectáculo para todo el mundo, más allá de que yo creo también que el fútbol lo tienen que jugar los hombres. El fútbol jugado por mujeres no me gusta ir a verlo” (Virginia, 21 años).

> “No me gusta y no lo jugaría. (...) Yo vi un clásico Gimnasia-Estudiantes y me pareció grotesco. (...) No es lo mismo que el fútbol de hombres. Así como me gusta más el tenis de las mujeres porque es más vistoso y menos agresivo, en el fútbol me gusta más la agresividad, la fuerza. Me gusta el juego limpio pero también el luchado. Y el fútbol femenino no es así, es mucho más lento” (Alicia, 46 años).

Este rechazo del fútbol femenino podría considerarse, además, como un desvío de ciertas prácticas políticas feministas vinculadas al derecho a la igualdad o a lo que Jennifer Hargreaves (1994) denomina *separatismo* y *acción positiva* dentro de los estudios de género en relación al deporte.

Otra de las operaciones que restringen la pasión al universo masculino aparece simulada bajo la forma de

inautenticidad o de ausencia de compromiso real con el fútbol. Tanto en las entrevistas a hinchas varones como mujeres, la *mujer fanática* es rechazada por estar realizando una representación simulada, una actuación que sería una respuesta a la interpelación de la moda.

> "La verdad que no me molestan si van a la cancha, a mí no me afectan en nada. Creo que lo hacen más por caretear y para hablar con un tipo de fútbol con conocimiento de causa, pero no creo que lo hagan porque les nace del alma. Además hay muchas que van a acompañar a los novios, pero de ésas te das cuenta por la cara de aburridas que tienen" (Alejandro, 27 años).

En la misma operación, estas mujeres perderían su femineidad y adoptarían gestos y actitudes masculinas.

> "En el momento me chocó ver mujeres demasiado fanáticas, me da la sensación de que emulan un poco al hombre. Creo que no hay una fanática de fútbol con una personalidad propia. (...) Las mujeres que yo vi, que gritaban y hacían cantitos y todo, tenían una actitud bastante masculina" (Claudia, 32 años).

> "Y, (el fútbol) es un deporte de hombres... pero ellos lo toman como un alivio, un gran amor, por ahí yo lo veo así. Hay gente que vive el domingo en función de un partido. En cambio no me gustan las mujeres machistas que van a la cancha, porque me choca ver a una mujer puteando" (Dany, 23 años).

> "Una mujer que se involucra en el fútbol como hincha pierde toda su femineidad, que por supuesto es lo más lindo que tienen las mujeres" (Darío, 42 años).

A partir de la massmediatización exacerbada del fenómeno futbolístico, especialmente por la televisión, y de la auto-percepción del hincha de que su presentación en el espectáculo deportivo es en la actualidad prácticamente indispensable[xi], se puede observar una recuperación de ciertas prácticas carnavalescas (Bajtin, 1987) que permiten el reconocimiento del "otro" (Giulianotti, 1994). En efecto: mientras las cámaras que son la mirada que construye el espectáculo, antes se orientaban casi exclusivamente hacia el campo de juego, ahora se dan vuelta para registrar además a las tribunas, quizás porque la pasión y la mística son hoy más observables en los hinchas –que además siempre hicieron de su práctica un ritual– que en los jugadores.

Sin embargo, este efecto no sólo no sería patrimonio de la mujer, sino que, además, no sería la principal motivación femenina. Por el contrario, la presentación de sí en el mismo terreno del estadio está atravesada no por la retórica del espectáculo sino por la mirada del varón quien no sólo comparte con ellas ese espacio sino que, además, ha puesto las reglas de su utilización:

> "Para el hombre no es lo mismo ver a una mujer dentro de una cancha que está mirando el partido, que cante, que no cante, que salte, que no salte, que se le escape una puteada o no, a verla trepada al alambrado" (Sandra, 19 años).

> "También influye, ahora que lo pienso, cómo vas vestida. Porque vos sabés a dónde estás yendo. Vos sabés que es un ambiente 'difícil'. (...) Sabés que cómo

vos te desenvuelvas, cómo te vistas, va a influenciar muchísimo. Y se nota, más para ir a la popular" (Sandra, 19 años).

Lo cierto es que en el proceso de apropiación del terreno del estadio, la mujer se encuentra reivindicando su capacidad de experimentar un goce tradicionalmente vedado:

"Eso sí: canto, grito, salto... me encanta. (...) Es como que a veces te despejás, vas y gritás, te expresás como querés. (...) Me encanta ir a la cancha, me encanta el marco, me encanta ver la cancha llena, la gente cantando, gente divirtiéndose. Me gusta" (Virginia, 21 años).

"No son las cosas que hacés, es cómo te sentís" (Sandra, 19 años).

"No es mi terapia porque no soy de ir a descargarme de nada, voy más a buscar que a descargar. A buscar un momento gratificante, de alegría, de reunión con amigas o amigos, la parte social" (Alicia, 46 años).

Y este goce se vincula con cierta "libertad" que experimentan, sobre todo en contraposición con otros espacios donde ésta se vería más restringida:

"En la cancha los estados de ánimo por segundo son tres millones y los cambiás continuamente" (Virginia, 21 años).

"El estado de ánimo que tengas en la cancha varía mucho. (...) A veces te sentís la mujer más feliz del

> mundo, a veces te querés matar... son muchas sensaciones. Por un lado la euforia que sentís en una cancha de fútbol no la sentís en ningún otro lado. Como mujer, quizás es uno de los lugares en donde más libre te sentís" (Sandra, 19 años).

