LELIA MABEL GÁNDARA
Universidad de Buenos Aires
Argentina

Las voces del fútbol. Análisis del discurso y cantos de cancha

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se aborda a través del análisis del discurso un fenómeno de la comunicación social, que es la producción de cantos por parte de los seguidores de diversos clubes de fútbol en Argentina. Vamos a situar, entonces, primeramente este fenómeno, para luego hacer algunas consideraciones sobre los niveles de análisis y los métodos del análisis del discurso.

El fútbol es un deporte que tiene una amplia convocatoria, especialmente masculina, en todos los ámbitos sociales. Pablo Alabarces sostiene que "es el mayor fenómeno de comunicación de masas en el mundo". En la Argentina en torno al fútbol se configura una parte importante de la identidad de la gente. Ya desde muy pequeños, los niños aprenden a responder a la pregunta "*¿de qué cuadro (equipo) sos*?". La pertenencia se estructura fuertemente en la típica respuesta: "*Soy de Boca", "Soy de River"*, etc.

El peso social que ha adquirido este deporte se puede apreciar en la importancia del rito de los partidos de fútbol del domingo. Entre los fanáticos de los diferentes clubes (a los que en Argentina se llama "hinchas"), se ha ido forjando un hábito que consiste en la elaboración de cantos que se entonan en las tribunas de los estadios. Si bien el aliento al propio equipo con consignas y gritos es algo común a muchos lugares del mundo, en el caso que analizaremos ha habido una complejización de estos cantos de estadio que incorporan diversas músicas, construyen canciones de varias estrofas, y se corean masivamente.

Esta costumbre nació tímidamente en las primeras décadas del siglo, con cantos de aliento muy simples, y con el correr del tiempo se fue afianzando, los cantos se hicieron más complejos, más largos, más demostrativos de sentimientos de amor, de odio, de tristeza y de alegría, fueron apareciendo alusiones a la actualidad política, a cuestiones sociales, y fue tomando cuerpo una expresión ideológica del fútbol que tiene sus propios códigos y que emerge en este tipo discursivo particular que son los cantos de cancha.

En los últimos 20 años, los cantos de estadio han ido cargándose notoriamente de amenazas, insultos, violencia e intolerancia. En este sentido, existe una diferencia considerable con los cantos anteriores a los años 70, que eran menos agresivos, tendían más al festejo y al aliento al propio equipo.

Este trabajo ha sido realizado en base a un corpus de 150 cantos de hinchadas, correspondientes en su mayor parte a las últimas dos décadas y a partidos entre clubes locales. El objetivo que me he planteado es intentar un abordaje de este emergente con las herramientas del análisis del discurso y la pragmática. Este es, evidentemente, sólo uno de los abordajes posibles. No pretendo hacer aquí un estudio exhaustivo sociológico del fútbol, sino sólo realizar un aporte desde un ángulo nuevo.

Desde la perspectiva del análisis del discurso, una de las particularidades de este trabajo consiste en el hecho de abordar una modalidad de discurso colectivo. En los cantos de cancha hay una voz supraindividual que se manifiesta, que presenta características de coherencia y cohesión, dado que hay elementos que se repiten y homogeneizan la construcción discursiva aunque sean producidos por diferentes hinchadas. Teniendo en cuenta la masividad de esta expresión, nos interesa, entonces, ver qué dice esa voz que se erige en voz colectiva, qué tipo de visión del mundo asoma en esos cantos de hinchadas.

Por otra parte, desde el punto de vista de los objetos de estudio que tradicionalmente ha abordado el análisis del discurso, este trabajo presenta otra particularidad. Por lo general, los objetos de estudio privilegiados han sido hasta ahora los tipos discursivos más estructurados como el discurso político o parlamentario, el discurso de la prensa, el discurso literario, el discurso de la publicidad, el discurso

histórico. El estudio de los cantos de la hinchada de fútbol pone en la mira un tipo discursivo que si bien parte también de un trabajo de elaboración, está más cerca de una forma de expresión más espontánea e inmediata, más popular en su forma y contenido, y que por lo tanto permite tomarle el pulso al imaginario social desde otro ángulo.

Finalmente cabe destacar que se trata de una forma de expresión oral, en la que además existe una preocupación por la musicalidad y la rima que muchas veces altera las formas típicas del habla común.

El análisis del discurso es una corriente relativamente nueva que parte de la lingüística aplicada y la pragmática, e intenta vincular los enunciados a sus condiciones socio-históricas de producción. Como práctica teórica tiene por lo tanto la peculiaridad de situarse en un terreno necesariamente interdisciplinario, ya que por definición se ocupa de una praxis discursiva ubicada en determinados contextos o condiciones sociales concretas. En este sentido, la escuela francesa en la línea de pensamiento de Pêcheux y Maingueneau, rescata la noción de "formación discursiva" de Foucault ("La arqueología del saber"). Esta noción permite concebir a los discursos como inscriptos dentro de una serie de relaciones entre instituciones, procesos económicos y sociales, formas de comportamiento, sistemas de normas, formas de clasificación, etc. Pêcheux entiende el discurso como una producción de sentido relacionada a una formación ideológica correspondiente a una coyuntura y una formación social determinada. Dicho en otros términos la formación discursiva puede ser considerada como lo que puede o debe ser dicho en determinada posición y en una situación dada.

