

# La vuelta al mundo por Belgrano

## Una etnografía sobre las formas de viajar en una barra del fútbol argentino

### Around the world for Belgrano

#### An ethnography on the modes of travel among Argentine football fans

**Nicolás Cabrera**

*Doutor em Ciências Antropológicas pela Universidade Nacional de Córdoba (UNC). Bolsista pós-doutorado da FAPERJ/CNPq no Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME) da UERJ. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte, Rio de Janeiro (RJ), Brasil.*

#### Resumen

Este trabajo se centra en las experiencias itinerantes de los miembros de la *barra* del Club Atlético Belgrano de Córdoba, Argentina, autodenominada *Los Piratas*. El artículo explora los distintos tipos de viajes que *Los Piratas* realizaron durante mi trabajo de campo etnográfico entre 2011 y 2019. En todos estos años he podido registrar cuatro modalidades de traslados organizados: a) barriales; b) provinciales c) de infiltrados; d) de anfitriones y huéspedes. A lo largo del texto iré analizando cada uno de ellos para luego, al final, proponer una sistematización que resume la importancia que *el viajar* condensa en el proceso de formación social de *Los Piratas* y el involucramiento de sus miembros.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v24.ed52.2024.390>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 24, Nº 52, p.288-307, jan./abr. 2024

Propongo entender a los *viajes* como categoría nativa, recurso metodológico y performance estética, es decir, “puestas en escena” (GOFFMAN, 2004) devenidos actos comunicativos. Actos que muestran, por un lado, como una *barra* participa activamente del ritual futbolístico; y, por otro lado, se constituye en tanto colectivo. Si las performances suponen una teatralización, nada mejor que la fotografía en tanto “dramatización de lo real” (SONTAG, 1977). En consecuencia, el texto también se nutre de imágenes sobre los viajes que fueron tomadas durante mi trabajo de campo.

**Palabras clave:** Fútbol. Viajes. Etnografía. Estética.

## Abstract

This work focuses on the itinerant experiences of members of Argentine football fans known as *barras*. In this case, we analyze the *barra* of the Atlético Belgrano de Córdoba Club in Argentina, self-named *Los Piratas*. The article explores the different types of trips that *Los Piratas* undertook during my ethnographic fieldwork between 2011 and 2019. Throughout these years, I have documented four types of organized journeys: a) neighborhood; b) *provinciales*; c) infiltrators; d) hosts and guests. Throughout the text, I will analyze each of them and, in the end, propose a systematization that summarizes the importance that these travels encapsulate in the social formation process of *Los Piratas* and the involvement of its members

I propose understanding trips as a native category, a methodological resource, and an aesthetic performance, that is, 'puestas en escena' (GOFFMAN, 2004), which have become communicative acts. These acts demonstrate, on one hand, how a 'barra' actively participates in the football ritual, and, on the other hand, how it constitutes a collective identity. If performances involve theatricalization, there is nothing better than photography as a 'dramatization of the real' (SONTAG, 1977). Consequently, the text also incorporates images of travels that were captured during my fieldwork.

**Keywords:** Football. Travels, Ethnography. Esthetic.

## Resumo

Este trabalho tem como foco as experiências itinerantes dos integrantes da torcida organizada do Club Atlético Belgrano de Córdoba, Argentina, autodenominada *Los Piratas*. O artigo explora os

diferentes tipos de viagens que *Los Piratas* realizaram durante meu trabalho de campo etnográfico entre 2011 e 2019. Durante esses anos, registrei quatro tipos de deslocamentos organizados: a) entre bairros; b) entre estados; c) como infiltrados; d) como anfitriões e convidados. Ao longo do texto, analisarei cada um deles para, ao final, propor uma sistematização que resume a importância que as viagens têm no processo de formação social de *Los Piratas* e no envolvimento de seus membros.

Proponho compreender as viagens como categoria nativa, recurso metodológico e performance estética, ou seja, como “puestas em escenas” (GOFFMAN, 2004) que se tornam atos comunicativos. Atos que mostram, por um lado, como uma torcida organizada participa ativamente do ritual do futebol; e, por outro lado, constituem-se como coletivo. Se as performances envolvem teatralização, nada melhor do que a fotografia como “dramatização do real” (SONTAG, 1977). Consequentemente, o texto também traz imagens das viagens realizadas durante meu trabalho de campo.

**Palavras-chave:** Futebol. Viagens. Etnografia. Estética.

## Introducción

Comprender el proceso de formación social de una “barra brava” argentina exige una lectura dinámica y creativa. Las imágenes más habituales que circulan mediáticamente sobre las *barras*<sup>1</sup> las muestran dentro de los estadios durante los días de partido o con noticias sobre las violencias que protagonizan. Retratar a estos colectivos confinados exclusivamente a los estadios de fútbol o simplificados a sus expresiones violentas es un reduccionismo que alimenta una sinécdoque siempre ávida de confundir la parte por el todo, de mutilar lo diverso, de anquilosar lo procesual.

No puede negarse que hay violencias que son constitutivas de las *barras* argentinas. También es evidente que el escenario principal donde cobran razón de ser estos grupos de hinchas organizados son los estadios por donde juega el equipo de fútbol que aman. No obstante, en el presente artículo el foco esta

---

<sup>1</sup> El empleo de la *cursiva* se reserva para testimonios o categorías de mis interlocutores. El uso de las “comillas dobles” procura resaltar una palabra, extractos de medios de comunicación o bien marcar cierta ambigüedad o ironía. Además, se utilizan para citar categorías o ideas de autores. Por otra parte, todos los nombres aquí presentados son ficticios. Una última aclaración remite a la noción *barra*. Cuando hable en femenino –*la/s barras*– me refiero al colectivo, cuando escribo en masculino –*el/los barras*– remito a su(s) miembro(s). Apelo a la noción de *barra* porque es como se autoidentifican mis interlocutores. Rechazo el epíteto de “barras bravas” por la fuerte carga estigmatizante y condenatoria que conlleva la adjetivación.

en otro lugar. Me interesan las experiencias itinerantes de colectivos que se construyen en movimiento. La atención estará en los tránsitos entre barrios, ciudades y provincias por los que los *barras* buscan cruzar fronteras sin tropezarse.