A pesar de lo cual, parecería que esta libertad expresiva, al igual que ocurre con los varones, se va aplacando con la edad:

> "Cantar, gritar, ponerme nerviosa... esas cosas no las perdés pero el fanatismo de cuando salimos campeones de la B, subirme al alambrado y tirarme en la cancha, no lo vuelvo a hacer (...) Me tiré de panza en el medio de la cancha para mancharme la camiseta (...) Eso ya se aplacó. Es como que crecés con todo" (Virginia, 21 años).

Privadas de la pasión por el fútbol, según el discurso masculino, y sin cambiar las reglas, a las mujeres les restaría tomar distancia y analizarlo. Y aunque puedan participar y hasta disfrutar del fútbol, difícilmente serían percibidas y se percibirían ellas mismas como alcanzando los estadios emocionales que invisten las prácticas de los varones: 'el amor', 'el alma', 'la camiseta'. Especialmente porque los hinchas aceptan la presencia de la mujer, pero consideran que ellas nunca podrán sentir "como los hombres" la pasión por el fútbol.

> "Pueden entender el fútbol desde el lado del deporte, sus reglas y sus técnicas, pero no pueden entenderlo desde el lado del sentimiento, porque el fútbol, mal que te pese, está hecho para hombres" (Daniel, El Gaita).

> "Ellas no sienten el fútbol. Cuando hablan con coherencia lo hacen desde un punto de vista objetivo. No entienden la esencia del juego" (Alejandro, 27 años).

> (Sobre cómo es eso de gritar un gol con el alma): "Si pudiera explicártelo, te lo diría pero no sé. Además te das cuenta que a los que están al lado tuyo les pasa lo mismo y eso te hace gritar más. No sé... además vos sos mujer, así que no lo entenderías" (Darío, 42 años).

De modo que es en las dimensiones del saber y de la pasión donde se producen los cortes más disruptivos respecto de la convivencia de géneros: a la mujer se le niega el saber y es resistida su capacidad para experimentar la pasión.[xii] Estas dimensiones aparecen vinculadas a dos mecanismos de exclusión: el saber y la práctica. Ambos intrínsecamente relacionados entre sí, confluyen en configurar un imaginario futbolístico demarcado por el género.

Prácticas jóvenes

Debido a esto, en un trabajo anterior (Rodríguez et al, 2000) afirmamos que en el fútbol la experiencia sensible, el producto de esa práctica, era patrimonio de los varones. Sin embargo, un trabajo de observación participante en algunas canchas de la Provincia de Buenos Aires nos permitió interrogarnos sobre nuevas modalidades de experiencias sensibles (¿legítimas?) articuladas en torno a la identidad de 'ser hincha'.

Así, hemos hipotetizado sobre la existencia de una gama de *tipos* femeninos, que se delimita en torno a sus prácticas en el

terreno de los estadios. Habría, de este modo, por lo menos tres clases de mujeres: las que ocupan el sector de platea femenina, en general mayores de 50 años, las que acompañan a sus novios o esposos, generalmente entre los 20 y los 30 años, y las jovencitas o adolescentes que concurren en grupos.

Este fenómeno es relativamente nuevo, ya que si la mujer estuvo siempre en las canchas de fútbol, su presencia se enmarcó tradicionalmente en una concurrencia familiar, acompañando a varones, fueran estos 'hinchas' o jugadores. La década de los '90, por eso, presenta un cariz diferencial, lo que puede leerse como una 'feminización del fútbol', en palabras de Bromberger (1993); es decir, un aumento de la cantidad de su asistencia, pero también diferencias cualitativas entre el pasado y la actualidad.

Esta diferencia cualitativa puede observarse, en los estadios argentinos, en torno al último *tipo* señalado de mujer asistente. Jovencitas o adolescentes, estas chicas concurren a las canchas 'producidas', es decir, vestidas, algunas veces maquilladas, dispuestas a entrar en un juego de seducción con los varones ocasionales que se les presenten. Varones: un interés especial está puesto en los jugadores, en tanto *sex-symbols*, muchas veces colocados en esta posición por medio de su puesta en escena mediática. Así, la revista *El Gráfico* (20/4/93), pide: "Vote: ¿quién es el más pintón?". Pero también en los 'hinchas'.

Marta Savigliano (2003) señala que en el tango –que comparte con el fútbol ser un acontecimiento estructurador de identidades masculinas y nacionales– la mujer se sitúa en un rol tradicional, se somete al lugar que le es indicado por el varón, pero sólo en la medida en que se comporta como *gambler*. Es decir, sólo en la medida en que forma parte de un proceso más complejo, en el que ella en una noche 'juega empedernidamente' con su feminidad, para pasar a tener una decisión sobre su vida, de manera autónoma y extraordinaria en relación a la

cotidianidad. Lo mismo puede pensarse para estas mujeres adolescentes en el fútbol. En términos de Bauman (2001:31), ellas se posicionan como "cazadores de identidad que se aferran ávidamente a pequeñas muestras de autoexpresión públicamente reconocidas sólo para que, casi de inmediato, la vertiginosa velocidad con la que son devaluadas los azuce, los convenza, los fuerce a abandonarlas y reemplazarlas". Se trataría, entonces, de una táctica (de Certeau, 1996).

El hinchismo como lógica de las representaciones

En la superficie mediática, las representaciones femeninas atienden a dos lógicas distintas según sean las ocasiones de su puesta en escena. Su presencia es escasa cuando se trata de la cotidianidad de los campeonatos locales, excepto en los grandes eventos tales como finales de campeonatos o partidos decisivos. Durante las Copas Mundiales de Fútbol, en cambio, su peso icónico aumenta notablemente. Hemos trabajo especialmente sobre estos acontecimientos, ya que permiten la indagación del eje de la nacionalidad. En ambos casos, sin embargo, entendemos que las lógicas que articulan la aparición de estas mujeres en la superficie textual de los medios dan cuenta del carácter heterónomo de su puesta en escena.

