

Cuadernos

del



ISSN 1668-1053

**"Amigos y no tan amigos".
Los integrantes de una hinchada de fútbol
y sus relaciones personales**

JOSÉ GARRIGA ZUCAL

7

OCTUBRE 2005

Instituto de Desarrollo Económico y Social

Aráoz 2838 ♦ C1425DGT Buenos Aires ♦ Argentina

Teléfono: (54 11) 4804-4949 ♦ Fax: (54 11) 4804-5856

Correo electrónico: *ides@ides.org.ar*

La serie Cuadernos del IDES tiene por objeto difundir avances de los resultados de las investigaciones realizadas en el seno del Instituto de Desarrollo Económico y Social.

ISSN 1668-1053

Indice

Introducción	3
Tejiendo redes	7
Abriendo puertas: entre contactos y conocidos	9
Tener una punta para tocar a alguien y conseguir algo	12
Laburos	15
La manga o el apriete y las interacciones	17
Amigos	20
No tan amigos: otras relaciones, otros intercambios y otras obligaciones	24
Haciendo amigos enredados	28
"Clientes" o "amigos"	30
A modo de conclusión	31
Bibliografía	32

© Instituto de Desarrollo Económico y Social, Buenos Aires, 2005.

Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio (impreso, electrónico, etcétera) sin autorización previa.

Diseño: Departamento Editorial del IDES.

"Amigos y no tan amigos". Los integrantes de una hinchada de fútbol y sus relaciones personales

JOSÉ GARRIGA ZUCAL*

Introducción

Este trabajo analiza las relaciones que establecen los integrantes de una "hinchada" de fútbol con otros actores sociales, aportando datos para comprender algunas dimensiones significativas de estos vínculos tantas veces olvidadas o dejadas de lado. Con las formas de hacer política de la modernidad, universales y de participación cívica, las relaciones clientelares parecían destinadas a desaparecer. Sin embargo, en la actualidad siguen existiendo y son una de las relaciones fundamentales de la vida social. Proponemos analizar algunos elementos que estructuran el vínculo patrón-cliente, elementos que pensados como secundarios tienen un papel importante en estructurar la relación.

"La hinchada" es uno de los nombres nativos con que se identifican uno de los grupos organizados de espectadores que acompañan a un club de fútbol. Comúnmente son denominados "barras bravas"; pero este término no será utilizado, debido a que contiene una carga negativa que no queremos reproducir. Para referirnos a estos grupos organizados de hinchas, utilizaremos los nombres nativos: como "hinchada", "los pibes" o "la banda". Asimismo, nombraremos como hinchas a los miembros de dichos grupos diferenciándolos del resto de los espectadores.

* Lic. Ciencias Antropológicas - UBA. Magíster Antropología Social (IDES-IDAES-UNSAM), Becario Doctorado Conicet. joseagarriga@yahoo.com.ar.

Este trabajo es el resultado de una investigación etnográfica. El trabajo de campo fue realizado en el año 2004 entre los integrantes de "la hinchada" del Club Atlético Huracán¹. Cuando inicié la investigación etnográfica no conocía a nadie de Huracán; sólo en unos pocos contactos se solventaba mi esperanza de constituir un gran número de relaciones de campo. Uno de los motivos que me llevaron a trabajar con los hinchas de Huracán radicaba en los vínculos que existía entre la institución y la vida política; numerosos dirigentes de Huracán participaban de la política en distintas dimensiones: nacional, gobierno de la ciudad, sindical, etc. Lo que no conocía al inicio del trabajo de campo eran la gran cantidad de lazos entre estos dirigentes y los miembros de "la banda"² de Huracán. Proponemos examinar estos vínculos para investigar ciertas dimensiones de las relaciones comúnmente llamadas clientelares que no siempre son analizadas, como lo afectivo, la lealtad y el honor.

Boissevain define a las relaciones clientelares de la siguiente forma: "una relación asimétrica, cuasi-moral, entre una persona (el patrono) que proporciona directamente ayuda y protección (patronazgo), y/o que influye sobre aquellos que pueden proporcionar tales servicios (intermediarios, brokers) a gentes (clientes) que necesitan ese tipo de ayuda (1986)". Esta definición hace foco en algunas singularidades de los vínculos establecidos, pero olvida otras que manifiestan la naturaleza de la relación. Para esta concepción el flujo de los bienes intercambiados, simbólicos y/o materiales, es la base de la relación entre las partes, obviando mencionar que la propia interacción construye marcos de interpretación y de acción del mundo. El clientelismo es el intercambio de lealtades, apoyo, votos por bienes, protección, servicios; los significados y sentidos constituidos en las relaciones que tienen como moneda visible este intercambio funciona como tamiz para comprender y actuar en el mundo social.

Algunos análisis sobre clientelismo hacen principal hincapié en la asimetría de poder y en los bienes intercambiados entre las partes, para terminar concluyendo que estos vínculos

¹ El club Huracán es una institución ubicada en el barrio de Parque Patricios en la ciudad de Buenos Aires, fundada en 1908. En ésta se desarrollan un sinnúmero de actividades deportivas, pero la más importante es el fútbol profesional. Huracán es uno de los clubes más reconocidos del fútbol argentino; actualmente milita en el nacional "B", pero su historia lo ubica entre los grandes de la primera "A", habiendo obtenido un título en esa categoría. Los simpatizantes de Huracán y la institución reclaman el sexto lugar entre los grandes del fútbol argentino; los cinco grandes son: Independiente, Racing, San Lorenzo, Boca y River.

² "La banda" de Huracán está conformada por cuatro grupos: la Pagola, la José C. Paz, Barracas o El Pueblito y Pompeya. Los líderes son concebidos como los "capos" de la hinchada. Éstos definen y planifican los viajes, el traslado de los trapos, la obtención de las entradas, el alquiler de micros, la compra de pirotecnia o globos, etc. Estos líderes son los encargados de conseguir los recursos que dispone la hinchada y también de su distribución. Para esto tienen una segunda línea de colaboradores, que se encarga de algunas facetas del reparto de recursos. Este grupo es muy reducido; según los líderes son sus piernas, término que define la lealtad de los colaboradores. Los ajenos los definen como los soldados, refiriendo a la fidelidad respecto a los jefes. En la estructura jerárquica de la hinchada, luego de los soldados, está "la tropa".

impiden ingresar a los actores en relaciones más democráticas y racionales que garantizaría la igualdad en la participación y representación política³. Chiara (1998) menciona, como una advertencia, que los análisis sobre clientelismo no deben reducirse sólo al estudio de los bienes y servicios que se intercambian. Sin embargo, buena parte de las miradas se centran en la naturaleza de lo intercambiado y en las posiciones estructuralmente asimétricas de las partes, para finalizar teniendo una mirada condenatoria sin comprender todas las dimensiones del fenómeno.

Siguiendo esta tónica, ciertas corrientes de pensamiento han afirmado que las relaciones clientelares son "un mal"⁴ que impide a sendos sectores sociales incluirse en la lógica moderna de las relaciones formales e institucionales. De esta forma, el clientelismo es observado como una desviación a un modelo occidental moderno que debe ser superado o como un elemento arcaico y vetusto que será superado con la afirmación del Estado y la maquinaria burocrática.

Proponemos remplazar este enfoque evolucionista por una perspectiva socio-antropológica que atienda a los parámetros característicos de cada sociedad y cultura sin considerar las particularidades como desviaciones de un modelo ideal.

³ Chiara (1998) dice que Farinetti menciona al clientelismo como un modo de dominación. Al respecto numerosos debates se han suscitado. El patronazgo aparece como una relación entre partes distintas en la estructura económica, lo que sitúa a clientes y patronos en situaciones diferentes de poder. Para Gilson (1986), las relaciones de patronazgo refuerzan las divisiones de clase, porque no posibilitan un corte transversal a las clases sociales, discutiendo de esta forma con autores que plantean lo contrario. Este autor afirma que el corte se produce sólo en el modelo y en las ideologías locales posibilitando relaciones personalizadas entre las distintas piezas de la maquinaria clientelar. La relación que existe entre las partes no permite el ascenso social de los clientes; éstos a partir del patronazgo pueden solucionar problemas inmediatos pero siempre estarán ubicados en la misma posición en el modelo cliente-patrón y en la estructura laboral. De esta forma, se intenta conservar a los clientes en la posición estructural, intentando el patrón por todos los medios continuar siendo el encargado de la distribución de bienes. Otros puntos de vista aprecian al clientelismo como un conjunto de interacciones que posibilitan el control político de una clientela, aquellos que por distintas razones han quedado marginada de las formas normales de participación social. En este sentido, Lazzari (1992) afirma que a través de la construcción de identidades de pertenencia a un patrón, se crean modelos de sociabilidad que superan el campo de la política, permitiendo el control de estos sectores marginales. Por lo tanto, se controla social y políticamente a aquellos sectores, cuya situación tanto grupal como individual, los ubica en los márgenes de la estructura social. En su obra, Günes-Ayata (1997) recalca la importancia del clientelismo como relación que genera expectativas y esperanzas en los clientes a partir de considerarse parte de un grupo; ser parte de esta relación permite al cliente sentirse protegido frente a la adversidad. Para algunos autores la membresía de sentirse parte de un grupo no permitiría el salto social, ya que la relación perpetúa la situación de clase; el patronazgo no es un sistema igualitario ya que sólo ofrece esperanzas frente a los contratiempos cotidianos. Entonces, la reproducción del modelo cliente-patrón asegura la necesidad del cliente de ser parte de la relación, tal vez como única forma de saciar necesidades materiales, y asegura al mismo tiempo el compromiso del patrón de continuar con el intercambio y de esta forma mantener su posición en la estructura social. En algún sentido, parece que estos enfoques están evaluando al clientelismo desde una óptica modernista. Al aducir que son formas de control social o mecanismos que impiden el salto de clase, parecen afirmar que estas características no se darían si estos actores fuesen parte de prácticas políticas institucionales.

⁴ Chiara (1998) menciona que habitualmente son concebidos como "caja negra" de la política.

Los antropólogos sociales han observado que el "clientelismo" es una relación social necesaria en la vida moderna. Gellner (1986) plantea que estas relaciones aparecen donde el Estado no tiene presencia o es ineficaz. Wolf (1980) observa que las relaciones patrón-cliente surgen en los intersticios de las sociedades complejas, son tipos de estructuras no institucionales paralelas al poder del Estado. Boissevain (1966) señala que las relaciones clientelares vinculan comunidades pequeñas con estructuras estatales, son vías de acceso a lo estatal. Pitt-Rivers (1994) dice que el clientelismo expresa la mediación de un integrante de la comunidad local y un miembro de la política exterior. Silverman (1977) menciona que en la comunidad de Collaverde (Italia) antes de la Segunda Guerra Mundial los patronos ejercían las funciones de mediadores de su comunidad ante el Estado; entre el sistema local y el nacional funcionaba el patronazgo como nexo, imponiendo un sistema vertical, propio de un Estado en desarrollo. Da Matta (1997) expresa que las relaciones personalizadas eliminan el anonimato de lo impersonalizado de la sociedad contemporánea. Estas concepciones expresaron a las relaciones clientelares como un complemento de las relaciones institucionales en las sociedades donde el Estado estaba insuficientemente desarrollado. Günes-Ayata (1997) recalca la importancia del "clientelismo" como relación que genera expectativas y esperanzas en los clientes a partir de considerarse parte de un grupo; ser parte de esta relación permite al cliente sentirse protegido frente a la adversidad.

