



Dossier
Antropología y Deporte

Haciendo política en el Club Juventud

Verónica Moreira*

*CONICET, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. mvmoreira@yahoo.com.ar

Resumen

La relación entre "fútbol y política" puede comprenderse desde múltiples perspectivas. Elegimos, en esta oportunidad, hacerlo a partir de la participación de los individuos, representativos de otros espacios, que ingresan a la trama de la política institucional de una entidad deportiva; y observar la particularidad que esta situación genera para el desarrollo de una articulación entre los distintos espacios: el club, el poder político municipal y la política sindical. Considerando este marco, el trabajo también analiza las prácticas y las estrategias que los individuos politizados producen con el fin de ganar los puestos directivos en el club en el tiempo signado por las elecciones. Los datos que usamos como evidencia de este desarrollo surgieron durante el trabajo de campo realizado en una institución deportiva, de reconocida trayectoria en el fútbol nacional, entre los años 2004 y 2005, y mediados de 2007 hasta fines de 2009.

Palabras clave: Fútbol; Política; articulación; elecciones; prácticas políticas.

Doing politics in the Club Juventud

Abstract

The relationship between "football and politics" can be understood from multiple perspectives. We chose, this time, to do it from the participation of individuals, representatives of other areas, entering the plot of the institutional politics of a sports club; and see the difference that this situation makes towards the development of an interface between different spaces: the club, the political power of the town hall, and labor union politics. Given this framework, the paper also analyzes the practices and strategies that politicized individuals develop to gain executive positions in the club at election times.

The data used as evidence of this development emerged during the fieldwork in a sports institution, a nationally renowned institution between 2004 and 2005 and mid-2007 until late 2009.

Keywords: Football; Politics; articulation; elections; political practices.

La asociación que surge cuando decimos "fútbol y política" reenvía rápidamente a la idea sobre la participación en los clubes de individuos que provienen del ámbito de la "política tradicional". Esto es, la participación de políticos que son ajenos a tales instituciones, que suelen actuar cotidianamente como funcionarios o legisladores del Estado municipal, provincial o nacional; como líderes de algún sindicato; o como referentes de partidos o agrupaciones. En algunos casos, la presencia de ellos es más evidente y directa, y en otros, más nominal. Un funcionario del poder nacional se identifica públicamente como ferviente fanático de un club, mientras que otro se identifica como fanático y, además, se involucra activamente en la trama institucional de la entidad. En ambos casos, la simpatía futbolística de los políticos, muchas veces, juega a favor de los clubes por el envío de ayudas y préstamos.

Una manera alternativa de pensar la relación entre "fútbol y política" es abordar los pormenores de la política interna de las instituciones, entendiéndola como un espacio de lucha entre dirigentes y adversarios que se enfrentan por el poder. En este contexto, "lo político" es posible pues en Argentina los clubes de fútbol son asociaciones civiles a cargo de dirigentes que son elegidos entre distintos candidatos por los asociados. Los candidatos despliegan una serie de prácticas tendientes a reunir la mayor cantidad de votos: realizan actos de campaña, buscan adhesiones de personalidades influyentes, atraen el capital social que reúnen los punteros o referentes; usan los medios de comunicación como vías de promoción. Durante el proceso electoral, las rivalidades entre los socios politizados, o sea, los socios que *hacen política* -dirigentes oficialistas, opositores y afiliados que acompañan a unos y otros- cobran visibilidad. Los individuos que por tradición

Recibido 05-10-2013. Recibido con correcciones 11-12-2013. Aceptado 01-04-2014

Revista del Museo de Antropología 7 (2): 331-338, 2014 / ISSN 1852-060X (impreso) / ISSN 1852-4826 (electrónico)

<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/antropologia/index>

Facultad de Filosofía y Humanidades – Universidad Nacional de Córdoba - Argentina

proviene de otros espacios políticos deben participar de las alianzas, que se acentúan durante este período, si quieren llegar a los puestos de dirección.

La relación entre “fútbol y política” puede comprenderse desde múltiples perspectivas. Elegimos, en esta oportunidad, hacerlo a partir de la participación de los individuos, representativos de otros espacios, que ingresan a la trama de la política institucional de una entidad deportiva; y observar la particularidad que esta situación genera para el desarrollo de una articulación entre los distintos espacios: el club, el poder político municipal y la política sindical. Considerando este marco, el trabajo también analiza las prácticas y las estrategias que los individuos politizados producen con el fin de ganar los puestos directivos en el club en el tiempo signado por las elecciones.

Los datos que usamos como evidencia de este desarrollo surgieron durante el trabajo de campo realizado en una institución deportiva, de reconocida trayectoria en el fútbol nacional, entre los años 2004 y 2005, y mediados de 2007 hasta fines de 2009. El club, que denominamos ficcionalmente *Juventud*¹, se encuentra en el municipio del Conurbano Bonaerense conocido como *Pontevedra*, al sur de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Asimismo, otros datos que complementan la evidencia provienen de una investigación sobre los clubes de la primera división de los torneos organizados por la Asociación de Fútbol Argentino (AFA), que estamos abordando actualmente.