Durante los '80, la revista semanal *El Gráfico* presentó una discusión en su sección de carta de lectores en la que los varones opinaban sobre la legitimidad de presentar en una revista

deportiva imágenes femeninas siempre sensuales, cuyo oficio variaba cada cierto período: deportistas, bailarinas, etc. (por ejemplo, en las ediciones de la revista *El Gráfico* del 21/2/84, 28/2/84, 6/3/84, 10/4/84, 8/5/84). Síntoma de lo que puede ser leído como un 'destape', luego de la dictadura militar del '76-'83, lo cierto es que los inicios de la década siguiente poblaron las revistas y los diarios de mujeres 'domésticas'.

Durante el campeonato realizado en Italia, en 1990, predominaron los estereotipos de mujeres 'domésticas'. Los medios mostraban icónicamente, y los textos se referían, a madres, esposas, hermanas, novias o hijas de los jugadores. Estados Unidos '94 constituye, en este sentido, una ruptura. Aunque estas mujeres 'domésticas' siguen apareciendo, la mayoría de las que son puestas en escena son ahora 'hinchas' anónimas que portan atributos: gorros, banderas, remeras de los seleccionados, caras pintadas y son capaces de exaltarse, gritar, saltar e incluso llorar por el Seleccionado. En el último Campeonato de Fútbol del siglo (Francia, '98) la diferencia es de grado pero no de naturaleza: aceptado legítimamente su "hinchismo" en el ámbito de las representaciones (hecho del que las etnografías y las entrevistas en profundidad muestran las limitaciones y particularidades), las mujeres se convierten, en ese momento, en "hinchas nacionales".[xiii] Y sus prácticas, en tanto representadas, se muestran trabajando en una doble idea: la de adscribirse como pertenecientes a una patria y la de estar en lugar de ella (mostrando sinecdóticamente una totalidad irrepresentable).[xiv]

De modo que el eje sobre el que se opera en esta puesta en escena es el de la carnavalización. Y ésta no supone sentidos alternativos en la medida en que se informa en la sensualidad y la nacionalidad, campos de significaciones que preexisten al fenómeno y que pueden rastrearse a largo término. Como afirma Terry Eagleton, "el carnaval es un asunto *autorizado* en todos los

sentidos, una ruptura permisible de la hegemonía, un desahogo contenido igual de turbado y relativamente ineficaz que la obra de arte revolucionaria" (1998: 225).

Esta lógica responde a los criterios de noticiabilidad de los medios, tal como señala Fainholc:

> Los Medios de Comunicación Social como fuerzas sociales conservadoras favorecen que las mujeres se conviertan en el **'espectáculo pintoresco'** que alegra, trivializa el panorama radiodifusor actual, tedioso, esquemático, estandarizado en forma y contenido, con excepcionales oportunidades de revisión y cuestionamiento de normas y paradigmas androcéntricos. De este modo, las mujeres sólo aparecen como sujetos con protagonismo cuando se constituyen en 'personas informacionales exhibicionistas' al exhibirse (al modo de artistas, parientes de personas destacadas, delincuentes, etc.) si no, no llegan a los Medios. Ello es verificable a diario (Fainholc, 1993:12).

Puede afirmarse, entonces, que el momento de cambio se produce hacia mitad de la década de los '90, cuando el mapa comunicacional en lo que a deportes se refiere se ve modificado ostensiblemente, en especial por la cooptación del mercado que realiza paulatina, pero no lentamente, la empresa *Torneos y Competencias*. Y que este cambio de las formas de representación de las mujeres en las textualidades mediáticas, sean mundialistas o no, se produce en consonancia con un cambio más general del que ellas son una muestra: la construcción de los "hinchas" (tanto masculinos como femeninos) como actores protagónicos del discurso deportivo tanto gráfico (Conde, 2001) como televisivo (Conde, 2000).

Esto se hace especialmente visible cuando se analiza el discurso deportivo-futbolístico nacionalista (aunque no únicamente, y los ejemplos se multiplican cada vez más).[xv] En Argentina, "la utilización del fútbol como máquina cultural productora de nacionalidad no es reciente sino arcaica, arranca en los años '20, de manera contemporánea a la máquina escolar", aunque "el fútbol no constituye, en ese entonces, ciudadanos nacionales con la misma eficacia, intensidad y prevalencia simbólica que la escuela pública" (Alabarces, 1998).

Esta función del fútbol se debió, tal como señala Archetti (1999), al desarrollo de una narrativa nacionalista basada en los jugadores y en el 'estilo de juego' argentino, que puso en escena, en la superficie de los medios, un relato de la argentinidad consistente ideológicamente con el relato nacionalista 'oficial' de los intelectuales nacionalistas del Centenario (Rodríguez, 2000).

Este relato se vio ratificado, además, por una extensa lista de éxitos deportivos, que construyeron una identidad nacional por medio de la calificación que el 'estilo de juego' argentino consiguió en el plano internacional. Como señala Alabarces (2001), se trata de un discurso narcisista, en la medida que mide el lugar donde un 'otro' extranjero coloca nuestro propio juego.

Sin embargo, después de la década de los '80, la eficacia de esta narrativa se vio puesta en cuestión, especialmente luego de que la figura de Diego Maradona se desarticulara en su capacidad semiótica. Así, en los '90 van a ser los "hinchas" (representados) quienes ocupen el lugar de los jugadores en la épica deportivo-nacional de los medios, aún cuando esa narrativa sobre los hinchas preexistiera aproximadamente desde la década de los '50 (Conde, 2004).