El artículo forma parte de mi investigación doctoral con la *barra* del Club Atlético Belgrano de Córdoba –autoidentificada como *Los Piratas*– basado en un trabajo de campo realizado entre 2011 y 2019 (CABRERA, 2022). Durante esos años acompañé, registré y fotografié las vivencias de sus miembros, tanto cuando acompañaban al equipo profesional de fútbol los días de competición como en otras situaciones cotidianas que no tenían a la cancha como epicentro: reuniones semanales, salidas nocturnas, *picaditos* recreativos de fútbol, momentos previos o posteriores a los partidos de Belgrano, visitas a los lugares de trabajo, aniversarios, cumpleaños, velorios, juntadas en el predio del club, reuniones familiares, entre otros. Para dar cuenta de algunos de esos desplazamientos que configuran a la *barra*, me centré en la experiencia de *viajar*, pues se trata de una de las vivencias nodales que explican el carácter dinámico, tanto de la formación social de la *barra*, como de los procesos de adhesión de sus miembros. Los *viajes* son desplazamientos territoriales organizados que los miembros de la *barra* realizan para *alentar* a su equipo. Y es *viajando*, además de *peleando*, *alentando* o *laburando* que *Los Piratas* se constituyen como tales.

Centrarse en la experiencia de *viajar* es fundamental en tres sentidos. En primer lugar, por lo que significa desde “el punto de vista nativo”. Gastón Gil, en su etnografía con la *barra* del Club Atlético Aldosivi de Mar del Plata, nos dice que “los viajes resumen varios de los aspectos más relevantes de las identidades de los hinchas de la *hinchada*” (GIL, 2007, p. 31). Vale aclarar que Gil entiende por *hinchada* lo que nosotros definimos como *barra*. Con él entendemos que el *viajar* es una experiencia fundamental para que *Los Piratas* se identifiquen entre diferentes y se jerarquicen entre iguales. De ahí que sea una categoría nativa tan reiterada como valorada dentro del repertorio de prácticas que mis interlocutores ponen en juego durante la cotidianeidad del grupo.

En segundo lugar, apuesto a la noción de viaje como recurso metodológico. Es que ellos nos permiten, a las y los antropólogos, compartir largas horas con nuestros interlocutores, alimentar una mutua confianza y acceder a prácticas que de otra forma estarían vedadas a nuestra curiosidad. Cambian el modo y el contexto en el que nos relacionamos con nuestros interlocutores, por eso son otros los datos – en relación a la entrevista, por ejemplo– que construimos en nuestra interacción con ellos. Además, los viajes, permiten que se modifique la experiencia habitual del campo como un espacio físico fijo. Importan

los desplazamientos y las fronteras; los escenarios y las temporalidades; las posibilidades y los límites de un “objeto” itinerante. De lo que se trata es, entonces, de proponer una etnografía multilocal (MARCUS, 2018).

Finalmente, hay que entender a los *viajes* como performances estéticas. Utilizo la noción de “performance” en un sentido gofmaniano, es decir, como una “actuación” que supone la “puesta en escena” (GOFFMAN, 2004) de una estética mediante la cual *la barra* de Belgrano, por un lado, participa activamente del ritual futbolístico; y, por otro lado, se constituye en tanto colectivo. En los *viajes* hay una estética teatralizada, es decir, son actos comunicativos. Si la performance supone una teatralización, nada mejor que la fotografía en tanto “dramatización de lo real” (SONTAG, 2012). Es por ello que el artículo contiene imágenes de aquellos viajes que fueron tomadas durante mi trabajo de campo.

En resumen, este artículo recupera la noción de *viaje* como categoría nativa, recurso metodológico y performance estética para explorar los distintos tipos de desplazamientos que *Los Piratas* realizaron durante mi trabajo de campo. En todos estos años he podido registrar cuatro modalidades de *viajes*: a) barriales; b) provinciales c) de infiltrados; d) De anfitriones y huéspedes. A lo largo del trabajo iré retratando y analizando cada uno de ellos para luego, al final, proponer una sistematización que resume la importancia de la experiencia que el viajar condensa en el proceso de formación social de *Los Piratas* y el involucramiento de sus miembros.

### Viajes barriales

Desde su nacimiento en 1968 hasta el día de hoy, la *barra* de Belgrano llega caminando a su estadio. El ritual suele replicarse cuando se juega *de visitante* contra un competidor de la misma ciudad. Las rivalidades cordobesas son codificadas en clave barrial. Cuando se juega el clásico cordobés de mayor relevancia, Belgrano contra Talleres, también se enfrentan sus respectivos barrios, Alberdi contra Barrio Jardín. Para entender el significado que *el barrio* tiene en el imaginario del fútbol argentino hay que comprender su proceso de popularización (FRYDEMBERG, 2011). Desde la década del veinte y el treinta – en el preámbulo de la profesionalización del fútbol– ningún club puede jactarse de no tener su estadio y su barrio: *su casa*. El caso contrario implica una deshonra fácilmente devenida en burla. Esta característica fue diagramando una cartografía futbolera donde cada barrio tiene un color. En cada *caminata* que los hinchas hacen para *seguir a su equipo*, se adentran en la riesgosa aventura de quien se sabe invasor de un

territorio que no le pertenece. Es que, el camino por el que los sectores populares masculinos se apropiaron del fútbol, ha tenido como condición necesaria la “barrialización” de las identificaciones que se defienden. En este contexto, el *barrio* propio se protege, se custodia, se presenta como amenazante. Y el barrio ajeno se invade, se conquista, se *copa*. Los territorios son botines simbólicos en permanente disputa dentro de una cartografía estructurada por una lógica bélica.