D. Maingueneau sostiene que en el discurso hay una deixis fundacional, que marca el reflejo a nivel textual de las condiciones de producción de ese discurso. De tal modo que desde el plano discursivo se pueden estudiar las escenas sociales que subyacen y el imaginario que las sustenta. El análisis del discurso puede, de esta manera, permitir restituir la escenografía de una formación discursiva.

La formación discursiva confiere una "corporalidad" simbólica a la figura del enunciador y correlativamente a la del coenunciador. Les da cuerpo textualmente. Siguiendo esta idea, en este trabajo analizamos cómo se construye en los cantos de estadio la imagen respectiva del propio equipo y del equipo contrario.

Por último, este estudio nos lleva a una reflexión sobre el fenómeno de la identificación de un sujeto a una formación discursiva y la relación formación discursiva - comunidad discursiva. A través de la adhesión al "canto" se produce algún grado de "incorporación" de los sujetos a esquemas que definen, a nivel simbólico, una forma específica de habitar el mundo. Es finalmente sobre la base de esto que ciertos enunciados pueden llegar a movilizar fuerzas e investir redes sociales.

Los niveles de análisis que abordamos son el estudio de las marcas de la enunciación, el nivel semántico, las condiciones de producción del discurso y la polifonía enunciativa y algunos indicadores de la interacción comunicativa y la intertextualidad.

1. Las marcas de la enunciación

Comenzamos por el estudio de las marcas del enunciador y del destinatario. En términos globales podemos definir 2 tipos de cantos: los que contienen marcas de primera y segunda persona y los que no.

En nuestro corpus predominan las que presentan marcas de 1ª y 2ª persona, en relación de sujeto / objeto, con fuerza ilocutoria de expresión de amor-aliento, según se trate del propio equipo o del contrario.

Los estribillos destinados al mismo bando llaman por lo general al festejo anticipado o a la violencia. En el caso de los destinados al bando contrario hay un interlocutor privilegiado, que es el enemigo histórico que tiene cada equipo, al que siempre se le dedica algún canto, independientemente de que esté presente o no en ese momento en el estadio.

Hay también algunos relatos que podríamos llamar "épicos", de enfrentamientos entre hinchadas realizados muchas veces en primera persona. (17)

El uso de la primera persona es el más frecuente en los cantos. Hay una cantidad similar de cantos que tienen sólo marcas de 1ª persona del singular o sólo marcas de 1ª del plural. Predominan los que contienen ambos tipos de marcas combinadas. La frecuencia del uso de la primera persona del singular no deja de ser curiosa, teniendo en cuenta que se trata de una situación de enunciación colectiva.

En cuanto a su distribución en relación al tipo de contexto en que aparecen, observamos que el uso de la primera persona del singular está asociado con la expresión del sentimiento y de la fidelidad al equipo. Esta es una estrategia discursiva que compromete al enunciador individual a nivel de la identidad y la pertenencia. Desde esta primera persona del singular se construye fuertemente la identidad haciendo hincapié en su carácter perdurable (Ej.: *Yo soy del cuervo desde que estaba en la cuna*...4), y la pertenencia resaltando el carácter incondicional de la misma (*ganes o pierdas te sigo igual* -ver por ej.: 54-). El uso de la 1ª persona del plural, en cambio está asociado al aliento al propio equipo y la amenaza al contrario. En este caso, la estrategia de enunciación en 1ª del plural refuerza el aspecto numérico frente al otro.

Respecto a las marcas de 2ª persona, es notorio el uso claramente predominante de la 2ª persona del singular. Esto puede explicarse porque en el castellano que se habla en Argentina, al igual que en muchos otros países, la segunda persona del plural (ustedes) tiene las mismas marcas de la 3ª del plural. La construcción resulta más imprecisa. Comparemos por ejemplo:

-*yo te quiero ver campeón (a vos)*

-*yo los quiero ver campeones (a ustedes)*

En el primer caso el interlocutor en 2ª persona es evidente. En el segundo es isomorfo respecto a la tercera persona, y por lo tanto la relación con el pronombre "los" es más ambigua y se percibe como más distante. (a ustedes = a ellos).

Sobre el total de cantos con marcas de segunda persona, sólo en un 10 % se usa la segunda persona del plural y en el 90 % restante la segunda del singular. Esta segunda persona se refiere a veces al propio equipo, a veces al equipo contrario y otras veces a algún individuo en particular identificado con uno de ambos (el arquero, el árbitro, algún personaje famoso de la hinchada).

