

No me arrepiento de este amor

La gestión de un club social y deportivo entre la modernización de las tradiciones y la politización de las emociones

POR JULIA HANG¹

Resumen

En este artículo se abordan los modos de gestión política puestos en práctica por dirigentes de un club social y deportivo de la ciudad de La Plata, donde cobran un lugar fundamental como estrategias de construcción política la modernización de tradiciones del club, y la politización de emociones enraizadas en las prácticas deportivas. Al mismo tiempo se dará cuenta de la productividad política de las prácticas deportivas y sociables a partir de la descripción y análisis de reuniones y eventos sociales, instancias en las cuales se despliega la política en el Club Universitario de La Plata, un tradicional club social y deportivo vinculado a los sectores medios de la ciudad de La Plata. Allí los socios, deportistas y empleados del club construyen y disputan sentidos en torno a la política, gestionan el club, trabajan para la institución y consiguen recursos. A partir del trabajo etnográfico en el club, se mostrará el modo en que en torno a la sociabilidad y el deporte, un sector social con cierta gravitación en la política y en la vida social local crean definiciones acerca de la política y valores morales deseables no sólo para la institución, sino también para la sociedad de la cual forman parte.

Palabras clave

Club, deporte, política, sociabilidad, emoción.

Abstract

This article analyzes the ways of political management that the sport leaders and politicians of a social and sports club in the city of La Plata, where the modernization of club traditions and the politicization of emotions have a fundamental place as strategies of political construction, rooted in sports practices. At the same time, the political

1. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales, Centro de Investigaciones socio-históricas, Universidad Nacional de La Plata. julita.hang@gmail.com.

productivity of sports and social practices will be explained through the description and analysis of meetings and social events, instances in which the policy is deployed in the University Club of La Plata, a traditional social club and sport linked to the middle sectors of the city of La Plata. There the members, athletes and employees of the club build and dispute senses around politics, manage the club, work for the institution and get resources. Starting from the ethnographic work in the club, the way in which around sociability and sport, a social sector with some gravitation in politics and in local social life create definitions about politics and desirable moral values will be shown.

Key Words

Club, sport, politics, sociability, emotion.

Introducción

En este artículo se abordan los modos de gestión política puestos en práctica por los dirigentes de un club social y deportivo de la ciudad de La Plata, donde cobran un lugar fundamental como estrategias de construcción política la modernización de tradiciones del club, y la politización de emociones enraizadas en las prácticas deportivas.

Se dará cuenta de la productividad política de las prácticas deportivas y sociales a partir de la descripción y análisis de reuniones y eventos sociales, instancias en las cuales se despliega la política en el Club Universitario de La Plata (de ahora en más CULP), un tradicional club social y deportivo vinculado a los sectores medios de la ciudad de La Plata. Allí los socios, deportistas y empleados del club construyen y disputan sentidos en torno a la política, gestionan el club, trabajan para la institución y consiguen recursos.

A partir del trabajo etnográfico en el club, se mostrará el modo en que en torno a la sociabilidad y el deporte, un sector social con cierta gravitación en la política y en la vida social local, como son los socios y dirigentes del CULP, crean definiciones acerca de la política y valores morales deseables. De este modo, poniendo el foco de análisis sobre la sociabilidad, se analizarán los universos morales que se construyen en torno a ella. El club se nos presenta como un espacio en el cual elementos de gestión modernos se combinan con ideas y prácticas tradicionales, y donde las articulaciones establecidas entre política, sociabilidad y deporte habilitan la configuración de las emociones como arena para la política.

Metodología

Este artículo presenta algunos de los resultados de mi tesis doctoral², en la cual mostré las complejas maneras en que la sociabilidad, la política y el deporte se

2. Hang Julia. Política y sociabilidad en un club social y deportivo de la ciudad de La Plata. Tesis para optar por el grado de Doctora en Ciencias Sociales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. UNLP. Inédita.

articulan a lo largo de la historia institucional contribuyendo a conformar una definición particular de la política en el Club Universitario de La Plata, que es fundamentalmente moral y está permanentemente atravesada por componentes afectivos. Comprender la dimensión sociable, afectiva y política de las prácticas de los socios del Club Universitario requirió asumir una predisposición que como investigadora me habilitara a habitar los distintos espacios en los cuales estas prácticas se desarrollaban, y al mismo tiempo a establecer relaciones sociales con distintos actores en función de los asuntos que ellos mismos iban detectando como relevantes. Por eso, esta investigación es etnográfica, en la cual la etnografía es enfoque, es método y es texto (Guber, 2001). Durante los años que duró la investigación, participé y me involucré en las más diversas actividades: competencias, asambleas, reuniones, relaciones afectivas, laborales, políticas y discusiones conformaron el campo. Un abordaje etnográfico en el club seleccionado permitió visibilizar determinados aspectos de las clasificaciones y prácticas nativas en los que los vínculos entre sociabilidad, deporte y política aparecen mediados por componentes morales, afectivos y emotivos.