En la “imagen 1” se puede ver como la *barra* de Belgrano llega caminando a un estadio visitante. Estas *caminatas* son verdaderos desfiles de poder. No solo exponen la autoridad de un colectivo que se abre paso entre el resto de los hinchas, policías, autos particulares o servicio público de transporte. También desnuda la dinámica interna de una organización siempre oscilante entre principios igualitaristas y jerárquicos. Si por un lado podríamos pensar en el carácter igualador que da la horizontalidad del asfalto, también podemos registrar asimetrías en los lugares ocupados durante la caminata. Siempre, sin lugar a excepciones, la columna de *Los Piratas* es encabezada por sus jefes históricos y, en este caso, sus hijos. A sus costados están los que se conocen como *la primera línea*, las personas de mayor confianza del líder y mejores posicionados en la jerarquía interna. Atrás, como centro y retaguardia, suelen ir el resto de los *pibes*, más preocupados en poner la *fiesta* y el *carnaval* a una caminata en la que el silencio es ofensivo. De ahí que, como se ve en la “imagen 2”, *Los Piratas* entran al barrio “enemigo” al ritmo de bombos y trompetas, tocando músicas que exponen una ruidosa invasión al territorio ajeno.

En estas *caminatas* barriales vemos, como dice Geertz cuando analiza las procesiones reales como dimensión carismática de la autoridad “formas ceremoniales mediante las que los reyes tomaban posesión simbólica de sus dominios” (GEERTZ, 1994, p. 150). Son desplazamientos que cristalizan una estética de la autoridad que busca apropiarse territorios al mismo tiempo que los resignifica. En las *caminatas* –y en todas las formas de *viaje* en general– sobrevuela la ambición soberana por extender dominios territoriales que otorgan grandeza. *Copar*, para *ser grande*, como repiten una y mil veces mis interlocutores. *Seguir a Belgrano a todos lados* es conquistar espacios neutrales e invadir territorios ajenos, es actualizar la cartografía bélica que ordena la geografía pirata. En los *viajes* se ponen en juego los mapas cognitivos y las atmósferas sensitivas con las que los hinchas de Belgrano interpretan el mundo por el que se mueven.



Imagen 1. Autoría Nicolas Cabrera



Imagen 2. Autoría Nicolás Cabrera

## Viajes provinciales

En 1968 Belgrano gana el torneo regional y se clasifica, por primera vez, a los torneos nacionales. Ese mismo año nacen *Los Piratas*. Una de las razones era la necesidad de organizarse para *seguir a Belgrano* por lo largo y lo ancho del país. Hasta el día de hoy *la barra* de Belgrano *viaja* a otras provincias en trayectos que pueden durar entre cinco o treinta horas. En estos *viajes* se ponen en juego disputas regionales. Las rivalidades deportivas son leídas como enemistades provinciales. Se repite la lógica polar y

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v24.ed52.2024.390>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 24, Nº 52, p.288-307, jan./abr. 2024

bélica de los viajes barriales, solo que ahora las fronteras se desplazan junto con los *barras*. Cuando acompañe a *Los Piratas* hasta la provincia de Santa Fe en el partido disputado contra Colon, cuando caminábamos desde los micro hasta el estadio, se cantaba *Hola Colon que tal como te va, es el pirata que te viene a visitar, aguante no tenes, ya lo sabes, vos sos la hinchada más puta de Santa Fe*.

Los viajes provinciales también trazan otras fronteras: son mediciones que ponen a prueba el *verdadero sentimiento* por Belgrano. *Yo no soy como esos que se quedan en casa/ Escuchando la radio para ver que lo que pasa/ Yo soy hincha de Belgrano y no me cabe ninguna/ Si me andan buscando miren la tribuna/ Miren a la tribuna* se canta en los colectivos que trasladan a *Los Piratas* por todo el país. El mismo cantico delimita entre los *que se quedan en casa* y los *que se van a la tribuna*. La diferencia deviene jerarquía cuando se sobrentiende que los segundos son los “verdaderos” *hinchas de Belgrano*. En esa especie de ranking de hinchas de Belgrano viajeros, la *barra* lidera con comodidad. Nadie recuerda algún partido oficial, sin la prohibición del público visitante, en que la *barra* no estuviese representada por algunos de sus miembros.

Hay un último nivel a considerar, pues no quiero reducir la densidad analítica de los viajes a los procesos identitarios o las clasificaciones sociales. Los *viajes* también son relevantes en tanto experiencias sensitivas. Los desplazamientos espacio-temporales de los hinchas también son corrimientos cognitivos y emocionales. Cada escenario parece llevar inscripto un “código-territorio” (PERLONGHER, 1987, p. 121) que prescribe comportamientos y sentimientos. Así como Perlongher vio que “la diferencia territorial implica también diversos “tipos” de prostitutas” (Ibídem, p. 120) nosotros podemos afirmar que el tránsito por diferentes espacios, momentos y fronteras también implica una pluralización de los “tipos” de barras. Los miembros de *Los Piratas* van moviéndose junto a sus “nomenclaturas clasificatorias” (p. 152) que siempre son relacionales, contextuales y dinámicas. Son desplazamientos donde también se ponen en juego “mobilizações moleculares, no nível das sensações dos corpos” (p. 153). Cada momento del viaje propone diferentes estados emocionales: desde las primeras y sosegadas horas matinales hasta el eufórico y convulsionado ingreso al Estadio.