En los casos en que la 2ª persona remite al equipo contrario, hay dos fuerzas ilocutorias predominantes cuya temática se analiza más adelante: los insultos y las burlas, y las amenazas.

Cuando se trata de la 2ª persona del mismo equipo, el tipo de acto de habla tiene que ver con el afecto (algunos cantos son verdaderas declaraciones de amor) el aliento, el pedido a los jugadores de que pongan fuerza y coraje, y el llamado a la fiesta.

El segundo tipo de cantos es el que no presenta marcas de primera o segunda persona. Son menos frecuentes.

La 3ª persona, que Benveniste llamaba la no-persona, aparece en dos tipos de cantos: los de tipo narrativo y los de tipo descriptivo. Los primeros son relatos de tipo "épico", sobre sucesos ocurridos en partidos anteriores. Los segundos, los descriptivos, tienen por objeto poner en relieve al propio equipo y rebajar al contrario (hay cantos especialmente denigrantes contra Boca, por ejemplo, en relación a la composición más popular de sus simpatizantes) (ver por ej. el nº 11).

2. Nivel semántico: redes semánticas, temas predominantes y recurrentes

A partir del análisis semántico de los diferentes tópicos se puede deducir la construcción de la imagen del propio equipo y del equipo contrario. Se analizaron las redes semánticas de los insultos, las

burlas, las amenazas, el autoelogio, la victoria, los apelativos aplicados a los clubes, y la expresión de los sentimientos y los afectos. El estudio a nivel semántico se basa en el relevamiento de redes significantes, la determinación de los significados a partir de las relaciones paradigmáticas, el estudio de las oposiciones y equivalencias.

a) análisis semántico de los insultos y las burlas:

Predominan los insultos de índole sexual: la feminización o prostitución del adversario, la atribución de un rol sexual pasivo, la homosexualidad como insulto (7: *son todos putos...*)

Hay una amplia gama de insultos relacionados con la identidad social y el lugar o el rol dentro de la esfera social, tales como la atribución de un trabajo considerado denigrante (15), de una posición socioeconómica marginal (*villeros* - 52), la nacionalidad (*Bolivia, Paraguay* - 13), la raza (*negro* - 115), la pobreza, la suciedad, el olor, una relación de sometimiento (de padres/hijos - 24). La acusación de complicidad con la policía, que es el enemigo común de todas las hinchadas, es otro insulto recurrente (7).

Otros insultos están relacionados a ciertas características subjetivas: por ejemplo es especialmente frecuente el calificativo de *"amargo"*, que se opone a la capacidad de festejo, a la vitalidad y al "*aguante*" (entendido como persistencia y fidelidad al equipo). (75) La cobardía (*cagón*, 69) es otro leit-motif.

b) análisis semántico de las amenazas:

Las amenazas se relacionan con:

- la agresión a las personas: en muchos casos es de índole sexual (explícita o inexplícita 27), amenaza de muerte (87), otras (*correr al contrario*, etc.)

- las agresiones al espacio físico (al barrio, al estadio): con verbos como robar, romper, quemar o prender fuego (106)

- la negación de la existencia del contrario o de su capacidad: "*no existís*" (70)

c) análisis semántico del autoelogio:

El autoelogio se basa en:

- la profundidad del sentimiento, el compromiso y la fidelidad. (54 - 81 ("*lo sigue a Boca y no pide nada*"))

- la superioridad (numérica, en valor o en saber hacer), la capacidad de someter sexualmente al contrario (27), el machismo.

- la capacidad para ejercer la violencia (106)

- el "*aguante*" (la constancia y el sostén al equipo aún en las malas), seguir al equipo a todas partes.

- la gente (los que siguen al equipo) (70)

d) análisis semántico de la victoria:

La victoria aparece en los cantos asociada al festejo, en particular aparece un elogio del descontrol, del vino, y la droga (*falopa*). También está asociada a la vuelta olímpica como hecho triunfal, a los bombos como forma de proclamar el triunfo.

Las acciones de la hinchada en relación a la victoria son: *tomar vino, fumar porro/ usar cocaína, dar la vuelta, festejar, estar loco, saltar, cantar.*

e) análisis semántico de los apelativos de las hinchadas:

Los adjetivos o apelativos aplicados a las diferentes "hinchadas" están relacionados con diferentes aspectos. Muchos son nombres de animales (*cuervo, lobo, gallinas, calamar, bichos colorados, león*); otros remiten a la identidad en relación a lo barrial o a la actividad laboral (*bostero, quemero, tripero, sabaleros, pincharratas, basureros*), o a la extracción social de la hinchada (*academia, millonarios, xeneizes (= genovés)*); a determinados sucesos o hechos propagandísticos de los clubes (*leprosos, canallas, matadores, mens-sana, el fortín*), o bien a objetos, colores o fenómenos de diversa índole (*ciclón, globo, taladro, diablos rojos, el rojo, los granates*). Muchos de estos apelativos surgen como insultos pero luego son asumidos o reivindicados por el mismo equipo destinatario del insulto. (*bosteros*)

f) análisis semántico de la expresión de los sentimientos, lo afectivo y la identidad:

