

La construcción de identidades y rivalidades

futbolísticas, en Buenos Aires

Silvio Aragón¹

Universidad Nacional de Mar del Plata

Resumen

La construcción de identidades y rivalidades, en el contexto del fútbol argentino, tiene diversos aspectos a tener en cuenta antes de abordar su análisis. Estos aspectos están referidos a los orígenes sociales, culturales y espaciales, esto no aporta ninguna novedad, la idea de este trabajo es sumar un factor nuevo a los antes mencionados: las desventajas. Mediante la exposición de un caso concreto, preguntarnos si la identificación y la rivalidad entre clubes de fútbol puede ser resultado únicamente de los éxitos deportivos y desarrollos institucionales plausibles, o si por el contrario, las adversidades deportivas y administrativas, pueden construir una forma de acercamiento identitario al club y desde esa suerte de "anti héroe" fomentar la rivalidad con los clubes que han concretado mayores logros deportivos e institucionales.

Palabras-Claves: identidad; barrio; desventajas; rivalidad.

Abstract

There are a number of factors that must be taken into account before initiating an analysis of the construction of identities and rivalries in the context of Argentine football. It is well known that these factors are related to clubs' and fans' social, cultural and spatial origins. The objective of this article is to add a new factor to this list: a club's trials and tribulations. Through the presentation of a concrete case, we will ask if the identification and rivalry between football clubs can be solely the result of success on the field and institutional development, or on the contrary, if the sports-related and administrative adversities can be used to construct an "underdog" identity that foments rivalries with the clubs that have achieved greater sports-related and institutional goals.

Keywords: identity, district, disadvantage, rivalry.

¹ Profesor y Licenciado en Historia, Mg. En Antropología Social, Profesor e investigador de tiempo completo UNMdP; Disertante y consultor permanente en temas referidos a las ciencias sociales en diferentes niveles educativos. Autor del libro: "Los trapos se Ganan en Combate", Buenos Aires, 2008, saragon@copetel.com.ar

No hay lugar de encuentro más importante
entre el hombre biológico y el hombre social
que el espacio (...) el espacio es eminentemente cultural
(...) un espacio está impregnado por ideologías y valores.
Jacques Le Goff.

A modo de introducción, algunas cuestiones aclaratorias antes de abordar el trabajo, referidas a cuestiones generales con respecto al concepto “identidad”. Creo pertinente tener en cuenta la larga historia que ha tenido en las ciencias sociales, y los diferentes usos y “abusos” que ha sufrido. Estos usos y abusos llevaron a numerosos científicos consideran un uso excesivo y hasta desquiciado (Mackenzie: 913), el concepto *identidad* se transformó más en un cliché que en un término académico. En este trabajo adhiero la “práctica social” del término identidad, siguiendo a Bourdieu, entendiendo que estas prácticas parten de la experiencia social cotidiana de los actores “corrientes” involucrados y no desde un enfoque académico distante. Para complementar lo anterior, esta ponencia se fundamenta en que el concepto “identidad” es un concepto que se construye a través de las prácticas sociales, dejando de lado las posturas que lo plantean como esencial. Si bien los usos que se hace del término son variados y muy ambiguos, me quedo con la definición que utiliza Charles Tilly en la introducción a una colección sobre *Ciudadanía, Identidad e Historia Social*, caracterizando la identidad como un concepto “difuso pero indispensable” y lo define como “la experiencia que un actor tiene de una categoría, un lazo, un rol, una red, un grupo o una organización, unido a la representación pública de esa experiencia; la representación pública a menudo toma la forma de una historia compartida, una narrativa”. Esta definición es lo suficientemente “flexible” como para poder aplicarlo en esta ponencia. Por otra parte, el lector podrá observar que utilizo el término *identificación* casi como un sinónimo de *identidad* siendo totalmente consciente que no lo es. Sustento el permitirme esta

licencia, en que identificación, es un término alternativo que puede reemplazar a identidad, llevando a cabo el trabajo teórico que se le demanda a éste y sin sus connotaciones contradictorias y difusas.

En este trabajo desentrañaré las diferentes formas identitarias, que adquieren los simpatizantes del Club Atlético San Lorenzo de Almagro, mediante la apropiación de espacios físicos – de aquí en más *barrios* - que se identifican con este equipo de fútbol; como se han ido construyendo las rivalidades con el resto de los equipos, particularmente con los de Capital Federal y Gran Buenos Aires con quienes constituyen “los clásicos” - en el contexto del fútbol argentino- y plantear, como formas de identificación, situaciones de profundas desventajas sufridas a lo largo de su historia, generando una nueva forma de identidad que tiene una profunda diferencia, respecto de los “viejos hinchas” identificados con glorias deportivas e institucionales.

