



**“Violencia, Irracionalidad y Estados Alterados”.
Apuntes etnográficos sobre el consumo de alcohol
y drogas entre hinchas argentinos¹**

Gastón Julián Gil
CONICET
Universidad Nacional de Mar del Plata

Resumen

Los discursos de sentido común suelen retratar a los hinchas "violentos" de las canchas argentinas como sujetos privados de razón ante la influencia de consumos como las drogas y el alcohol, estableciendo una relación directa y mecánica entre esos consumos y los comportamientos violentos. A partir de los datos etnográficos de la hinchada de Aldosivi se reflexiona sobre los marcos sociales y sentidos específicos creados en los momentos de consumo para mostrar que no se trata simplemente de adicciones o conductas "enfermas" que producen violencia. No se pretende negar que esas sustancias actúen como poderosos agentes de excitación y de desinhibición entre los hinchas de fútbol, sino que se plantea que los efectos que producen están contruidos socialmente a partir de los distintos tipos de ceremonias que se llevan a cabo y de los contextos en que ocurren.

Palabras claves

Fútbol, identidad, ritual

Abstract

Common sense discourses usually depict "violent" football supporters in Argentina as senseless subjects who are influenced by drugs and alcohol, constructing a mechanical relationship between this kind of consumptions and violent behavior. In this paper, ethnographic data are presented in order to explain the way in which the social frames and specific senses of these consumptions influence the agency of supporters. I do not deny that these substances are powerful agents of excitement among football supporters, but I intend to show that the effects produced by alcohol and drugs are socially constructed because they are framed into ceremonies and specific contexts.

Keywords

Violence, football, identity, ritual

Introducción

Este trabajo tiene como objetivo plantear una serie de aproximaciones sobre la relación entre el consumo de alcohol y drogas – como sustancias que alteran el comportamiento de los hombres – y la violencia en las canchas argentinas. En contraposición a todos aquellos discursos de sentido común (en especial los medios de comunicación y el derecho) que dan por probada una relación directa y mecánica entre esos consumos y la violencia, aquí se propone encaminar la reflexión hacia los marcos sociales creados en las instancias de consumo. Cada vez con mayor frecuencia, los miembros de las *hinchadas* argentinas experimentan consumos de diversos productos que, se asume con certeza, modifican sus estados de conciencia y los predisponen a comportarse de un modo violento e irracional. Como sostiene Ehrenberg, las sustancias clasificadas como drogas “arrastran imaginarios de descomposición social y decadencia física” (1994: 7), adjudicándosele a estos productos un efecto lineal y unívoco. Lo que aquí propone, entonces, es considerar a estos consumos como “prácticas de multiplicación artificial de la individualidad” (Ehrenberg 1994: 8), en el sentido del efecto que generan sobre el conocimiento que se tiene del mundo, las performances individuales, sentimientos tales como la angustia o la inhibición, ya sea favoreciendo el intercambio social u obturándolo.

Es necesario mencionar que la mayoría de los datos proceden del trabajo de campo desarrollado con los hinchas del club Aldosivi de Mar del Plata, aunque una parte importante del material empírico proviene de fragmentos autoetnográficos, en especial de aquellas situaciones típicas de la cultura juvenil masculina vinculada con la

bebida. Al ser parte de ese universo, he intentado exotizar algunas prácticas de bebida en las que estoy involucrado. Además, como antropólogo “nativo” mis relevamientos etnográficos se han desarrollado a lo largo de varios años mezclados además con la actividad propia de hincha.²

La droga, el alcohol y sus rituales de consumo

La bebida suele estar vinculada en las sociedades occidentales a diferentes valorizaciones, que dependen en mayor medida de aquello que se bebe y de la manera en que se lo haga. Mientras que beber dentro de ciertos límites puede encajar con las conductas aceptadas, traspasar esos umbrales coloca al individuo ante la vergüenza de no saber controlar los efectos de la bebida, haciéndose merecedor de un estigma que fluctúa entre una masculinidad incompleta (el cuerpo como incapaz de soportar aquello que debería) y la carencia de autocontrol.

Para continuar, es necesario diferenciar el alcohol de la droga en varios aspectos. Además de la valoración y tolerancias sociales hacia uno y otro tipo de sustancias, una dimensión fundamental descansa en las condiciones de previsibilidad sobre el efecto. Como lo destaca Nahoum-Grappe (1994) existe en el beber un “saber colectivamente compartido sobre lo que es la ebriedad, permite la anticipación del bienestar esperado antes de que llegue. Anticipar de la mejor manera hace realmente bien, y el libreto de la ebriedad se beneficia con esta acción casi «placebo» del saber sobre el beber. La experiencia de otro psicotrópico, en cambio, debe ser más violenta y sorprendente, más real biológicamente, para ser experimentada” (Nahoum-Grappe 1994: 174). Si bien mucho de lo que pueda decirse sobre la bebida es aplicable a alguna drogas (por ejemplo la comunión grupal al compartir *porros*³), el alcohol – por su carácter público y sus variedades – permite una serie de apropiaciones y usos que las otras sustancias no están en condiciones de alcanzar. Además, al no contarse con datos etnográficos densos sobre el mundo de la droga sólo se hará referencia al modo en que los hinchas de fútbol experimentan el consumo de sustancias como la marihuana, las pastillas o la cocaína.