La expresión de la afectividad es muy intensa en los cantos de estadio. Los valores asociados a un alto contenido afectivo son la camiseta, los colores del equipo, la gente, el estadio. Hay últiples referencias al corazón, la vida (nacer, morir), la sangre. El sentimiento que se experimenta por el equipo se califica de *inexplicable (54), imparable, descontrolado.*

Hay una frecuencia considerable de las nociones de *querer, amar, enamorarse.* (68)

Si bien no hemos podido realizar un trabajo comparativo sistemático con corpus de cantos de épocas anteriores, es posible que la expresión del sentimiento en estos términos sea relativamente nueva, y tal vez esté vinculada a una legitimación social creciente de la expresión de los sentimientos por parte del hombre.

En lo que se refiere a los **tipos de verbos**, encontramos una profusión del verbo ser, con valor de identidad/pertenencia, construcciones verbales de solicitación (*tenés que ganar, tenés que dejar la vida, tenemos que dar la vuelta*), verbos de movimiento (saltar, correr), y en lo que hace a los tiempos verbales predomina el presente genérico y las perífrasis de futuro.

***

El estudio de las redes semánticas permite verificar a nivel discursivo el emergente de ciertas visiones del mundo y orientaciones valorativas. Es evidente la recurrencia de algunos tópicos, como por ejemplo lo que tiene que ver con la sexualidad, la exaltación de la masculinidad y la amenaza de agresión sexual al oponente. Algunos autores que se han ocupado del fenómeno del fútbol, como Suárez-Orozco, han analizado el aspecto psicoanalítico de esta temática en el fútbol, señalando la búsqueda de la afirmación de la masculinidad por mecanismos de inversión proyectiva, la emergencia de fantasías sádicas e incluso de la duda sobre la propia masculinidad. Desde un ángulo más sociológico, E. Archetti señala la construcción de un campo metafórico y ritual donde la verbalización afirma una identidad de género, por un lado con la alusión concreta a lo sexual, y por el otro con una alusión al poder, la fuerza, la omnipotencia, la violencia.

Esta reafirmación de la propia identidad se estructura además socavando la identidad del otro a través de la descalificación y la humillación. La descalificación del contrario consiste en negarle su sexualidad, su adultez o su autonomía (24), su valor y hasta su propia existencia. (Oposiciones padre/hijo - macho/homosexual).

Pero también podemos desprender del análisis semántico la construcción de fronteras simbólicas que recortan por un lado la "normalidad", atribuida al propio equipo y en el terreno opuesto la "marginalidad" atribuida al equipo contrario: carácter supuestamente "anómalo" del extranjero proveniente de un país pobre, del homosexual, de los trabajos o roles socialmente devaluados o denotados, del discriminado por su raza, del sometido a una supuesta condición de inferioridad (feminización o infantilización, etc.). Estas características socialmente devaluadas o denigrantes son generadoras de anomia y crisis de identidad.

En otras palabras, esta es una forma de ejercer el poder a nivel simbólico. Delinear fronteras de pertenencia e identidad, expulsando a los que se apartan de la "norma". En una ponencia de 1992, analicé el papel de la significación como trabajo de transformación simbólica de la realidad. Creo que este es un ejemplo de cómo el trabajo sígnico opera generando o reproduciendo determinadas percepciones de lo real. Más allá de que los intentos de producir la crisis identitaria en el otro tengan o no éxito, en esta práctica discursiva de masas se demarcan concepciones que sin lugar a dudas trascienden el espacio de las tribunas y el evento deportivo.

3. Condiciones de producción del discurso y polifonía enunciativa

Los emergentes de la voz colectiva de las tribunas se vinculan con contenidos ideológicos que se encuentran presentes en nuestra sociedad como el racismo, el machismo, la xenofobia, la insolidaridad, el sadismo, el culto al poder. Estas posturas que en otros ámbitos no podrían expresarse sin enfrentar la crítica y el repudio, encuentran en los cantos de cancha alguna forma de legitimación que les permite salir a superficie.