Como señala Ortiz (1996), actualmente en Latinoamérica, a partir de la retirada del Estado, la conformación de la identidad nacional se ha desplazado de los repertorios tradicionales hacia símbolos fuertemente marcados por las clases populares y por la

cultura de masas.[xvi] Las representaciones femeninas en los medios pueden ser pensadas, en este marco, como parte de los referentes desde los cuales la industria cultural consensúa los nuevos valores de esa identidad nacional popular. "Las identidades, se dice, han estallado. En su lugar no está el vacío sino el mercado", señala Sarlo (1994: 27).

Y si bien en términos locales los relatos que articulan las identidades futbolísticas no se basan, evidentemente, en una idea de nación, sí lo hacen en términos de estilos de juego y jugadores, lo que también implicó, en los '90, su convivencia, aunque no relevo, con el nuevo protagonismo de los hinchas. Así, los actuales relatos deportivos se desenvuelven sobre una alianza entre ambos, jugadores e hinchas, y la puesta en escena de los segundos se produce por un mecanismo de mercado que genera, en términos de Alabarces y Rodríguez (2000), imperialismos, es decir, la integración compulsiva de públicos (representados) capaces de convertirse también en consumidores.[xvii]

Intersecciones: prácticas–experiencias y representaciones

De modo que la representación mediática de las mujeres responde y se sostiene en las narrativas (en los niveles sintácticos y semánticos) construidas y regladas por los varones. Los cuerpos de las mujeres se convierten en sujetos de alguna forma de panóptico de una mirada masculina que, aunque parece incluirlas, reproduce el orden social de género. Más aún, puede afirmarse que la reciente visibilidad de las hinchas femeninas en el universo de fútbol argentino, no se debe especialmente a un éxito obtenido por ellas mismas sino a un dispositivo mediático para ampliar tanto las audiencias como el sentido extendido de nación a través del fútbol.

Si se sigue, con Mosse (1998), que la producción de un ideal nacional está ligado íntimamente, constituye el reverso, de la construcción de un estereotipo masculino, los modos en que se articulan estas representaciones femeninas (especialmente la línea significante: juventud, belleza, sensualidad) permite desplegar ciertos atributos femeninos que complementan ese estereotipo sin ponerlo en cuestión.

Entendiendo, sin embargo, que las representaciones tendrán más autenticidad cuanto más estén respaldadas por la experiencia sensible de los sujetos representados, el caso que nos ocupa supone que esta autenticidad no es lineal. Por un lado, pudimos observar, a través de registros asistemáticos –que ameritarían una investigación más profunda–, la concurrencia a los estadios de grupos de mujeres jóvenes que construyen una práctica, que es una táctica, y que si bien parece responder a la lógica de los preceptos masculinos, resulta ser, en cambio, una vía 'emancipatoria'. Esta práctica, situada a medio camino entre la *socio-estética*, entendida como uno de los elementos característicos de los colectivos juveniles, y la *antagónica*, es decir la rivalidad hacia hinchas de otros clubes, parecería emerger de la fusión con otras prácticas provenientes de los ámbitos musicales, especialmente el *rock*[xviii] que por el momento de su aparición (década de los '60/'70) ya incluían al público femenino como *target* de mercado.

La nueva manera de estar en las canchas de estas adolescentes, entonces, muestra que esta interpelación mediática no se realiza en el 'vacío': existe una experiencia de las mujeres jóvenes que permitiría su propio reconocimiento en tanto 'hinchas'. Así, los medios de comunicación hoy, en el interior de una sociedad informacional (de Certeau, 1999), producen sentidos nuevos en un escenario ya abastecido de sentidos por la experiencia cotidiana. Sin esta lógica, serían inoperantes: incapaces de comportarse como máquinas culturales (Sarlo,

1998). Lo inverso también es cierto: sin estos medios, los sentidos acotados de ese escenario social no se popularizarían.

Pero este grupo no es el único en acceder a los estadios: también pueden observarse en ellos mujeres de otro corte generacional que sostienen prácticas más conservadoras en el uso del cuerpo y acaso más conformistas respecto del rol asignado a las mujeres.

> "Yo nunca pensé que estaba invadiendo un lugar. Atrás del arco, por ejemplo, yo me di cuenta de que no era un lugar para mujeres porque saltan de otra manera, te empujan, la mujer es más tonta, no sabe caerse, no sabe agarrarse. Estamos con cartera, con cosas que cuidás para que no se caigan. No es el lugar ideal para la mujer" (Alicia, 46 años).

De modo que la representación massmediática de las mujeres, que es una construcción masculina, vale la pena reiterarlo, privilegia la mirada sobre el primer grupo en una suerte de sinécdoque: las mujeres jóvenes representan a todas las mujeres. Esto indica que la lógica de los medios sigue las reglas del juego del mercado, en términos de los procedimientos de inclusión de universos de consumidores más vastos.

Por lo tanto, la representación de lo femenino en el ámbito del fútbol no satura a la variedad de mujeres implicadas y desplaza la complejidad de sus prácticas (desde la rebeldía hasta la sumisión) en un grisado que aplasta los diversos valores y sentidos otorgados desde su experiencia sensible. El ícono que los condensa es un estereotipo construido desde la mirada masculina donde mujeres jóvenes y sensuales pueden celebrar y exhibir sus atributos aunque sigan siendo restringidas en sus prácticas y, por ende, en la posibilidad de experimentar la totalidad.