A diferencia de lo que ocurre en otros países, el fútbol profesional de la primera división de la República Argentina, se concentra en Buenos Aires y en la provincia de Buenos Aires². Esto refleja una relación directa entre la construcción del Estado Nación, a partir de la ciudad puerto por el cual se exportaban los productos que los países centrales reclaman, luego de la incorporación de la economía argentina a la División Internacional el Trabajo como proveedora de materias primas, y ocasionando una gran concentración demográfica. A tal punto esto ocurre, que es muy común que los habitantes del “interior” de la República Argentina, simpaticen con un equipo local y a la vez sean hinchas de otro equipo radicado en la capital, en la mayoría de los casos es porque no disputan en el mismo torneo. Al igual que ocurre con la distribución demográfica, de riqueza o infraestructura, el fútbol del interior sufre numerosas desventajas con respecto a Buenos Aires. Por este motivo la identificación y las rivalidades de los equipos de

fútbol, tienen más que ver con barrios de la ciudad capital y sus alrededores, y no tanto entre regiones geográficas del país. Si bien esto en los últimos años ha cambiado bastante comparando con años anteriores, aún sigue siendo abismal el potencial de unos y otros.

En el proceso de construcción identitaria de los clubes de fútbol, los hinchas apelan a imaginarios colectivos, glorias del pasado, construcciones ficcionales o mentiras asumidas como verdades y deben aceptarse como dogmas irrefutables. La historia de San Lorenzo está muy ligada a cuestiones de construcción de la identidad nacional desde la construcción del Estado Nación Argentino. El nombre alude – según reza el acta fundacional del club en 1908 – a la primera batalla ganada por el ejército del general San Martín considerado el “padre de la Patria” y, desde el punto de vista geográfico, el espacio físico que vi nacer la institución, es considerado por la sociedad argentina como el corazón de la cultura porteña y tanguera: los barrios de Almagro y Boedo en la Capital Federal³. Otro aspecto destacado, es el referido al nombre del club, el mismo tiene que ver con otro de los pilares que fortalecen la identidad nacional: la religión, ya que en esa misma acta se explica que también es por el Santo martirizado en una parrilla “*asándose a fuego lento*”. De esta manera el nombre sintetiza dos ideales fundamentales de la sociedad argentina: “Patria y Religión”. Más allá de estos argumentos esgrimidos para justificar el nombre del club, la verdadera razón de la elección de ese nombre, fue que a San Lorenzo lo fundó un cura salesiano llamado Lorenzo Massa y como se negaba que su nombre fuese el mismo del equipo, se construyó toda una fundamentación que diera un sustento más sólido y convocante de seguidores. En relación a la fundación y al protagonismo que tuvo el cura Massa, uno de los apodosos que reciben los seguidores de San Lorenzo es el de “Cuervos”, término

² Aquí omito Rosario, que es una ciudad de la Provincia de Santa Fe, porque dista a muy pocos kilómetros de Buenos Aires.

³ Hoy lleva el nombre de Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

que comenzó siendo peyorativo, ya que los rivales lo mencionaban a propósito de la sotana negra que usaba el padre fundador, pero luego se capitalizó positivamente por los hinchas hasta el punto de ser “una marca” de identificación.

A este proceso de construcción identitaria le sucedieron, en contraste con los ideales originarios, frustraciones deportivas, pérdidas de los símbolos que la identidad “cuerva” como el mítico estadio, la permanencia y éxitos en la primera categoría de fútbol, y hasta la posibilidad muy concreta de la desaparición de la institución. Lo paradójico es que, frente a estos hechos, el número de simpatizantes creció y los que ya lo eran, fueron más seguidores. De esta manera San Lorenzo se transformó en noticia relevante para los medios de comunicación, ya no como en años anteriores por sus proezas deportivas, sino por ser considerado un “fenómeno social”. Toda esta situación en la cual el club sumaba desventajas tras desventajas respecto a sus rivales, estaba enmarcado en una colosal decadencia económica, social y política de la República Argentina toda. Como referencia tomemos la pérdida del legendario estadio conocido como “Gasómetro”, fue expropiado y adquirido, por una cadena de supermercados internacional. Toda una imagen más que ilustrativa del desembarco del neoliberalismo en la sociedad argentina.

A partir de todo lo enunciado anteriormente, surgen algunas preguntas que intentaré responder a lo largo de esta presentación, ¿qué fortalece más la identidad y su identificación con el club San Lorenzo de Almagro, las epopeyas deportivas o las “catástrofes” que pesaron sobre el club?, ¿en qué se basa la construcción de la identidad y en qué la construcción de las rivalidades?, ¿qué aspectos tienen mayor preponderancia en la identidad/rivalidad, el espacio, la clase, los orígenes o lo deportivo?