Lógicas del campo político

A diferencia de los clubes de las ligas europeas que son mayoritariamente empresas comerciales, las instituciones que están afiliadas a la AFA se encuentran administradas por dirigentes amateurs² que son elegidos, según las reglas de sus respectivos estatutos sociales, por y entre miles de socios. La fortuna es el factor que facilita el ingreso de empresarios y políticos a la dirección de las entidades europeas. Aquí, el capital económico también es una variable importante, pues los individuos que acceden a los puestos directivos de relevancia (presidencia o vicepresidencia), por lo general, gozan de un tiempo de trabajo liberado que es producto de su riqueza y/o profesión. No obstante, los dirigentes -con mayor o menor riqueza- deben atravesar exitosamente las elecciones para su consagración. Este aspecto, que algunos socios llaman *proceso democrático* o *democracia*, suele destacarse como una característica del fútbol nacional.

En *Juventud*, la elección de nuevas autoridades se realiza cada tres años³. Los socios eligen una *lista* en

¹ En bastardilla se encuentran las categorías nativas que luego de su presentación tendrán el formato general del texto.

² Trabajo que no recibe remuneración, y que está inspirado en la filosofía de la asociación civil sin fines de lucro que resalta la colaboración desinteresada de sus miembros.

³ En otros clubes, las elecciones se realizan cada dos o cada cuatro

la que se detallan los nombres de los candidatos a la *Comisión Directiva* que está formada por el presidente, dos vicepresidentes, varios secretarios y vocales; la *Comisión Revisora de Cuentas* en la que tres dirigentes controlan los movimientos económicos de la institución; y los *Representantes de Socios* que se reúnen dos o tres veces por año para confirmar o rechazar los informes de la Comisión Directiva. Este último sector está compuesto por 90 socios que se dividen entre los que representan al gobierno y los que representan al resto de las listas que no resultaron ganadoras en la elección. En *Juventud*, como en otras instituciones deportivas, un porcentaje reducido del padrón de socios concurre a votar y/o participa activamente de los procesos electorales⁴.

Los dirigentes juegan en un espacio que está signado por la competencia con los adversarios políticos. Aquellos que gobiernan el club traban una lucha contra los representantes de las *agrupaciones política*⁵ adversarias que tienen como meta acceder al poder político que ellos conservan. *Oficialistas* y *opositores* ponen en juego sus aptitudes y habilidades para mantener, aumentar o ganar posiciones en la arena de lucha. Allí se producen combates y enfrentamientos entre los dirigentes de turno y los socios que aspiran a sucederlos en los cargos jerárquicos. Por otra parte, la pelea entre los interesados en ocupar posiciones de dirección se traba también en función de la captura del apoyo de los socios⁶, que son los receptores directos de las decisiones tomadas en torno al fútbol y a otros aspectos vinculados al club. Así, el campo político (Bourdieu 2007) de los dirigentes se estructura en términos de una lógica doble, interna y externa. La primera alude a los intereses específicos de los socios politizados que luchan entre sí, mientras que la segunda refiere a la toma de posición frente a los intereses de los hinchas. Con éstos se justifica la pregunta sobre “¿para quiénes hacer política?”. Los hinchas son los destinatarios de los programas, los proyectos y las promesas de los dirigentes y sus rivales. Una vez que asumen los cargos directivos, los dirigentes, para evitar profundos cuestionamientos a sus gestiones, precisan que sus discursos y sus acciones concuerden en algunos puntos, como dice Frederic (2004), con las expectativas de una comunidad de referencia formada, en este caso, por los hinchas.

años.

⁴ Los números en *Juventud* y en las otras instituciones pueden variar de acuerdo al devenir de la situación deportiva y/o política.

⁵ Es una organización que congrega a un sector que está interesado en encauzar una acción común que busca la conquista del poder político en la institución. Una lista puede ser el resultado de una *alianza* entre varias agrupaciones políticas.

⁶ Si bien todos los socios no son hinchas de *Juventud* -porque ciertos individuos se asocian a la institución para practicar deportes y/o intervenir en las actividades que ésta ofrece-, la mayoría de ellos sigue los avatares del equipo profesional. A su vez, todos los *hinchas* no son socios del club. La elección de usar las categorías *hincha* o *socio* de manera indistinta responde a que interactuamos en el trabajo de campo con individuos que respondían a ambos términos, y a que la idea aquí es marcar la posición asimétrica entre ellos y los dirigentes.

Las jugadas de los dirigentes nunca se dan aisladamente, ellos visibilizan relaciones y establecen alianzas con figuras representativas del club y de otras esferas de actuación. Asociar la figura del candidato a personas distinguidas (ex jugadores, ex dirigentes, empresarios exitosos, políticos respetados, artistas o conductores populares) ayuda para la promoción de su imagen. Esta asociación funciona como un capital personal (pues remite al universo de las relaciones notables que posee) que se expone como recurso en el juego electoral.

Como parte de la batería de estrategias, un candidato busca la adhesión de individuos reconocidos, es decir, el apoyo público a favor de su candidatura. El significado de una adhesión es un gesto de identificación con alguna agrupación política y, más que una decisión individual, es un proceso que involucra a unidades sociales más amplias. Dice Palmeira que "la búsqueda de adhesiones no pasa por la caza del elector indeciso (...) (sino por) el elector de voto múltiple (por su inserción define su propio voto y el de personas a él vinculadas por algún tipo de lealtad)" (2003:40). Los políticos reconocidos—de distintos niveles de la política tradicional— pueden otorgar su apoyo a un candidato, así como también presentarse ellos mismos como aspirantes a los puestos directivos.