Las bebidas alcohólicas van acompañadas en nuestra sociedad por significaciones específicas que pueden expresar cuestiones tan diversas como lugar geográfico, clase social o

segmento etario. Todos los países tienen alguna bebida alcohólica que los caracteriza y, aunque puedan compartirla como marca distintiva con otras naciones, aparecen como uno de los referentes identitarios de muchas comunidades imaginadas (Anderson 2000). Así, el pisco es peruano, el whisky es escocés, el ron es cubano y el champagne es francés, más allá de que sean consumidos mundialmente y que pierdan paulatinamente sus rasgos de origen. Algunas bebidas han adquirido una clara marca de clase, como los whiskies escoceses o los vinos finos franceses, mientras que otros se reservan a sectores populares (el vodka, la caña o el aguardiente, el vino en caja) o juveniles. Aunque puedan tener características particulares que favorecen la apropiación de una determinada clase social por cuestiones vinculadas a los criterios del buen gusto (por ejemplo, la graduación alcohólica) o al prestigio de la procedencia, muchas bebidas alcohólicas han perdido cualquier referencia de clase, como la cerveza, y forman parte (incluso con sus variaciones) de lo que podríamos llamar cultura mundial.

Un aspecto relevante de esta problemática es que mientras el alcohol es problemático en el abuso, con las drogas el conflicto aparece apenas con el uso. El consumo excesivo y sin control de alcohol – con la consiguiente borrachera – suele estar condenado socialmente en las sociedades occidentales, con excepción de ciertas instancias que marcan ritos de pasaje como el matrimonio, una graduación, un premio importante o demás situaciones extraordinarias. En esas ceremonias, los invitados ingresan en una atmósfera festiva en la que no sólo no se condena el estado de ebriedad sino que se lo tolera y se lo estimula. Por supuesto, debe ser una borrachera “alegre” y que no conduzca a tensiones o a hechos de violencia. Quien caiga en esa actitud será condenado moralmente por “no saber tomar”. Por eso, es necesario destacar que “existen varios modos de consumo, que comprenden las frecuencias y cantidades, pero también el tipo de compromiso en el mundo de la droga definido por un sistema de relaciones, con sus rituales y sus sanciones organizadas alrededor de la toma del producto” (Castel & Coppel 1994: 230). De todos modos, más allá de esa u otras instancias rituales, la borrachera suele estar asociada a una conducta enferma que, en última instancia, puede servir para justificar actitudes que en otros contextos serían condenables en extremo. El “déjalo, está borracho”, “no ves que está en pedo”, “está sacado”, “duro”, “fumado”, suele acompañar a manera de juicio

contemplativo a una actitud cuestionable de algún sujeto que se encuentra “alterado” por una sustancia, lo que en última instancia actúa como un impedimento para aplicar sobre ese sujeto los criterios que habitualmente se utilizan en la cotidianeidad. La borrachera puede incluso suspender en parte o totalmente las valorizaciones habituales y juicios morales sobre las personas. De hecho, para la ley en muchas sociedades el estado de ebriedad se considera un atenuante en los crímenes. Sin embargo, el consumo de alcohol y el alcoholismo experimenta una invisibilidad cuando se ancla en determinados ritos y lugares específicos (Ehrenberg 1994). Por eso, está claro que “el vino y el alcohol están profundamente inscriptos en el intercambio social de occidente; siempre son medios de comunicación, de exteriorización, de un salir de sí, al contrario de la droga, siempre exhibida en el modo de repliegue sobre sí, de la huida de la irre realidad o del rechazo de la sociedad: el alcohol es un factor de sociabilidad mientras que ninguna droga puede serlo” (ídem: 11). Aunque debe mencionarse que también, en algunos casos, el consumo de alcohol está asociado a actitudes individualistas de aquel sujeto que bebe solo, por ejemplo el whisky, para relajar las tensiones de la cotidianidad. De cualquier modo, y esto suele escapar de las consideraciones teóricas, el consumo de alcohol también puede estar enmarcado en instancias comunitarias que consagran la amistad (especialmente entre varones jóvenes) más allá de la calidad y el gusto de lo que se beba. Grignon (2001) sostiene que el consumo de comida y bebida sirve para generar solidaridad entre las personas, ya que la comensalidad permite que los límites del grupo se reconfiguren, como así también que se restauren las jerarquías internas o incluso que se redefinan. De todas formas, Grignon separa las nociones de comensalidad y convivialidad,⁴ ya que considera a esta última como una consecuencia de la primera “aun si esas manifestaciones eufóricas son más fáciles y más placenteras para describir” (2001: 24).

En las sociedades rioplatenses, “juntarse a tomar” tiene un sentido específico para los jóvenes (a veces no tanto) masculinos. La cerveza cumple con una función comunitaria, que acompaña los intercambios comunicacionales y ayuda a construir una atmósfera festiva y amistosa. El beber todos juntos una cerveza (comúnmente una *Quilmes*) es mucho más importante que el efecto que pueda causar esa bebida o su gusto. En ese sentido, los fabricantes de la cerveza *Quilmes* han interpretado magníficamente

el fenómeno apropiándose del slogan *El sabor del encuentro*. De alguna manera, el consumo de alcohol en esas instancias rituales apunta a lograr ciertos estados de percepción y expresión comunes. Los involucrados en estas ceremonias de bebida deben demostrar un determinado *aguante* en el consumo de alcohol, que varía de acuerdo con el *ethos* grupal o de clase en el que estén involucrados. Cada grupo sostiene determinados umbrales de resistencia al alcohol que sus componentes deben demostrar tener internalizados. Es decir, verse demasiado afectado por una escasa ingesta de alcohol constituye un estigma que delata una debilidad que no es propia de lo masculino y que el grupo suele condenar de manera jocosa sobre el estigmatizado. En las sociedades rioplatenses, estos rituales de la bebida son esencialmente masculinos y cuando son practicados por la mujer son vistos con rechazo por la masculinidad dominante. Este ritual comunitario de beber alcohol (en mayor medida cerveza) va acompañado por formas de expresión e interacción específicas. El ambiente generado es jocoso y extravagante al extremo. Los miembros del grupo, además de aprovechar para contar sus recientes experiencias (desarrolladas en el intervalo entre cada reunión) son propensos a desarrollar relaciones jocosas entre ellos, *verduqueándose*, es decir, burlándose de ciertas actitudes o debilidades de cada uno de los amigos que se conocen tan bien.