En lo que respecta a las técnicas específicas de producción de datos el trabajo de campo consistió en observaciones participantes en distintos espacios que los actores iban definiendo como significativos (competencias, partidos, entrenamientos, asambleas, eventos sociales, reuniones de comisión directiva y de subcomisiones de los distintos deportes) entendiendo a la observación participante como una estrategia adecuada para realizar descubrimientos, para examinar críticamente los conceptos teóricos y para anclarlos en realidades concretas, poniendo en comunicación distintas reflexividades (Guber, 2001). Al mismo tiempo, se realizaron entrevistas en profundidad a distintos actores seleccionados en función de los intereses de la investigación, con la idea de recabar información que había quedado sin elaborar en el campo. Fueron mis interlocutores quienes guiaron (en un juego reflexivo que tuvo en cuenta lo que ellos entendían como importante en relación con lo que creían que sería importante para mi investigación) la selección de los entrevistados.

El Club Universitario de La Plata. De la grandeza de sus orígenes a su actual crisis social, económica y política

El Club Universitario de La Plata (de ahora en más CULP), nacido oficialmente en el año 1937 a partir de una fusión entre un grupo de la división de rugby del club Gimnasia y Esgrima de La Plata y el Colegio Nacional de La Plata, se ha consolidado como un espacio de sociabilidad de ciertos sectores de las clases medias platenenses, aquellos más vinculados a un sector de la vida universitaria de la ciudad³. Actualmente su patrimonio se compone por tres sedes, ubicándose la sede social

3. Esto se debe a que desde su fundación y durante muchos años estaba estipulado en el estatuto que los socios deberán ser profesores o estudiantes de las facultades o escuelas secundarias de la UNLP. En los años noventa esta restricción fue eliminada-

en el centro de la ciudad, la sede náutica bordeando el río en Punta Lara, y la sede deportiva, donde llevé adelante la mayor parte del trabajo de campo, en Gonnet. Desde hace varios años, la institución ha estado atravesando una situación financiera desfavorable, sumando en la actualidad una deuda de alrededor de 20 millones de pesos, más un déficit mensual que ronda los 300 mil pesos por mes. Su número de asociados que en la década del ochenta alcanzaba los 18000, ha ido disminuyendo significativamente hasta rondar en la actualidad un número de 3500. En torno a esta situación, desde fines del año 2007 han tenido lugar una serie de acontecimientos sociales y políticos (el derrumbe del techo del polideportivo, cambios de comisiones directivas, debates públicos en torno a la propuesta de venta de patrimonio del club, acciones concretas por parte de los socios para frenar la venta y asambleas multitudinarias) que han impactado en la vida política del club.

A unos 200 metros de la estación de trenes de Gonnet, las 16 hectáreas de la sede deportiva del Club Universitario de La Plata destacan por su arboleda, sus enormes piscinas, y el verde de sus canchas de hockey y rugby, observables desde el Camino Centenario, uno de los caminos de acceso al centro de la ciudad, lindante con uno de los laterales del club. El club se encuentra muy cercano a otras instituciones deportivas de la ciudad, como son La Plata Rugby Club, y el club de hockey Santa Bárbara. En el otro lateral, limita con la República de los Niños, el conocido parque temático y educativo que reproduce un conglomerado urbano y rural en escala acorde a niños de 10 años.⁴

Si el club había atravesado momentos de abundancia y grandeza, ocupando un lugar central en la vida social y deportiva local⁵, la paulatina y significativa pérdida de socios sumada a la caída del techo del polideportivo el 30 de noviembre de 2007, marca un momento de quiebre para los miembros del club. En el subsuelo del polideportivo, se encuentra la pileta climatizada del club, quedando inhabilitada a partir de ese momento. A partir de ese instante, un conjunto de nadadores, preocupados por el futuro de la actividad, comenzaron a participar en las tareas de reconstrucción del polideportivo, involucrándose paulatinamente en cuestiones institucionales a las que anteriormente habían permanecido ajenos. En un corto tiempo se organizaron y conformaron una lista para presentarse a las próximas elecciones de comisión directiva que iban a tener lugar al año siguiente. La caída del techo del polideportivo y su reconstrucción es un elemento clave en torno al cual se articularían los sentidos que diferentes actores otorgan a la “política” en el Club Universitario durante los siguientes años.