Debemos realizar la diferencia entre las categorías de clientelismo y patronazgo. La primera reduce el análisis de las relaciones patrón-cliente al ámbito político. El patronazgo es más amplio y puede abarcar tanto lo económico como lo religioso o lo político, etc. Ambas categorías tiene como objeto estudiar relaciones personales entre individuos de desigual status social. En el caso que desarrollamos a continuación podemos afirmar que estudiaremos relaciones de patronazgo que muchas veces son clientelares.

Como nuestra meta es examinar la dimensión moral, la asimetría de poder⁵ no va a ser un eje fundamental del trabajo, aunque estará siempre presente ya que es uno de los pilares de

⁵ Las partes integrantes de los vínculos establecidos en las relaciones clientelares están ubicadas en posiciones diferentes en la estructura social. La diferencia estructural se edifica en distinción entre los poderes de las partes. Según la concepción de Gellner esta "desigualdad de poder" es una de las características que identifican las relaciones clientelares (1986). El patrón cuenta con un poder mayor que los clientes, y sobre esta particularidad se construyen los pilares de la relación. La asimetría es que el poder del patrón es mayor al de los clientes. Sin embargo, que exista una asimetría de poderes entre las partes no transforma a los clientes en empleados o sirvientes. Scott asevera: "si bien un cliente no puede decir que esté en igualdad de condiciones que su patrón, tampoco es un simple peón en una relación unidireccional (1986)". Para este autor, las relaciones clientelares poseen un grado de reciprocidad; por ende los clientes gozan de un espacio de negociación, en el que pueden satisfacer sus necesidades. La reciprocidad referida como la obligación moral de retribuir lo recibido, es entendida

la relación. Utilizaremos la categoría de red social para mostrar los vínculos entre actores sociales y, también, los bienes y servicios intercambiados. Al analizar los intercambios que se dan entre los hinchas y sus vínculos, expondremos la mutua dependencia de actores asimétricamente ubicados en relaciones de poder y, a través de esta interdependencia, descubriremos las obligaciones morales que nutren los lazos personales.

Tejiendo redes

El concepto de red social es un instrumento analítico útil para investigar las conexiones personales de los sujetos (Barnes 1968). Para Mitchell (1980) la red es el estudio de los lazos personales que los individuos configuran en torno de ellos.

Este concepto, que está capacitado para alumbrar las interacciones fuera y dentro de los grupos, debe dejar claro los límites de los mismos, o sea, los márgenes que definen la pertenencia a "la hinchada" y la posesión del capital violencia⁶. Las conexiones de los sujetos que conforman "la banda" van más allá de estos confines pero están íntimamente relacionados

para algunos autores como la norma generadora de las prácticas clientelares. Auyero (1997) critica esta concepción; para él la reciprocidad no establece la relación, pero sí define su legitimidad (tema tratado en otra nota al pie). Opino que las diferencias asimétricas entre patrón-cliente encuentran uno de sus límites en el eje reciprocidad-legitimidad; para que los actores consideren legítimo lo recibido y lo dado debe interpretarse la relación no como dominación, no como vínculo sujeto al poder dominante, sino como una relación (sin duda con balances distintos de poder por los diferentes actores) de toma y daca. La asimetría encontrada en la estructura de poder, se aprecia también en la naturaleza de los bienes intercambiados. Wolf (1980) manifiesta que una característica del patronazgo es la tangibilidad de los dones otorgados por el patrón, en la mayor parte de los casos recursos materiales. En cambio, los bienes entregados por el cliente tienden a ser intangibles, ya que se suele cambiar apoyo económico por apoyo político. Por otro lado, los vínculos clientelares al ser "relaciones personalizadas" implican un tipo de lazo que está más allá de la relación entre empleado y empleador. Las relaciones "cara a cara", con el aditivo de lo afectivo, delimitan lo asimétrico del lazo patrón-cliente. Las partes ubicadas en posiciones estructurales diversas, constituyendo lugares distintos en la red de relaciones establecida por el vínculo clientelar, poseen roles desiguales. A pesar de esta asimetría, el clientelismo como vínculo entre actores sociales se construye sobre las bases de relaciones sociales que para existir deben recubrirse de otros fundamentos como la amistad, la lealtad, etc.

⁶ Utilizaremos la concepción de "capital *violencia*" ya que para los integrantes de la hinchada la violencia es una práctica que se constituye como un marco que delimita, clasifica, acciones válidas y no válidas; este esquema de clasificación posee un conjunto de prácticas distintivas que siendo genuinas y legítimas para los integrantes de la hinchada, son plausibles de homologar por otras propiedades, otros capitales definidos en otros campos. La conducta violenta convertida en capital simbólico es, entonces, un nexo con otros actores sociales (ubicados en lugares diversos y distantes del mapa social) que no poseen este capital, pero que dándole una validez lo intercambian por otros que ellos sí poseen. Bourdieu considera capital simbólico "... a cualquier especie de capital (económico, cultural, escolar o social) cuando es percibida según unas categorías de percepción, unos principios de visión y de división, unos sistemas de clasificación, unos esquemas clasificadores, unos esquemas cognitivos que son, por lo menos en parte, fruto de la incorporación de estructuras del campo considerado, es decir de la estructura de distribución del capital en el campo considerado" (1997:151).

a ellos. Es decir que buscamos analizar las relaciones diádicas que tienen los miembros de "la hinchada" con actores no miembros pero no podemos hacerlo sin observar la jerarquía de organización del grupo. Son "los capos" los que, caracterizados por su aguante⁷, por la participación en hechos violentos, pueden acrecentar el número de conexiones. Las relaciones aumentan a medida que subimos en la escala jerárquica de "la hinchada".

Analizaremos aquí una red parcial (Barnes 1968)⁸, esto es, no todas las interrelaciones de los integrantes del grupo sino aquellas formadas por el vínculo generado a través de la participación en "la hinchada". Nuestro criterio de posición tiene sus complejidades. Muchas relaciones están sustentadas en varios tipos de vínculos distintos. Además, puede acontecer que relaciones que nacieron basadas en la pertenencia a "la banda" luego se modifican. Cada individuo posee una concepción subjetiva de las relaciones; entonces, nos basaremos en esos principios nativos, que clasifican las relaciones. Pero buscando en esos principios nativos un campo social, como porción de la realidad social, que se define mediante criterios subyacentes, que están aquí ligados a la pertenencia a "la hinchada" y a la posesión del capital simbólico violencia. Analizaremos las interacciones individuales y grupales sólo cuando los sujetos esgrimen su pertenencia a "la banda" como elemento para concretar la interacción.

De esta manera, incluimos en el análisis las interacciones que se conforman por la pertenencia al grupo; el límite lo demarcan las concepciones nativas, las cuales señalan qué interacciones son concretadas desde la participación en "la hinchada" y cuáles no. Jorge⁹ aclaraba las diferentes interacciones de las cuales él podía ser parte estableciendo límites entre estos tipos, diciendo: "(Ser de la hinchada) Abre puertas, no en mi caso, en mi caso abre puertas la militancia política, si yo quisiera, la militancia me abre un montón de puertas, pero no quiero."

Las relaciones analizadas en una red social persisten en el tiempo (Barnes 1968). Es decir que debemos diferenciar las interacciones que se establecen como relaciones efímeras

⁷ El *aguante* es el principal de los bienes simbólicos por el que compiten los hinchas y remite al plano de la violencia en su dimensión de enfrentamiento. Ya que sólo en una lucha, en una acción donde se ejerce violencia de hecho y no simbólica se puede probar la posesión del aguante. Este bien engloba saberes de lucha corporal, de resistencia al dolor y de carencia de temor al riesgo. Estos saberes y formas de actuar sólo pueden ser probados en una lucha corporal, el cuerpo disputa el *aguante*. Entonces, en estas luchas ya sea contra parcialidades rivales, contra la policía, entre las facciones que conforman la hinchada y entre los mismos integrantes de una facción se dirime la posesión del aguante. El *aguante* es una forma típica de honor, ya que valora comportamientos y propiedades determinadas como honorables o deshonorables. En cada sociedad, en cada momento dado, el honor toma aspectos distintos en relación con las formas de vida y el sistema intelectual de cada cultura, que permite expresar la aprobación y desaprobación de conductas y formas de pensar (Pitt-Rivers 1980).

⁸ Red total es la red conformada por la totalidad de relaciones personales de *ego*.

⁹ Todos los nombres son ficticios para mantener el anonimato de los informantes.

y fugaces, finitas en el tiempo, de aquellas relaciones más duraderas. Sin embargo, la red no debe ser un canal en el que siempre circulen bienes, favores o símbolos. Que el canal esté abierto no significa que esté en uso, puede pasar largo tiempo sin que circulen bienes o servicios por la red.

Por estas redes pasan un sinnúmero de bienes, pero el intercambio no radica solamente en cuestiones materiales. Como decía Mauss (1979), ésta es una red total, donde también se intercambian bienes simbólicos como "honor", "prestigio" y "reconocimiento social", que da a la red un aspecto más complejo y más rico que supera los intercambios materiales. Los intercambios no pueden dejar de ser analizados sin tener en cuenta las obligaciones morales entre los contrayentes de la relación.

Para Lomnitz (1975) las redes de intercambio recíproco entre parientes y vecinos funcionan como un mecanismo de seguridad social y económica de los marginados. Proponemos analizar las redes más allá de la reciprocidad del intercambio, dando cuenta que las relaciones personales de los hinchas no siempre son simétricas. Para analizar las redes debemos descubrir la naturaleza de las relaciones y los bienes intercambiados; por eso hablaremos sobre la idea de don y contradón o sobre reciprocidad y redistribución.

Abriendo puertas: entre contactos y conocidos

Ser miembro de "la hinchada" tiene para sus integrantes la capacidad de "abrir puertas". Es decir, "los pibes" consideran que la pertenencia al grupo permite establecer interacciones. Un hincha en una charla me comentaba que "ser de la hinchada te permite sentarte acá (en el buffet del club) y que te conozcan todos". En esta frase, la referencia a ser conocido es la posibilidad de establecer interacciones; cuando alguien es conocido tiene contactos. Un renombrado político de la zona, en su juventud, perteneció a "la hinchada" de Huracán y considera a esta participación fundamental por las relaciones establecidas. Dice: "Haber sido de la hinchada te da un montón de contactos". La pertenencia en pasado y los contactos originados remarcan la relevancia de esta frase. Actualmente intenta no quedar identificado con el grupo, ni con la violencia, pero tiene muchos contactos con integrantes de "la hinchada" actual y de la vieja. No es un dato menor que en algunos casos se presente como un "ex barra" y que presente como amigos a los viejos líderes de "la banda".