Más allá de las situaciones propicias para estos ritos de consumo, sobre estas sustancias operan importantes controles sociales, que pueden o no ser legales. De acuerdo con Castel y Coppel (1994), existen tres tipos de controles. Los heterocontroles tienen que ver con las distintas construcciones sociales que definen a la toxicomanía como un problema y como un flagelo social. Se trata de las regulaciones institucionales y profesionales que están a cargo de agentes especializados a partir de dos poderosos discursos: la medicina y la justicia. Los consumidores también ejercen una dimensión de autocontrol, ya que son parte de una sociedad cuyos códigos, en mayor o menor medida, suelen compartir. Y por último, es posible mencionar los controles societarios, cristalizados en las miradas de los vecinos, los rumores, las opiniones de los seres queridos. Como se verá más adelante, entre las *hinchadas* los dos últimos controles son bastante tenues y sólo aparecen cuando en circunstancias puntuales son calificadas como excesos (como los que aspiran pegamento), mientras que el primero de ellos subyace plenamente en la estigmatización que se ejerce desde afuera de estos grupos, cuyos consumos son toda una marca de identidad.

Alcohol y violencia en el fútbol

El rol de la droga y la bebida en el fútbol no se ha trabajado en detalle, aunque algunas etnografías permiten obtener datos importantes al respecto. En general se le ha asignado al consumo excesivo de alcohol y drogas un papel relevante como motivador de las conductas violentas de los hinchas. El sentido común ha construido desde hace tiempo una conexión causal entre el consumo de estas sustancias con la violencia, bajo el enunciado habitual de "como no van a ser violentos si están todos *sacados*". Estar *sacado* significa haber perdido todo vínculo con una lógica racional. De esta forma, se asocia la violencia con la irracionalidad, con lo inexplicable, con todo aquello de extraño, de bestial, de inhumano. Estas posturas del sentido común, expresadas por corporaciones como la prensa deportiva, se han asentado como las explicaciones del fenómeno de la violencia en el fútbol y se han expandido a tal nivel que hoy constituyen una verdad revelada para la opinión pública. Esto sucede en gran parte porque se asume como comprobado que la embriaguez lleva a una exaltación de los sentidos que torna más violentos a los hombres, sin prestar atención a los marcos sociales generados por la ingesta de alcohol en grandes cantidades o a los distintos efectos que las borracheras pueden generar en distintas culturas. De este modo se generan procedimientos a través de los cuales se culpa al alcohol y a las drogas como desencadenantes de los excesos de la violencia, como un factor que exacerba una aparente predisposición natural a la violencia. Esto permite que los hombres sean construidos como actores que no logran estar totalmente bajo su control (Busby 1999).

Los trabajos pioneros de Marsh y sus colegas de Oxford a fines de los setenta le prestaron atención al tema de la incidencia del alcohol entre los hinchas de fútbol y relativizaron sus efectos. Estos autores diferencian la violencia real de la agresión ritual, o *aggro*, enfocada como celebración metafórica de la guerra. Brindaron además datos precisos acerca del grado de organización de estos grupos, demostrando que no son seres irracionales víctimas del alcohol y de las drogas, sino grupos altamente estructurados. Una década más tarde, los sociólogos de Leicester sólo reconocieron una relación indirecta entre el *hooliganismo* y el consumo de alcohol, ya que los valores de la masculinidad tienden a darle mayor importancia a la habilidad para pelear, a la dureza y la capacidad para imponer las marcas indicadoras de la hombría. De cualquier

manera, el consumo de alcohol siempre fue un tema relevante para el diseño de las políticas públicas en torno a los estadios.

Los trabajos etnográficos suelen indicar la importancia de los marcos sociales situados en la manera en que el alcohol influye en la conducta de los hinchas de fútbol. En el libro *Entre vándalos*, Bill Bufford describe una atmósfera de permanente violencia que tiene como protagonistas a los *hooligans* de diversos clubes ingleses. Los viajes al exterior de los hinchas de estos conjuntos son definidos como inmensos rituales públicos de expresión de lo masculino y lo británico. Se trata en general de individuos insertados en el mercado laboral muchos de ellos, incluso con trabajos operarios de cierto éxito económico. Sin embargo, una gran parte de estos hinchas expresan de manera extravagante un sentido de defensa de la hombría nacional, en el que los viajes por el resto de Europa se transforman en una "especie de ritual" (Bufford 1988), que tiene que ver con tomar la posesión de la ciudad, marcar un antes y un después en el espacio urbano conquistado. Una ceremonia que consiste en reunirse alrededor de la plaza central, juntarse a tomar litros y litros de cerveza, cometer todo tipo de escatologías, en el que el fútbol parece ocupar un lugar secundario: "todo el mundo había ido allí por las risas, por el viaje al extranjero, por las cervezas y por el fútbol" (Bufford 1988: 59).