Para comenzar a responder a estos interrogantes, nos ubicaremos espacialmente. En sus orígenes el barrio de Almagro (luego Boedo, que es reconocido como el "lugar" de los hinchas del club, se separó de Almagro), en donde nació el club, era un típico barrio de casas bajas estilo "chorizo", repetidas y monótonas, con tradicionales patios separados por el comedor y la sala de adelante, que generalmente ocupaba un inquilino. Hoy es una barriada residencial y tranquila, que sorprende con sus casas antiguas, contrastando a veces con modernas viviendas unifamiliares. El barrio es atravesado por la Autopista 25 de Mayo (AUI), que cruza el barrio – de este a oeste paralela a las avenidas San Juan y Pavón. Si bien carece de espacios verdes, existen añejos y frondosos árboles que se observan en la mayoría de las aceras.

Luego de compartir territorialmente con sus vecinos de Almagro, San Cristóbal y Parque Patricios, a partir del 11 de junio de 1968, se establecieron los límites precisos de todos los barrios de la Capital Federal y se conforma el territorio que delimita al barrio de Boedo. Como ocurre con gran parte de los barrios de Buenos Aires, se necesitaba una entidad deportiva que conjugara los "ideales" y el perfil socioeconómico y cultural del barrio, y si esta entidad era futbolística, mucho mejor. Así es que apenas iniciado el siglo veinte (1908), ya se fundaba un club de fútbol capaz de sintetizar todas esas cuestiones. Vamos a desentrañar estas temáticas que conformar la identificación/identidad de San Lorenzo.

Desde el punto de vista social, el barrio se ubica en una zona de sectores medios urbanos que se identifican con la clase trabajadora, que lograra una fuerte movilidad social durante el período de los dos primeros gobiernos Peronistas⁴. El territorio que hoy corresponde a Boedo fue en su origen ocupado por tambos, molinos panaderos, algunas pulperías y almacenes. Desde el enfoque cultural, a inicios del S. XX, el tango se apoderaba del aire porteño, y no sólo como una

expresión artística, también como filosofía de vida: San Lorenzo es tanto, por momentos... "mucho tango". En un primer momento fue la inmigración italiana que ofició de estructura para este espacio. Con el devenir de los años y las vicisitudes históricas, la parcialidad de San Lorenzo se fue identificando fuertemente con la colectividad inmigrante española. Esto ocurrió por varias cuestiones fortuitas, como que un grupo de jugadores identificados con la República española, huyendo del franquismo, recalaron en la institución de Boedo o que los numerosos bares y almacenes del barrio eran atendidos por ciudadanos españoles particularmente a partir de los años cuarenta en adelante. Con el correr de los años San Lorenzo se identificó definitivamente con la colectividad española, más que con la italiana que era la originaria del barrio. Esta situación generó una rivalidad muy marcada con los seguidores del club Boca, que fue fundado y conformado culturalmente por la colectividad genovesa que se asentó en las costas del Río de la Plata. Por aquellos años ambas colectividades rivalizaban por ver cuál era la más grande e influyente en la sociedad argentina. Estas cuestiones dan paso a la construcción de las rivalidades, que abordaré más adelante. Los ciudadanos que residían por estas geografías, se identificaba con un modelo de sociedad asalariada, que regula los horarios y los días de la semana. Ellos mismo se auto identifican equis distantes de las clases altas de la zona norte y de los sectores más pobres del sur de la capital federal de la República Argentina. Esta identidad social, es coproducida por los actores sociales, que se manifiesta en una específica articulación de atributos socialmente significativos. La identidad es socialmente operativa cuando transmite sentidos (valores, pautas, criterios) relevantes para las distintas partes que interaccionan en una sociedad. Estos sentidos se construyen en un continuo y complejo entramado de las relaciones sociales en el seno de una estructura social (Guber, 1984).

⁴ Me refiero a las dos primeras presidencias de Juan Domingo Perón: 1946 – 1955.

El corazón del barrio, futbolísticamente hablando, era el estadio de San Lorenzo conocido como "Gasómetro". En la memoria colectiva de los habitantes del barrio, el estadio no se circunscribía a lo futbolístico, en el mismo se desarrollaban numerosas disciplinas deportivas y eventos culturales de toda índole. Debajo de las tribunas se podía disfrutar desde los tradicionales carnavales con orquestas de música popular en vivo, hasta pista de acrobacias automovilísticas, entre otras actividades. Estas cuestiones, los habitantes lo re significan como generador de lazos sociales. En estas interacciones sociales, se conformaban enlaces matrimoniales, se dirimían reyertas personales al mejor estilo de los "malevos tangueros" y se fortalecían los compromisos con "el club del barrio". Hoy el estadio ya no está, y en su lugar, se erige la gigante estructura de un hipermercado propiedad una cadena multinacional, que sólo guarda una placa que "homenajea" al ya extinto estadio, y poco puede hacer por el rescate del espíritu socio cultural de otros años. Como una trágica metáfora de los tiempos globalizados, el mercado reemplazó a esa sociedad estructurada en base al trabajo y a la movilidad social ascendente de la clase trabajadora. El Hipermercado reemplazo al espacio de sociabilidades barriales.