Un contacto, un conocido, una línea son las formas nativas para referirse a las interacciones. "Los pibes" establecen una red de contactos. Coco nos decía: "Por ser de la hinchada me conoce una banda de gente. Voy al Fernández (hospital) y me atienden sin esperar,

igual en el Penna, hay unos médicos que son Quemeros y está todo bien". Ser conocido es la forma de entablar contactos; la pertenencia a "la hinchada" es una forma de hacerse conocido. Es sorprendente, cuando uno camina por la calle con uno de estos hinchas, la cantidad de personas que lo saludan; son personajes reconocidos en el ámbito barrial: los saludan las señoras, los jóvenes, los niños, etc.

En una visita de campo, caminaba con Coco por el barrio de Pompeya; íbamos desde su casa hasta una carnicería a comprar unos bifés para la cena. En el trayecto lo saludaron muchas personas, pero lo sorprendente es que varias de ellas le preguntaban por su salud, por Huracán y por asuntos que los relacionaban. Con un vecino conversó sobre el servicio de cable que compartían, con otro arregló el tema de unas multas de tránsito y con un tercero cerró los últimos detalles de una venta de artículos de librería. Los integrantes de "la hinchada" son personas reconocidas y prestigiosas, las cuales entablan relaciones con sus vecinos.

Para "los pibes" ser respetado es la condición fundamental para tener contactos y conocidos; tener "aguante" permite hacer amigos. El respeto está sustentado en la capacidad violenta. Ser conocido es en este caso, también, ser un tipo respetado. Jorge nos dice que el respeto se lo ganó por dos cosas: por no "quedarse un vuelta y por aguantar cuando había que aguantar". O sea, ser una persona conocida, cuestión que le permite entablar algunos negocios en la órbita del club, remite al prestigio ganado como administrador (tiene fama de haber sido una persona que no robó) y como luchador.

El relato donde Coco nos cuenta que gracias a sus contactos lo atienden sin esperar en los hospitales, permite pensar que estas relaciones de "amistad" fueron generadas a partir del respeto, sustentado en la capacidad violenta de los integrantes de "la banda". Al igual que Jorge, Coco y otros integrantes de "la hinchada" son actores conocidos, respetados, y esto lo incluye en cierto tipo de interacciones que iremos investigando.

Pero, por ahora, queremos reafirmar la importancia que tiene "el aguante", como atributo que distingue aquellos que pueden ganarse el respeto de otros sujetos que manejan concepciones diferentes. La capacidad de ejercer la violencia es uno de las cualidades que usan estos actores para construir sus redes; no obstante no es la única, pero sí la distintiva. Sanchez-Jankowski (1991) en su análisis sobre las pandillas norteamericanas, argumenta que usan la violencia para promover los intereses de la organización. Los miembros de "la hinchada" están ubicados en una posición social determinada y desde ésta construyen sus relaciones, valiéndose de los atributos que los diferencian. Un dirigente de Huracán me decía sobre los integrantes de "la banda" que son los "que ponen el pecho a las balas".

Como dijimos con anterioridad, Barnes (1968) manifiesta que la red de interacciones es vista distintamente por cada uno de los miembros, quienes tienen visiones "subjetivas" de la relación. Es decir, ser amigo o conocido de uno de "los pibes" permite pasar por el barrio sin temor cuando ellos están en la plaza o pueden recurrir a ellos cuando tienen problemas con otros grupos de jóvenes en boliches de la zona o posibilita ir a la cancha tranquilo (no tanto) sabiendo que ante cualquier eventualidad con los rivales, con la policía o con la misma "hinchada" el conocido puede terciar y ayudarte. Un simpatizante me comentaba que se salvó de una apretada de "los pibes" porque lo conocían.

Un vecino, director de la murga barrial, decía: "Nosotros no tenemos problemas porque los conocemos a todos". Para los vecinos y los simpatizantes conocerlos es asegurarse una dosis de tranquilidad ante algunos episodios. Por ejemplo, los murgueros hacen anualmente una fiesta a metros de la plaza donde se juntan "los pibes"; cuando están por hacer el evento entran en contacto con ellos para evitar todo tipo de problemas, sobre todo que se pongan violentos con murgas que representan otros barrios (de más está decir que igual no van murgas ni de Boedo, ni de Paternal, barrios identificados fuertemente con rivales futbolísticos). La contrapartida de esta negociación es que la murga done a "la banda" los bombos viejos.

En una oportunidad estaba con Coco en la puerta de su casa: un vecino se acerca y se ponen a conversar. Coco le comenta al hombre que se muda, que va a dejar el barrio, y el hombre expresa su disgusto. Terminada la charla Coco viene hacia mí, con una sonrisa entre dientes; me pregunta si escuché la bronca del hombre por su mudanza y dice que para los vecinos "está bueno tener un pibe de la hinchada en el barrio", es una forma de estar más seguro.

En otra oportunidad, Coco argumentó que las relaciones de "la hinchada" con los vecinos eran tensas pero que muchas veces se necesitaban mutuamente. Manifestó que según su opinión "la banda" era garante de la seguridad en el barrio y comentó un episodio sucedido tiempo atrás. En la esquina de Los Patos y Colonia había un restaurante; "los pibes" paraban en la esquina de enfrente, y según Coco no "bardeaban" a los clientes pero fumaban marihuana y estaban "re locos", dando mala imagen. El dueño del local, cansado, mandó a la policía para que los eche. Los hinchas deciden, por las presiones, mudar su punto de reunión unas cuadras. Pasadas unas semanas el dueño del restaurante va a conversar con los jóvenes para que regresen a su vieja esquina, contándoles que en el tiempo que ellos no estuvieron el restaurante fue varias veces robado.

Nathalie Puex (2002) realiza un análisis de las nuevas formas de delincuencia en las villas miserias y señala que, a veces, los delincuentes cumplen una función importante al regular

la violencia: no dejan que otras bandas delictivas roben en su territorio. Cumplen, así, un rol positivo y protector que no realizan las fuerzas policiales.

Con los vecinos, con los comerciantes, con algunos políticos (relaciones que analizaremos más adelante) "los pibes" establecen vínculos: se hacen conocidos o se contactan. Los miembros de "la hinchada", por su participación en el grupo, establecen relaciones con los vecinos, como el caso de los murgueros de Pasión Quemera, o con los comerciantes, como sucedió con el dueño del restaurante, o con los políticos zonales y dirigentes del club. Estas relaciones son parte de un aceitado intercambio de bienes materiales y simbólicos; analizaremos algunas de sus características, pero antes abordaremos algunos términos nativos que refieren a la interacción y al intercambio. Términos que al explicarlos y ejemplificarlos darán cuenta de las relaciones personales de "los pibes".

Tener una punta para tocar a alguien y conseguir algo

El verbo nativo que remite a las interacciones es conseguir. Cuando hablamos con "los pibes" nos cansamos de escuchar que consiguieron esto o aquello. En una charla Lito me contó que conseguía la pintura barata para el club, Rambo comentaba que él conseguía la carne para los asados, Coco decía que consigue los globos; asimismo, consigue turnos en los hospitales, ropa de los jugadores, etc. Los jefes actuales se vanaglorian al decir que ellos consiguen más entradas que sus predecesores. También consiguen micros y ropa. Los jefes viejos, como Rambo, dicen que ellos conseguían camiones y no micros, y explica las ventajas de viajar en camión cuando hay posibilidades de conflicto. Conseguir es sinónimo de relaciones, de contactos. Este verbo da cuenta de las posibilidades de interacción con distintos actores de la zona, el que consigue está bien contactado.

Uno de los muchachos de la murga me contó, con asombro, cómo uno de "los pibes" que baila en otra murga vecina consiguió con una sola llamada telefónica que la policía corte el tránsito en una calle y así poder realizar un corso.

Asimismo, los integrantes de "la hinchada" se refieren a "tocar" los contactos cuando quieren solicitarle favores a un conocido. Rambo se jactaba de tener contactos en el gobierno de la ciudad y que los utilizaba cuando los necesitaba; por eso cuando necesitó asfaltar una entrada en la Quemita, tocó a sus relaciones y consiguió lo deseado.

El mismo hincha decía que se había peleado con un colega porque éste no había tocado al presidente del club para sacarlo de la cárcel. En una oportunidad Rambo quedó

detenido por pelearse contra unos rivales y lo apresaron con un revólver en la cintura. La posesión de arma de fuego complicó su situación procesal, que según él hubiese sido fácilmente solucionada si un compañero hubiera recurrido al presidente del club llevándole la noticia de su detención. Este hincha se tomó su tiempo, pues tardó cerca de una hora en avisar al dirigente de lo acontecido; tiempo fundamental, en el cual le iniciaron una causa judicial. Cuando el dirigente llegó a la comisaría Rambo ya había sido derivado a una fiscalía, sin poder interceder en su favor. Luego de un tiempo, cuando los problemas judiciales cesaron y el detenido recuperó la libertad, se peleó con su ex amigo acusándolo de desidia. Rambo me comentaba mientras nos tomábamos unos vasos de vino y comíamos un asado en la Quemita: "Si este puto, no se iba a bañar, si iba de una y lo tocaba a XC, yo no me comía ese garrón".

De la misma forma, Lito se refería a sus relaciones con un dirigente, diciendo: "Cuando yo estoy en las malas voy y lo toco a X, él tiene una deuda conmigo y siempre me da una mano". La deuda a la que hace mención y la relación entre ellos será analizada más adelante; por ahora nos sirve dar cuenta de que estos vínculos se renuevan cuando una de las partes "toca" a la otra. Es decir, cuando alguien está ante una situación problemática concurre ante un conocido, un contacto, en busca de una ayuda, de "una mano", de "una punta".

Lito en otra charla nos decía: "Ahora estoy esperando que me tire una punta, porque está en deuda conmigo, por eso me tira cada tanto una sogá". Una punta puede ser no sólo una asistencia o favor sino, también o por ejemplo, un contacto que brinde la ayuda necesaria. Así las relaciones establecidas por intermedio de la participación en "la hinchada" se van extendiendo.

"Los pibes" explotan los contactos, los conocidos, para conseguir cosas. Por ejemplo, hace unos meses falleció el Teo, un integrante de "la hinchada" que no estaba encumbrado en lo alto de la jerarquía. El joven murió asesinado por la policía cuando huía de hacer una "salidera" en un banco. El velatorio puso en movimiento varias redes de contactos. Sus amigos más cercanos se encargaron del traslado del cuerpo, mientras "los capos" consiguieron un salón velatorio que les hiciera una rebaja importante. El dueño del salón, un ex dirigente de Huracán y de reconocido apellido en la zona (Bonavena), ya había sido "tocado" varias veces por "la hinchada", ya que la mayor parte de los velorios de "los pibes" los realiza esa empresa. Luego, "los capos" se dirigieron hacia el club y consiguieron plata en efectivo para otros gastos, entre ellos abonar una parte del servicio a la cochería.