El segundo momento clave para esta investigación fue la asamblea multitudinaria del 16 de Agosto del 2014, en la que los socios *salvaron el club*⁶. Ese día 513 so-

4. Construida en el predio que pertenecía al Swift Golf Club, fue inaugurada en el año 1951 por el presidente Juan Domingo Perón. Las tierras que habían quedado sin utilizar, son las que posteriormente fueron cedidas al Club Universitario.

5. Lo que quedaba demostrado, entre otras cosas, en el importante espacio que el periódico de mayor tirada local, *El Día*, ocupaba en la cobertura de eventos, festejos o resultados deportivos.

6. En este artículo se utilizarán las cursivas para las palabras y frases nativas. Los fragmentos de entrevista, además, de estar en letra cursiva, irán entrecorridos.

cios votaron en contra de la propuesta de la Comisión Directiva (que sólo obtuvo 33 votos) de vender la sede náutica del club con el fin de saldar una parte de la deuda. Una oposición compuesta por jóvenes deportistas, viejos dirigentes, socios y usuarios de la sede náutica, movilizó consignas como “La U no se toca” y “La historia no se vende”, desplegando una serie de estrategias para visibilizar el conflicto y convocar a la participación en la asamblea, expandiendo la demanda hacia los medios de comunicación locales, instalando el debate en algunos sectores de la sociedad platense como entre deportistas de otros clubes y profesionales universitarios, y por supuesto, en la vida cotidiana del club. La asamblea marcó el triunfo de los *jóvenes deportistas* sobre los *políticos*, los *arribistas*, que quisieron jugar el juego político de la institución, con competencias adquiridas en otros espacios, quienes en esa misma asamblea presentaron su renuncia, siendo reemplazados por el grupo ganador. De modo que, una vez pasado el tiempo de movilización política previo a la renovación de autoridades, y asumidos los cargos de gestión por parte de los miembros de la nueva Comisión Directiva del club, debieron abocarse a la tarea de gestionar la institución. Con recursos escasos, aunque a diferencia de los dirigentes anteriores, con una gran legitimidad expresada por la mayoría de los socios que habían manifestado su apoyo a partir de la participación en las asambleas y movilizaciones.

A continuación, se presentarán, describirán y analizarán algunas de las instancias en las cuales tienen lugar la gestión y la política de la institución: las reuniones y entregas de premios, espacios fundamentales desde los cuales el grupo triunfante en la asamblea busca reconstituir al club fortaleciendo una identidad específica, anclada en ciertos elementos tradicionales combinados con otros más modernos. Estos lugares nos permiten visibilizar las articulaciones entre sociabilidad y política, poniendo de manifiesto una idea central sobre la que se articula el texto, la imposibilidad de escindir la vida social.

Equipos, managers y expertos en reunión. La inclusión de un lenguaje empresarial en la cotidianeidad del club

Rodolfo⁷: Yo no quiero ser el manager de la pileta, me parece más criterioso armar un equipo

Darío: Sí, con asesores como nosotros, expertos, Pablo (el entrenador del equipo de natación) y otros que podemos proponer

Rodolfo: Estamos haciendo que participen todos, ustedes, los expertos. Sí tendríamos que armar un esquema. Yo creo que este primer año, que estamos intentando hacer una transformación, vamos a tener que tener paciencia

7. Los nombres de mis interlocutores han sido modificados con el fin de preservar su intimidad. Sólo han quedado sin modificar los de aquellos que pidieron que figure su nombre real y los de los dirigentes previos al año 2001 con los cuales no mantuve instancias de diálogo.