Uno de los momentos de mayor efervescencia emocional es el *Minuto 68*. Así se conoce a la performance en la que, en cada partido, *Los Piratas* despliegan una impactante puesta en escena de banderas, pirotecnia, música, luces de celular o coreografías para *alentar* a su equipo. La performance comienza en todos los minutos 68 de cada partido en los que juega Belgrano, no obstante, de *visitante* se



busca un mayor impacto. El momento elegido es un homenaje al año de fundación de la *barra*, 1968. En las imágenes 3 y 4 se puede ver el uso de bengalas durante un minuto 68 desplegado en un viaje a la provincia de Jujuy, ubicada en el extremo norte de Argentina a más de 900 kilómetros de Córdoba capital.



**Imagen 3.** Autoría Nicolás Cabrera



**Imagen 4.** Autoría Nicolás Cabrera

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v24.ed52.2024.390>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 24, Nº 52, p.288-307, jan./abr. 2024

## Viajes de infiltrados

La prohibición al público visitante por “razones de seguridad” ante la escalada de violencia –en el ascenso desde el 2007 y en la primera división desde el 2013–, modificó sustancialmente las dinámicas de las *barras* argentinas ya que quedó relativamente suprimida la posibilidad de *vijajar* a otros estadios. Digo “relativamente” porque las *barras* nunca dejaron de *seguir a su equipo de visitante*. Por un lado, porque la prohibición no es absoluta. Hay muchos partidos que todavía se disputan con las dos hinchadas: amistosos, clásicos de verano, Copa Argentina y torneos internacionales. Pero fundamentalmente porque aun vedadas las *barras* siguen *vijajando*. Lo que produce la prohibición del público visitante es la reconfiguración de la experiencia de *vijajar*. Una ley prohibitiva no extingue una práctica sedimentada por décadas, obliga a ajustes.

*Los Piratas* transgreden la prohibición al público visitante en nombre de *la pasión*. La ley del hincha está por encima de la norma jurídica. Cuando se trata de pocos *barras* que se lanzan a *seguir a Belgrano* *vijajan* como “infiltrados”. Es decir, están mezclados entre los hinchas del equipo local, intentando disimular su condición de hinchas de Belgrano. En este caso, suelen ser miembros de la *barra* que viajan con dos, tres o cinco personas más. Lo más común es que vayan en autos propios y con entradas gestionadas en el club. A muchos de mis interlocutores no les gusta que los definan como “infiltrados”, una categoría más condenatoria que descriptiva que hoy pulula en los medios de comunicación argentinos. Pues en los últimos años se ha convertido en una etiqueta imputable a cualquier hincha que está “invadiendo” un territorio que la ley prohíbe. Un indeseado, clandestino, encubierto, que como tal representa una amenaza en sí misma. Como todo invasor, es merecedor de un castigo. Los casos de golpiza y linchamiento para los “infiltrados” vienen aumentando en el fútbol argentino (CABRERA y PLAZA SHAEFER, 2021). Curiosamente, dicha figura es una “desviación” creada por una norma (BECKER, 2009) o, para remarcar aún más la contradicción: es una etiqueta que produce violencia como consecuencia de una ley que busca evitarla.

Estos viajes de infiltrados suponen sortear diferentes desafíos para entrar al estadio visitante. Para tal tarea se despliega una agenda de *contactos* y un repertorio de *rebusques*. *Asegurarse la entrada* implica activar una red de reciprocidades ligadas a los desplazamientos que tiene en la vida cotidiana del club. Los que siempre viajan, a la hora de *entrar*, piden a dirigentes, socios, líderes de otras *barras* o periodistas

allegados a Belgrano. Y casi siempre lo consiguen. Esto demuestra que los “favores” intercambiados entre, por ejemplo, dirigentes y barras, encuentra en la figura del “infiltrado” una vía más de materialización.

No obstante, el mayor desafío siempre es el de no de ser descubiertos. En el caso de *Los Piratas* hay dos cuestiones a evitar para no revelar la identidad. Una es la tonada cordobesa. Se trata de una entonación tan marcada y singular que con una sola frase pronunciada se expone fácilmente el origen cordobés. Lo otro son los tatuajes. La enorme mayoría de los miembros de *Los Piratas* tienen tatuajes que remiten al club, la barra, el barrio de Alberdi, el estadio, la simbología *pirata*, jugadores ídolos, fechas importantes para la historia de Belgrano, etc. En las imágenes 5 y 6 se ven ejemplos de esas corporalidades intervenidas con tinta que a la hora de *infiltrarse* deben ser minuciosamente ocultas.

Rosana Reguillo en su estudio de las culturas juveniles, introduce la noción de “socioestética” para pensar “la relación entre los componentes estéticos y el proceso de simbolización de éstos” (REGUILLO, 2000. p 97) que las personas producen en sus adscripciones a los grupos identitarios que conforman. Los tatuajes, uno de los elementos de la socioestética, adquieren una función “comunicativa” de los procesos de identificación y diferenciación frente a otros. En otras palabras, *las tintas* deben leerse en su sentido expresivo. Que sean tan comunes en estos grupos de hinchas no es casual. Son una de las pocas marcas constantes, inmutables y “para siempre”, como el amor profesado por Belgrano. Sin embargo, al *viajar* de “infiltrados” quedan vedados. Esto muestra que *viajar* no solo supone mostrar algunas estéticas, también obliga a esconder otras.