De la misma manera, la aceitada cadena de contactos se movilizó cuando el micro donde viajaba "la banda" tuvo un fatal accidente al regreso de San Juan, en donde Huracán

jugaba contra el equipo local. El accidente ocurrió en la provincia de Córdoba, cuando el autobús salió de la ruta y luego de varias vueltas quedó volcado. En el acto murieron dos pasajeros y otros tres quedaron gravemente heridos. Muchos "pibes" que no habían viajado, ya que el partido era un lunes laboral, se pusieron en movimiento para auxiliar a sus compañeros. Consiguieron dinero, mucho cedido por los dirigentes, y fueron en auto hasta Córdoba. Allí compraron alimentos y otras cosas para sus colegas accidentados. Simultáneamente otros hinchas en Buenos Aires se encargaron de conseguir un nuevo micro para que transporte a los hinchas ilesos, que fue cedido por el club. Asimismo, Pedro convenció al Perro para que realice los trámites correspondientes y dos ambulancias viajen hasta Córdoba a buscar a los heridos. El Perro se encargó de conseguir medicamentos para algunos de los hinchas que estaban heridos. Por ejemplo, Oso se había roto el tabique y necesitaba calmantes y otros medicamentos, que fueron rápidamente entregados al herido por Jorge a quien se los había dado Pedro, quien a su vez los había conseguido por intermedio del Perro.

Los velorios de los jóvenes accidentados corrieron por cuenta de la aseguradora de la empresa de transporte, pero igualmente los miembros de "la banda" hicieron llegar dinero para los familiares.

Los contactos y conocidos permiten establecer interacciones económicas. Coco en varias oportunidades me ofreció quitarme las multas de tránsito. Según él, tiene una punta en la dirección de tránsito, que por una pequeña suma de dinero borra las infracciones de cualquier vehículo. Me comentó que su cuñado tenía multas por seiscientos pesos y que gracias a sus contactos pudo arreglar el problema con cien pesos.

Por otro lado, los integrantes de "la hinchada" consiguen entradas, dinero para micros y ropa deportiva a través de sus contactos con los dirigentes del club. "Los pibes" "le tiran la manga" a los dirigentes y consiguen estos elementos fundamentales para el desenvolvimiento del grupo. Las entradas para ingresar a los estadios de forma gratuita y la plata para solventar el transporte hacia los estadios visitantes son recursos fundamentales, ya que la administración de estos bienes les trae sendos beneficios.

Las camisetas y ropa deportiva son dadas por los dirigentes y los jugadores y tienen un valor simbólico relevante; es esta indumentaria la que identifica a los hinchas con el club. Asimismo, vestir ropa deportiva del club, indumentaria que los entendidos saben que fue regalada, testimonia el reconocimiento a la fidelidad y el fervor de los integrantes de "la hinchada"; según ellos éstos son los motivos por los cuales les regalan la ropa.

Laburos

Cuando "los pibes" obtienen un trabajo a través de sus contactos también hacen referencia a algo conseguido. La obtención de trabajos, de planes o de changas es uno de los ejemplos que muestran la distribución desigual de los recursos según la estructura jerárquica del grupo. "Los capos" consiguen trabajos y planes para repartir y entre "la tropa" se distribuyen las changas.

Los "laburos" de "los capos" en su mayor parte representan ingresos sin ningún tipo de contraprestación o mínima. Estos trabajos están vinculados con las actividades políticas. Coco nos decía: "Los laburos no los conseguís por la hinchada sino por la política, pero la política necesita siempre de hinchadas". En su caso particular trabajó mucho tiempo en un sindicato dirigido un ex presidente de Huracán y, un tiempo más corto, en la UOCRA¹⁰ (uno de los dirigentes de este sindicato había sido vicepresidente de Huracán). En los dos trabajos compartió espacio con integrantes de otras "hinchadas"; en el primero tuvo muchos compañeros de Huracán pero en la UOCRA había miembros de "bandas" de varios clubes.

Los trabajos no están sólo en el espacio de la política sino también en el orden institucional de los clubes. Todos los hinchas que tienen o tuvieron una posición jerárquica alta en "la hinchada" pueden explotar sus contactos para conseguir trabajos en el club. Jorge, Rambo, Pedro, Oso y otros trabajaron o trabajan en el club y la mayor parte de las veces sus tareas están relacionadas con la seguridad. Por ejemplo, Rambo, Pedro y el Tano estuvieron encargados de la seguridad de la Quemita, de la sede y del estadio, respectivamente. Jorge y Oso trabajaron de serenos en el estadio y en la sede, respectivamente. En estos trabajos explotan el capital adquirido, ya que en sus tareas ponen en juego sus conocimientos.

Estos saberes, acumulados como capital, son explotados con propios y ajenos. Rambo comentaba que desde que está a cargo de la Quemita se acabaron los problemas con "los pibes", que como a él lo respetan: "no hacen quilombo: ni entran borrachos a la pileta ni fuman porro delante de las familias". Me comentó que hace un tiempo tuvo que hablar con Sala y "los pibes" de Pagola, diciéndoles "que se pongan las pilas y no la bardeen en la Quemita, que está lleno de familias que van a pasar el día, los pibes lo entendieron y se portan bien, lo que pasa que me conocen". En esta frase, ser conocido remite, nuevamente, a ser respetado; "los pibes" van a portarse bien para no tener problemas con uno de los hinchas más reconocidos por su vehemencia para la lucha.

¹⁰ UOCRA es el sindicato que nuclea a los empleados de la construcción.

Asimismo, estos saberes deben ser puestos en acción, también, ante los desconocidos. La Quemita está ubicada a unas pocas cuerdas de la nueva cancha de San Lorenzo; los días que juega San Lorenzo en su cancha pasan muchos simpatizantes por la puerta. Rambo se para en la puerta con un revólver en la cintura para custodiar el predio de los rivales. Me comentó que en varias oportunidades tuvo que "sacar a los tiros" a contrincantes decididos a pintar con aerosol el frente de la Quemita o a realizar algún acto de vandalismo.

La posibilidad de conseguir changas a través de los contactos establecidos por ser miembro de "la hinchada" está abierta para todos los integrantes, sin importar la posición en la estructura jerárquica. Para ejemplificar podríamos contar que hace unos meses están pintando el estadio; Lito es uno de los que está trabajando en esta "changuita", y junto a él varios "pibes" que no son parte de la cúpula se ganan unos pesos por semana.

De la misma forma, Ramón, mientras charlaba en la sede del club una tarde, recordó que él había conseguido unos "trabajitos" para dos jóvenes de "la banda" en un lavadero de autos de un amigo. Éstos, por sus conductas (faltaban los días soleados en los cuales hay más trabajo e iban a trabajar los lluviosos cuando no había ni un auto para lavar) lo habían hecho quedar mal ante su conocido y, por eso, desde ese hecho, decide bien a quién recomendar.

Ramón también me comentó que durante un tiempo que no tuvo trabajo hacía unas changas con un compañero de "la hinchada". Asimismo, Coco me contó que durante un tiempo estuvo a cargo de una empresa de mensajería y tuvo la posibilidad de contratar a varios Quemeros de "la banda" y del barrio. En esta oportunidad, haber participado de "la hinchada" le permitió manejar un grupo con desenvoltura, porque según él ahí había aprendido a tratar con "diplomacia" a la gente. Es decir, hacerles conocer el lugar que ocupan en una relación, él y los otros, sin hacerlo de forma violenta. Coco recordó varias anécdotas en las cuales tenía que lidiar con empleados holgazanes, que interrumpían su trabajo para fumar marihuana o tomar cerveza. El manejo de la relación le permitió convencer a los empleados de que debían trabajar, que a él no le molestaba "que fumen porro a las ocho de la mañana sino que el laburo no se haga"; según Coco los jóvenes entendían y por ello se quedaban trabajando hasta altas horas de la noche para terminar las tareas diarias. La diplomacia de Coco no es otra cosa que la exhibición de capitales violentos, en la forma de hablar, en el lenguaje corporal, que sumados a su posición en una relación empleado-encargado lograban un buen entendimiento con "los pibes".

En épocas de elecciones también hay trabajos que llegan a buena parte de los integrantes del grupo. Coco relató en varias oportunidades que en época de elecciones "la hinchada" trabaja para todos los partidos políticos, para "el que ponga la plata". Trabajan

pintando, haciendo de seguridad (de "mulos"), llevando gente a votar o a los actos. Coco nos dice que "las hinchadas son fuerzas de choque" que utiliza la política para dirimir sus conflictos. Estos dichos permiten reflexionar sobre el delicado equilibrio entre lo económico y lo moral; que trabajen para cualquiera que ponga dinero expresa la carencia de relaciones personales, como observaremos más adelante cuando existen relaciones personales los bienes intercambiados tienen un rol distinto en la relación, aquí parece emerger vínculos distintos¹¹.

Aquí el relato de Lito es un excelente ejemplo de los espacios que ocupa "la banda" en la vida política. Él nos dice: "A mí me gusta encargarme de la seguridad. Estuve encargado de la seguridad de los actos de un partido político, todo por un contacto que nos tiró X (ex presidente del club). Eso me gusta". En esta frase aparecen los contactos como instauradores de relaciones con los políticos; "los pibes" construyen estas redes y se valen de la posibilidad de poner el cuerpo y su "aguante" para conseguir una changa.

Estos contactos, que parecen temporales, pueden transformarse en vínculos duraderos que generan intercambios que van más allá de los acontecimientos puntuales: varios ejemplos serán analizados en otros apartados. Por ahora, podemos relatar el caso de Diez, un hincha reconocido por sus saberes para la lucha. Durante la gestión anterior fue guardaespaldas de un vicepresidente, no dejaba que se le acerque nadie. Este vicepresidente estaba encumbrado en las posiciones más altas de un sindicato, y entonces Diez trabajaba cuidándole la espalda tanto en el club como en la vida política. Esta persona, tiempo después de cumplir su mandato en Huracán y de abandonar el sindicato por la actividad privada seguía relacionado con Diez. Dadas las vicisitudes de la vida ya no necesitaba un guardaespaldas, pero como la relación personal era tan fuerte decidió comprarle un taxi para que éste trabaje. En estos casos las relaciones personales establecen vínculos que superan el intercambio de un toma y daca, recubriendo a la relación con otros intereses morales.