La pérdida del estadio significó más que una mera perdida de un escenario deportivo, era la pérdida del espacio de ritos y comunión de los seguidores del equipo y de los vecinos del barrio. La dictadura militar que gobernó la Argentina entre los años 1976 a 1982, con el pretexto de abrir calles y edificar una escuela primaria, se expropiaron las tierras y se procedió a la demolición del estadio. Muchos de los lazos que se habían construidos y constituidos en ese escenario, se perdieron, y con ellos, muchos de los constructos culturales que fortalecían la "identidad" del barrio y los actores sociales que allí interactuaban. Por aquellos años, se hablaba

de la pérdida del estadio de San Lorenzo como una suerte de pérdida de “la casa propia” para la familia “sanlorencista”. A partir de esta situación la hinchada de San Lorenzo que prometió *ser “local”* en cualquier cancha en donde el equipo fuera a jugar. Este es un lugar común para todas las hinchas del fútbol argentino, pero para los seguidores de San Lorenzo era una realidad comprobar el ser local en todas partes. En esta coyuntura el canto de la hinchada reflejaba esta situación: *“no me importa en qué cancha juguemos...a San Lorenzo lo sigo a donde va...”*. En este punto creo preciso aclarar una situación propia del fútbol argentino, prácticamente la totalidad de los equipos que participan de los principales torneos, poseen estadios propios y todos estos estadios cumplieron la misma función, en sus respectivos barrios, que describí en el caso de mi objeto de estudio. Muchos de estos estadios se distancias a muy pocas calles unos de otros, situación que suele ser motivo de fuertes rivalidades y no de acercamientos amistosos. Ante esta situación de desventaja, la pregunta de sentido común sería: ¿es posible que se identifiquen nuevos hinchas con esta situación? Contrariamente de lo que indicaría una respuesta siguiendo el mentado sentido común: sí ocurrió. Se fortalecieron las identidades y se sumaron nuevos simpatizantes que se *identificaban*, paradójicamente, positivamente con la situación negativa que atravesaba San Lorenzo.

A los pocos años de la pérdida de "la casa propia", en 1981 se suscita otra de las desventajas que se debió enfrentar el club: el descenso a la primera división “B”. Para ubicar al lector, en el fútbol argentino se disputaban profesionalmente cuatro divisiones, que se clasificaban de la primera “A” hasta la “D”, no siendo común que los equipos tradicionalmente reconocidos como los como grandes del fútbol argentino, descendieran a una de estas

categorías⁵, un descenso interpretado como la peor humillación deportiva. El primero de los grandes que desciende a la primera “B”, es San Lorenzo dos años después de la pérdida del estadio, estas situaciones colocaron a la institución al borde de la desafiliación de la Asociación del Fútbol Argentino. A todo esto se añadía otra situación adversa, los jugadores debían mostrar publicidad en sus camisetas, que por esos años era totalmente inédito y sinónimo de “estar en venta”, vender la camiseta; pues San Lorenzo fue el primer equipo argentino en aceptar una publicidad y a la vez resignarse a esa condición o desaparecer. Nuevamente el sentido común opera a la inversa a lo que se suponía, y el equipo a lo largo del año 1982 – último año de la dictadura militar argentina- produjo un “fenómeno social”, según rezaban los medios de la época. Se produjo una *identificación* de gran parte de la sociedad argentina con todas estas sumas de desventajas y se manifestó con una inusitada asistencia a los estadios en donde jugara San Lorenzo, incluso por hinchas de otros equipos que afirmaban que iban *“a ver la hinchada, la fiesta; es increíble lo que se vive, en medio de tanta amargura y crisis de todo tipo en la Argentina”⁶*.

La pérdida de una pieza fundamental de la identidad de San Lorenzo, como lo fue el Gasómetro de Av. La Plata y, sumado a la pérdida de la principal categoría en el fútbol argentino⁷, nos permite explicar el surgimiento de “nuevos hinchas” que comenzaron a identificarse con estas pérdidas y construir una militancia pasional más cercana al estoicismo que al sentido común deportivo. En esos momentos se afirmaba que ser de otro club era fácil pero,

⁵ En la actualidad las divisiones son la Primera “A”, nacional “B”, la “B” metropolitana, la “C” y la “D”. También cambió la forma de descenso, antes los dos últimos lo hacían directamente, luego para evitar que descendieran los equipos más poderosos económicamente se diseñó un complejo sistema de promedios a lo largo de varios campeonatos y luego descienden los dos que tiene menos puntaje y dos juegan contra dos equipos del ascenso para ver quién permanece y quién no.