Imagen 5. Autoría Nicolás Cabrera



Imagen 6. Autoría Nicolás Cabrera

## Viajes de anfitriones y huéspedes

La otra modalidad común en la era de la prohibición del público visitantes, son los *viajes* que se hacen tras un acuerdo previo entre las *barras* de los dos equipos que van a jugar. Estos *viajes* suelen ser en tráfico donde se embarca *la primera línea*, es decir, la cúpula de *Los Piratas*. La invitación no es para cualquiera. Generalmente *la barra* que esta de *local*, *recibe* a la *visitante* con asado, bebida y entradas. Una generosidad que obliga, pues se espera una futura inversión de roles cuando los mismos equipos jueguen en Córdoba. A diferencia de *viajar infiltrados*, en los encuentros de *barras* no se esconde la identidad provincial o la pasión por el club, pero sí se la regula. Es que, en estos casos, las dos *barras* presencian el partido juntas en la tribuna local, lo que exige un comportamiento particular del *visitante*. Se trata de *respetar a quien te abre las puertas de su casa*.

Esta forma de viajar incluye un sistema de derechos y obligaciones que mis interlocutores definen como *códigos de barras*. Se trata de un pacto de no agresión por el que las viejas rivalidades, o se esfuman, o se ponen entre paréntesis en pos de *seguir al equipo* que cada uno representa. Es un intercambio recíproco de dones mediado por un *respeto* territorial entre anfitriones y huéspedes. Está lejos de ser un fenómeno totalmente nuevo, pues la *amistad* entre *barras* diferentes tiene una larga lista de ejemplos. Verónica Moreira ya lo expuso de manera rigurosa y creativa con la *barra* de independiente (MOREIRA, 2001). Pero esta vieja tradición de *recibir barras amigas* antiguamente se reducía a unos pocos casos que respondían al síndrome de Beduino: el amigo de un amigo es un amigo, el enemigo de un enemigo es un amigo; el amigo de un enemigo es un enemigo; el enemigo de un amigo es un enemigo (DUNNING et al., 1992: 308). Hoy, el mapa de las rivalidades se ha trastocado sustancialmente. El síndrome de Beduino no desaparece, se suspende momentáneamente.

Para que tal proceso sea posible operan, al menos, dos factores: al primero ya lo dije, la prohibición del público visitante. La ley ha tenido efectos colaterales paradójicos en relación a la violencia: si por un lado la aumenta incrementando los conflictos entre hinchas del mismo equipo o creando la figura del “infiltrado”; por el otro lado refuerza viejas *amistades* entre *barras* al mismo tiempo que posibilita otras. Lo cierto es que hoy, entre asados, vinos y camuflaje neutral se dan “ritos de comensalidad” (MOREIRA, 2001, p. 91) entre viejos enemigos que se estrechan manos para continuar *viajando*. Con la prohibición vigente, se torna imprescindible un cordial recibimiento –con previo aviso y organización– de la *barra local* hacia la *visitante* para poder “burlar” la proscripción. Y solo sabiéndose comportar en la *casa* ajena la troca

sobrevive al tiempo. En un intercambio entre *dueños de casa* e *invitados*, sobre territorios propios y extraños, las *barras* argentinas dan y reciben, entre ellas, lo que esperan del resto: *respeto*.

El segundo factor que dinamizó un acuerdo generalizado de no agresión entre las *barras* y que hasta hoy permite que ellas sigan *viajando de visitante*, fue la experiencia de Hinchadas Unidas Argentinas (HUA)<sup>2</sup>. Aquella aventura Onegeista, hoy extinta, significó un acuerdo explícito entre más de cuarenta *barras* de diferentes categorías y provincias para, según dijo su creador Marcelo Mallo, erradicar la violencia en el fútbol, acompañar a la selección argentina y trabajar políticamente para el gobierno kircherista que estaba en el poder. Lo más importante sobre la experiencia de HUA a los fines del presente artículo, fueron las vivencias en torno al Mundial de Sudáfrica 2010. La idea de *acompañar a la selección argentina* como la *hinchada oficial*, implicaba, para los *barras*, hacer lo mismo que hacen con su equipo: organizarse colectivamente y gestionar los recursos necesarios para *viajar* adonde la selección juegue. Una vez conseguido lo imprescindible, cada *barra* escogía a sus representantes que iban a *viajar* a Sudafrica. Ya en continente africano, convivieron, por semanas, cantando a favor de *Argentina*, las *Malvinas*, *Maradona* o la *selección* y en contra de los *chilenos* y los *ingleses*. Finalmente, hubo una última experiencia que afianzó solidaridades entre *barras* diferentes. Varios de ellos, entre los que se cuentan los de Belgrano, estuvieron detenidos en Sudáfrica para después ser deportados. Según varios miembros de la *barra*, la vivencia de estar preso en un país extraño, de lengua incomprensible para muchos de ellos, alejados de la familia y con un futuro inmediato incierto, reforzó solidaridades y amistades.