Las observaciones de Armstrong (1998) sobre los usos que los hinchas de fútbol hacen del alcohol ofrecen elementos interesantes que deben ser considerados. El trabajo de campo de este antropólogo inglés entre los *Blades* (hinchas del Sheffield United) le permitió mostrar que estos grupos forman parte de una cultura en la que beber facilita la institución de ritos de pasaje masculinos. Para miles de jóvenes, la bebida, los *pubs* y la amistad son inseparables, en el marco de una sabiduría popular masculina que penetra los discursos y las prácticas. El significado de beber no tiene nada que ver con estar sediento. Hay pocas situaciones de camaradería masculina que no involucren el alcohol. Todo está orientado hacia la búsqueda de un camino carnavalesco, hedonístico, extravagante (Armstrong 1998: 153). Aunque reconoce que la mayoría de las peleas se generan en situaciones en las que se bebe en grandes cantidades, este investigador inglés destaca que se trata de peleas prearregladas, generadas en contextos construidos socialmente en los que los involucrados escenifican tensiones individuales y comunitarias reservadas exclusivamente a los

hombres. Entiende además que el exceso de bebida no lleva necesariamente a la violencia y que lo determinante es el contexto en el que se bebe. De ese modo, los *pubs* son espacios en los que se teatralizan los ideales colectivos de la masculinidad.

Según este antropólogo inglés, son otros los factores sociales que inciden en los fenómenos de *hooliganismo*. De lo que se trata es de un *habitus* masculino que incluye tres dimensiones-clave: las ideas apropiadas sobre la masculinidad, los estilos juveniles y las pautas de consumo compartidos. En otras palabras, las nociones de virilidad, las designaciones de la hombría y las atribuciones de la masculinidad. Armstrong ha encontrado diversos ritos de pasaje de la niñez a la adultez que marcan el inicio a una nueva vida caracterizada por el respeto mutuo y la responsabilidad, lo que permite escapar del ridículo y la infamia de no ser completamente un hombre. Tras esos ritos

se espera que los jóvenes muestren deseo de aprender y exhibir deferencias hacia los mayores, quien en cambio deben acompañar al novato para su primer trago de cerveza en el pub local como una parte de ese paso hacia una vida adulta. Estas etapas y sus derivados proveen lo que algunos han llamado la formación de un 'hombre verdadero', y lo que otros (críticos) llamarían 'masculinidad hegemónica'. De este modo, fortalecidos bajo el manto de la autoridad masculina, los jóvenes podrían intentar exhibir atributos dominantes en la esfera doméstica, y para aquellos también involucrados, buscar a través de varios dramas sociales, intentar influenciar algunas áreas de la esfera pública (Armstrong 1998: 156).

Esa hombría debe probarse en combates en las calles, además de la demostración cotidiana de la capacidad de ingerir buenas cantidades de alcohol y el mantenimiento de relaciones sexuales frecuentes con mujeres.

El alcohol en los hinchas argentinos

En la Argentina no existen trabajos que hayan abordado en detalle la relación entre consumo de alcohol y drogas y el nivel de violencia en el fútbol. Como se mencionó más arriba, existe una

creencia aceptada que le asigna a esas y otras sustancias (cada vez en mayor medida las drogas) una relación directa y mecánica en la generación de conductas violentas. Sin embargo, es posible detectar que las prácticas deportivas involucran muchas maneras de experimentar ese consumo de alcohol. Por ejemplo, los festejos que conllevan las mismas significaciones y modalidades de consumo desarrolladas para situaciones típicas de la cultura juvenil de clase media. También es útil destacar que los festejos institucionales organizados ante victorias importantes consagran un sentido festivo del consumo, una consagración comunitaria de la que todos son parte, en donde los excesos se toleran, se estimulan y hasta pueden juzgarse como grandes proezas. Las extravagancias en los festejos organizados por el club Aldosivi en sus primeros campeonatos locales en la década del setenta cosecharon adhesiones periodísticas de importancia y guardan un espacio importante en la memoria de los hinchas. Los festejos en el puerto fueron momentos en los que se ganó la calle. Se cortó el tránsito en las arterias próximas a la sede (sin el permiso municipal correspondiente) y se armó un inmenso comedor y salón de fiesta al aire libre en el que quedaron registrados récords de consumo de alcohol y choripanes, tal cual lo dejaron documentado los medios gráficos locales. En este sentido, las crónicas de los festejos del campeonato local logrado en 1973 – como de los subsiguientes – nos muestran algunas de estas dimensiones referidas al momento en que se produjo el quiebre en la historia del fútbol marplatense, signado ahora por una exacerbación de lo festivo y el colorido de la expresión de la pasión futbolística:

CUANDO SALIMOS CAMPEONES CORTAMOS LAS CALLES
Y META JODA HASTA LA MADRUGADA!!!!!! QUE CARAJOME
VAN A HABLAR DE OTROS ... POR FAVOR EL CARNAVAL VIVE
DONDE LA SANGRE HIERVE Y ESO SE DA SOLO EN EL PUERTO,
LO DEMAS ES MODA DE PLASTICO, NO SIRVE. ALDOSIVI ES
PASIÓN.⁶

Las diferentes apropiaciones que se ejercen del alcohol y de otras sustancias son los elementos más importantes en la construcción de alteridades dentro del campo futbolístico. Aunque el sentido común pueda identificar la pasión por un club como una identidad monolítica, dentro del espacio ritual del estadio se producen una serie de fragmentaciones identitarias de

consideración. Una de esas alteridades surge a partir del predominio de *la hinchada*,⁷ que fija los límites identitarios entre las diversas clases de hinchas en torno al *aguante*. Esto se da en gran parte porque todas las *hinchadas* y todos los hinchas se sienten dueños del *aguante* ya que un hincha sin *aguante* no es un hincha. Existe, entre los seguidores de los equipos, una necesidad de autopoicionarse como dueños de este capital simbólico que se adquiere en cada partido. Cada demostración de bravura, fervor y de fidelidad será un punto a favor. Cada pelea ganada, también.