⁶ Simplemente como un dato estadístico e ilustrativo, la cantidad de entradas vendidas durante la permanencia en la segunda división, superó a todas las recaudaciones de los equipos de la primera división. Al no tener un estadio propio se debía jugar en

que “*había que ser muy valiente para ser de San Lorenzo...*” De a poco se fue construyendo una mística de la “*resistencia sanlorencista*”, que de alguna manera iba en concordancia con el contexto socio político que vivía la República Argentina en los últimos años de la dictadura militar. Lejos quedaban los apodos que referían a grandes hazañas deportivas: “El Ciclón”, en honor a el equipo del año 1946 o “Los Matadores”, por el primer campeon invicto del fútbol argentino en el año 1968. Ahora se perfilaba una nueva generación de jugadores que se autodenominaron “*Los Camboyanos*”, se renombraron teniendo en cuenta la delicada situación que padecían: no se les pagaba, el club no tenía instalaciones, sin estadio y un futuro que no avizoraba cambiar para mejor. Lucho Malvarez, un aguerrido defensor y artífice de este nuevo apodo, señalaba: “*nosotros somos como esos que están todo el día en el barro, que les pasa de todo, todo mal...somos como camboyanos...*”⁸. Ese mismo equipo sumido en todas las desventajas imaginables, logró un subcampeonato y ganó dos liguillas clasificadoras para la Copa Libertadores de América. Luego de lograr el ascenso en 1982, San Lorenzo se reconfiguraría a sí mismo como *los Camboyanos*, operando en el imaginario colectivo de los hinchas, como el apodo que sintetizaba el sobrellevar con éxito todos los males acaecidos. Es a partir de aquí, donde se forjará una nueva generación de hinchas muy identificados con este tipo de situaciones, que con el tiempo, se reflejarán en la noción y la identidad del *aguante*, que no desarrollaré aquí

diferentes estadios muchos de los cuales correspondían a sus rivales más acérrimos. Lejos de provocar una diáspora de simpatizantes, se magnificó la adhesión y hasta se tomó como un icono del *aguante* ante la adversidad

⁷ La pérdida del estadio se produjo en 1979 y el descenso deportivo en 1981.

⁸ Estas afirmaciones la realizó Lucho Malvarez, a radio Continental de Buenos Aires, luego en la misma entrevista, afirmaba que con el dinero que cobrarían por los premios al haber clasificado a la Copa Libertadores, le iba a poder comprar yogurt a sus hijos.

puesto que no es la problemática central propuesta por congreso en el cual expongo mi ponencia. Me parece oportuno relacionar todas estas cuestiones de re identificación y construcción identitaria, con lo esbozado al comienzo del trabajo, en donde interpreto a la identidad como un concepto que se “hace”, se construye, desde la práctica de los actores sociales involucrados, y no, desde un análisis meramente teórico.

Durante esos años la sociedad argentina se embarcaba en un nuevo sueño democrático y una canción popular, reflejaba los difíciles momentos históricos pasados y la esperanza en los años por venir. Con el ritmo y melodía de la canción, cambiando la letra, ésta se transformó en un “himno” de la nueva etapa que se debía enfrentar, la hinchada en su canto expresaba un claro sentimiento de pertenencia y resistencia:

*Acá está la Gloriosa Hinchada de San Lorenzo,
la que no tiene cancha y se bancó el descenso.
a pesar de los años, los momentos vividos,
siempre estaré a tu lado San Lorenzo querido...*

Estas realidades de desventajas sufridas por San Lorenzo, estimularon un proceso de identificación con la situación especial que vivía la institución más que con lo deportivo. El contexto socio histórico que enmarca las “pérdidas” de San Lorenzo, es el triunfo del YO identificado con la adversidad en contraposición al NO YO que representaba el sometimiento ante esas circunstancias. En los testimonios de la época se refleja muy claramente esta situación en la que ir a ver a San Lorenzo era prepararse para la *fiesta*, era dejar espacio para la utopía del se puede el fútbol se transformó en la excusa para revertir esos años de represión y estancamiento

económico. El barrio de Boedo era el símbolo de la movilidad social de las clases trabajadoras durante los años del modelo de acumulación Justicialista, estructurado en base al concepto de Estado de Bienestar. A lo largo de varios años este modelo fue desvaneciéndose con él muchos proyectos. A las fábricas cerradas, asentamientos marginales y pobreza, se le sumaba la pérdida del estadio. Con el estadio se morían los carnavales, fiestas, encuentros deportivos. Era mucho. Era demasiado.