Darío: Vamos a tener que dividir aspectos a profundizar, tenemos que aclarar, hacer esquemas

(3 de marzo 2015. Reunión comisión pileta)

Una de las instancias de *trabajo y diálogo* que implementó la Comisión Directiva que tomó posesión de sus cargos desde el 2014 fue la puesta en práctica de *reuniones periódicas* de las cuales participa Rodolfo, un *gerente* contratado por la Comisión Directiva, con credenciales como el haber “levantado el Banco Provincia”⁸. Es profesor de educación física, kinesiólogo y tiene un máster en gestión deportiva. Actúa como vínculo entre la comisión directiva y deportistas, por un lado, y comisión directiva y empleados, por otro, y los representantes de las distintas sub-comisiones de los deportes, representantes sindicales, miembros de las distintas sedes del club, junto con algún miembro de la comisión Directiva, dependiendo el caso y objetivo de la reunión. Durante el trabajo de campo he podido acceder, al principio acompañando a los representantes del equipo de natación master, y luego acompañando a Rodolfo, a las reuniones con la *comisión de pileta* y con la sub-comisión de tenis.

La *comisión de pileta* surgió como resultado de una serie de encuentros que los referentes de los equipos de natación y wáter polo, junto con entrenadores y representantes de la Comisión Directiva habían desarrollado para tratar las distintas problemáticas referidas a los deportes practicados en la pileta. La propuesta de Rodolfo fue la de “armar un *equipo*”, en el cual él no sea el *manager*, sino que esté compuesto por personas que él denominará como *expertas*, es decir, aquellas personas que por su participación en la actividad, años de experiencia y compromiso con la misma, puedan funcionar como *asesores*, como sostiene Darío. Al mismo tiempo, este equipo de expertos asesores, estará encargado de hacer *esquemas* para poder realizar una *transformación*.

Todas estas categorías que se entremezclan en los discursos de Rodolfo y Darío (*equipo, manager, expertos, asesores, esquemas, transformación*) resultan de particular interés, en tanto que nos permiten referenciarlas con aquellos discursos sobre la política, que en los años noventa pusieron en crisis concepciones tradicionales de la política. Así, Pereyra (2014) quien analiza el modo en que la corrupción –entendida como crítica moral de la actividad política– se incorporó como un tema y una referencia en el lenguaje ordinario en Argentina durante la década del noventa sostiene que el modo en que la corrupción se constituye en problema público en los noventa posibilitó que se desplegara un nuevo repertorio de crítica de la política basado en una fuerte vocación moralizadora. En sintonía con dicho análisis, Frederic (2004) analizaba algunos años antes la moralización de la política, y el modo en que lo político se fue cargando de un sentido negativo, categoría frente

8. El Banco Provincia es un club situado en Gonnet, que como indica en su página web fue creado en el año 1918 por empleados de la casa matriz del Banco de la Provincia de Buenos Aires. Durante la primera década del siglo XXI, “el Club siguió avanzando a pesar de los grandes problemas económicos que soportaba”. Podemos suponer que esa es la época en que Rodolfo trabajó para tal institución.

a la cual los “vecinos” aparecen como la renovación de esa política. Estos estudios, que al reponer la nueva politicidad de los años noventa frente a un ethos académico de época que sostenía una idea de vaciamiento de la política, nos permiten comprender y contextualizar la facilidad con que las ideas de la política (y los políticos) asociados a prácticas corruptas, oscuras, impuras, habilitaron el ingreso y circulación de discursos que cambiándole el sentido a la política, buscan despolitizarla.