El *aguante* apunta a varios sentidos a la vez. La afirmación del propio cuerpo (*la hinchada*) como soporte de cualquier eventualidad ("cueste lo que cueste", "no me importa la policía", "la que entra caminando al barrio mataderos") constituye uno de los elementos centrales y el autopoicionamiento como "punto" en la disputa, porque *el aguante* sólo tiene valor si se lleva las de perder. La facilidad y rapidez para correr del rival, como la tendencia a armarse de elementos contundentes (piedras, fierros), a recurrir a la policía ("sos amigo de la Federal"), de lograr la concurrencia de aliados más fuertes y la necesidad de estar todos juntos, aparecen como motivos recurrentes en *el aguante*. Pero esa dimensión del *aguante* vinculada a una corporalidad capaz de soportar cualquier eventualidad está ligada directamente a la capacidad de consumir mucho alcohol, que por supuesto "no hace mella" (Elbaum 1998). De esta manera, imponen una *communitas* exclusiva: la de la propia *hinchada*, también denominada, en ocasiones, *banda*. Se construye un orden distinto, en el que se puede fumar y armar cigarrillos de marihuana a pocos metros de agentes policiales porque "me gusta la marihuana y tomar alcohol", como dice un difundido cántico de *hinchada*. Es esa misma zona liminal en la que los sectores populares afirman su pertenencia social y hasta cuestionan, sobretudo en los cantos, a los sectores altos frente a una estructura social mucho más rígida en la que no parece haber lugares para este tipo de procesos. De cualquier forma, en ocasiones tampoco es posible mencionar a *la hinchada* como una identidad monolítica, ya que dentro de ella se operan mecanismos de fisión segmentaria. Esto da lugar al nacimiento de distintas *bandas*,⁸ que comparten ciertos privilegios que son reconocidos por todos los segmentos que componen la identidad de un equipo, básicamente en cuanto al tema de reparto de entradas.

Esta teoría nativa del *aguante* ha estado cambiando en los últimos tiempos a tal punto que se ha producido un quiebre en las percepciones de quienes ven a las nuevas generaciones como responsables de llevar esa concepción de *aguante* hasta un extremo.

Incluso la propensión de nuevos grupos de hinchas hacia actitudes "incontrolables" para el resto de sus pares se explica en un consumo desmedido de esos productos. Las *hinchadas* están experimentando una etapa de transición en la que se incorporan nuevas generaciones con hábitos diferentes que rompen con las convenciones más aceptadas del comportamiento del hincha de la *hinchada*. Como afirma Carlos, integrante de la *hinchada* de uno de los clubes grandes de la Argentina, "están viniendo pibes *resacados*, que son inmanejables. Ya no sabemos qué hacer, no los entendemos". El término "inmanejable" tiene gran importancia porque funciona de manera muy potente entre diversos actores en el campo futbolístico. Un dirigente de un club del interior del país siente nostalgias por los jefes de *hinchadas* anteriores ya que "los pibes que están ahora son inmanejables. Hoy ya no sabemos que hacer con ellos, se sienten más importante que los propios fundadores del club. Están *sacados*, no entienden razones". Raúl recuerda de su etapa como miembro de la *hinchada* de Aldosivi que "la gente que está en la *banda* consume de todo. Muchos se excitan mucho cuando toman porque están todos igual de sacados. Se dan manija entre ellos". Los datos etnográficos muestran que el consumo de alcohol y de estupefacientes tienen un efecto de excitación y de desinhibición de las conductas. Sin embargo, esos mismos testimonios indican que los consumos tienen efectos diferentes sobre los grupos. Todo parece indicar la existencia de un efecto grupal, de una comunidad que las *hinchadas* viven al adquirir una percepción común. Esto es agravado por los efectos rituales de los estadios cuyas puertas de entrada colocan a los hinchas en un espacio liminal en el que las reglas de la cotidianeidad se suspenden. Como lo marca Edmund Leach (1985), los rituales implican una segmentación del espacio y el tiempo social, transición marcada por un cruce de fronteras y umbrales, de los cuales el estadio constituye ese lugar al que acceder, en el cual las normas sociales ya no tienen valor. Los umbrales nos marcan quién esta dentro y quién fuera de ese ritual, en este caso deportivo.