La existencia de HUA incluyó un proceso por el que los *referentes* de las *barras* de cada equipo empezaron a reconocerse como pares. La identificación se construyó sobre reciprocidades reguladas por *códigos* comunes. En ese proceso el *viaje* a Sudáfrica fue nodal. Porque allí, no solo tomo cuerpo y nervio *la hinchada de la selección*. Sin desdibujarse las coordenadas barriales, provinciales y regionales que condensa cada club, en la Copa Mundial de Sudáfrica 2010 hubo un gran paraguas aglutinador de semejante heterogeneidad: la patria. Una vez más, como desde su nacimiento, el fútbol se convertía en un “operador de nacionalidad” (ALBARCES, 2008, p. 27) sobre el que se suspendían viejos conflictos. Barras

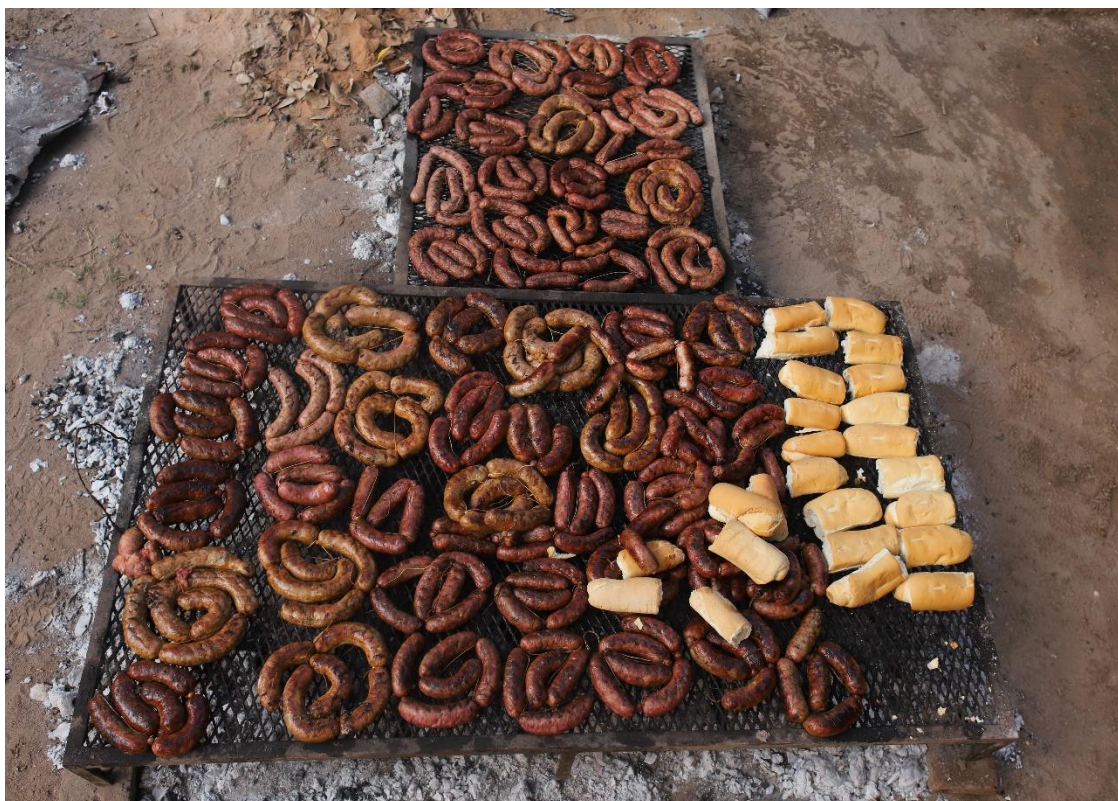
---

<sup>2</sup> Hinchadas Unidas Argentinas (HUA) fue una ONG que reunió a más de cuarenta barras de equipos del fútbol profesional, desde la primera división hasta la cuarta del ascenso. Fue creada en 2009 en la previa a la Copa del Mundo disputada en Sudáfrica. Su ideólogo fue Marcelo Mallo quien se definió como “un dirigente político que acompaña al kircherismo”. Se los pudo ver en bloque en el mundial de Sudáfrica 2010 y en la Copa América de Argentina 2011. Ya para el mundial Brasil 2014 la organización estaba disuelta.

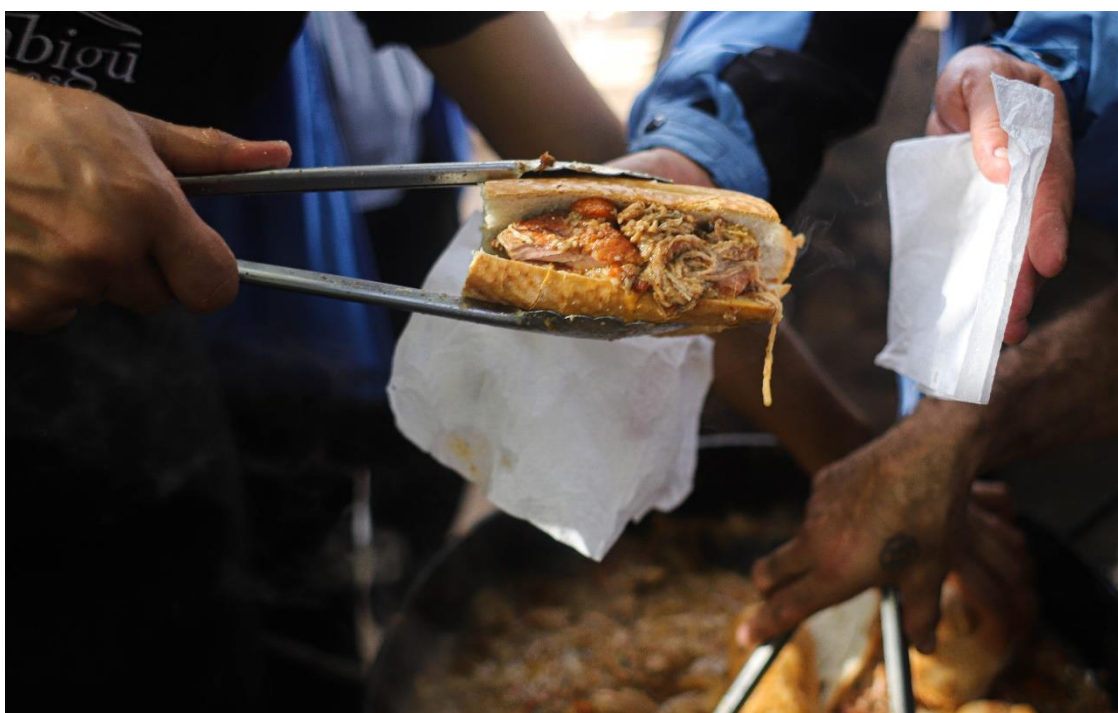
históricamente enemistadas o indiferentes, se *hicieron amigas viajando*. No es de extrañar que para *viajar* tengan que seguir *siendo amigos*.