Sin embargo, lo que sí ponen en escena las representaciones mediáticas es la cada vez mayor práctica de asistencia a los estadios de las mujeres, un proceso que la publicidad supo retratar: desde las 'sufridas' esposas que se disponían a resistir durante veinte días la televisación de los partidos del Mundial, a las 'negociadoras' que aprovechaban la oportunidad para comprarse un segundo televisor color, hasta las más recientes fanáticas que, ante la disyuntiva de ir a bailar o salir a festejar un triunfo de Argentina, eligen lo segundo.[xix]

En el marco de esta expansión, el programa *El Aguante*[xx] dedica una sección especial a las mujeres-hinchas. Y no ingenuamente la titula "Raulitos", en referencia a "las peculiares prácticas de algunas mujeres que, como en los casos de la 'Gorda Matosas' y 'La Raulito',[xxi] fueron objeto de un registro corporal, allí donde las propias prácticas masculinas se inscribían en cuerpos femeninos para luego ser narradas por los hombres" (Rodríguez et al, 2000:33). Como si la única forma de ser hincha de fútbol destinada a las mujeres se redujera a abandonar necesariamente los atributos femeninos para abrazar los del género masculino. Pero, si ahondamos en el contenido icónico de la sección, su título resulta, al menos, contradictorio toda vez que las imágenes que se muestran en la pantalla son imágenes de mujeres-hinchas que, muy por el contrario, no ocultan sino que exaltan y exponen su feminidad. Los atributos de género que aparecen allí son resaltados por la enunciación de *El Aguante* contribuyendo a reproducir el estereotipo de la mujer-objeto-de-la-mirada-masculina, doble invertido del también expuesto estereotipo de la mujer que desempeña los roles tradicionales de criar y cuidar.

La contradicción entre, por un lado, el título que denomina a las mujeres-hinchas con un apelativo que remite a una fanática que repliega su feminidad bajo disfraces de masculinidad, y por el otro, el contenido icónico de la sección que no sólo exhibe

hinchas mujeres que exaltan sus atributos de género sino que, además, son construidas como objeto para la audiencia masculina, es sólo aparente. En realidad encubre la coexistencia de dos apreciaciones masculinas respecto de la práctica de las hinchas femeninas, apreciaciones que forman parte, inorgánica y asistemáticamente (parafraseando a Gramsci) del *sentido común* del mundo moral de las hinchadas y que es, fundamentalmente, una construcción masculina.

Pese al alto grado de reflexividad registrada en las mujeres que asisten a los estadios respecto de los límites de su inserción, no parece esto ser suficiente para la construcción de una práctica alternativa –en el sentido más básico de 'distinta' a la del orden hegemónico– que se defina, por ejemplo, desde la condición de género. Esto forma parte del mundo moral, construido desde 'adentro' y compartido por varones y mujeres, pero no puede ser dicho por el discurso periodístico ya que la inflexión ética que su ejercicio soporta sólo permite la aparición de la contradicción (Rodríguez, 2001).[xxii]

Conclusiones

La particularidad del espacio futbolístico en la Argentina (y suponemos que es así en muchos lugares del mundo) es que se trata de un universo simbólico construido, practicado, narrado y disfrutado históricamente por varones. De modo que podemos hablar de la existencia de una tensión entre las representaciones y las prácticas femeninas, generada a partir de una articulación compleja entre la necesidad expansiva de captura del medio televisivo y el *sentido común* que subyace al mundo moral del hincha –tradicional– masculino: mientras que la representación, aún con sus contradicciones, es finalmente inclusiva, la práctica es excluyente (sólo la carnavalización de las mujeres parece ser objeto de aceptación por parte de los varones) y en el interior de esta articulación se reproduce el orden de género dominante.

Esto indica que para analizar la relación de la mujer con el fútbol se requiere poner en marcha procedimientos metodológicos que avancen más allá del análisis puramente massmediático. Un abordaje de este tipo hubiera conducido a conclusiones desacertadas respecto de las prácticas efectivas de las mujeres en el ámbito del fútbol y de los valores asociados a ellas. A su vez, y como las reglas del género (*genre*) están encabalgadas sobre las reglas del género (*gender*), desmontar el discurso masculino del fútbol terminaría por hacer desaparecer los universos de representación popular que el fútbol mismo pone en escena.

En este caso, se hace necesario entonces la confrontación con la mirada desde las prácticas, porque es básicamente allí donde se hacen evidentes las distancias entre el discurso hegemónico (masculino) y las operaciones de negociación de los practicantes en posición de subalternidad (las mujeres). En ese

sentido, a pesar de que las representaciones hegemónicas oscilan, desde la mirada masculina, entre la adjudicación de atributos nacionales a las hinchas femeninas y la exclusión casi total de los dominios de significado de las prácticas, las mismas practicantes presentan distintos tipos de respuestas a las restricciones del varón. Incluso en el interior mismo del conjunto de hinchas femeninas es posible advertir la emergencia de diferentes posicionamientos respecto al discurso dominante: desde el de aquellas que admiten que ir a la cancha con cartera las autoexcluye del núcleo espacial donde se 'vive' la pasión futbolística y lo asumen como una decisión personal, hasta los grupos, más recientes, de hinchas (generalmente más jóvenes) que intentan construir una práctica relativamente autónoma, generando cierta ganancia simbólica respecto de las anteriores, aún cuando se trate sólo de una táctica (de Certeau, 1996) permitida por los 'usos' de la feminidad, que, como indica Kelly (1999), en tanto formación social supone "la interiorización de una inferioridad asignada, que sirve simultáneamente para manipular a aquellos que tienen una autoridad ausente en las mujeres" (p. 22).

De todos modos, la heteronomía del primer grupo difiere de la postura de las mujeres del segundo en un arco que va desde la aceptación a la osadía y que implica otro nivel de corte: la experiencia sensible que las más jóvenes recogen de su asidua asistencia a recitales de *rock* (también llevados a cabo mayoritariamente en estadios de fútbol), donde la delimitación no está definida por el género sino por la edad.