Es común observar personalidades de otros campos involucrándose como protagonistas del escenario institucional de Juventud en virtud de la popularidad adquirida previamente. Ellos reconvierten su fama y prestigio en recursos útiles para intervenir en el campo deportivo. En las elecciones de 2005 y 2008 en Juventud, los socios notables, que portaban estas características, eran los líderes de un sector sindical y ciertos políticos de la municipalidad de Pontevedra.

Antes de avanzar sobre estos ejemplos, es preciso señalar que en el fútbol nacional, los casos inversos son igualmente comunes. Ciertos dirigentes han podido capitalizar su paso por un club de fútbol popular para probar suerte en otros espacios de poder. Desarrollar una gestión exitosa en una institución de renombre repercute positivamente en la construcción de la imagen de los dirigentes que desean establecerse en espacios alternativos. Es habitual que los dirigentes con trayectorias exitosas sean convocados como funcionarios del Estado (municipal, provincial o nacional), como candidatos de partidos políticos; o que ellos mismos impulsen sus carreras para acceder a los cargos públicos⁷.

Notables en escena: doble pertenencia y articulación

Aquellos políticos que consiguen ocupar puestos de dirección en el fútbol generan una doble pertenencia: en representación del club y del espacio de donde originalmente provienen. Estos individuos agilizan la

articulación entre dichos espacios sociales a través de una "simultaneidad de prácticas en distintas esferas de actuación" (Bourdieu 1997) que refiere, justamente, a la capacidad de actuar efectivamente al mismo tiempo en ellas.

Durante la campaña política que se inició en Juventud hacia fines de 2004, Facundo Ramos, que conducía el área del fútbol profesional, se perfiló como un candidato prometedor para ocupar la presidencia de la institución. Como parte del juego de alianzas, Ramos se unió a una popular figura, originaria de un sindicato de trabajadores: Juan Manuel García. *El sindicalista* tenía un extenso recorrido en la historia de los sindicatos nacionales, destacándose primero como militante, y luego como líder, de un sector particular⁸. García en 2005 se convertiría en un referente de la Confederación General del Trabajo.

El ingreso de García a la política institucional del club se oficializó cuando en abril de 2005 la fórmula encabezada por Facundo Ramos le ganó por un pequeño margen a la lista de Minas Akiam. El sindicalista ingresó al club para ser parte del bloque de Representantes de Socios oficialista. Su hijo Pedro, también dirigente del sindicato, se consagró como vocal titular de la Comisión Directiva. Asimismo, otro afiliado del sindicato asumía en un cargo no electivo, destinado a administrar el complejo Santa Rita, un predio de varias hectáreas ubicado en Pontevedra destinado al entrenamiento del equipo profesional y categorías inferiores de fútbol.

Allí, se pusieron en marcha distintas obras financiadas por *el sindicato*: arreglos en la confitería y en el sector de los vestuarios así como también se construyeron dos oficinas y una sala de prensa. Como los jugadores de las categorías inferiores, que provienen en su mayoría de otras provincias, residen en el complejo, fue un acierto de los sindicalistas hacer del lugar un espacio más comfortable con sala de juegos, video, Internet y televisión.

Juan Manuel García ayudó a refaccionar las instalaciones del predio Santa Rita y también logró un acuerdo para comprar las tierras de dicho lugar. Juventud alquilaba desde hacía varios años el predio a la CEAMSE⁹. La intervención de Juan Manuel permitió *conseguir* un hecho que hasta el momento no había sido posible: *la posesión definitiva de las tierras*. El hecho permitió no sólo mantener el centro de entrenamiento sino también incrementar los bienes patrimoniales del club. Para que la CEAMSE accediera a vender las tierras fue necesaria la

⁸ Nos referimos al sector gremial que representa García de forma general como *el sindicato*, sin revelar la rama de trabajo específica en la que se destaca. Por otra parte, adoptamos el término *sindicalista(s)* para mencionar a los líderes y a los seguidores de dicho gremio.

⁹ "Coordinación Ecológica del Área Metropolitana Sociedad del Estado" es una empresa encargada del transporte, de la disposición y la recuperación de los residuos. La disposición final de la basura se realizaba a través del relleno sanitario en un cinturón costero donde Juventud le alquilaba a la CEAMSE un tramo de sus tierras para formar dicho complejo de entrenamiento.

⁷ El caso emblemático es el de Mauricio Macri que luego de tres presidencias en el Club Atlético Boca Juniors se convirtió en Intendente de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

intervención de un contacto o "un amigo" influyente de García como el Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Alberto Sola. La vinculación de García con la máxima autoridad del Estado Provincial permitió la posesión definitiva de las tierras. En corrillos se decía: *está vinculado tan patente que logra cosas. No había manera de comprar CEAMSE y ahora lo lograron*. La institución hizo un pago de 120.000 pesos que correspondía a una cifra menor al valor real de las tierras.

Siguiendo a Wolf (1980), la amistad instrumental es aquella en la que cada uno de los componentes actúa como un potencial eslabón de conexión con otras personas ajenas al vínculo con una utilidad práctica en el ámbito de la influencia política y económica. A diferencia de la amistad emocional, que va acompañada de una limitación del círculo social, la amistad instrumental sobrepasa los límites de los grupos ya existentes e intenta establecer cabezas de puente con nuevos grupos. La aceleración de un asunto legal o la obtención de un trabajo pueden darse gracias a la influencia personal de un conocido que tiene poder o que conoce a un tercero influenciado (Wolf 1980: 30). Los dirigentes con múltiples conexiones debido a la actuación simultánea en distintos campos tienen la posibilidad de usar los contactos para vehicular beneficios a favor de los involucrados. Tener muchos contactos o amigos influyentes en varios lugares incrementa la producción de canales de comunicación que son utilizados por los directivos a favor de la institución.