Estas amistades se forjan sobre ritos de comensalidad. La bebida y el alcohol crean atmosferas festivas entre *barras* de diferentes equipos, fundamentalmente a partir del asado. Como sostienen Álvarez y Guglielmucci, el “asado criollo” es un “un acto ritualizado de dar que produce una comensalidad masculinizada y jerárquica” (ÁLVAREZ y GUGLIELMUCCI, 2006, p. 44). No es solamente un don, es un ritual que produce “comensalidad, solidaridad y complicidad” entre hombres.

Así lo muestran las imágenes 7 y 8 donde se observan algunas de las comidas compartidas en este tipo de viajes. No es casualidad que lo que prevalece es la carne. Archetti, quien supo leer antropológicamente la comida, propuso un “eje cárneo” a partir del cual pensar “la cocina nacional argentina”. Según sus entrevistados, en tal eje, encontramos “la milanesa, el puchero y el asado” (ARCHETTI, 1999, p. 224). Pero tanto la milanesa como el puchero se jerarquizan mientras más “caseros” sean y la cocina de la casa está asociada a las mujeres. Además, la milanesa es percibida como una herencia italiana mientras que el puchero se remite a España. Es el “asado criollo” el alimento “asociado a lo autóctono”, la “ceremonia de la comensalidad nacional y una de las más recurrentes manías argentinas” (p. 226). Además de varonil y argentino, Archetti también enseña que el asado es público. Se trata de un “magnífico pretexto para el ritual de la <conversada amistad> de hombres al aire libre” (p. 226). Es un ostentoso banquete de la nación, un pacto público de “machos”. Lo que quiero remarcar es que los *barras* no solo dan y reciben a sus pares, entre carnes asadas y vinos tintos, para seguir a sus equipos, también lo hacen para mostrarse como auténticos varones argentinos.



**Imagen 7.** Autoría Nicolás Cabrera



**Imagen 8.** Autoría Nicolás Cabrera



## Comentarios finales

*Los Piratas*, como casi todas las barras argentinas, *viajan* a todos lados y de todas las formas posibles para acompañar a su equipo. Tan solo en un año, durante un campeonato, viajan una media 50000 kilómetros. Es más que la vuelta al mundo por la línea del ecuador sin desvíos. Como me dijo en una entrevista un miembro de la *barr*a: *mi mundo gira por Belgrano y por Belgrano giro el mundo*. Estos viajes son desplazamientos que trazan contornos: igualan, diferencian, jerarquizan y distinguen en múltiples dimensiones. Por eso digo que son performances estéticas, suponen una puesta en escena que comunica diferentes sentidos en diversos niveles complementarios.

1- Consagran diferencias entre los “verdaderos hinchas” de Belgrano y los que no lo son. En el imaginario del fútbol argentino, viajar de visitante —experiencia reflejada en expresiones por demás comunes como *ir a todos lados, seguir al equipo adonde vaya, alentar en todas las canchas*, entre otras— es una prueba en la que los hinchas renuevan el contrato pasional con el equipo. Como decía un interlocutor, *se da todo sin esperar nada*. Los viajes son termómetros de la incondicionalidad, lealtad y compromiso con el equipo, de ahí que viajar los torna “más hinchas”. Como toda competencia necesita de mediciones, trofeos y reconocimientos. El mérito del viaje es proporcional a las proezas vividas: la adversidad se afronta, la distancia se relativiza, el reto se supera y el logro se festeja. Y todo se comunica. El anecdotario de viajes o las imágenes, propias o ajenas, se atesoran como pruebas irrefutables. *Los Piratas*, que viajan a todos lados desde 1968, se sienten los “verdaderos” hinchas de Belgrano.

2- Configuran a la *barr*a trazando contornos, solidaridades, alteridades, intercambios y asimetrías. Unen, diferencian, jerarquizan y conectan. Viajando se sabe el lugar que le corresponde a cada uno. Es una vivencia que mide pertenencias, méritos y desigualdades al interior de *Los Piratas*. Nadie puede ser considerado parte sino viaja con ellos. Pero los viajes no solo dibujan fronteras de identificación y diferencia, también demarcan desigualdades. Son momentos de socialización que enlazan personas al mismo tiempo que distinguen y ponderan. Me interesa enfatizar que los viajes son instancias privilegiadas para captar un organigrama de la *barr*a que se construye en movimiento. Pero *Los Piratas* distan mucho de ser un colectivo encapsulado y ensimismado. Los *viajes* también desnudan la amplia red de intercambios y reciprocidades que una *barr*a va tejiendo mientras se mueve. Viajando *Los Piratas* se conectan. Policías, dirigentes, agrupaciones de socios, barras de otros equipos, periodistas, jugadores u organizaciones políticas son algunos de los contactos que mis interlocutores agencian para seguir a Belgrano.