¿Qué es lo que autoriza o desbloquea la emergencia de contenidos que el emisor no avala conscientemente y que jamás expresaría en otro contexto? En ciertos contextos de producción discursiva, el enunciador deja de hacerse cargo de sus palabras. Así como existe una convención social relativa al humor, por la cual aquello que se manifiesta con la intención de "hacer reír" no debe ser asumido al pie de la letra (aunque a esta altura el psicoanálisis se encargó de demostrar que el humor es cosa seria), en las producciones discursivas colectivas de la hinchada se asume que es "nada más que un canto". Hay básicamente dos cuestiones que pueden explicar esta distancia entre el sujeto y su enunciado: una tiene que ver con la dilución del enunciador individual en una enunciación colectiva de la que la primera persona no se hace cargo estrictamente, determinando una situación en la que los mecanismos de control son más laxos. La pluralidad aparece como "desinhibitoria" y "autoriza" a decir cualquier cosa. Es frecuente oír decir "yo no soy racista", "yo no soy xenófobo" a alguien que sin embargo no tiene empacho en corear un canto refiriéndose a la hinchada del equipo contrario con palabras tales como "son todos negros putos de Bolivia y Paraguay".

La segunda es la carga situacional, es decir, el contexto de producción discursiva: una situación que se define como una guerra pasional entre dos bandos, donde "todo vale", porque estaría justificado por lo pasional, y donde a nivel verbal pero a veces también en enfrentamientos concretos con heridos y a veces muertos, se descargan pulsasiones de destrucción y violencia.

Como ya señalamos anteriormente, el hecho de que aquí no se trata de un enunciador individual, ni de un yo pragmático con referencialidad nítida, es uno de los fenómenos más interesantes a nivel de la enunciación. Este es uno de los niveles más opacos de la acción del sujeto. El yo que canta por encima de la voz individual es difícil situar: ¿podemos decir que es el que elaboró el canto? Hay que tener en cuenta que en general los cantos son producto de una elaboración grupal: se juntan varias personas y van armando una idea sobre determinada música. El producto de esa elaboración puede llegar a ser cantado por miles de personas en el estadio, y ahí se va a ver este clivaje tan particular, por el cual el sujeto es a la vez ajeno y responsable del sentido del enunciado.

El análisis polifónico de los enunciados que plantea Oswald Ducrot, permite situar algunas voces que aparecen en este tipo discursivo.

Ducrot propone distinguir un locutor, que sería el responsable en la ficción discursiva, y que en nuestro caso es el miembro de la hinchada o la hinchada misma como entidad colectiva de enunciación. En algunos cantos este rol lo cumple una primera persona "investida" (es decir recubierta formalmente por la tercera: *tu gente, la 22, esta barra loca*, etc. con el valor de un "nosotros").

Luego está el sujeto hablante, emisor colectivo del discurso, que es indudablemente el que lo canta, que para el caso es casi toda la tribuna.

Y finalmente habría un enunciador, que según Ducrot es el responsable del punto de vista. El enunciador así definido surge cuando el sujeto hablante pone en escena posiciones distintas de las propias. A mi entender lo que debe ubicarse aquí, teniendo en cuenta la coherencia global de las formas y contenidos, no es el productor casual de cada canto, sino las voces sociales, que responden a lo que anteriormente señalábamos como la formación discursiva, aquella que determina lo que "puede o debe" ser dicho en una situación específica, en un marco social e históricamente dado.

Obviamente este es un análisis global, que en cada canto particular tendría sin lugar a dudas variables múltiples.[1]

4. La interacción comunicativa y los sonidos del silencio

Los cantos de cancha a veces son himnos que se relacionan con el evento global del partido, otras veces son un reflejo de diversas situaciones contextuales (el momento en que los jugadores entran a la cancha, cuando se ganó el partido, cuando se pierde, etc.) o de lo que sucede en determinado momento de un partido determinado; y en otros casos tienen que ver con verdaderas situaciones dialógicas entre las hinchadas de equipos contrarios que se provocan, se contestan, compiten en ingeniosidad o en agresividad, etc.

Incluso el silencio de la hinchada tiene un significado concreto: es visto como señal de derrota o de desmoralización y por lo tanto desencadena la burla. Por ejemplo, un cantito que se burla de la inmovilidad y el silencio de la hinchada contraria dice así:

Ay, ay ... ay
con esa hinchada se parece a una postal.
(ver también ejemplo nº 9)

5. La intertextualidad

Una de las marcas de la intertualidad se encuentra en la música. Las melodías son tomadas de marchas políticas (típicamente la marcha del partido peronista y la del partido radical), jingles publicitarios, canciones de moda pegadizas, jingles políticos y de campañas diversas, programas de televisión, etc. Pero hay también algunas melodías que se identifican como "originales de la cancha", es decir que aparentemente surgieron en ese contexto.

La música puede ser tomada de los más diversos géneros: desde el tango hasta el rock. En particular el rock ha ido adquiriendo una presencia creciente en las tribunas no sólo desde lo musical sino también desde la reivindicación de cierta cosmovisión en común (la reivindicación de la rebeldía, el sentimiento de marginalidad, el odio a la policía, la reivindicación de la droga, etc.).

En las letras aparecen elementos que tienen que ver con lo contextual, no sólo con lo que sucede en el estadio, sino también con sucesos de actualidad que pueden estar relacionados al fútbol o no.