Asimismo, y para finalizar, durante los últimos acontecimientos políticos ocurridos en la Argentina, la serie de movilizaciones populares sucedidas en diciembre de 2001 que produjeron la caída de dos presidentes y motivaron la crisis política más importante de la historia, lo que observamos fue una forma de movilización popular atravesada por prácticas

aprendidas en los estadios de fútbol –cantitos y/o tácticas de lucha contra la policía-, donde las mujeres tomaron parte a la par de los varones (tirando piedras, defendiendo sus casa, corriendo). Tal vez un estudio pormenorizado demostraría que en el interior de las movilizaciones políticas las relaciones de género igualmente se reproducen, más allá de lo visible. Por otra parte, el discurso periodístico no deja de ocultar una tendencia sexista.[xxiii] Sin embargo, lo que interesa resaltar, aunque sea sólo a modo de recordatorio para futuras investigaciones, es que las tácticas de lucha popular callejera del último diciembre replicaban las escenas de combate futbolístico pero con una distinción apreciable: la paralela visibilidad de las mujeres.

Esto viene a señalar algunos tópicos que conviene tener en cuenta para una agenda de trabajo orientada a indagar acerca de: a) los distintos grados de restricción que el género impone en las prácticas, los discursos y las representaciones según el ámbito del que se trate; b) la posible radicalización de estas restricciones en el fútbol con respecto a una mayor labilidad de las mismas en la política; c) la participación efectiva de las mujeres en temas políticos, particularmente en aquellos que exceden lo institucional-partidario[xxiv]; d) la posibilidad de construcción identitaria alternativa que brindarían las prácticas juveniles en relación al género.

Si, como indica Alabarces (2001), las políticas de lo popular deben atender a las prácticas donde la politización es posible, todos estos puntos temáticos ameritan la apertura de nuevos campos de interrogaciones para investigar la cultura popular en relación con formas culturales que se nutren de la política y que exceden el simple atributo estético. Pero esto, obviamente, es parte de otro futuro.

Bibliografía:

Alabarces, P. (1993): *Entre gatos y violadores. El rock nacional en la cultura argentina*, Buenos Aires: Colihue.

Alabarces, P. (1996): "Fútbol, droga y rock & roll", en Alabarces, P. y Rodríguez, M. G.: *Cuestión de pelotas. Fútbol, deporte, sociedad, cultura*, Buenos Aires: Atuel.

Alabarces, P. (1998): "Lo que el estado no da, el fútbol no lo presta: los discursos nacionalistas deportivos en contextos de exclusión social", ponencia ante *Latin America Studies Association*, Chicago, setiembre.

Alabarces, P. (2001): "Football and *Patria*. Sport, National Narratives and Identities in Argentina, 1920-1998", PhD Thesis, University of Brighton.

Alabarces, P. y Rodríguez, M. G. (2000): "Football and Fatherland: the crisis of national representation in Argentinean football", en Finn, G. and Giulianotti, R. (eds.) *Football Culture,* London: Frank Cass.

Archetti, E. (1985): "Fútbol y ethos", *Monografías e Informes de Investigación*, Nº 7, Buenos Aires: FLACSO.

Archetti, E. (1995): "Estilos y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino", en *Desarrollo económico*, Vol. 35, nº 139, Buenos Aires, octubre/diciembre.

Archetti, E. (1999): *Masculinities, Football, Polo and Tango in Argentina*, Oxford: Berg.

Bajtin, M. (1987): *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*, Alianza: Madrid.

Bataille, G. (1987) [1933]: "La noción de gasto", en *La parte maldita,* Icaria: Barcelona.

Bateson, G. (1986): *La Cérémonie du Naven,* París: Biblio-Essais.

Bauman, Z. (1997): *Legisladores e intérpretes. Sobre la modernidad, la posmodernidad y los intelectuales*, Universidad Nacional de Quilmes: Buenos Aires.

Bauman, Z. (2001): *En busca de la política*, Buenos Aires: FCE.

Bourdieu, P. y Wacquant, L. (1995): *Respuestas. Por una antropología reflexiva*, México: Grijalbo.

Bromberger, C., Hayot, A. y Mariottini, J.-M. (1993): "'Allez l'O.M., forza Juve': The passion for football in Marseille and Turin", en Redhead, Steve (ed.), *The Passion and the Fashion. Football Fandom in the New Europe*, Aldershot: Averbury.

Bromberger, C. (1995): "Le supporterisme comme spectacle total: une mise en scène codifiée et parodique", en Bromberger, *et al*: *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, París: Éditions de la Maison des Sciences de l'homme.

Conde, M. (2000): "Fútbol, mujeres y nacionalidad en los Campeonatos Mundiales de Fútbol. Italia '90, Estados Unidos '94 y Francia '98", ponencia antes las *V Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Red Nacional de Investigadores en Comunicación*, Universidad de Entre Ríos, Paraná, noviembre.

Conde, M. (2001): "La vieja-nueva idea de la nación y sus 'hinchas'", Buenos Aires: Informe Final de Beca, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Conde, M. (2003): "Indagando posibilidades simbólicas de cinco fotos-pose seriadas: sobre representaciones femeninas en prensa, Seleccionados de fútbol y naciones propias o ajenas", en *Memorias de las Jornadas Fotografía, Memoria y Género*, IIEGE, FFyL – UBA.

Conde, M. (2004): "Lecturas descentradas: pensando la nación en los márgenes. O cómo el fútbol hace 'hinchas'

nacionales (y luego los deshace)", tesis de maestría, inédita.