La manga o el apriete y las interacciones

La acción que da inicio a gran parte de las relaciones que instaura "la hinchada" con otros actores es el "mangazo" o el "apriete" según el lugar donde estén parados los agentes que

¹¹ Estos vínculos deberían ser analizados en otro trabajo y detalladamente teniendo en cuenta que tampoco trabajan para "cualquiera". Coco hace años que trabaja con los Radicales y con los Peronistas de Parque Patricios, pero por ejemplo no trabaja con Palito que es un puntero Peronista, según él "porque es un Chorro anti Huracán". Hay que analizar si trabajan para "cualquiera", como expresa Levitsky (2003; 205); las agrupaciones que trabajan pintando pueden hacerlo para varias facciones pero son usualmente peronistas; cabe preguntarse si trabajarían para radicales u otros.

interactúan. Para "los pibes", ellos piden o "manguean", pero para los que con ellos se relacionan ese pedido es un "apriete". Es decir, es interpretado como un pedido que no puede ser rechazado. Las formas en que se inician las conversaciones, los tonos de voz, las formas corporales, los gestos son amenazantes y prepotentes.

Lito, quien participó de "la banda" del Gallego¹², en una charla entre cervezas me contó que antes se mangueaba distinto, que había más respeto y que ahora los hinchas son prepotentes y atolondrados. Él se confesaba partidario de la vieja escuela, manifestando los beneficios de ser educado y correcto a la hora de manguear. Comentaba que un tiempo atrás fue hasta el lugar donde entrenaban los jugadores y lo encaró al técnico, a quién conocía de su época de jugador Quemero, y le dijo de buena forma que uno de "los pibes" cumplía años y que iban a hacer un asadito. Le señaló que le faltaba plata para la bebida, que la carne y el pan ya lo habían comprado, y el técnico le dio 50 pesos.

Esta interacción contada desde la óptica de Lito parece ser un pedido que no contiene ningún tipo de uso del capital violencia, un pedido que no puede ser entendido como un apriete. Sin embargo, desde la óptica del técnico puede ser entendido de esa forma; la mención a "los pibes", el trato personal de un hincha reconocido por haber estado implicado en varios hechos de violencia, restringe las posibilidades de rechazo de lo pedido.

El director de la murga barrial, Pasión Quemera, me comentaba que "los pibes" de la plaza le habían pedido un bombo y que por la forma no había podido negarse. Decía que una tarde se cruzó con dos hinchas que lo cercaron y le dijeron en un tono de voz elevado: "A ver cuando la murga del barrio nos regala un bombo". La situación y la frase explican, según el murguero, que el pedido no pudo ser rechazado. De la misma manera, un dirigente del club confesaba que ellos entregaban entradas y dinero para micros, diciendo que no podían negarse, que no tenían otra alternativa.

El pedido que se hace de forma prepotente puede parecer a simple vista una apropiación, en términos de Sahlins, un ejemplo de reciprocidad negativa. Sahlins dice que "la reciprocidad negativa es el intento de obtener algo a cambio de nada gozando de impunidad; entran aquí las distintas formas de apropiación, las transacciones iniciadas y dirigidas en vistas de una ventaja utilitaria neta" (1981). El robo es un ejemplo de estas interacciones, según este autor.

Sin embargo, las relaciones establecidas entre "los pibes" y los dirigentes o los vecinos a partir de este hecho no finaliza en este intercambio; si introducimos el tiempo como variable

¹² Mítico líder de la hinchada en la década del '90.

de análisis de esta interacción veremos que existe un contradón. Aquellos que por medio de un apriete han logrado conseguir algún tipo de favor, tienen que retribuirlo y esto es sabido por ambas partes. El director de la murga sabe que haber ofrendado un bombo es una muestra de generosidad que tiene sus lados positivos a la hora de sentarse a negociar con los hinchas para que estos no hagan líos en los festejos del "curso de las ranas". Asimismo, los dirigentes que dan entradas y micros saben que de esa forma se ganan el aval de este grupo a la gestión y se vuelven incuestionables mientras el intercambio dure¹³. "Los pibes" saben que para seguir manteniendo el flujo de bienes deben portarse bien y no salir a apretar a las murgas rivales en los festejos del curso. También, piensan que los encargados de Pasión Quemera son buena gente, son de Huracán, son conocidos del barrio, algunos fueron compañeros del colegio y por esto no se les deben arruinar los cursos. Las mismas ideas tienen respecto a su relación con los dirigentes; el vínculo debe mantenerse porque gracias a éste "la hinchada" consigue esos bienes fundamentales, pero, también, hay un reconocimiento a aquellos dirigentes que ponen esfuerzo y dinero al servicio de Huracán, y que en más de una oportunidad han intercedido a favor de "los pibes".

Para muchos dirigentes y políticos es símbolo de prestigio interceder por los miembros de "la banda", ya sea ante la policía o ante otros colegas. Prestigio que en ciertos ámbitos es ocultado porque ser amigo de los violentos tiene una sanción moral¹⁴.

Las relaciones personales son aquí el punto que mantiene viva la interacción. Todos se conocen, algunos se aprecian, algunos son amigos, todos se pueden ayudar. La relación existente entre ambas partes son relaciones de interdependencia. En términos de Elias (1982 y 1990) el concepto de interdependencia¹⁵ permite dar cuenta de las relaciones entre dos

¹³ Un dirigente me comentaba en tono jocoso lo costoso que era el aliento de la hinchada para esa comisión.

¹⁴ Puede parecer contradictorio que la misma acción da prestigio y desprestigio al mismo tiempo pero no lo es. Muchos de estos actores sociales, políticos y dirigente, interactúan en mundos morales con parámetros distintos para definir algunas prácticas; esto produce que una acción de ayuda y solidaridad con los integrantes de "la hinchada" sea una operación que nutre de prestigio en un determinado mundo moral pero que pueda ser validada de forma negativa en otro universo. Agradezco a Mariano Plotkin su comentario al respecto.

¹⁵ La interdependencia permite analizar la dependencia recíproca de los individuos, dependencias que no tienen porque ser armónicas ni pacíficas; Elias (1982) dice que se puede depender tanto de rivales como de aliados y es necesario analizar cómo se equilibran estas relaciones en situaciones que parecen tensas y desequilibradas. Para analizar la acción se debe reconocer el mapa de las interacciones, de las dependencias individuales, no pensar a un hombre individual absolutamente independiente, sino una multiplicidad de hombres interdependientes que forman una realidad específica. La concepción de interdependencia hace hincapié en las relaciones entre las partes más que en la asimetría de poder, ya que supone que la intensidad de las dependencias mutuas genera una dinámica propia que supera las asimetrías de poder, que puede legitimarlas o deslegitimarlas según el carácter de las relaciones.

actores que a pesar de estar asimétricamente ubicados en una relación, mutuamente se necesitan.

La confianza que sustenta la relación, confianza que hace que unos den y esperen la devolución, se sustenta en la interdependencia. Lomnitz (1977) manifestaba que la confianza era el factor sobre el que se posaban todos los intercambios, confianza de que la devolución se haría dentro de los términos de la moral normativa. La obligación de devolver era asumida por la igualdad de condiciones de los que entablaban las relaciones. En las interacciones de los hinchas muchas veces las condiciones no son de igualdad pero el don es devuelto porque las partes contrayentes de la relación se necesitan mutuamente.

Podemos afirmar que la interpretación del inicio de la interacción como un apriete tiene que ver más con la condena social que rodea la interacción con estos actores que con las propias concepciones de los interactuantes. Además, llamarlo apriete impide ver los intercambios que se siguen dando en esa red de relaciones.

Amigos

Los integrantes de "la hinchada" llaman a muchos de sus contactos o conocidos como "amigos", poniendo de relieve la densidad del vínculo. Coco y el Perro se tratan en estos términos, se criaron juntos y compartieron varios momentos de su vida. Coco dice que a él siempre le gusto "la hinchada" y la joda, es decir el vino y las drogas, y por eso no tuvo la carrera política que tuvo el Perro. Éste piensa que Coco quedó ligado a una forma de vida que él abandonó, y que su amigo nunca quiso cambiar. Coco sigue juntándose con "los pibes". El Perro ahora tiene un importante cargo político. Aquellos amigos que compartieron juntos los primeros años de su vida tienen en la actualidad un presente distinto: uno vive de changas y otro tiene un empleo estable, el Perro se casó y Coco se separó y la ex mujer (que antes fue novia del Perro) no le permite visitar a la hija de ambos.

Luego de un grave accidente de tránsito Coco debía realizarse una operación muy costosa y fue en busca de su amigo para ver si podía "conseguir" algo: los remedios, la prótesis, etc. Durante mis visitas en el campo presencié varios momentos de la relación. A Coco me lo presentó el Perro. Coco durante un tiempo me habló bien de su amigo, pero luego empezó a insinuar que estaba en deuda, que se "había borrado". Durante una visita de campo, estábamos con Coco mirando la televisión y le pregunté por su relación con el Perro; había entre nosotros la suficiente confianza para hablar mal de alguien que ambos conocíamos y rompió el silencio.

Coco estaba enojado, movía las manos y hablaba rápido, decía que el Perro se había borrado, que era un "garca", que cuando lo llamaba por teléfono "se hacía el boludo", que no le conseguía nada. Me mostraba los calmantes que estaba tomando y me decía que éstos los había obtenido por otro lado y que si el Perro tuviese voluntad levantaba el teléfono y conseguía todo. Me dijo que cuando uno está en las buenas, o sea que tiene dinero y contactos, debe ayudar a los amigos que están en las malas. Insinuó que la incidencia en el barrio del Perro era inexistente si no estaba él, me dijo que entraba al barrio (refiriéndose al Pueblito, una villa miseria cercana) porque todos saben que era amigo suyo, "no lo conoce nadie, no existe". Término el monólogo diciendo: "igual es un amigo".

Los vínculos que relacionaban al Perro y Coco parecían estar a punto de romperse; las obligaciones establecidas en esta relación estaban siendo incumplidas, según una de las partes, lo que podía generar una ruptura. En una relación de intercambio existen obligaciones de ambas partes, y para Coco las obligaciones del Perro estaban incumplidas. En la misma charla arriba desarrollada, Coco manifestó que él siempre ayudó al Perro cuando éste lo necesitaba. Recordaba que hace un tiempo el Perro le había solicitado que les dé una mano a los encargados de una productora de cine que tenía intenciones de filmar en Parque Patricios; Coco les consiguió una casa y otras cosas que estos necesitaron, pero nunca recibió nada a cambio. También recordó que él siempre fue a todos los actos políticos que el Perro organizaba. Coco, entre risas, decía que si lo llamaban a las cinco de la mañana para que vaya a un acto en el polo, él iba. Por último, me mencionó a mí como parte de un intercambio, cuando el Perro nos presentó y le pidió que me ayudara, lo que generaba un nuevo compromiso entre ambos. Coco quería explicar que él no había hecho las cosas por interés pero que su amigo estaba en deuda, porque cuando uno está mal debe ser auxiliado por los amigos.