Por otra parte, es interesante señalar que en las marchas de índole político también se corean cantos que presentan una gran similitud o paralelismo con los cantos de cancha. Todo parecería indicar que muchos cantos de cancha pasan, modificando su contenido, a las consignas de los grupos políticos.

---

[1]Por ejemplo hay cantos de contenido irónico en los que aparecen otros niveles de polifonía, como el no. 69:

al rojo se lo dedico
no a la vilolencia sos un cagón

Este es un caso de polifonía enunciativa, por ejemplo, donde el "no a la violencia" es un elemento tomado del decir atribuido al otro para criticarlo.

CONCLUSIONES

El análisis del discurso es una herramienta que permite abordar cualquier ámbito en el que exista una práctica discursiva involucrada.

Sin caer en conclusiones mecanicistas en cuanto a la vinculación entre los discursos que circulan en una sociedad y el análisis de esa sociedad, las formaciones discursivas que existen en un entorno social y un momento determinado aportan una serie de datos no despreciables que permiten sondear las visiones del mundo y las valoraciones que circulan en el imaginario colectivo y que se manifiestan en forma particularmente descarnada por el semianonimato que se asocia con las manifestaciones masivas. Este tipo de análisis puede ayudar a ratificar o rectificar las conclusiones que surgen de la observación sociológica, antropológica o psicológica a partir de otros métodos de análisis.

Desde este punto de vista, el análisis de los cantos de las tribunas nos está mostrando algunas de las configuraciones ideológicas que circulan en la sociedad argentina. Pensándolo en estos términos, es bastante alarmante constatar que en el contenido de estos cantos priman la violencia, la intolerancia, el machismo, la omnipotencia.

En su libro *Lenguajes totalitarios* J. P. Faye se pregunta cómo el lenguaje de los discursos de nazis y fascistas llegó a volverse "aceptable" para la nación alemana. Según Faye la política construye su propio espacio a través de las narraciones que hace de los acontecimientos. Sin pretender comparar situaciones que no son equiparables, cabe sin embargo señalar esta "aceptabilidad" que adquieren en la cancha ciertos discursos como los que analizamos en este trabajo.

Está lejos de mi intención sostener que exista una adhesión mayoritaria en la sociedad argentina a las ideologías que emergen en estas guerras verbales entre barras de fútbol. Muchos de los que cantan estos cantos dicen adherir al significado pragmático global y no al específico literal. Pero no hay que olvidar que el trabajo simbólico que sustenta a estos cantos es a la vez producto y generador de una modelización determinada de la realidad. Y estas no son voces aisladas sino de decenas de miles de personas cada domingo. Tal vez por eso sea importante oírlas y tenerlas en cuenta como emergentes de una realidad social.

Por lo demás, es evidente que aún hay mucho camino por recorrer en la conceptualización de los fenómenos comunicacionales de masas desde el análisis del discurso y la producción de significados. Pero también es evidente que día a día las herramientas de la pragmática y la lingüística muestran la necesidad de su aplicación para enriquecer mediante un enfoque interdisciplinario la investigación en las ciencias sociales.

BIBLIOGRAFÍA

Alabarces, Pablo y Rodríguez, María G., Cuestión de pelotas, Ed. Atuel, Buenos Aires, 1996.

Archetti, Eduardo, "Fútbol y ethos", Publicación de FLACSO, Serie Investigaciones, Buenos Aires, 1985.

Archetti, Eduardo, "Fútbol, violencia y afirmación masculina", Revista Debates en la sociedad y la cultura, Nº 3, Buenos Aires, Abril-Mayo 1985.

Bajtin, M.M., Estética de la creación verbal, Siglo XXI Editores, México, 1995.

Bakhtine - Volochinov, Marxisme et philosophie du langage, Ed. de Minuit, Paris, 1977.

Baldinger, Kurt, Teoría Semántica: hacia una semántica moderna, Madrid, Alcalá.

Baylon, Christian y Fabre, Paul, La semántca, Paidós, 1994, Barcelona.

Benveniste, Problèmes de linguistique générale, Gallimard, París, 1966.

Bertuccelli Papi, M., Qué es la Pragmática, Paidós, Barcelona, 1996.

Bourdieu, Pierre, Ce que parler veut dire, l'économie des échanges linguistiques, Fayard, 1982.

Brohm, Jean Marie, Sociología política del deporte, Fondo de Cultura Económica, México, 1982.