Lo expuesto hasta aquí, me permite afirmar, como esta "suma de desventajas", permite posibilita lazos constructores de identidad. Nuevamente apelo al cántico de la hinchada, que sintetiza lo expuesto:

*Nos fuimos al descenso...
nos vendieron la cancha,
lo que nunca pudieron es parar a ésta hinchada,
que se hizo Gloriosa en las buenas y en las malas,
la que lleva en la sangre la pasión azulgrana*

Hasta aquí he hablado acerca de los procesos identitarios y sus diferentes prácticas, en el caso de los seguidores de San Lorenzo, en adelante, hablaré acerca de las construcciones de las rivalidades. Entendiendo que la identidad está conectada con apreciaciones dogmáticas sobre uno mismo – construidas por un mismo y por los *otros* - , se necesita de “otro” que nos demuestre el *no yo*, y a la vez éste otro se construya a sí mismo. Ésta situación es la que genera las rivalidades, lo que yo soy versus lo que es el otro. Los hinchas de San Lorenzo se muestran ante el resto de los equipos y así mismo, y a la vez, se ven reflejados en el espejo de los juicios de los demás.

Eduardo Archetti hablaba de “el otro pertinente”, sin el cual, toda nuestra construcción carecería de sentido.

En el plano del análisis de las rivalidades, San Lorenzo construye sus rivales al menos en dos dimensiones. Una es la *territorial*, disputada con su “clásico de barrio” el Club Huracán con sede en Parque de los Patricios, éste barrio limita con Boedo y su estadio distaba a pocas calles del estadio de San Lorenzo. La disputa se establecía en cuestiones referidas “*a quién es el guapo del barrio*”, con un tinte cultural directamente relacionado con el tango, una cuestión de malevos. Ambas instituciones se fundaron el mismo año, los dos barrios están muy identificados con el tango, con “lo porteño”, con un origen de clase trabajadora y que han sufrido los avatares de la historia económica argentina. La única forma en qué se podían diferenciar era el plano futbolístico, en el terreno de juego en donde se esgrimen las habilidades de unos y otros. Con el transcurrir de los años, San Lorenzo se fue conformando como uno de los clubes más importantes de la Argentina, no sólo por lo deportivo sino también por lo social y cultural, y Huracán se estancó. Y aquí se presentaba un problema para los sanlorencistas, en este reflejo que se necesita para construirse a uno mismo, Huracán quedaba “chico”, se limitaba a la disputa barrial y se corría el riesgo de no ser considerado como grande por tener un *clásico de barrio* y no de verdadera envergadura. Es así que se comienza a construir las rivalidades en la otra dimensión, por fuera de lo barrial. Estas rivalidades se establecen a partir de lo futbolístico, con los equipos que habían ganado más títulos y convocaban a más cantidad de espectadores. Dentro de la Capital Federal, los señalados como “los otros”, eran los simpatizantes de River y Boca - quiénes detentan el mayor poderío deportivo y de convocatoria de la Argentina-. Estereotipados como los opuestos sociales, mientras que el club Boca representa lo más popular y pobre de Buenos Aires,

River por su parte, representa en el imaginario social lo opuesto, seguidores de clase alta y poseedora del prestigio social que otorga el capital económico. San Lorenzo se refleja en el espejo estas dos instituciones y se construye como la “clase media” que no corresponde a ninguno de estos dos sectores sociales. Mientras que Boca está muy identificado con la inmigración genovesa en Buenos Aires, San Lorenzo se fue nutriendo de muchos españoles que se identificaban con el club, sobre todo, como dije anteriormente, luego de la guerra civil española. Otra de las diferencias es que en la sociedad argentina, las clases medias impugnan fuertemente las formas culturales de los sectores bajos y hasta los desprecian. Es un espejo en donde no se quieren ver reflejados. Por el lado del club River Plate ocurre lo opuesto, representan a los sectores patronales y acomodados de la sociedad porteña, “esos que no conocen de barrio”. Y una fuerte diferenciación ocurrió luego del último gobierno de facto en la Argentina, mientras que a San Lorenzo le expropiaban el estadio y gran parte de las propiedades, a River se le construía el Estadio Monumental, en donde se disputó el Mundial de 1978. Se establece una identificación negativa con el poder, con “lo militar” y los sectores civiles que apoyaron el golpe en definitiva, con la etapa más oscura de la Historia Argentina.