Conde, M., Díaz, G., Martínez, A. y Rodríguez, M. G. (1998): "Aliens en territorio prohibido. Un estudio de la relación entre la mujer y el fútbol en la Argentina", ponencia ante las *IV Jornadas de Investigadores de la Cultura*, Instituto de Investigaciones "Gino Germani", Facultad de Ciencias Sociales (UBA.), noviembre 1998.

de Certeau, M. (1996): *La invención de lo cotidiano. Artes de Hacer,* México: Universidad Iberoamericana.

de Certeau, M. (1999): *La cultura en plural*, Buenos Aires: Nueva Visión.

Dunning, E. (1994): "Reflexiones sociológicas sobre el deporte, la violencia y la civilización", en AA.VV., *Materiales de sociología del deporte*, Madrid: La Piqueta, Colección Genealogía del Poder/23.

Eagleton, T. (1998): *Walter Benjamin. O hacia una crítica revolucionaria*, Madrid: Cátedra.

Fainholc, B. (1993): *La mujer y los medios de comunicación social*, Buenos Aires: Humanitas.

Garriga, J. (2001): "Violencia en el fútbol: la óptica del nativo", Tesis de Licenciatura, Buenos Aires: UBA, inédita.

Geertz, C. (1990): *La interpretación de las culturas*, Barcelona: Gedisa.

Giulianotti, R., y Williams, J. (1994) (eds.): *Game without Frontiers. Football, Identity and Modernity,* Ashgate: Arena.

Hargreaves, J. (1994): *Sporting females. Critical issues in the history and sociology of women's sports*, Londres: Routledge.

Kelly, Joan (1999), "La relación social entre los sexos: implicaciones metodológicas de la historia de las mujeres",

en Navarro, Marysa y Stimpson, Catharine (comps.), *Sexualidad, género y roles sexuales*, Buenos Aires: FCE.

Le Breton, D. (1999): *Las pasiones ordinarias*, Buenos Aires: Nueva Visión.

Maffesoli, M. (1997): *Elogio de la razón sensible,* Buenos Aires: Paidós.

Mandell, R. (1986): *Historia cultural del deporte*, Barcelona: Bellaterra.

Moreira, V. (2000): "Informe de Trabajo de Campo con la hinchada de *Independiente*", Buenos Aires: mimeo.

Mosse, G. (1998): *The image of man. The creation of modern masculinity*, New York: Oxford University Press.

Ortiz, R. (1996): *Otro territorio, Ensayos sobre el mundo contemporáneo*, Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

Rodríguez, M. G. (2000): "Los intelectuales 'populares' de *El Gráfico* y el discurso nacionalista de los años '20 en la Argentina", Buenos Aires: mimeo.

Rodríguez, M. G. (2001): *Hinchadas de fútbol y televisión: sobre mundos morales y cuestiones éticas*, ponencia ante las Jornadas "50 años de televisión en la Argentina: Industria Cultura y Sociedad", Facultad de Ciencias Sociales de la UBA., Buenos Aires, 18 al 19 de setiembre.

Rodríguez, M. G., Martínez, A., Conde, M. y Binello, G. (2000): "Mujeres y fútbol: ¿territorio conquistado o a conquistar?", en Alabarces, P. (Comp.), *Peligro de Gol*, Buenos Aires: Eudeba.

Romero, A. (2001): "Listado completo de las víctimas fatales en el fútbol argentino", en *Violencia del fútbol. Argentina y Mundial*, http://RadioAlternativa.go.to/menlac.htm, edición electrónica.

Sarlo, B. (1994): *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires: Ariel.

Sarlo, B. (1998): *La máquina cultural. Maestras, traductores y vanguardistas*, Buenos Aires: Ariel.

Savigliano, M. (2003): *Angora Matta. Fatal acts of North-South Translation*, Middletown: Wesleyan.

---

[i] Desde 1985, primer trabajo de Archetti sobre fútbol y masculinidad, hasta 1992 se observa un cambio de posición en relación a los homosexuales. Mientras que en el primero señala que "el derrotado es despojado de su sexualidad" (p. 30), en el segundo se indica que en el ritual se afirma la virilidad, lo que supone una atribución de sexualidad a los homosexuales que antes parecía ausente.

[ii] Es necesario señalar que nuestra posición de analistas puede considerarse doblemente periférica al campo de estas prácticas: por un lado no somos nativas en tanto este universo se constituye masculinamente; pero por el otro tampoco somos practicantes (hinchas militantes), lo que nos aleja del punto de vista del nativo (de las nativas, en este caso). Sin embargo no podemos dejar de ser conscientes de que, en tanto pertenecemos al género que intentamos abordar, nuestra posición es compleja. Si, como afirman Bourdieu y Wacquant (1995), la reflexividad permite "cuestionar el privilegio del sujeto investigador" (214), entendemos que el estudio realizado sobre estas prácticas se ubica en una perspectiva *etic* en desmedro de una perspectiva *emic*. Consideramos, con Auyero (1998), que las miradas tanto de nuestros sujetos de estudio como las nuestras suponen siempre que los "puntos de vista son vistas que se tienen desde algún punto" (76). De allí que nuestro intento de comprensión también esté situado genéricamente.

[iii] Hemos optado por denominar 'gasto improductivo' a lo surgido de los mismos testimonios de los entrevistados, que confrontan el espacio laboral con el espacio futbolístico afirmando que sobre este último pueden desplegar las pasiones legítimamente. Nuestra atribución de sentido podría ser objeto de un análisis más riguroso, teniendo en cuenta especialmente el estudio del *potlach* realizado por Bataille (1987), loq ue supone problematizarlo en tanto ritual moderno.

[iv] Podría compararse este espacio público, con los ejemplos del *kefi* en Grecia y el *dezedor* en Portugal que da Le Breton (1999). Ambas prácticas constituyen espacios reservados para la expresión del *ethos* masculino, de los cuales están excluidas las mujeres.