C. Fuchs et P. Le Goffic, Initiation aux problèmes des linguistiques contemporaines, Hachette, París, 1977.

Dell Hymes, La antropología de la comunicación, in: Dance, Frank E. X. (rec.), varios autores, Teoría de la Comunicación Humana, Troquel, Buenos Aires, 1973.
Ducrot, O., Dire et ne pas dire, Hermann, Paris, 1986.
Ducrot, O., El estructuralismo en lingüística, Losada, Buenos Aires, 1975.
Ducrot, O., Le dire et le dit, Ed. de Minuit, Paris, 1984 (Trad. en esp.: El decir y lo dicho: polifonía de la enunciación, Paidós, Barcelona, 1986).
Duncan, H. D., La búsqueda de una teoría social de la comunicación en la sociología norteamericana, in: Dance, Frank E. X. (rec.), varios autores, Teoría de la Comunicación Humana, Troquel, Buenos Aires, 1973.
Eco, Umberto, Tratado de semiótica general, Barcelona, Lumen, 1977.
Faye, J. P., Langages totalitaires. Critique de la raison (l'economie) narrative, Herman, Paris, 1972.
Fabbri, Paolo, Tácticas de los signos, Gedisa, Barcelona, 1995.
Ferrucio Rossi-Landi, El lenguaje como trabajo y como comercio, Buenos Aires, R. Alonso, 1975.
Ferruccio Rossi-Landi, Semiótica y Estética, Nueva Visión, Buenos Aires, 1976.
Foucault, Michel, El orden del discurso, Barcelona, Tusquet, 1970.
Foucault, Michel, L'archéologie du savoir, París, Gallimard, 1969.
Gándara, Lelia, "La significación como trabajo de transformación simbólica de la realidad", Primeras Jornadas de Lingüística de La Plata, Universidad de La Plata, 1992.
Gándara, Lelia, "El humor en el cine, un asunto muy serio", 1er. Congreso Latinoamericano de Análisis Crítico del Discurso, Bs. As., 1996.
García Candan, Julián, Epica y lírica del fútbol, Alianza Editorial, Madrid, 1996.
Gerbner, G., Los medios de comunicación de masas y la teoría de la comunicación humana, in: Dance, Frank E. X. (rec.), varios autores, Teoría de la Comunicación Humana, Troquel, Buenos Aires, 1973.
Goffman, E., Forms of talk, University of Pennsylvania Press, Filadelfia, 1981.
Goldman, Noemí, El discurso como objeto de la historia, Hachette, Buenos Aires, 1989.
Greimas, A. J., En torno al sentido, Ensayos semióticos, Madrid, Fragua, 1973.
Habermas, Jugen, Comunicación moral y acción comunicativa, Buenos Aires, Península, 1994.
Jackobson, Roman, Ensayos de lingüística general, Barcelona, Planeta, 1985.
Lotman, Jurij, Semiótica de la cultura, Madrid, Cátedra, 1979.
Maingueneau, D., Approche de l'énonciation en linguistique française, Hachette, Paris, 1981.
Maingueneau, D., Nouvelles tendances en analyse du discours, Hachette, Paris, 1987.
Moro Simpson, Thomas, Formas lógicas, realidad y significado, Editorial Universitaria de Bs. As., Buenos Aires, 1964.
Ong, W. J., Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra, Fondo de Cultura Económica, México, 1982.
Parret, H., Semiótica y Pragmática, Edicial, Buenos Aires, 1993.
Parret, H., Teorías lingüísticas y enunciación, Secretaría de extensión Univ. Fac. de Fil. y Letras, Oficina de Publicaciones, Buenos Aires, 1995.
Pêcheux, M., Les vérités de la Palice, Maspero, Paris, 1975.
Perfumo. H., Fútbol y Psicología Social, Boletín Temas de Psicología Social Nº 5, Ediciones Cinco, Buenos Aires, 1991.
Ponzio, Augusto, Producción lingüística e Ideología Social, Alberto Corazón, Madrid, 1973.
Quiroga, Ana P., Matrices de aprendizaje, Buenos Aires, 1991.
Revista La Maga, Autores Varios, Homenaje al fútbol argentino, Nº 2, Enero/Febrero 1994.
Revista La Maga, Autores Varios, Informe especial: Cómo nos robaron el fútbol, Nº 244, Septiembre 1996.
Revista La Maga, Autores Varios, La literatura de la Pelota, Edición Extra Nº 24, Octubre 1996.
Romero, Amílcar, 1984, "Muerte en la cancha", Todo es Historia, año XVIII, 209, pp. 8-44, Buenos Aires.
Rossi, Kurt, Lenguaje y significado, Fondo de Cultura Económica, México, 1989.
Santoro, Roberto Jorge, Literatura de la pelota, Editorial Papeles de Buenos Aires (EPABA), Buenos Aires, 1971.
Scribano, Adrián, Teoría social y hermenéutica, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1994.
Searle, J., Actos de Habla, Madrid, Cátedra, 1980.