El consumo de alcohol y drogas, junto con la manera de justificar esos estados alterados, se asienta en la necesidad de lograr una percepción común, para estar "todos de la cabeza tomando vino", como dice un conocido cántico de *hinchada*. Por eso, una de las claves para entender la importancia del consumo de alcohol es analizar las distintas prácticas de consumo de los hinchas, en especial en los viajes. Los viajes con la *hinchada* constituyen instancias

que un etnógrafo no puede dejar pasar si pretende entender completamente el funcionamiento de ese grupo. Estos viajes son verdaderas instancias rituales en las que los hinchas renuevan su contrato pasional con el equipo, basado en el atributo exclusivo de seguirlo a todas partes y en la definición de un universo moral específico que crea la ilusión comunitaria de *la hinchada*. Los viajes implican una preparación detallada del que diversos individuos (raras vez han sido fijos en Aldosivi) se ocupan de organizar los detalles, como conseguir el micro, hacer la difusión, *luquear*⁹ y cobrarle a los que viajan. Varios días antes del partido ya se empieza a palpar el viaje. Al no organizar la comisión directiva los traslados ni proporcionar los fondos para llevarlos a cabo, siempre son hinchas diferentes (de acuerdo con sus posibilidades y estados de ánimo) los que deben encargarse de los detalles organizativos, en general poco gratos, más allá de que quienes cumplen estas tareas – junto con algún familiar y amigo – puedan ahorrarse el costo del viaje. La expectativa de *copar* Bahía, Mendoza o cualquier otro lugar va creciendo a medida que se acerca el día del partido, a la par de la excitación por viajar y acompañar al equipo.

Este complejo rito implica a la vez un pasaje y una institución identitaria. Quienes por primera vez experimentan la experiencia se sienten de un modo diverso, más hinchas que los demás. Adquieren la sensación de pertenecer a un universo exclusivo de una pasión y *aguante* diferentes. Los viajes son instancias creadoras de liminalidad, es decir, configuraciones espacio-temporales de transición, que carecen de posiciones definitivas. Este tipo de suspensiones temporarias de los principios estructurales marcan la aparición de una *communitas*, como una esfera diferente, opuesta a aquella marcada por la jerarquización y las diferenciaciones sociales (la estructura). Esta segmentación del espacio y el tiempo social está marcada por un cruce de fronteras y umbrales que determinan, en última instancia, quién esta dentro y quién fuera de ese ritual.

Los momentos previos a subir al micro están caracterizados por el ambiente festivo que marcará todo el trayecto. Los puntos marcados para la salida (generalmente sitios tradicionales del puerto marplatense) se tiñen de verde y amarillo, de cantos de tribuna, de banderas y camisetas de Aldosivi. Por supuesto no faltan los consumos habituales durante todo el trayecto (en especial marihuana, pastillas y vino y cerveza). Se crea un ambiente especial sumamente chocante para quien no está acostumbrado a vivir de cerca estas

formas de experimentar la pasión. A tal punto que muchos hinchas (de diversa extracción social y edad) abandonan la idea de viajar poco antes de subir ante el rechazo que ese paisaje les genera. Lo que sí queda en evidencia es que "los efectos de un producto dependen menos de las propiedades químicas o farmacológicas que de las expectativas de quien lo consume, así como del modo o del contexto donde se consume. Ahora bien, en las sociedades tradicionales, la relación con las drogas estaba modelada socialmente de manera a hacer emerger lo que el grupo deseaba que el miembro encontrara, y solo eso. En nuestras sociedades, por el contrario, el individuo adquiere el poder de extraer de las drogas lo que desea y cree que le pueden aportar. Pero manipulándolas a su antojo, desviándolas de sus propios fines, consumiéndolas como entiende, el individuo se expone al doble efecto de vida y de muerte, de alienación y creación que las drogas llevan en ellas. Entonces, también a él le corresponde obrar de modo que la muerte no suplante la vida" (Fatela 1994: 53).

La organización del viaje no es sencilla. A las dificultades de reunir el dinero para pagar los micros se suele añadir un problema extra y recurrente: los que quieren viajar sin pagar, *de pechito*. Un número importante de hinchas (generalmente los de la banda de Cerrito Sur) se consideran con el derecho de viajar gratis, lo que suele generar problemas considerables. A tal punto que en varias ocasiones se debió mantener en secreto el punto de partida y en otras se decidió salir de una seccional policial para evitar incidentes entre los propios hinchas. Una vez que el micro se pone en movimiento, el ambiente festivo se profundiza, los cantos suben en intensidad durante todo el trayecto hasta, por lo menos, la salida de Mar del Plata. Los picos de excitación suelen depender en parte del horario de salida. En el primer viaje que realicé con la *hinchada*, a la ciudad de Pergamino, el micro estaba pautado para las seis de la mañana. La mayoría venían de sus salidas de sábado. Se trata de una hora en la que habitualmente la noche aun no se termina, por lo que las energías y la excitación sobran. Los efectos del alcohol, la marihuana y la cocaína estaban todavía muy firmes, por lo que en las primeras dos horas y media el ambiente desbordante se mantuvo.

Para un sector importante de los hinchas de Aldosivi que se involucran con este ritual del viaje, el alcohol es un elemento omnipresente durante todo el trayecto, sea de 6 o 7 horas (los viajes

a Bahía Blanca) o de 20 horas (a Mendoza o Puerto Madryn). Algunos hinchas incluso son célebres por llegar en estado de inconciencia a los lugares de destino y perderse casi todos los partidos después de haber recorrido desde 500 a 1500 kilómetros. Como se mencionó antes, lo esencial es lograr la comunión grupal, que está brillantemente expresado en el cántico mencionado más arriba. Esta frase puede tomarse como literal, ya que lo fundamental es tomar y compartir a la vez, pasarse las damajuanas o las cajas (los tetras), o las botellas de gaseosa llenas de vino. El pedido de *escavio* es permanente cuando el líquido comienza a escasear, aunque las provisiones permiten que esa situación no se de con frecuencia.