3- Son procesos de subjetivación. Construyen género: viajando *Los Piratas* se hacen varones heterosexuales y adultos. Pero, además, en ese proceso de generización, también producen y reproducen otros marcadores sociales vinculados a categorías clasificatorias, identificaciones y vivencias locales, regionales y globales. Son desplazamientos que siempre puede ser pensados desde diferentes marcadores sociales. La identificación más clara es la de género: el *viajar* es una experiencia del devenir hombre. Es un momento donde se prueba la hombría de cada miembro. Pero no en relación con cualquier prototipo, sino en referencia a aquel que prescribe a la masculinidad heteronormativa y adulta como ideal y deber. Como ya lo dijo Archetti (1984), las tres grandes alteridades a subordinar en el fútbol son las mujeres, los niños y los homosexuales. Pero también hay una geopolítica en disputa. A medida que cruzan fronteras geográficas, las reafirman. Es que viajando se consagran como sujetos de barrios populares, cordobeses y argentinos. Cuando caminan a barrio jardín, lo hacen en el nombre de barrio Alberdi; si viajan a jugar contra los porteños o rosarinos se presentan como cordobeses; y a la hora de insultar a brasileños, chilenos o ingleses enfatizan su argentinidad.

Los Piratas *viajan* desde 1968 hasta hoy. Me animo a decir que la necesidad persistente que condensan los *viajes* se vincula al imperativo que tiene todo grupo social de experimentar límites. Los límites, o fronteras, son relaciones sociales objetivadas en el espacio. Remiten a sentimientos y clasificaciones, flujos y confines, identificaciones y alteridades, afinidades y enemistades, enclaves e itinerancias que posibilitan la formación de un grupo. Principios de visión y división diría Bourdieu (2010). Frederik Barth (1976), en su análisis de las relaciones interétnicas, sostuvo que los límites a partir de los cuales se formaban dos grupos distintos no se debían a la ausencia de interacción entre los mismos. Todo lo contrario. Es en la “estructura de interacción” (BARTH, 1976) entre grupos diferentes donde esos límites se experimentan y, por ende, donde los grupos se reconocen como tales al mismo tiempo que se distinguen de sus alteridades. Atravesando espacios, *Los Piratas* experimentan límites que unen, separan y jerarquizan. Procesos sociales que, entre lo articulado y lo vivido, les permiten existir.

**Nicolás Cabrera**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9360-6479>

*Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte, Rio de Janeiro (RJ), Brasil*

*Doutor em Ciências Antropológicas pela Universidade Nacional de Córdoba (UNC)*

*E-mail: nico\_cab@hotmail.com*

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v24.ed52.2024.390>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 24, Nº 52, p.288-307, jan./abr. 2024

Recebido em: 15 de janeiro de 2024.

Aprovado em: 19 de fevereiro de 2024.

### Referências:

ALABARCES, Pablo. **Fútbol y patria**. Buenos Aires: Prometeo libros, 2008.

ALVAREZ, Santiago; GUGLIELMUCCI, Ana. Los rituales de la impunidad en Argentina: comensalidad y complicidad. **Etnografias da Participação**, Universidad Santa Cruz do Sul, EDUNISC, Rio Grande do Sul Brasil, 2006. p. 36 – 58

ARCHETTI, Eduardo. **Fútbol y ethos**. Buenos Aires: Flacso, 1984.

\_\_\_\_\_. Hibridación, pertenencia y localidad en la construcción de una cocina nacional. In: Altamirano, Carlos (ed.) **La Argentina en el siglo XX**. Buenos Aires: Ariel, 1999. p. 217-237

BARTH, Fredrik. **Introducción a Los grupos étnicos y sus fronteras. La organización social de las diferencias culturales**. México: Fondo de Cultura Económica, 1976.

BECKER, Howard. **Outsiders. Hacia una sociología de la desviación**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2009.

BOURDIEU, Pierre. Efectos de lugar. In: \_\_\_\_\_. **La miseria del mundo**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2010. p. 119-124.

CABRERA, Nicolás. **Que la cuenten como quieran: pelear, viajar y alentar en una barra del fútbol argentino**. Buenos Aires: Prometeo, 2022.

\_\_\_\_\_.; PLAZA SCHAEFER, Valeria: “Violencias, seguridad y dilemas metodológicos. Una mirada sociológica de la experiencia en el Club Atlético Belgrano de Córdoba, Argentina”. **Revista Runa**, 42. 1 enero- junio 2021, p. 83- 102, 2021.

DUNNING, Eric; MURPHY, Patrick; WILLIAMS, John. La violencia de los espectadores en los partidos de fútbol: hacia una explicación sociológica. In: Elias, Norbert. y Dunning, Eric. **Deporte y ocio en el proceso de la civilización**. México: Fondo de Cultura Económica, 1995. p. 295-322.

FRYDENBERG, Julio. **Historia social del fútbol del amateurismo a la profesionalización**. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2011.

GEERTZ, Clifford. **Conocimiento local. Ensayo sobre la interpretación de las culturas**. México: Paidós, 1994.

GIL, Gastón. **Hinchas en tránsito: violencia, memoria e identidad en una hinchada de un club del interior**. Mar del Plata: EUEM, 2007.

GOFFMAN, Erving. **La presentación de la persona en la vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu, 2004.

MARCUS, George. Etnografía Multisituada. Reacciones y potencialidades de un Ethos del método antropológico durante las primeras décadas de 2000. **Etnografías Contemporáneas**. Octubre 4 (7), p. 177-195. 2018.

MOREIRA, Verónica. **Honor y gloria en el fútbol argentino: el caso de la Hinchada del Club Atlético Independiente** (tesis de grado). Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina, 2001.

PERLONGHER, Nestór. **O Negócio do Michê: prostituição viril em São Paulo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

REGUILLO, Rossana. Textos Fronterizos: La crónica: una escritura a la intemperie. **Diálogos de la comunicación**, No. 58, Agosto, Lima, FELAFACS. p. 58-66, 2000.

SONTAG, Susan. **Sobre la fotografía**. Buenos Aires, De bolsillo, 2012.

*Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.*