Juan Manuel García, a partir de una posición privilegiada (como dirigente de Juventud y referente del sindicato y de la CGT), con múltiples conexiones y contactos con los más altos niveles de la jerarquía del Estado Provincial, medió exitosamente para conseguir las tierras de Santa Rita. La firma de la posesión definitiva fue un acuerdo que se selló públicamente en un acto realizado en la Casa de Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. El acto recibió la cobertura de algunos medios de comunicación, especialmente de los *medios partidarios* (aquellos que transmiten exclusivamente noticias del club). En el acto estuvieron Juan Manuel García, Alberto Sola, Facundo Ramos, los representantes de la CEAMSE y el Intendente de Poncevedra.

Cuando Hermitte y Bartolomé plantean las características de "la articulación social", expresan que está constituida por "aquellos mecanismos conectivos que funcionan entre los distintos componentes de un sistema social y que canalizan la transmisión de la acción social y la circulación de bienes y servicios" (Hermitte y Bartolomé 1977: 10). La propuesta de los autores es la comprensión de los circuitos concretos que interconectan actores y/o unidades dentro de sistemas de carácter más amplio. En Juventud, la institución quedó conectada con el Estado Provincial a través de la articulación de un hombre influyente que se encontraba posicionado simultáneamente en distintas esferas de actuación, la deportiva y la sindical.

La inversión en las obras de acondicionamiento para mejorar el centro de entrenamiento y la gestión para su posesión definitiva (efectuada en noviembre de 2007) repercutió positivamente en la imagen de estos políticos. El desarrollo y la conservación del patrimonio fue un proyecto impulsado por los dirigentes para beneficiar a los socios, que volvió hacia ellos en forma de crédito y prestigio. Como dice Bezerra (1999), mostrar la utilidad de las obras permite a los políticos construir o conservar una posición de liderazgo. La exhibición de la capacidad de *hacer algo* para el fútbol resultó un recurso para ganar reconocimiento político en el mundo de los dirigentes y entre los hinchas. Bezerra explica la relación entre el reconocimiento político y la importancia de la muestra de las obras públicas:

Las obras tienen la propiedad de ser algo que "aparece" para la población, esto es, atiende a sus intereses directos. Desde el punto de vista de los políticos, la realización de las obras y su asociación con los nombres de aquellos que las patrocinaron (en placas anunciando su realización y placas conmemorativas, por ejemplo) opera como un elemento de distinción de los mismos (1999: 125).

En la misma línea de acción, el presidente de Juventud hacia diciembre de 2006, comenzó un proyecto que provocó rechazos y adhesiones: la construcción de un *nuevo estadio*. Según el dirigente, su diseño respondía a los parámetros dominantes de los recintos más modernos del mundo. Estos estadios son "arenas ultra modernas polivalentes" (Cruz 2005) que favorecen el ingreso de dinero no sólo por la venta de entradas los días de partido o de abonos por temporada, sino también por la explotación diversificada que se hace del lugar. Estos funcionan como escenarios de shows y convenciones, como espacios de explotación comercial en el interior y exterior con lugares destinados a estacionamientos, tiendas, centros comerciales, restaurantes y museos (Cruz 2005: 13).

En razón de este modelo, y emulando las reformas realizadas por Mauricio Macri en el estadio del Club Atlético Boca Juniors, Ramos anunció públicamente la propuesta: *el prometido teatro futbolístico va a ser el más moderno de Argentina y uno de los más destacados de Sudamérica*. La inversión respondía a la lógica económica reinante en el fútbol, que estaba dirigida a la captura de segmentos de la población de hinchas con un mayor poder adquisitivo. Entre otras reformas, el proyecto incluía la construcción de plateas preferenciales y de varios pisos de palcos exclusivos con una capacidad para 8 o 12 personas. Además de la modificación de las tribunas, el estadio fue pensado como un lugar para realizar conciertos y espectáculos culturales. Los dirigentes sugirieron también que era un excelente lugar para armar el museo de Juventud. Por otra parte, las autoridades del municipio decían que el proyecto era parte de la *construcción de un corredor deportivo*

y cultural que incluía igualmente la remodelación del estadio del máximo rival de Juventud, la *Asociación Atlética Pontevedra*.

La relación del Intendente del municipio con Juventud era estrecha. Además de ser un hincha confeso¹⁰, un funcionario de su *primera línea*, trabajaba en el club. Walter Montero, el Secretario de Obras Públicas de Pontevedra, era el *presidente de la comisión de obra de acceso y estacionamiento del nuevo estadio*. El ingreso de Montero para ocupar un cargo no electivo en Juventud implicaba el ejercicio de una doble función, como dirigente deportivo y como funcionario comunal. Su doble pertenencia afianzaba la articulación entre ambas esferas: el club y el municipio.

Entre las formas que permiten la captura de recursos en beneficio de una población, Hermitte y Herrán mencionan la que involucra a funcionarios del aparato formal del Estado con clubes sociales y deportivos con los que se identifican. En sus ejemplos, los autores comentan que un funcionario, que cumple un papel central en la adjudicación de los recursos, puede generar un tratamiento preferencial con el club de pertenencia y un freno de las ayudas para el club que es su rival directo (Hermitte y Herrán 1977: 252). Frente a los recursos del Estado, que siempre son escasos en relación con las demandas y las necesidades de la población, el articulador procura la situación favorable para el grupo social con el que se identifica desviando recursos económicos y servicios de los distintos estamentos (Estado Nacional, Provincial o Municipal).