Sin embargo, esto último no quiere decir que los hinchas no puedan controlar el deseo de beber alcohol o consumir alguna droga, ya que en algunos viajes no es posible hacerlo. Así ha ocurrido algunas veces cuando el micro tiene una mayoría de hinchas de “la familia del club”,¹⁰ como se suelen nombrar a sí mismos los hinchas “respetables”, entre ellos mujeres y niños. En ese contexto, varios hinchas conocidos como habituales consumidores soportan largos periplos sin probar marihuana, del mismo modo que los 10 miembros de la hinchada de Aldosivi conocida como *La 12*, que viajan en la camioneta de Manolo. Este hincha, que compró un vehículo utilitario para recorrer todo el país al compás de los partidos de Aldosivi, no les permite fumar marihuana a sus ocasionales acompañantes, que deben esperar a las paradas para cargar combustible o comprar provisiones. Manolo relata que “cuando estamos por parar les aviso unos kilómetros antes y enseguida escucho ruido de bolsitas. Ahí nomás comienzan a preparar los cigarrillos de marihuana. Me hace acordar a mi infancia, cuando los viejos nos mandaban al cine con la bolsita para las golosinas”.

Conclusiones

El alcohol actúa entre los hinchas argentinos como un poderoso agente de excitación y de desinhibición. Sin embargo, esos efectos se enmarcan en situaciones y ceremonias en las que el alcohol sirve para alcanzar estados de percepción comunes ya fijados de antemano. Como los jóvenes de clase media que se juntan a tomar cerveza para llegar a una situación de convivencia, los miembros de las *hinchadas* conciben al alcohol y las drogas como elementos necesarios para alcanzar un estado mental y corporal adecuado y

coherente con los valores centrales que guían su agencia. El *aguante*, como atributo fundante de la personalidad basado en el arte de no escapar, consagra al cuerpo como un receptáculo de todas las adicciones y autovejaciones posibles que confirmen el modelo de masculinidad dominante. Beber todos juntos y de lo mismo significa la creación de ese estado convivencial en un espacio ritual bien delimitado que es la cancha, pero que puede extenderse hacia otros espacios aledaños o prácticas concretas, como los viajes. Si en Inglaterra el consumo excesivo de alcohol actúa como rito de pasaje masculino para los *hooligans*, en la Argentina ese rito de pasaje estaría complementado con la pelea, el combate, un enfrentamiento corporal que se enmarca en un ritual de comunión grupal que confirma el propio *aguante*. Estos hinchas de *la hinchada*, además, consideran válidas las creencias acerca de los efectos del alcohol como garantías naturales para la excitación y llegar a estar "de la cabeza". De esa manera, construyen los marcos acordes en torno a los cuales se desarrollan los ritos de consumo de bebida u otras sustancias. Se adquieren estados de percepción comunes que buscan el camino de la afirmación masculina permanente a través de la lucha y la capacidad de ingerir lo que se le entregue al cuerpo. El alcohol, y en ocasiones también ciertas drogas, como garantías de esa *communitas* y de la afirmación del valor, juegan entonces como poderosos agentes de excitación sobre hinchas que ya de antemano viven los enfrentamientos violentos (contra policías, hinchas de equipos rivales, hinchas del mismo equipo) como una marca distintiva de su identidad. Sin embargo, todas las propuestas de intervención que han aparecido ante la opinión pública apuntan a dar por probada no sólo una ligazón directa entre alcohol y violencia sino que allí encuentran sus orígenes. La aparente irracionalidad de esos grupos (los llamados *barras bravas*) le permite confirmar a esta sociología espontánea los prejuicios de clase media acerca de formas diversas de expresión de lo corporal. El alcohol y las drogas actúan entonces como las máscaras perfectas para ocultar, detrás de la supuesta imposibilidad de "controlar" a las *hinchadas*, un renunciamiento a entender lógicas de mucha mayor complejidad que una relación mecánica entre consumo y violencia.

Bibliografía

- ANDERSON, Benedict (2000). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Armstrong, Gary (1998). *Football Hooligans. Knowing the Store*. Oxford-New York: Berg.
- BUFFORD, Bill (1992). *Entre los vándalos*. Barcelona: Anagrama.
- BUSBY, Cecilia (1999). "Agency, Power and Personhood. Discourses of gender and violence in a fishing community in south India". In: *Critique of Anthropology*, Vol. 19 (3), 227-248.
- CASTEL, Robert & COPPEL, Anne (1994). "Los controles de la toxicomanía". En: Alain Ehrenberg (dir.), *Individuos bajo influencia. Drogas, alcoholes, medicamentos psicotrópicos*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- DUNNING, Eric; MURPHY, Patrick & WILLIAMS, John (1992). "La violencia de los espectadores en los partidos de fútbol: hacia una explicación sociológica". In: Norbert Elias & Eric Dunning, *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- EHRENBERG, Alain (1994). "Un mundo de funámbulos". In: Alain Ehrenberg (dir.) *op. cit.*
- FATELA, Joao (1994). "Drogas y ambivalencias de la subjetividad". In: Alain Ehrenberg (dir.), *op. cit.*
- GARRIGA ZUCAL, José (2001). *El aguante: prácticas violentas e identidades de género masculino en un grupo de simpatizantes del fútbol argentino*. Tesis de licenciatura, carrera de Antropología. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.
- GRIGNON, Claude (2001). "Commensality and Social Morphology: An Essay of Typology". In: Peter SCHOLLIERS (ed.), *Food, Drink and Identity. Cooking, Eating and Drinking in Europe since the Middle Ages*. Oxford and New York: Berg.
- GUY, Kolleen M. (2001). "Wine, Champagne and the Making of French Identity in the Belle Epoque". In: Peter Scholliers (ed.), *Food, Drink and Identity. Cooking, Eating and Drinking in Europe since the Middle Ages*. Oxford and New York: Berg.
- LEACH, Edmund (1985). *Cultura y comunicación: la lógica de conexión de los símbolos*. Madrid: Siglo XXI.
- MARSH, Peter y otros (1978). *The Rules of Disorder*. London: Routledge & Paul Kegan.
- Marsh, P. (1978). *Aggro: The Illusion of Violence*. London: Dent.
- NAHOUM GRAPPE, Véronique (1994). "La risa del bebedor, el rictus del toxicómano". In: Alain Ehrenberg (dir.).
- OVERING, Joanna (1996). "In praise of the everyday: trust and the art of social living in an amazonian community". *Inaugural lecture*, Department of Social Anthropology, School of Philosophical and Anthropological Studies, University of St. Andrews, December 4.
- OVERING, Joanna & Passes, Alan (eds.) (2000) *The Anthropology of Love and Anger. The Aesthetics of Conviviality in Native Amazonia*. London and New York: Routledge.
- OVERING KAPLAN, Joanna. (1976). *The Piaroa, a people of the Orinoco Basin: A Study in Kinship and Marriage*. Oxford: Clarendon.