Tiempo después tuve con el Perro una charla respecto a esta relación. Estábamos en una camioneta del gobierno de la Ciudad dando vueltas por Parque Patricios junto a Pedro. El Perro iba sentado en el asiento del acompañante, de traje negro y camisa blanca; sistemáticamente acomodaba su largo pelo lacio detrás de la oreja mientras hablaba. Él me decía que Coco era un amigo y que él nunca se olvida de los amigos, pero que esta vez no podía ayudarlo. Que las cosas que le pedían estaban fuera de su alcance; entre risas decía: "que cree, que soy Superman"; igualmente afirmaba que lo iba a ayudar en todo lo que pudiera.

Pasaron unos meses y el Perro cumplió la promesa. Había ingresado a su amigo en una lista de espera para recibir la prótesis gratuita por intermedio del Ministerio de Salud del Gobierno de la Ciudad y, también, estaba consiguiendo algunos calmantes y otros medicamentos. Coco ya no deslizaba ninguna crítica sobre la desidia de su amigo en torno de su salud, pues la relación se había restablecido en buenos términos.

Las relaciones clientelares tienen un gran anclaje en lo afectivo; entre el cliente y el patrón debe existir una relación personal. Entre las partes que construyen las relaciones de patronazgo existe la interpretación del otro como un "amigo"; en muchos casos el patrón no es considerado de esta forma pero sí lo es su intermediario, el "broker" o mediador.

Como dice Günes-Ayata, el patronazgo "provee el marco adicional necesario para satisfacer las necesidades individuales, bajo la forma de relaciones cargadas de afecto, voluntarias y selectivas" (1997). De esta manera, el intercambio de bienes en las relaciones clientelares no se reduce a cubrir "las fragmentarias necesidades del momento" (Wolf 1980), sino también a establecer relaciones personales que permitan luchar contra el anonimato.

La relación "cara a cara", la existencia de una carga de afecto (aunque sea mínima), funciona como carta de juego para garantizar la retribución del don. Si no existiese entre los participantes una relación personal –la cual, cimentada en la lealtad, asegura la devolución de los favores–, la interacción se reduciría a un simple intercambio de ocasión. Los teóricos del tema concuerdan en ratificar que las relaciones clientelares deben extenderse en el tiempo, de manera que no podríamos hablar de clientelismo si los lazos establecidos son de corta duración o se limitan a un solo intercambio entre las partes. Gellner manifiesta que el patronazgo "tiende a formar un sistema amplio; a extenderse en el tiempo, o por lo menos a no limitarse a una transacción única y aislada..." (1986). Las clientelares son relaciones duraderas en el tiempo, que superan el simple intercambio de favores de ocasión; esta particularidad está ligada en algún sentido al carácter afectivo que solventa la relación. Lo afectivo establece sólidos lazos entre las partes, originando relaciones que duran más allá del intercambio ocasional de bienes.

Debe existir un tiempo entre el don y el contradón, para que la reciprocidad se distinga del toma y daca (Bourdieu 1991). El intervalo entre el don y el contradón incluye en la relación a la incertidumbre, hace parecer que todo puede ser distinto, que el don no tenga contradón y que la relación desaparezca (Soprano 2003). La utilización del tiempo es jugar con la estrategia (Bourdieu 1991), es darle un plusvalor al contradón, mostrar el esfuerzo o la importancia que tiene el bien o servicio intercambiado. El tiempo que el Perro se tomó en devolver puede ser interpretado como una estrategia para mostrar el esfuerzo que él hacía por su amigo, demostrando que los servicios no eran accesibles y que sólo él con afanosa voluntad podía conseguirlo. Este uso estratégico puede haber tenido como objeto desequilibrar la relación de intercambio (Soprano 2003) y generar un vínculo donde la dimensión de poder posea otros aditamentos.

Wolf (1980) define dos tipos de amistad, una emocional y la otra instrumental. La primera es una relación en la que un álter y un ego satisfacen una necesidad emocional del otro.

En la instrumental, el acceso a recursos, naturales o sociales, es un elemento consustancial de la relación, aunque no su objetivo principal. Lo afectivo sigue teniendo un rol importante en la relación, que a diferencia de la emocional no se limita a álter y ego. Este tipo de amistad tiene como particularidad que los amigos los conectan con otras personas, sobrepasa los límites de los grupos y acrecienta el caudal de relaciones. Según Wolf, estas amistades son en sus inicios lazos recíprocos no equilibrados sino generalizados.

La amistad entre el Perro y Coco parece acercarse más a este modelo, aunque es posible imaginar que nació siendo una amistad emocional; se convirtió en instrumental cuando ambos tomaron caminos distintos y sus relaciones podían serles útiles a ambos. El Perro se beneficiaba cuando Coco le abría puertas en lugares de difícil acceso y Coco se favorecía con la inserción institucional del ahora dirigente político. Lo afectivo mantiene el vínculo cuando el contradón esperado se demora.

Esta relación de amistad instrumental permite analizar cómo se va conformando o ampliando una red de relaciones. Wolf dice: "...en la amistad instrumental cada uno de los componentes de la misma actúa como potencial eslabón de conexión con otras personas del exterior. Cada uno de los amigos es promotor del otro" (1980). Coco le presenta amigos en el Pueblito y va con ellos a los actos políticos, convocando a varias personas para cada reunión que organizaba el Perro. Éste a través de sus contactos conseguía medicamentos y lo presentaba como su amigo ante administrativos de la salud que podían solucionar su problema.

Sahlins (1981) reflexiona cómo en la economía primitiva los amigos hacen regalos, mientras en la actualidad son los regalos los que hacen amigos, afirmando que la corriente garantiza o inicia las relaciones sociales. Si el Perro y Coco son amigos por los regalos no importa tanto como que son amigos y que los regalos se ajustan a esa relación. Es decir, la relación social gobierna a la transacción material. Son los gestos, los tiempos dedicados al amigo, las palabras de apoyo, lo emotivo, lo que enmarca la relación. En este marco lo material tiene un lugar relevante pero parecen episodios momentáneos que se ajusta a una relación social más amplia. Coco en una charla me decía que el Perro no le iba a fallar, porque tiene un cariño especial por la madre de Coco y no querría que ésta se entere que el amigo se "había borrado".

El Perro puede ser interpretado, tomando los recaudos necesarios, como un mediador entre el Estado y la comunidad local. Silverman (1977) afirmaba que antes de la Segunda Guerra Mundial en Collaverde (Italia) los patrones ejercían las funciones de mediadores de su

comunidad ante el Estado. El papel del mediador o del "broker" en la relación clientelar es uno de los debates pendientes de esta temática¹⁶.

No tan amigos: otras relaciones, otros intercambios y otras obligaciones

Los vínculos entre Lito y X, presidente del club, son interesantes, ya que bajo su análisis podemos observar las relaciones de "los pibes" con algunos dirigentes de los clubes. Lito y X están relacionados hace varios años. Cuando éste último fue candidato en elecciones nacionales, Lito se encargó de la seguridad del acto de cierre de campaña que se realizó en Huracán. En esa oportunidad fue un contrato laboral, que relacionaba a un ex vicepresidente de Huracán con aspiraciones electorales con un sujeto que al poseer el capital violencia podía organizar, planificar y conducir la seguridad en un evento multitudinario y que además se movía como un pez en el agua en Huracán, lugar del mitin partidario. Pero esta relación no quedó estancada en sus dimensiones contractuales sino que se cimentó una duradera relación personal entre ambos. Además del pago por el trabajo, se generó un vínculo, con promesas de trabajos, de apoyo y de lealtad que unían a las dos personas.

Tiempo después X tuvo un cargo en la administración pública; Lito me comentó que llegó hasta su oficina, vestido de traje, "todo empilchado", en busca de un trabajo, que era uno de los ítems que los vinculaba. Este trabajo nunca se concretó. Al poco tiempo, X fue removido de su cargo y las obligaciones que según Lito se habían contraído nunca fueron saldadas. Es por esta razón que el hincha considera que el dirigente tiene una deuda con él. Esta deuda no ha roto las relaciones porque X, a pesar de no poder cumplir con su parte del intercambio, nunca dejó de auxiliar a Lito cuando éste se lo solicitaba.

Una tarde estaba en la puerta de la sede, pasando el tiempo mientras esperaba a un informante que nunca llegaría. Adentro estaba Lito charlando con unos amigos. X entra a la sede y saluda a los presentes. Lito lo aparta y se pone a hablar con él, en tono confidencial. X busca en su bolsillo, saca un billete y se lo entrega al hincha. Se saludan y el dirigente sube a su despacho, que está en el primer piso. Esta ayuda económica es una de "las puntas", o "la sogá", como lo llaman "los pibes".

¹⁶ Auyero (1997) analiza como uno de los graves problemas de la literatura clientelar la falta de importancia que se le ha dado a la investigación del rol de los mediadores en la conformación de los vínculos patrón-cliente. En un trabajo posterior Auyero (2001) analizó el papel de las mediadoras peronistas esclareciendo puntos interesantes de la relación. Pero como dice Soprano (2003), los mediadores pueden ser clientes de otros patrones y, así, el análisis se complejiza.

Lito considera que X es un dirigente honesto, de los pocos que han pasado por la historia de la institución. Aparte lo considera un hombre generoso que no se olvida de aquellos que necesitan una mano. X dice que Lito "es un señor"¹⁷, lo cual no sólo manifiesta el aprecio que tiene por él sino también cómo concibe al resto de "los pibes", quienes a sus ojos no son señores.

Las relaciones clientelares se caracterizan por basarse en el honor y la lealtad, ya que los vínculos entablados entre las partes deben establecerse sobre los principios originados por las relaciones personales. Wolf (1980) manifiesta que uno de los bienes entregados por los clientes es el de la lealtad al patrón, por lo que los lazos entablados entre las partes deben estar recubiertos por el honor y la fidelidad. Gran parte de los trabajos teóricos que hacen referencia al tema del patronazgo remarcan la importancia de la lealtad.

Una de las características de las relaciones de patronazgo, que anteriormente mencionamos, está directamente relacionada con el principio de lealtad y honor. Si la relación patrón-cliente está sustentada por algún grado de afecto, esta misma relación se va a basar en la lealtad y en el honor; de la misma forma se fundamentan las relaciones de amistad. La personalización de la relación patrón-cliente conlleva a las partes involucradas a considerarse mutuamente como "amigos". El hecho de que los vínculos entre las partes se constituyan a partir de una relación personalizada, posibilita que entre ellas se respeten los principios que generaron el intercambio, estableciendo compromisos de lealtad.

Los sentidos y grados de la lealtad y lo afectivo en el vínculo clientelar, entendidos como componentes claves de la relación, diferencian modalidades de establecer los lazos y permite preguntarnos por el valor de estas dos características en el lazo patrón-cliente. Tentativamente podríamos afirmar que la carencia de lo afectivo conlleva a la inexistencia de la lealtad; es difícil de imaginar una relación cimentada en la lealtad si entre las partes no existe una relación personalizada, que permite apreciar al otro como un "amigo".