Hermitte y Herrán describen los procesos de articulación social como la relación entre un sector del sistema social y el todo del que forma parte. Este tema, según los autores, puede ser mirado con distintos enfoques: indagar acerca de los roles y las posiciones que facilitan la comunicación y la canalización de favores y recursos entre ambas esferas, las situaciones sociales específicas en las que se manifiestan frenos o, por el contrario, una agilización de la articulación, y la perspectiva histórica que ilustra las sucesivas etapas del proceso articulador (Hermitte y Herrán 1977: 238). La afinidad, la pasión y el afecto compartidos por Juventud por el Intendente y varios funcionarios del gobierno local era una "situación social específica" que agilizaba la comunicación y la canalización de los recursos y favores en ambos sentidos¹¹.

La articulación permitió, por un lado, la resolución de los problemas burocráticos, el asesoramiento en el

¹⁰ Los Intendentes que se sucedieron entre 1983 y 2009 eran hinchas de Juventud.

¹¹ Los hinchas de la Asociación Atlética de Pontevedra consiguieron un terreno donde construyeron un centro recreativo. La cesión definitiva de las tierras debía darse con la autorización del Intendente que, según los hinchas de la Asociación, trabó la operación porque era hincha de su rival. Este caso podría ser una de "las situaciones sociales específicas en las que se manifestaban frenos de la articulación".

desempeño de la construcción del estadio, el desvío de recursos para mejorar los accesos viales al mismo, entre otros asuntos, y por otro lado, el sostenimiento de los intereses políticos del Intendente de Pontevedra de *llegar a todos lados y estar en contacto con la gente* que se congregaba en el club de fútbol con más convocatoria del municipio. Ejercer un cargo en el club posibilitaba también la ampliación de la plataforma desde la cual se hacía publicidad de los programas del gobierno municipal. El ingreso de *gente de la municipalidad* materializaba la conformación de la alianza entre el presidente de Juventud y el Intendente municipal.

Estrategias y prácticas electorales

Cuando se inició la obra del estadio, los dirigentes anticiparon que la apertura del recinto se iba a producir en agosto de 2008. Los trabajos de ejecución se retrasaron y el proceso de construcción quedó enmarcado en "el tiempo de la política". Esta categoría describe un tiempo cuasi indefinido que está relacionado con el momento en el que los "políticos profesionales comienzan a hacer política" (Palmeira y Heredia 1997). En este marco, "los profanos" perciben "la política" como una dimensión externa y amenazadora o contaminante de su cotidiano. En nuestra investigación retomamos la categoría para sugerir que existe un tiempo especial en el que la política electoral adquiere mayor visibilidad y notoriedad en las conversaciones, las situaciones y los lugares de la vida cotidiana del club. Aquí, el tiempo de la política no se constituye como un tiempo diferente, discontinuo, del que transcurre cuando los dirigentes no están sumergidos en la campaña electoral. El tiempo de la política es un momento en el que los acercamientos y las oposiciones en la arena de lucha se dinamizan.

Los dirigentes organizaron un acto que dieron en llamar *inauguración del estadio*. Éste se realizó el 25 de noviembre de 2008, casi un mes antes de las elecciones. El acto no fue una *inauguración* sino una *presentación de las obras del estadio*. El recinto no estaba terminado. La ceremonia recibió el sello de ser un *acto político* en tiempos electorales. Mientras los dirigentes de la oposición utilizaban el proyecto del estadio y la preinauguración como medios para fustigar la imagen de los oficialistas, para éstos el estadio era el medio más eficaz para exponer las acciones realizadas en pos de los hinchas. Los dirigentes pudieron hacer campaña sobre los tramos finalizados de la obra -no concluida- en una fiesta que congregó a miles de hinchas. En la última parte de la ceremonia, se desarrolló un mini campeonato de fútbol en el que se enfrentaron equipos con jugadores vigentes y glorias del pasado y personalidades de la televisión que eran confesos hinchas del club. Allí se evidenciaron claramente los alineamientos en tiempos electorales. Un invitado especial que ingresó al campo de juego, ante el público y la televisión, fue el Intendente del municipio de Pontevedra.

El máximo mandatario del poder local brindó su adhesión a Ramos. Él solía mostrarse públicamente en los actos políticos en plena campaña electoral, especialmente cuando los encuentros entre los dirigentes y los hinchas se realizaban en clubes o espacios ubicados en el municipio. El apoyo del Intendente a la candidatura de Ramos implicó en ciertos momentos la toma de la palabra en los actos de campaña para incentivar a los socios a votar por la fórmula del presidente, en la que un funcionario de su gobierno -Walter Montero- participaba como candidato a una vicepresidencia. Podía verse en dichos eventos a empleados municipales y a vehículos con el sello de la municipalidad de Pontevedra en los lugares de campaña¹².

En el transcurso del tiempo de la política, cobraron visibilidad una serie de estrategias y prácticas distintivas para la renovación del mandato de Ramos. Los dirigentes inauguraron la obra del estadio y, además, usaron los medios de comunicación como vías de promoción, buscaron adhesiones de personalidades influyentes, procuraron apropiarse del capital social que reunían punteros o referentes; establecieron amistad con individuos de distintos sectores del club.