Las otras rivalidades fuertes en el plano futbolístico, se establecen con los equipos de Avellaneda (gran Buenos Aires) Independiente y el Racing Club. Si bien no son tan claras como las anteriores, también se establecen *tipos identitarios* para diferenciarse, por ejemplo, se construye una rivalidad referida a lo poco seguidores y fieles (amargos) que resultan ser los hinchas de Independiente, a pesar de sus numerosos éxitos deportivos y con lo frustrante que resulta ser hincha de Racing, aunque las historia de San Lorenzo y Racing sean muy similares, salvo que Racing resignó ser una sociedad civil para transformarse en una Sociedad Anónima

gerenciada y gobernada, por capitales privados y no por sus socios. A la vez que a ambos equipos se los ubica “en la provincia”, *nosotros*, los de San Lorenzo, somos de la *Capital*.

Es pertinente preguntarse si cada uno de los integrantes de cada una de las hinchadas, responden a estas características que se les confiere. Desde el sentido común y desde la práctica claramente se puede afirmar que no, pero en el conjunto *nosotros* y *ellos*, se permiten y admiten, para reforzar las identidades o la identificación con su club y formar parte del *nosotros* al menos cuando se habla de identidades futbolísticas. El humillado se hace poderoso, la identificación con su equipo le permite formar parte de un constructo colectivo que le da la posibilidad de *ser parte* y trascender a sus propias realidades concretas. Quizás en estas cuestiones que expongo, radique el “secreto” de por qué el fútbol es el deporte más masivo y provoca verdaderas convulsiones sociales.

Para ilustrar mis afirmaciones en el lenguaje de la tribuna, propongo analizar brevemente, uno de los cánticos que se entonan en la actualidad por parte de los hinchas de San Lorenzo y que resume perfectamente sobre qué tópicos se constituyen las rivalidades desde el enfoque de los de Boedo:

Voy a contarte como viene ni locura

No soy del rojo porque no tengo amargura

No soy de Racing, yo no vendo un sentimiento

...y para el globo un minuto de silencio

No soy bostero, porque nací en la Argentina

No soy milico, por eso no soy gallina

Adivinaste soy de Boedo y tengo aguante

Y a San Lorenzo lo sigo a todas partes

Buenas y malas, siempre estuvo la Gloriosa

Lo dijo el Diego...la hinchada más ingeniosa

Si no te alcanza y te queda alguna duda,

mirá que fiesta azul y roja ésta tribuna

¿Qué nos dicen estas tres estrofas? En una fantástica construcción de identificación y diferenciación a la vez, se puede sintetizar todo lo que he querido explicar hasta aquí, en una auténtica construcción de por parte de los actores sociales. Claro está que no todos los hinchas de San Lorenzo participaron de la confección de la letra, pero si comparten el imaginario colectivo que se allí se expresa. Al referirse al “rojo” habla del Club Independiente, nombrándolo como lo hacen sus propios seguidores pero inmediatamente le asocia su condición de “amargura”, expresión contraria a la idea de fiesta o “locura”, con que comienza el canto para definir la condición de hincha de San Lorenzo y no de los *otros*. Continúa hablando del Racing Club, recordándole que debieron gerenciar el club y que sus hinchas lo permitieron; la posibilidad de gerenciar estuvo muy cerca de ocurrir en San Lorenzo, pero la presión de los hinchas logró que no se vendiera el club a la empresa suiza ISL. En la siguiente línea nombra al clásico rival de barrio Huracán, no dándole casi entidad...*y para el globo un minuto de silencio*; lapidaria forma de referirse a un rival, le dedican la “nada”, el silencio en señal de duelo. La segunda estrofa refiere a los estereotipos con los que se denomina peyorativamente a Boca y a River, *bosteros* y *gallinas*. Los hinchas de Boca son conocidos como Bosteros – en referencia a los que recogerían la bosta de los caballos que tiraban carros en el puerto -, siendo una de las actividades que podían realizar los sectores más pobres de la sociedad argentina, a principios de siglo XX en las

cercanías del Río de la Plata en donde nace este club; agregando que por ser "argentino" no se es "bostero", aludiendo a que una gran parte de la colectividad paraguaya y boliviana que residen en la Argentina, son seguidores de Boca. A los partidarios de River los mencionan como *gallinas*, recordándoles una final por Copa Libertadores en donde luego de ir ganando por dos a cero, finalmente pierden cuatro a dos con Peñarol de Montevideo, a estos también se los asocia a los "milicos", forma popular de mencionar a los militares en la Argentina, refrescando quienes les terminaron y modernizaron el estadio. Por último la fuerte autoreferencia de la hinchada de San Lorenzo como *La Gloriosa*, el espacio identitario de todos ellos *Boedo* y una forma de fundamento de estas cuestiones "...ya lo dijo el Diego- Maradona-la hinchada más ingeniosa". Desde la perspectiva popular, la palabra más autorizada, quien lo expresó su admiración por la Hinchada de San Lorenzo, en un texto biográfico: Yo El Diego.