Notas

¹. Este artículo nació a partir de un seminario de postgrado que Gilles Riviere dictó sobre las sociedades andinas en la Universidad Nacional de Misiones (UNaM) en julio de 2002. La manera en que los aymaras experimentan el consumo de bebidas alcohólicas fue el punto de partida para pensar este fenómeno entre los hinchas argentinos. Por ello, aunque los hallazgos etnográficos de los andeanistas no están planteados explícitamente, mantengo una deuda concreta con autores como Abercrombie y Heath, y con el propio Riviere, por haber desarrollado esta temática con una notable precisión y claridad.

². Debo destacar que no se cuentan con datos etnográficos sobre el consumo de drogas fuera del propio grupo de estudio, a diferencia del consumo de alcohol, cuyos rituales, como se destaca en este trabajo, están profundamente arraigados en la sociedad argentina y, mientras no se llegue al "abuso", no merece ningún tipo de condena o control social.

³. Cigarrillos de marihuana.

⁴. El concepto de convivialidad ha sido ampliamente desarrollado por Joanna Overing en sus estudios de los Piaroa del Amazonas, en el marco de una trayectoria de investigación que desde los años setenta ha girado en torno a destacar la dificultad de aplicar ciertas categorías del pensamiento occidental a las tribus amazónicas y recuperar esas problemáticas para las sociedades modernas. Overing (1996) sostiene que entre las tribus amazónicas la risa y lo lúdico juegan un rol vital en su vida cotidiana y, por supuesto, constituyen elementos claves y distintivos de su sociabilidad. El sentido comunitario se logra a través de la risa y las capacidades para ser un líder radican más en las destrezas para bailar, para el regocijo, las bromas y lo grotesco. Todo eso es lo que les da el ímpetu para desarrollar el deseo comunitario, el estar todos juntos, unidos. El humor es entre los Piaroa un elemento clave de la vida cotidiana, y que genera momentos de euforia colectiva. Desde *The Piaroa*, Overing (1976) ha estado envuelta en "el proceso de crear una 'antropología de lo cotidiano' a través de la cual explorar, con gran intuición, las maneras 'contrarias' de la sociabilidad amazónica cuando las virtudes morales y la estética de las relaciones interpersonales, y no la estructura, son las preocupaciones contrarias" (Overing & Passes, 2000: 7).

⁵. Si bien este término se desarrollará más adelante, se hace necesario mencionar su importante carga semántica en la cultura masculina rioplatense. El aguante es una categoría que implica una serie de valores masculinos vinculados a ciertos usos del cuerpo y el espíritu de comunión grupal.

⁶. Este testimonio fue tomado de la página web lacantera.com.ar dedicada enteramente al club Aldosivi. La voz de la 12 es la sección en la que los hinchas pueden dejar sus mensajes. Se ha respetado el texto original dejado por el visitante a la página.

⁷. Opto por el término nativo hinchada, en lugar de barra brava. Los calificativos que estos sectores reciben por parte del sentido común periodístico son variados y de diversa carga subjetiva. Si bien el término barra brava parece objetivado por su uso cotidiano, conlleva explícitamente una fuerte valoración a este tipo de asistente a los estadios deportivos. Además de esta identificación, algunos periodistas pueden llamarlos desde "fanáticos" – con la carga jocosa que ello puede sobrellevar – hasta "bestias", "inadaptados" o "animales", en una visión satanizadora de estos grupos que componen las hinchadas argentinas. Este tipo de estigmatizaciones constituyen una constante en los países de mayor tradición futbolística con problemas similares al argentino. Esto es lo ocurre con los hooligans ingleses y los ultrà italianos, grupos análogos – aunque no iguales – a los barras bravas argentinos.

⁸. Garriga (2001) describe a la hinchada de Colegiales como una agrupación compuesta por diferentes subgrupos, como los llama el autor. Estos subgrupos tienen nombres vinculados con la pertenencia territorial (Los pibes de la esquina, la banda del Roca) o con ciertas actitudes características vinculadas al consumo de sustancias, como Los Colgados, por el uso de la marihuana y diversas bebidas alcohólicas.

⁹. Término nativo utilizado que significa realizar una colecta entre personas con recursos económicos vinculados con el club.

¹⁰. Miguel, uno de mis informantes centrales, se burla de esta denominación porque “se refieren a los de la hinchada como los negros, pero cuando hay problemas son los primeros en buscar que los negros los protejan”.