El proceso dio como resultado la formación de redes de alianza y clientela (Soprano 1999). Los dirigentes que luchan por el poder político y entran en tensión conflictivamente, tejen relaciones y forman facciones con individuos que se encuentran en condiciones de igualdad o en condiciones asimétricas. Entre los aliados de Ramos, se encontraban los sindicalistas –el presidente del complejo Santa Rita era candidato a secretario general- y la gente de la municipalidad –Walter Montero era candidato a ocupar la segunda vicepresidencia-.

Las elecciones en Juventud generaron un operativo que incluía el despliegue de personas y recursos, destinados a obtener la mayor cantidad de votos para Ramos. *Llevar gente a votar* implicaba reunir y dirigir el voto de los socios. Éste era un mecanismo de una maquina aceitada donde cada uno tenía una función asignada. *Los referentes* ponían en marcha un mecanismo particular: cada uno con un tiempo de antelación debía llenar una planilla con el nombre y el número de carnet de los socios que iban a votar por el presidente. Los afiliados debían tener la cuota social al día. Los responsables de este tipo de tarea se encargaron de identificar a los socios que tenían cuotas impagas para saldar la deuda. Esto es conocido como *el blanqueo* de la cuota o el carnet. A su vez, de la misma planilla ellos obtuvieron una pequeña lista de los socios que necesitaban un automóvil para trasladarse a la sede social, donde iba a realizarse la votación. A esos afiliados estaban destinados los autos de alquiler. Los socios arribaban con chofer o por sus propios medios y si adeudaban cuotas, los referentes que

los habían convocado ponían en cero la cuenta.

Mover gente, tener socios, arrastrar, tener una tropa, reunir son acciones que incrementan y fortalecen la posición de los interesados en hacer y participar de la competencia política en la institución deportiva. El capital social, que es altamente estimado en tiempos electorales, es el que muestran los socios politizados que quieren tener una oportunidad en el juego político y, particularmente, en el armado de la lista definitiva de candidatos a los distintos puestos. Mabel Moreno, que integró la Comisión Directiva entre 2005 y 2008, explicó que para *hacerse fuerte* en el mundo masculino de la política tuvo que *convencer a las mujeres y recorrer el padrón*. Como dirigente debía contar con una cantidad de socios que pudieran acudir a su llamado en el período de elecciones. Era central mostrar que tenía: *30, 50, 60, 70 personas* que respondían positivamente a su pedido. Una semana después del primer encuentro con Mabel y un mes antes de las elecciones de diciembre de 2008, se encontraba visiblemente exaltada y conmovida. Con enojo habló del cierre definitivo de la lista de candidatos que iban a acompañar a Facundo Ramos y de la presencia en un primer plano de gente de la municipalidad. Mabel que era vocal titular de la Comisión Directiva, aparecía en la nueva lista como Revisor de Cuentas Suplente, un papel de menor jerarquía. *Yo quedé* (entre los candidatos) *dicen que porque Facundo me defendió*. Golpeándose el pecho, con vehemencia y orgullo repitió varias veces: *¡yo tengo mi tropa, tengo mi gente!*

Cuando hay elecciones, ciertos individuos funcionan como “mediadores” pues movilizan los votos de los afiliados hacia los candidatos y consiguen de éstos favores para los electores (entradas para un partido, el banqueo del carnet, un trabajo, contactos). Soprano (1999) explica que la posición estratégica en la que se encuentra el mediador, a partir de la cual conecta dos mundos diferenciados y controla las vías de acceso a los recursos (bienes y servicios para los que votan y votos para los candidatos), le otorga poder en ambas redes de relaciones políticas personalizadas. El mediador no es simplemente un intermediario que facilita la circulación de recursos entre posiciones asimétricas entre el patrón/ candidato y sus clientes. Él es patrón y cliente al mismo tiempo (patrón de la gente que él moviliza directamente y cliente de un patrón con el que mantiene una relación personalizada pero desigualdad). Como dice Landé (1977), en una pirámide una persona puede ser cliente y patrón de personas distintas. Para Soprano (2002), la prueba empírica de que un “puntero” es un patrón, y no un simple “broker” que media entre dos mundos, puede identificarse cuando “rompe” relaciones con su patrón y “arrastra” consigo su red de clientela que le responde en términos de lealtad. Como sugiere Auyero (2001), lo distintivo en los mediadores es la cantidad acumulada de capital social que se traduce como la cantidad de recursos derivada de las conexiones y de la pertenencia a ciertos grupos. Es decir, la acumulación que se promueve

¹² Posteriormente, el Intendente, que había dejado su función para sumarse como funcionario del gobierno provincial, se presentó como candidato a presidente en las elecciones de Juventud en 2011 y obtuvo un resultado negativo.

gracias a las conexiones con parientes, amigos, conocidos y otros contactos obtenidos por pertenecer y circular en distintas asociaciones y organizaciones. Por otra parte, es necesario aclarar que el intercambio entre las partes no responde a un simple canje de "favores x votos" ni siempre es una instancia efímera del tiempo de la política. Ciertas relaciones continúan después del período electoral, pues están basadas en vínculos fuertes con altas dosis de fidelidad

Soprano (1999) define al "puntero" como aquel que tiene un volumen de clientes, recursos materiales y simbólicos y el reconocimiento público de un patrón. Lejos del esquematismo "patrón / mediador o broker / cliente", el clientelismo:

(...) debe ser abordado en términos de redes de relaciones diádicas, integradas por individuos de igual y/o de desigual poder y jerarquía social, que establecen relaciones de reciprocidad simétrica y/o asimétrica. Un análisis de relaciones diádicas –patrón / cliente– estructuradas en redes de alianza y clientela resultaría más adecuado (Soprano 1999: 243).