El honor y la lealtad juegan un rol destacado cuando los tiempos de retribución de dones son extensos. Sobre estos dos elementos se sostiene el intercambio cuando la devolución se hace con mucho tiempo de demora, ya que así se aseguran que las partes se comprometan a hacer la compensación de lo recibido con anterioridad.

¹⁷ X no sólo tiene un aprecio especial por Lito sino que menciona y reconoce el lugar de éste en la hinchada; además de recordar historias que lo ligan a la violencia, como la vez que tuvo que pelearse con la policía que quería quitarle la bandera de Huracán con un dibujo de la cara del Che Guevara.

En la actualidad el flujo de intercambios entre Lito y X es unidireccional. Situación que nos lleva a pensar en la existencia de una reciprocidad generalizada (Sahlins 1981). El circuito de bienes y servicios puede mantener esta dirección por un largo tiempo. Si hacemos un análisis sincrónico, la relación atraviesa una etapa que según la óptica de Polanyi podría ser observada como un intercambio redistributivo, ya que lo intercambiado fluye desde un lugar donde está concentrado. Sin embargo, debe ser interpretado como parte de una relación social más amplia, que a pesar de exhibir la asimetría económica entre las partes, muestra un intercambio de bienes por servicios que pueden ser valorados como simétricos, aunque no exista valor de cambio equiparable entre lo intercambiado.

Parece posible pensar que con el afianzamiento de la relación la reciprocidad pasó de ser equilibrada a generalizada (Sahlins 1981). En un principio el aspecto material de la transacción era tan importante como la relación social. Pero con el correr del tiempo la relación afectiva se hizo más intensa y se perdió la equivalencia entre lo recibido y lo dado.

El análisis de la relación se enriquece al observar que para Lito el que está en deuda es X. Como dice Bourdieu: "Mientras no se devuelva, el que ha recibido es un obligado que debe manifestar su gratitud hacia su benefactor, o en todo caso tener atenciones con él..." (1991). Desde esta óptica de la relación, uno está en deuda y la generosidad es producto de un temor a ser acusado de ingrato. Desde la otra orilla de la relación, la ayuda tiene sentido como auxilio a un "señor de la hinchada" en problemas. Las miradas subjetivas de la interacción no pueden negar un vínculo que establece transacciones de bienes y servicios entre dos personas.

Este tipo de relaciones personales entre un dirigente y un hincha son muy comunes: podríamos citar los vínculos que establecieron Batet con Pucho, XC con Coco y Peña con Rambo. Estos vínculos personales tienen muchos matices y son imposibles de abarcar en este trabajo, pero cabe decir que son relaciones que vinculan intereses morales con otros más instrumentales, sin que nunca se sepa cuál prima en la balanza.

Esta conjunción puede ejemplificarse con un episodio que me comentó Ramón. Estábamos en la sede charlando sobre la situación del club, y le pregunté si alguna vez había participado de la vida política de la institución. Me dijo que no, que si bien votaba, ya que era socio hace muchos años, nunca se metió en los líos y enredos políticos institucionales, excepto una vez. En una oportunidad tocó el bombo, junto con otros "pibes", en un acto de un candidato a presidente. Me dijo que lo había hecho por "un gancho de chorizos"; es decir, que había ido a tocar el bombo a cambio de una chorceada. Para terminar la anécdota manifestó que lo había hecho sólo porque conocía al hijo del candidato, del cual había sido compañero en el colegio

secundario. El combo de la amistad sumado al interés por los chorizos deja al descubierto la complejidad de las relaciones entre los integrantes de "la hinchada" y los dirigentes.

Las interacciones establecidas con vecinos y comerciantes son variadas. Pueden intercambiarse bienes materiales o favores: trabajos, planes, ropa (del club), turnos, ayuda en momentos de adversidad. De esta manera, "los pibes" interactúan con estos actores, pero esta interacción a veces sólo los tiene como intermediarios y no como receptores o dadores de los bienes. Por ejemplo, a veces pueden conseguir un puesto de trabajo para ellos o para un familiar y otras pueden terciar ante los chorros del barrio para que le devuelvan el auto a un vecino.

Cuando los contactos funcionan mediando para terceros se establece una relación con éstos que terminará en otro intercambio. Rambo nos contaba que cuando tiraba "la manga", o sea, pedía de favor a los comerciantes de la zona para hacer un asadito, éstos a su vez le pedían otras cosas. Por ejemplo, que cuide al hijo cuando iba a la cancha o que le consiga una rueda de auxilio para el auto. Rambo decía que a veces la retribución del favor era más complicada que comprar unos kilos de carne: "Imaginate, tenés que andar persiguiendo en la cancha pibitos para que no se zarpen con la droga, todo por un poco de carne".

La posibilidad de establecer contactos es mayor cuanto más alto se está en la jerarquía del grupo. Pero hasta "la tropa" establece redes con vecinos y otros simpatizantes. Por ejemplo, un joven contaba que había conseguido un buen abogado y barato gracias al contacto de un vecino.

Uno de "los pibes" es presidente de una sociedad de fomento barrial y aunque actualmente tiene una posición relegada en la estructura de "la banda", mantiene sin embargo contactos con distintos actores del barrio y hasta con políticos con proyección nacional. Un vecino nos decía: "Ahora el club (el club Piraña) lo maneja un duro de la plaza (duro hace referencia al consumo de cocaína), y lo tienen como aguantadero. Se lo presta a los pibes para hacer fiestas o los encontrás jugando a la pelota, tomando vino y fumando". Este relato muestra cómo los hinchas consiguieron un espacio que es comunitario (la metáfora de la invasión es reiterada). Lo interesante de lo acontecido en el club Piraña no es que lo usen de aguantadero, sino cómo uno de "los pibes" llegó a ser presidente del mismo (por herencia, el club fue fundado por el padre) y cómo eso lo inserta en las relaciones sociales barriales. El club, que está en pésimas condiciones, es utilizado no sólo por "los pibes" de la plaza; también trabajadores de la zona lo utilizan para jugar al fútbol y algunos vecinos usan el salón (o lo que queda de él) para distintas actividades. Es un refugio de "duros", como dice este vecino, pero también es parte de la interacción de ellos en la vida social del barrio. Con ellos hay que negociar si se quiere usar

las instalaciones; con ellos uno debe entrar en un intercambio recíproco de favores si desea hacer una fiesta. Cuando le pregunté a los murgueros de Pasión Quemera por qué no se reunían a ensayar más en el Piraña me dijeron que no querían deberles nada a "los pibes" de la plaza (aunque tienen varias relaciones que ya mostramos); en cambio, otras personas sí entran en relaciones con ellos. Como el caso de una ONG barrial que quiere establecer en el club Piraña un centro de atención para discapacitados, para lo cual tuvieron que establecer relaciones y lazos con los "duros" que presiden el club.

Las relaciones con la policía son un tema tabú. La identificación negativa de las fuerzas de seguridad como una "hinchada" enemiga impide que "los pibes" hablen de sus vínculos personales con integrantes de la fuerza de seguridad. Sin embargo, estas relaciones existen. Como quedó demostrado en el ejemplo del miembro de "la banda" que, con un solo llamado telefónico, obtuvo permiso para clausurar el tránsito en la calle.

Otro dato puede permitir demostrar las relaciones personales con algunos policías. Coco me contó que una vez, ingresando al estadio, en el cacheo, le descubrieron una navaja que tenía escondida. Cuando estaban por llevarlo a la comisaría detenido intercedió en su auxilio un policía, y logró que en vez de ser detenido fuera sancionado con una infracción al código contravencional, evitando que sea arrestado. Las risas de Coco mostraban como había "zafado" gracias a un contacto hecho tiempo atrás. El policía lo conocía porque varias veces habían tenido contactos cuando negociaban temas de "la hinchada"¹⁸.

Haciendo amigos enredados

Mayer (1980) distingue entre red y conjunto. La red son las relaciones personales que forman un campo y el conjunto son los enlaces personales de una sola persona. La red da cuenta de la relación entre A-B-C-D y el conjunto permite apreciar las relaciones desde A-B, A-C, A-D. El conjunto se compone de las relaciones de ego y se centra en la clasificación según un criterio determinado.

El análisis de las relaciones personales de Coco puede servir de muestra. Coco tiene relaciones personales: con vecinos, con el Perro, con algunos policías, con Peña, entre otras. Esas relaciones centradas en ego se potencian en otras relaciones con gente que Coco no

¹⁸ Las relaciones entre la hinchada y la policía son un tema tabú. Ninguna hinchada podría afirmar que tiene buenas relaciones con la policía ya que el desprestigio recaería inmediatamente sobre el grupo; en varias visitas al campo observé graves enfrentamientos entre estos actores. Sin embargo, muchas veces entran en contacto para coordinar los viajes o dar acceso a hinchas o pirotecnia.

conoce o que conoce por intermedio de otros. Aquí la red supera a ego, las relaciones de Coco generan otras relaciones. Por ejemplo, el vecino que le presentó a un amigo que trabaja en la dirección de tránsito que, ante una ayuda económica, elimina las multas de cualquier vehículo.

Pero estas relaciones aquí analizadas sólo pueden establecerse a través del capital violencia. Es peleando que se hace amigos, no peleando con los amigos sino demostrándole a los amigos su potencialidad peleadora. Lomnitz (1975) dice que los vecinos de la barriada que ella investigaba decían que para tener amigos hay que beber. Consumir alcohol, excederse, hace amigos: "guates". Ser parte de un grupo de "guates" es ser parte de una red de solidaridad. La bebida y las peleas conforman las dos caras de la misma moneda, son formas de delimitar la pertenencia a un grupo. Un plusvalor simbólico que genera relaciones personales. Lo interesante del capital simbólico violencia es que establece vínculos más allá de los límites del grupo. Los "guates" sólo establecían relaciones entre ellos; en cambio, los luchadores, los que detentan estos saberes distintivos, establecen relaciones personales con otros individuos.

"Los pibes" se insertan o construyen una red social a través de su participación en este grupo. La práctica violenta es una de las particularidades que los distingue: esta acción los estigmatiza y, a simple vista, los aísla y margina de las interacciones con otros actores sociales. Sin embargo, como mostramos a lo largo de este trabajo, descubrimos que los integrantes de "la hinchada" tienen un sinnúmero de relaciones con personas que no conciben a la violencia de la misma forma.

Los hinchas interactúan con una variada gama de actores sociales: dirigentes del club, dirigentes políticos, jugadores y cuerpo técnico, policías, vecinos, simpatizantes del club y organizaciones delictivas de distinta índole, estableciendo entre ellos interacciones que conforman una red. Entendemos como red al campo social formado por relaciones entre personas (Mayer 1980). En esta red existen interacciones que son intercambios recíprocos sustentados sobre obligaciones sancionadas por la moral, algunos posibles de definir como equilibrados, otros como generalizados y otros que quedan a medio camino entre estas definiciones. Igualmente se generan lazos duraderos, vínculos personales.