La circulación de estas ideas y su fuerte arraigo en el sentido común de la sociedad argentina de los noventa tuvieron su correlato en la vida interna de los clubes, apareciendo tensionadas tanto en los debates sobre los modos de administración y gestión de varios de ellos, como en las prácticas efectivas de tales instituciones, cuyas comisiones directivas han ido combinando diferentes prácticas de gestión, al oscilar entre dirigencias más vinculadas a la política tradicional y otras más vinculadas a la gestión empresarial. Así lo muestran los trabajos de Moreira (2010), Godio (2010), Hijós (2014) y Gil (2003) en los que se busca pensar el modo en que los clubes de fútbol argentinos, cuya particularidad radica en su formato legal de sociedades anónimas sin fines de lucro, operaron como escenario de disputas entre este tipo de discursos y prácticas. En este sentido, a partir de una etnografía en un club de fútbol de un partido bonaerense, Moreira (2010) problematiza la tensión dada por el ingreso de “una gestión moderna” a cargo de especialistas en áreas de marketing y administración en una institución que mantiene el formato como asociación civil. Hijós (2014) retoma esta última dimensión para el caso del club de fútbol Boca Juniors, donde a partir del trabajo de campo con hinchas y dirigentes, analiza el proceso de mercantilización del fútbol y los modos en que el contexto socioeconómico de los años noventa habilitó el ingreso de discursos y prácticas empresariales al mundo del fútbol, las cuales parecieran entrar en tensión con la visión “pasional” de los hinchas. Del mismo modo, Gil (2003) analiza la figura del “gerenciamiento”, la cual surgió como la aplicación “argentina” del efecto globalizador de los clubes-empresa para solucionar los problemas económicos del fútbol. El “gerenciamiento”, también denominado “tercerización”, consiste en la llegada de un grupo empresarial para tomar, a cambio de una suma de dinero, el control del fútbol profesional de una institución. Finalmente, vale la pena mencionar los aportes de Godio (2010, p. 102) quien en una hipótesis interesante sostiene que el ingreso de empresarios al mundo del fútbol hacia los años sesenta dislocó una demanda que surgía de un lado (la relación entre emoción, masa y liderazgo político durante el peronismo) para la exigencia de una conducción desinteresada y no política identificada, de los asuntos de una sociedad civil ahora vista más próxima al papel de los consumidores fragmentados. Si bien este tipo de trabajos nos permite contextualizar y pensar una tendencia, todos ellos trabajan con clubes de fútbol, los cuales, dada la importancia social del mismo en la sociedad argentina y los recursos económicos con que cuentan poseen características específicas, que se diferencian de lo que sucede en el CULP. Continuaremos con la descripción de las reuniones, para seguir conceptualizando la especificidad de la situación del club.

Rodolfo se muestra orgulloso de su especialización en gestión deportiva. Durante sus años de estudio, en los que leyó “*a varios sociólogos también*”, aprendió que para que una institución funcione, debe tener un plan, un organigrama y

una división de tareas claras. Esa fue la tarea que llevó adelante en el Club Banco Provincia, el cual sostiene que al igual que Universitario, estaba en una situación muy desfavorable cuando comenzó a trabajar ahí, pero pudo *levantarlo con trabajo y organización*. Y eso es lo que propone a las distintas subcomisiones que van a trabajar con él. Sin embargo, al llegar al club Universitario, se encuentra con una manera de funcionamiento particular, la cual dice no entender, lo que le dificulta la puesta en práctica exitosa del arsenal teórico en el que estaba formado. Para ello, como veremos más adelante, me contactará unos meses después de su arribo al club, para que “*como socióloga lo ayude a comprender el club*”. Luego de una reunión a la que asistió junta con la sub-comisión de tenis,

me cuenta, medio en secreto, que están trabajando con un “grupo de gestión, pero que todavía no sabe nadie”. Yo le pregunto qué es un grupo de gestión. “Eso, un grupo de gestión. Un grupo de gente que sabe de estas cosas. La semana pasada tuvimos una reunión. Vino Moccagatta ¿sabés quién es? El que era entrenador de Meolans⁹”. Él sigue: “Otero, que fue presidente de Racing, otro que fue director de deportes de la nación. Uno que es director de un colegio. Bueno... ellos son los expertos que nos van a ayudar” (Registro de Campo, octubre 2015)

Las ideas de Rodolfo en torno al grupo de gestión y los conceptos que expresaba más arriba, no son específicos de este club. En marzo del año 2000 la AFA aprobó el ingreso de empresas privadas para hacerse cargo del fútbol profesional de los clubes bajo la modalidad llamada “gerenciamiento”, la cual serviría para atravesar la crisis y sortear la amenaza de la continuidad de los clubes en las competencias oficiales (Moreira, 2016). Frente a la imposibilidad de instalar la transformación del formato jurídico de los clubes, surgió el gerenciamiento que implicaba la entrega del manejo del fútbol (y también otras áreas y actividades rentables) a terceros ajenos a las autoridades y afiliados de la institución. La mayoría de los clubes de primera división no eligió esta modalidad (p. 157). El desarrollo del fútbol quedó en manos de dirigentes elegidos por los afiliados que en el marco de la hiper-profesionalización del deporte, optaron por contratar especialistas para la dirección de áreas económicamente convenientes como el marketing. Hijós (2014), también muestra que los dirigentes contrataron consultoras para optimizar la comunicación externa y capitalizar la imagen deportiva y/o encomendaron a técnicos especializados la administración financiera, el marketing, la gestión comercial.