Distintos socios oficiaron de mediadores en la trama política del club. Entre ellos, se encontraba especialmente el que por su posición tenía seguidores naturales: el ex líder de la hinchada¹³ (Moreira 2011). Algunos integrantes de la *barra vieja* trabajaron durante meses para confeccionar las planillas con los electores y se movieron con energía porque Ares, el líder de la barra de los años ochenta, les solicitó una ayuda. Así, los seguidores más fieles y cercanos a Ares movieron a sus conocidos por el pedido expreso del que fuera su jefe y, como dijo un hincha, lo hicieron porque *la lealtad era hacia él y no hacia Ramos*. Una motivación importante para llevar gente a votar era la lealtad y el respeto sentidos por el emblemático líder. Ares era empleado del club y se identificaba con una fuerza política que integró la alianza que llevó, por primera vez a la presidencia, a Facundo Ramos en 2005. Ares ingresó a la agrupación de la mano de un dirigente y amigo suyo, Pocho Domínguez. La cadena de lealtades fundada en la amistad y el compañerismo entre los hinchas se puso de manifiesto a partir de un conflicto desencadenado por la lista de los candidatos para integrar la Comisión Directiva de 2008. Frente a los rumores de que Pocho iba a quedar fuera de la lista y de un posible despido de Ares, los aliados de éste último suspendieron los llamados a los socios que integraban la planilla de contactos. Los hinchas de la barra vieja se unieron a Ares, que estaba directamente implicado en la competencia electoral: estaban en juego el cargo de su patrón político en la Comisión Directiva y el empleo que cumplía en el club desde hacía varios años. Ares solicitó la ayuda de sus ex compañeros de

tribuna. A pesar de la asimetría dentro de la hinchada, donde cada uno tenía una posición dentro de la estructura jerárquica, los hinchas, con menor poder que Ares, se asociaron a él como aliados en el juego político. Por otra parte, los hinchas-aliados también pusieron en juego su propio prestigio y respeto como antiguos referentes de sus barrios. Ellos también esperaban que sus llamados fueran respondidos por sus seguidores.

Las adhesiones en un sentido u otro dependen de las lealtades, los arreglos y las negociaciones que se crean y/o refuerzan en el período de elecciones. El proceso de apoyos es complejo y dinámico y da como resultado lo que Mayer (1980) llama "cadenas de apoyo o conjuntos de acción", que se arman en torno a ciertos individuos que tienen la capacidad de reunir y arrastrar. Mayer (1980) explica cómo los conjuntos de acción, que tienen como telón de fondo las redes sociales, producen agrupamientos de individuos en torno a un objetivo que se promueve desde un ego o un centro. El proceso de formación de un conjunto de acción o de una facción sucede en el tiempo de elecciones cuando un candidato promueve a través de sus contactos e influencias el apoyo político para triunfar.

En 2005, mientras transcurría el tiempo de la política en Juventud, la hinchada -lejos de participar como un bloque en dicho proceso- se dividió para formar conjuntos de acción que apoyaban a candidatos distintos. Los jefes y un grupo selecto de hombres influyentes destinaron sus esfuerzos para ayudar abierta y públicamente a Minas Akiam, que se presentaba como presidente de la agrupación política tradicional de la institución. Por aquel entonces, el subgrupo de la hinchada que pertenecía al sindicato respondía firmemente a los referentes de este sector. Los sindicalistas brindaron su apoyo a Ramos porque el líder del sindicato y su hijo eran miembros de la lista de candidatos. La colaboración de estos hinchas estuvo estimulada por el sentimiento de pertenencia a un espacio común y por la fidelidad a sus patrones. A todos los unía una doble adscripción: el sindicato y el club.

Los miembros de la hinchada que participaban de ambas facciones (jefes y hombres influyentes, por un lado, y sindicalistas, por otro) interactuaban en la tribuna popular, de local y visitante, en los alrededores de los estadios sin problemas evidentes. *Estaban distanciados pero nada más*. En diversos lugares del club, podía verse a los jefes de la hinchada y al hincha referente que dirigía a los sindicalistas circulando, interactuando y conversando entre sí. Éstos últimos entraban a los estadios como parte de la barra, con entradas gratis y se ubicaba en la tribuna en el lugar de costumbre, detrás del arco, colgando del alambrado la tradicional bandera que los identificaba. El tiempo de la política habilitaba ayudas y adhesiones en diversos sentidos. La hinchada se dividió en dos sectores; éstos junto a otros grupos (agrupaciones políticas, de hinchas autoconvocados, socios vitalicios, etc.) formaron las dos facciones políticas en las elecciones de 2005.

¹³ La hinchada o barra es un grupo organizado de fanáticos que se caracteriza por valorizar positivamente las peleas contra sus rivales futbolísticos. En otros trabajos, hemos estudiado en profundidad la categoría nativa *el aguante* que refiere al valor que los hinchas deben mostrar cuando se enfrentan físicamente a los adversarios.