Searle, J., La teoría de la comunicación humana y la filosofía del lenguaje, in: Dance, Frank E. X. (rec.), varios autores, Teoría de la Comunicación Humana, Troquel, Buenos Aires, 1973.
Sebrelli, Juan J., Fútbol y masas, Ed. Galerna, Buenos Aires, 1981.
Sini, Carlo, Semiótica y Filosofía, Buenos Aires, Hachette, 1985.
Suarez Orozco, Marcelo, 1982, "A study of Argentine Soccer: The Dynamics of its Fans and their Folklore", Journal of Psychoanalitic Antropology, Vol. 5, 1, pp. 7-27.
Todorov, Tzvetan, Mikhail Bakthine, Le principe dialogique, suivi des Ecrits du Cercle de Bakthine, Seuil, París, 1981.
Van Dijk, Teun A., Estructuras y funciones del discurso, Siglo XXI, México, 1995.
Vinnai, Gerhard, 1974, El fútbol como ideología, Buenos Aires, Siglo XXI Editores.
Watzlawick, P., Beavin, J. H., Jackson, D., Teoría de la comunicación humana, Ed. Tiempo contemporáneo, Bs. As. 1973.
Watzlawick, P., Weakland, J., Sur l'interaction, París, Seuil, 1981.
Weisberg, J. L., L'interactivité comme rapport social en la Revista Terminal, nº 19, mayo-junio de 1984.
Winkin, Yves (rec.) Autores Varios, La nouvelle communication, París, Seuil, 1981.

Ejemplos de cantos de "hinchadas" (Fragmentos):

4)(Referente:Hinchada de San Lorenzo) Yo soy del cuervo desde que estaba en la cuna / a San Lorenzo cada vez lo quiero más (...)

7)(Música de Sobreviviendo de Víctor Heredia)Dicen que los de Boca tienen aguante / pero son todos putos y vigilantes, / Oh, San Lorenzo.

9)(de una hinchada a la otra cuando no cantan) No se escucha, No se escucha / sos amargo, quemero hijo de puta.

11)(Música de Carnavalito) Llegando a Constitución / hay un negro con grabador / se peina como Gardel / que mierda podía ser / Es un hincha de Boca / que está esperando el último / tren.

13)Son la mitad mas uno / son de Bolivia y Paraguay / yo siempre me pregunto / che negro sucio si te bañas / Boca que asco tengo / lavate el culo con aguarrás.

15)Con el camión municipal / todas las noches vos salís a laburar / a juntar toda la mierda / que tiró la capital / ya te vas para tu casa / que es la cancha de Huracán.
(Nota: El estadio de Huracán está en lo que era la Quema de basura de Amancio Alcorta. De ahí lo de "quemeros")

17)Saturnino, Saturnino, / Saturnino se murió. / Le tiramos con un caño / y el boludo cabeceo.
(Nota: Alusión a lo sucedido en un partido cuando la hinchada de San Lorenzo arrojó un caño de hierro dándole en la cabeza a Saturnino Cabrera y matándolo en el acto.)

24)Boca no tiene marido / Boca no tiene mujer / pero tiene un hijo bobo / que se llama riverpleit. (...)

27) Este es el famoso River, / el famoso River Plate, / bájense los pantalones, / que los vamos a coger.

52) Qué feo que es ser de Platense / y en una villa tener que vivir (...)

54) Dejo todo por el tripero / ganes o pierdas te sigo igual / Un sentimiento inexplicable / que lo llevo adentro / no puedo parar (...)

68) Desde pendejo me enamoré / me enamoré de la academia / a todas partes yo voy a estar / a todas partes, ganes o pierdas (...)

69) Yo soy de una banda loca / muy conocida en el mundo entero / que sigue siempre a Racing / le chupa un huevo si no es primero / este año estamos relocos vamo a copar toda la Argentina / Con bombos, con estandartes / tomando vino y cocaína / es tradición de mi barrio / no ser amargo, no ser botón / al rojo se lo dedico / no a la violencia sos un cagón.

70) (Música: Vasos vacíos) Aunque sean los campeones / el rojo ya lo demostró / el sentimiento no cambia / vos sos amargo y cagón / Siempre estuvimos en las malas / las buenas ya van a venir / a Racing lo hace grande su gente / y vos no existís. / Los domingos a la tarde / a Racing yo lo vengo a ver / yo lo sigo a todas partes / siempre a donde jugués / soto te pido que ganes / ponga huevo y corazón / que la nº 1 te pide que / salgas campeón.

75) Podrán pasar los años y no salir campeón / prefiero ser de Racing y no amargo como vos.

81) Somos de la gloriosa nº 12 / La que lo siga a boca no pide nada / aunque vaya perdiendo sigue alentando / porque a pesar de todo te sigo amando

87) (Música: La niña) Yo te quiero millonario / yo te quiero de verdad / quiero la Libertadores / y a no bostero matar

106) Les volamos la embajada / les volamos la mutual / Les vamo a quemar la cancha / Para que no jodan más.
(Nota: En el partido de All Boys contra Atlanta del 15/10/96. Alusión al atentado contra la embajada de Israel y contra el edificio de la AMIA -mutual israelí-)

115) Ya todos saben que la Boca está de luto / son todos negros, son todos negros putos.