La organización jerárquica de "la banda" implica que la densidad de interacciones disminuya a medida que descendemos en la escala de mando. "Los capos" establecen una cantidad enorme de interacciones; en cambio, "la tropa" tiene un arco de posibilidades menor para establecer interacciones personales sustentadas en este bien simbólico.

"Clientes" o "amigos"

Al reconstruir el sistema de valores que nutren a las relaciones pusimos los datos etnográficos en tensión con concepciones etnocéntricas. Analizamos un conjunto de relaciones sociales dando cuenta de sus particularidades y no observándolas como parte de un fenómeno desviado, asumiendo que las concepciones de desviación presuponen universales que son asimismo parte de un determinado desarrollo histórico y cultural.

Como expresa Soprano (2003): "En un análisis del clientelismo político no basta con afirmar que se trata de una relación entre un patrón y un cliente que intercambian recursos materiales y favores por votos; resulta imprescindible atender a los compromisos morales que envuelven y dan lugar a la relación". Este fue nuestro objetivo.

Hemos mostrado que la violencia como señal que distingue a "los pibes" permite establecer relaciones personales por fuera de su grupo. Relaciones que están sustentadas en compromisos morales ocultos detrás de dádivas y gestos violentos. El complejo entramado de actos, prestaciones e intercambios que circulan por una red se sustenta en las obligaciones aceptadas por ambas partes. Abordando los principios morales que sustentan la mutua dependencia entre las partes, negamos la concepción mercantilista utilitarista de la relación, ya que los individuos buscan "maximizar recursos" sólo dentro de los parámetros de un intercambio instituido moralmente¹⁹. La comprensión del intercambio sólo puede ser entendida siguiendo los principios subjetivos socialmente construidos que invierten en la relación.

Definir como "amigos" a las partes de la relación expresa algunos de los valores que definen la interacción. Intentamos equilibrar la balanza entre concebir la relación como 'Desinteresada y libre' vs. 'Coercitiva e interesada'. No existen exponentes puros de estos pares; todos los vínculos personales tienen las dos dimensiones, sólo hay que bucear en ambas lógicas.

Propusimos en este trabajo encontrar la lógica subyacente de un intercambio material, con intereses materiales, lógica que anclada en los sentidos nativos puede ser interpretada a través del análisis de la moral del intercambio.

¹⁹ Auyero (2001) menciona la noción de doble vida del clientelismo, por un lado, las posiciones objetivas (el espacio en las relaciones y los bienes intercambiados) y, por el otro, las posiciones subjetivas (sentidos que los actores dan a su experiencia).

A modo de conclusión

Queda por preguntarse y reflexionar sobre algunas cosas. ¿El clientelismo reproduce relaciones de dominio u otorga alternativas para los clientes materialmente desfavorecidos? ¿Los vínculos clientelares son representantes de estados premodernos? Estas dos preguntas que aquí realizamos no tienen una respuesta única.

Respecto a la primera pregunta, ésta se halla abierta. Cada investigador según su posicionamiento o su enfoque asigna los lugares predominantes donde posar la mirada: "desde arriba" o "desde abajo". Esta pregunta la salda cada investigador según sus propias concepciones.

La segunda pregunta parece tener dos posturas más acabadas. Por un lado, algunos teóricos, desde los enfoques modernistas, observan lo clientelar como obsoleto, como un estado que representa formas políticas que deben ser superadas por instituciones universales impuestas en las sociedades actuales.

En contraposición, Günes-Ayata (1997), plantea que las formas clientelares y las instituciones modernas no sólo son compatibles sino complementarias. Las prácticas políticas institucionales no satisfacen todas las necesidades, que sí podrían ser cubiertas por los vínculos clientelares. Sin embargo, examinar el clientelismo según su capacidad para suplir necesidades materiales cargando de afecto las relaciones, no puede hacernos olvidar que estos actores están insertos en relaciones de dominación que la misma relación reproduce.

La discusión es entonces, siguiendo a Auyero (1997), cómo observar al mismo tiempo las situaciones estructurales que enmarcan la relación y lo subjetivo de los vínculos patrón-cliente. Explicar adecuadamente la complejidad del tema necesita una postura holística que no recaiga en una mirada que enfatice lo racional de los vínculos o la lógica de la reciprocidad.

Auyero (1997) remarca cinco limitaciones de los estudios clientelares que no vale aclararlas aquí; pero dos de ellas creo son deudas pendientes que el análisis debe saldar como punto de partida para comprender este fenómeno. La primera consiste en entender las formas en que se originan las relaciones, comprendiendo la dinámica en la que las partes asumen los roles. La segunda es la dimensión subjetiva del funcionamiento de la relación clientelar. Estos dos puntos fueron abordados indirectamente en este trabajo intentando dar luz sobre las dimensiones oscuras o, mejor dicho, veladas de las relaciones personales, denominadas clientelares.

BIBLIOGRAFIA

- AUYERO, J. (1997): *¿Favores por votos?* Buenos Aires, Losada.
- AUYERO, J. (2001): *La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo.* Buenos Aires, Manantial.
- BARNES, J. (1968): "Networks and political processes", en *Local level politics*, Marc Swartz. Chicago, Aldine.
- BOISSEVAIN, J. (1966): "Patronage in Sicily". *Man* 1 (1). 18-33.
- BOISSEVAIN, J. (1977): "Factions, Parties, and political in a Maltese Village", en SCHMIDT, S. W., GUASTI, L., LANDE, C. H., y SCOTT, J. C. (eds.): *Friends, followers and Factions. A reader in political clientelism*, California, University of California Press.
- BOISSEVAIN, J. (1986): "When the saints go marching out: Reflexiones sobre la decadencia del patronazgo en Malta", en GELLNER, E. (1986): *Patrones y clientes en las sociedades mediterráneas.* Jucar, Barcelona.
- BOURDIEU, P. (1997): *Razones prácticas.* Anagrama, colección argumentos, Barcelona.
- BOURDIEU, P. (1991): *El sentido práctico.* Taurus, Madrid.
- CHIARA, M. (1998): "Luces y sombras sobre el clientelismo. Notas sobre los textos y algunas preguntas en torno a la implementación de las políticas sociales", Apuntes de investigación 2/3, Buenos Aires.
- DA MATTA, R. (1997): *A casa e rua. Espaço cidadania, mulher e morte no Brasil.* Rio de Janeiro, Rocco.
- ELIAS, N. (1982): *La sociedad cortesana.* México, Fondo de Cultura Económico.
- ELIAS, N. (1990): *La sociedad de los individuos.* Barcelona, Península.
- GELLNER, E. (1986): "Patrones y clientes", en GELLNER, E. (1986): *Patrones y clientes en las sociedades mediterráneas.* Jucar, Barcelona.
- GILSENAN, M. (1986): "Contra las relaciones patrón-cliente", en GELLNER, E. (1986): *Patrones y clientes en las sociedades mediterráneas.* Jucar. Barcelona.
- GÜNES-AYATA, A. (1997): "Clientelismo: premoderno, moderno y posmoderno", en AUYERO, J. (1997): *¿Favores por votos?* Losada, Buenos Aires.
- LAZZARI, A. (1992): "El clientelismo en sectores populares de La Paz (Entre Ríos): estrategias y control político". Cuadernos de Antropología Social, N° 6. FFyL-UBA, Ica_secc. Antropología Social, Buenos Aires.
- LEVITSKY, S. (2003): *Transforming labor-based parties in Latin America. Argentine Peronism in comparative Perspective,* Nueva York, Cambridge University Press.
- LOMNITZ, M. (1975): *Cómo sobreviven los marginados.* México, Siglo Veintiuno Editores.
- MAUSS, M. (1979): *Sociología y antropología.* Madrid, Editorial Tecnos.
- MAYER, A. (1980): "La importancia de los cuasi-grupos en el estudio de las sociedades complejas", en BANTON, M. (Comp.) (1980): *Antropología social de las sociedades complejas.* Alianza, Madrid.
- MITCHELL, J. (1980): "Orientaciones teóricas de los estudios urbanos en Africa", en BANTON, M. (Comp.) (1980): *Antropología social de las sociedades complejas.* Alianza, Madrid.

- PITT RIVERS, J. (1994): *Un pueblo en la sierra: Grazalema*. Madrid, Alianza Editorial.
- PITT RIVERS, J.(1980): *Antropología del honor o política de los sexos*, Barcelona, Editorial Crítica.
- SAHLINS, M. (1981): *Economía en la edad de piedra*. Madrid, Akal Editor.
- SCOTT, J. C. (1986): "¿Patronazgo o explotación?", en GELLNER, E. (1986): *Patrones y clientes en las sociedades mediterráneas*. Barcelona, Jucar.
- SILVERMAN, S. (1977): "Patronage and community-nation relationships in central Italy", en SCHMIDT, S. W., GUASTI, L., LANDE, C. H., y SCOTT, J. C. (eds.): *Friends, followers and Factions. A reader in political clientelism*, California, University of California Press.
- SOPRANO, G.(2003): "Formas de organización y socialización en un partido político. Etnografía sobre facciones, alianzas y clientelismo en el peronismo durante una campaña electoral". Tesis de doctorado en Antropología Social en la Universidad Nacional de Misiones. Mimeo.
- WOLF, E. (1980): "Relaciones de parentesco, de amistad y de patronazgo en las sociedades complejas", en BANTON, M. (Comp.) (1980): *Antropología social de las sociedades complejas*. Alianza, Madrid.

Serie
CUADERNOS DEL IDES

Títulos publicados:

- Nº 1. SERGIO CAGGIANO: "Fronteras múltiples: Reconfiguración de ejes identitarios en migraciones contemporáneas a la Argentina".
- Nº 2. ELIZABETH JELIN: "Los derechos humanos y la memoria de la violencia política y la represión: la construcción de un campo nuevo en las ciencias sociales".
- Nº 3. ARIEL ALBERTO COREMBERG: "El crecimiento de la productividad de la economía argentina durante la década de los noventa: «Mito o realidad»".
- Nº 4. ADRIANA MARSHALL y LAURA PERELMAN: "Sindicalización: Incentivos en la normativa sociolaboral".
- Nº 5. MARCELA CERRUTTI y ALEJANDRO GRIMSON: "Buenos Aires, neoliberalismo y después. Cambios socioeconómicos y respuestas populares".
- Nº 6. ANDREA MASTRANGELO: "Entre la selva y el río. Búsqueda etnográfica de indicadores de evaluación en un proyecto de «recuperación de la selva marginal con promoción de la comunidad» en el Nordeste de Brasil".
- Nº 7. "Amigos y no tan amigos". Los integrantes de una hinchada de fútbol y sus relaciones personales.