Final

En la historia del fútbol nacional se multiplican los casos de clubes que han sido favorecidos por la intervención de una personalidad influyente afín a la entidad. Entre los casos conocidos en Argentina, podemos recordar finalmente aquí la construcción del estadio de Racing Club. Éste llevó desde su fundación el nombre *Presidente Juan Domingo Perón*. El estadio habría sido un emprendimiento realizado con fondos del Estado por la mediación del Ministro de Hacienda del gobierno peronista, Ramón Cereijo, que era hinchas fanático de la institución. La relación estrecha entre los dirigentes del club y los referentes de la política nacional quedó materializada con la ubicación de los bustos de Juan Domingo Perón y de Eva Duarte de Perón en la entrada de la sede social.

Un aspecto analizado en este trabajo fue cómo la presencia de políticos profesionales, que lograban ingresar a la política institucional de Juventud haciendo valer su reconocimiento, facilitaba la formación de puentes conectivos con otros espacios. Los políticos activaban sus relaciones con amigos influyentes y, a través de ellos, conseguían beneficios para el club (por ejemplo, la posesión definitiva de las tierras del predio Santa Rita). La articulación con otros campos implicaba la circulación de ayudas y favores hacia la institución, que se materializaba de distintas maneras: trámites burocráticos, asesoramiento técnico para la construcción del estadio, información, promoción por los medios oficiales, etc. La doble pertenencia de algunos políticos fortalecía la comunicación entre el club y otros espacios (el municipal y el sindical).

Como en el caso anteriormente mencionado sobre la construcción del estadio de Racing, el trabajo analizó las situaciones específicas de agilización de la articulación, dando cuenta de la centralidad que tenía la afinidad futbolística de los políticos, que poseían la capacidad de administrar y desviar ayudas y recursos.

Así, interpretamos que “la relación entre fútbol y política” podía producirse a través del ingreso de los políticos profesionales y/o de las alianzas construidas con los dirigentes en tiempos electorales.

El estudio de los pormenores de las campañas electorales de 2005 y 2008 en Juventud nos permitió dar cuenta de ciertas prácticas y estrategias tendientes a reunir la mayor cantidad de votos. Notamos que los individuos en su afán de formar alianzas y hacer funcionar la relación con “sus clientelas”, desarrollaban prácticas que no diferían en demasía de las prácticas que tenían lugar en el espacio de la política tradicional: llevar gente a votar, reunir, arrastrar, formar facciones, buscar adhesiones, realizar campañas electorales, prometer obras de interés público, entre otras. Tener en cuenta la continuidad de las prácticas entre estos dos espacios también es una forma de explicar “la relación en fútbol y política”.

Finalmente, cabe aclarar que reflexionar sobre la relación entre el fútbol y otros espacios sociales no tuvo como finalidad pensar en la existencia de universos estancos, autónomos y separados, sino en las múltiples intersecciones, densidades y profundidades de una realidad compleja que dividimos analíticamente.

Buenos Aires, 4 de octubre de 2013

Bibliografía

- Auyero, Javier. 2001. *La política de los pobres. Las prácticas clientelistas del peronismo*. Manantial, Buenos Aires.
- Bourdieu, P. 2007. *O poder simbólico*. Bertrand, Río de Janeiro.
- Bourdieu, P. 1997. *Razones Prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Anagrama, Barcelona.
- Bezerra, M. 1999. *Em nome das “bases”. Política, Favor e dependência pessoal*. Relume Dumará, Rio de Janeiro
- Frederic, S. 2004. *Buenos vecinos, malos políticos. Moralidad y política en el Gran Buenos Aires*. Prometeo, Buenos Aires.
- Hermitte, E. y Herrán, C. 1977. Sistema productivo, instituciones intersticiales y formas de articulación social en una comunidad del noroeste argentino. En Hermitte, E. y Bartolomé, L. (orgs.). *Procesos de articulación social*. Amorrortu, Buenos Aires.
- Lande, C. 1977. The Dyadic Basis of Clientelism. In Schmidh, S. et. alii (Org.). *Friends, followers and factions: a reader in political clientelism*. University of California Press, Berkeley.
- Mayer, A. 1980. La importancia de los cuasi-grupos en el estudio de las sociedades complejas. In Banton, M. (Org.). *Antropología social de las sociedades complejas*. Alianza, Madrid.
- Moreira, V. “La política de los otros”. El juego de los hinchas, entre trayectorias y posiciones legítimas”, en *PUBLICAR en Antropología y Ciencias Sociales*. N° X. Junio 2011. Colegio de Graduados en Antropología de la República Argentina ISSN 0327-6627. 107-127 p.
- Palmeira, M. 2003. Política, facciones y votos en Rosato Ana y Fernando Balbi (eds.): *Representaciones sociales y procesos políticos. Estudios desde la antropología social*. Buenos Aires, Antropofagia.
- Palmeira, M. y Heredia, B. 1997. Política ambigua. In BIRMAN, Patricia et. alii (Org.) *O mal à Brasileira*. UERJ, Rio de Janeiro.
- Soprano, Germán. 1999. *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. Misiones: Universidad Nacional de Misiones,
- Soprano, G. 2003. A favor de una etnografía sobre clientelismo político y peronismo. *Desarrollo Económico*, Buenos Aires, vol 42, n 167, p. 483-488, octubre-diciembre
- Wolf, E. 1980. Relaciones de parentesco, de amistad y de patronazgo en las sociedades complejas. In Banton, Michael (Org.) *Antropología social de las sociedades complejas*. Alianza, Madrid