[v] Una anécdota, experimentada por una de nuestras investigadoras, ilustra este punto. Mientras estaba sentada en el micro que llevaría a un grupo de hinchas a un estadio rival, se le acercó el líder y le pidió que 'hiciera *sándwichs* para todos los muchachos'. Ella aceptó la sugerencia y cumplió su tarea (Moreira, 2000).

Aunque esta anécdota puede ser vista como un 'rito de pasaje' obligado para ser admitida en el grupo, ella fue la única investigadora a la que se le pidió realizar tareas 'femeninas', mientras que al resto (todos ellos varones que estaban haciendo su trabajo de campo en grupos de hinchas) se les habían solicitado tareas 'masculinas' como entrar al estadio con un sobre de droga o enfrentar una pelea con los puños.

[vi] En esta investigación se ha considerado 'hincha militante' a todo aquel que concurre a ver a su equipo por lo menos cuando juega de local.

[vii] En términos de Bajtin (1987), la carnavalización puede ser pensada como la supervivencia de antiguas prácticas del carnaval tradicional, pero sin que éstas remitan a una 'visión de mundo'. Como señala Bromberger (1995), esta carnavalización en el fútbol, que implica trajes, maquillaje, etc., constituye un espectáculo que da cuenta del *bricolage* social; es decir, de la capacidad de utilizar los medios disponibles.

[viii] De hecho, en toda la historia de la violencia en el fútbol en Argentina, las víctimas femeninas son muy pocas: Amílcar Romero (2001) relevó sólo siete desde 1924 hasta 2000 mientras que se registran ciento noventa y cinco masculinas. La investigación hecha por Romero reafirma nuestra hipótesis de que la 'feminización' del fútbol en la Argentina comenzó en los 90: mientras que la primera víctima masculina data de 1924, la primera femenina (por accidente o asesinato) fue en 1989.

[ix] *TyC* es el nombre con que se conoce a *Torneos y Competencias*, la empresa que posee los derechos de televisación del fútbol en la Argentina.

[x] Jugador de Gimnasia y Esgrima de La Plata a mediados de los años '90.

[xi] El hincha es incluido en la escena y se lo interpela como co-protagonista: aparece en los clips de *Fútbol de Primera*, tiene un programa propio, *El Aguante* y también la publicidad lo ha incluido en sus retóricas y sus estéticas interpelando tanto a sus sentimientos ("Gol-gol, en tu cabeza hay un gol") como a su militancia ("Si hubiera un Mundial de hinchas, vos, ¿clasificarías?").

[xii] La pasión, para la mujer, parece quedar confinada al ámbito privado. La categorización tradicional que remite la razón a lo masculino frente a la pasión como patrimonio propio de lo femenino –que implica una operación de jerarquización/desjerarquización o positividad/negatividad– pareciera diluirse y organizarse de otra forma. En el fútbol, en tanto fiesta popular, los sistemas de juicios o convenciones oficiales y consagradas (Bajtin, 1987) son no sólo suspendidos sino puestos en duda.

[xiii] Estas 'hinchas' mujeres nacionales, sin embargo, no excluyen otras formas de representación de lo nacional, tal como el repertorio canonizado de banderas, camisetas, jugadores y masculinidad en general.

[xiv] Lo que se ratifica en la revista deportiva *El Gráfico*, por ejemplo, que presenta una serie de fotos de estudio de modelos con vestimenta y poses 'sensuales' que representan a los seleccionados que van a enfrentar durante el Mundial '98 al equipo argentino. Los más llamativo es que cuando se produce el enfrentamiento entre Argentina-Inglaterra no se representa una imagen femenina-británica, reponiendo en términos de género una disputa político-deportiva de larga duración. Para ampliar, ver Conde, 2003.

[xv] La cobertura que realizó el diario *Clarín* sobre el campeonato obtenido por el *Racing Club* de Avellaneda, luego de 35 años, se basó en esta lógica.

[xvi] Para ampliar, ver Alabarces y Rodríguez (2000), y Alabarces (2001).

[xvii] Un ejemplo evidente: el eslogan que desarrolló el *Racing Club* de Avellaneda mientras iba a la cabeza del campeonato que luego ganaría. Los *spots* televisivos afirmaban "hacete más hincha" para promocionar la afiliación al club. Muchos respondieron: la nómina de socios explotó durante los dos últimos meses de competencia, mientras las recaudaciones en ventanilla por fecha superaron récords históricos.

[xviii] En esta dirección los trabajos de Alabarces (1993 y 1996) son fundacionales.

[xix] Un relevamiento y análisis de estas publicidades ameritaría una investigación más exhaustiva. La breve descripción expuesta es producto de una observación asistemática. Es necesario destacar, sin embargo, que ninguno de estos modelos descriptos soporta relevos totales del anterior sobre el siguiente. Cada cierto período reaparecen publicidades usando los diferentes tópicos, lo que permite hipotetizar sobre el estado de la lucha simbólica que los configura.

[xx] Programa de televisión por cable que se dedica a mostrar todo lo relativo a los hinchas de fútbol y las hinchadas de los clubes.

[xxi] La Raulito es el apodo de una hincha de *Boca Juniors*, una mujer que ha renunciado a su género; entre otras cosas, porque era menos complejo sobrevivir bajo esta condición como niña de la calle.

[xxii] Es entonces cuando aparece el discurso pretendidamente totalizador de 'la familia va a la cancha'.

[xxiii] Así, en una columna de opinión del diario *Clarín* (8/2/02) se señala que "se baleó a mansalva, se tiró a matar, no hubo contemplaciones ni con menores ni con mujeres y todo sucedió a quinientos metros del lugar que debían custodiar las fuerzas policiales".

[xxiv] Este punto señalaría una línea directa con las Madres y Abuelas de Plaza de Mayo.