Para finalizar las cuestiones identitarias, haré referencia a que San Lorenzo construyó un nuevo Estadio conocido como "El Nuevo Gasómetro" a veinte cuadras del anterior "Gasómetro". La distancia física puede parecer escasa, pero la distancia con la historia de San Lorenzo es inmensa. Es un barrio extraño – Bajo Flores-, sin las características identitarias de Boedo, de hecho luego de los campeonatos ganados en este nuevo estadio, las columnas de fieles se trasladan a Boedo para festejar "en casa". Es extraño ver a miles de personas descargar toda su alegría frente a las puertas de un Supermercado, en donde estaba el antiguo estadio, y siempre finalizan los festejos con la promesa: "*¡Oh... vamos a volver... a volver... a volver... vamos a volver!*"

A modo de cierre ordeno las cuestiones que he desarrollado y las respuestas a las preguntas que he planteado. En cuanto a qué pesa más sobre la identidad de los hinchas de San

Lorenzo, si la epopeyas deportivas o las catástrofes acaecidas a lo largo de su historia, me inclino a pensar que influye mucho los contextos socio históricos en los cuales se manifestaron estas situaciones contrapuestas. La construcción del Estado Nación Argentino forjó formas de identidades nacionales que se correspondían a los grandes mitos, héroes y dogmas irrefutables de gloria frente al “enemigo”. A principios del siglo XX, cuando se funda el Club San Lorenzo de Almagro, estas formas identitarias eran incuestionables y las únicas admisibles como expresión de sentimientos de pertenencia y esto ocurría en ámbitos sociales, culturales o deportivos. Como expresé anteriormente, el nombre proviene del santo y de la primera batalla ganada por el General San Martín considerado el “padre de la patria”, religión y héroes militares al servicio de la Nación, toda una construcción. A mediados de la década del cuarenta se afianzaba San Lorenzo y el barrio donde nació Almagro -luego de 1968 Boedo se separa de Almagro- se constituye como un barrio referencial de las clases trabajadoras medias con una fuerte movilidad social impulsada por el modelo social y económico Peronista, que fortaleció lazos sociales de identificación social y nacional. Acompañando a este proceso histórico, el factor cultural del Tango daba marco poético a todas estas cuestiones terrenales, poniendo la cuota bucólica y melancólica propia de la expresión tanguera y maleva. A mediados de los años setenta, el modelo de acumulación impulsado por el peronismo, se va deteriorando fuertemente y sus consecuencias no se hacen esperar. La sociedad asalariada para la cual la educación del Estado Nación nos preparaba va desapareciendo y con ella parte de la cultura del trabajo y la identificación positiva con este modelo de sociedad; el advenimiento del neoliberalismo y posterior globalización, ¿coincidió? con la debacle deportiva e institucional de San Lorenzo.

Nace una nueva forma de identificación que refuerza toda la construcción anterior, y esta identificación se relaciona con la *resistencia* de fuerte contenido social y político.

Como hemos visto, la construcción identitaria de San Lorenzo se basó en éxitos y fracasos por igual, es una construcción subjetiva que no responde a un único patrón. Las rivalidades se apoyan en los mismo argumentos, tan reales y tan endebles como se quieran leer, pero irrefutables para los actores sociales identificados con el Club. Pero fundamentalmente la rivalidad funciona como un espejo de los que *no se es*, filosóficamente, hablaríamos de un YO enfrentado a un NO YO. Y en todas estas situaciones se entrelazan los espacios físicos/culturales: EL BARRIO, las identificaciones de clase y hasta de orígenes inmigratorios. Recordemos en la República Argentina la inmigración juega un fuerte papel estructurante de los lazos culturales, sociales y de identidad nacional.

Bibliografía

APUNTES DE INVESTIGACIÓN. CECYP. Año V, Número 7. Buenos Aires: EDITAR.

ARAGÓN, Silvio. 2007. *Los trapos se ganan en combate*. Buenos Aires, Antropofagia. 127 p.

ARCHETTI, Eduardo. 2003, *Masculinidades*. Buenos Aires, Antropofagia. 287p.

DEÁN, Alberto. 2008. *San Lorenzo Querido*. Buenos Aires, Dos Editores. 335p.

MAGAZINE, Roger. 2008. *Golden and Blue Like My Heart*. Tucson, Arizona. 223p.

MORGAN, Edmund S. 1988. *Inventing the People*. New York, Norton.

SHUMWAY, Nicolás. 1994. *La invención de la Argentina*. Buenos Aires, EMECE. 334 p.