Uno de los argumentos que habían esgrimido los *jóvenes deportistas* en contra de la venta de la sede de Punta Lara, reponía el lugar de los socios como dueños de los clubes, por cuyo patrimonio debían velar para que personas ajenas a los intereses del club no tomen decisiones por ellos. En esa discusión, la “Ley Racing” era enunciada por ellos como una manera de proteger dicho patrimonio, la que evitaría además la quiebra del club. La Comisión Directiva de ese momento, por el contrario, sostenía que esa medida habilitaría el ingreso de empresarios al club, los que

9. José Meolans es un exnadador argentino, reconocido por ser campeón del Mundo en la carrera de 50 metros libre en el año 2002.

desplazarían a los miembros de la comisión directiva, eliminando la democracia del club, argumento que habíamos visto reponían los socios de Racing analizados por Moreira (2016). Finalmente, el intento de acogerse a dicha ley no tuvo éxito, tanto por la negativa de la Comisión Directiva como por la urgencia de la situación que dictaba los tiempos de lo que se podía hacer y lo que no, mostrando que los términos de esta discusión fluctúan de acuerdo a quien los esgrima, los contextos, y las maneras efectivas de aplicarse. Así, quizás podría llamar la atención que quienes abogaban por la defensa del patrimonio del club propusieran el “gerenciamiento” como salida, y más adelante se vinculen con los grupos de gestión, lo que es enunciado de modo secreto por uno de los técnicos. Si bien la idea de un grupo de gestión no parece haber tenido gravitación en la política del club de los últimos años, su presencia como posibilidad muestra la manera en que en el club los discursos en torno a la gestión mixturán elementos que provienen tanto del ámbito empresarial, como del ámbito de la política, sin que ellos aparezcan como contradictorios por quienes los enuncian. A veces, el ingreso de capitales privados al club aparece con un signo positivo, otras, como veremos en relación a la “recuperación del chalet”, como un negociado. Los argumentos esgrimidos por los distintos actores en las disputas en torno al patrimonio permiten complejizar estas discusiones para pensar los modos en que efectivamente los actores toman decisiones y las justifican, ya que como sostienen Boltanski y Thévenot (1991), “en general, las personas no buscan inventar falsos pretextos post facto para encubrir algún motivo secreto o salirse con una coartada. Más bien buscan llevar sus acciones de tal forma que puedan resistir la prueba de justificación”.

Moreira y Daskal (2017) afirman que durante los últimos años, preservando el formato de asociaciones civiles sin fines de lucro y el amateurismo de sus dirigentes, los clubes han procurado encontrar herramientas que les permitan el ingreso de dinero combinando políticas económicas que les permitan sostener la hiperprofesionalización del fútbol. Veamos cómo esta combinación tiene lugar en nuestro club.

Rodolfo da una serie de explicaciones sobre el modo en que entiende su trabajo en el club, y los motivos por los cuales la gestión para la que él trabaja se diferencia de la anterior, a la que si bien dice no conocer, hay algo que lo caracteriza que es el convencimiento.

Yo no sé cuál es la diferencia con la Comisión Directiva anterior. Lo que si se, es que la diferencia está en el convencimiento. Nosotros estamos convencidos que esto puede mejorar. Mirá como es el tema con los empleados, para el armado de las cosas cuando vino Velasco, había que pagarles horas extras, porque no era su horario de trabajo. Entonces yo los veía trabajar sin ganas, y yo estaba ahí, y digo, ‘bueno, qué hay que hacer’. Entonces me pongo a laburar a la par de ellos, entonces te ven hacer cosas y eso los motiva. Yo tengo buena relación con los empleados, depende cómo te pares (...) En mi mesa de luz tengo libros de gestión y de cómo usar el cerebro. (...) (Registro de Campo, octubre 2015)

Del mismo modo que el emprendedorismo como ethos caló hondo en las filas de la militancia de PRO (Vommaro, 2014), el cual aparecía como un espacio que

favorecía la formación de equipos y que daba un lugar privilegiado al saber experto, el ethos emprendedor aparece movilizado por algunos actores en el club como ideología que permite articular sus prácticas. Como sostiene Vommaro (2014) “al hablarles con un lenguaje de gestión y de éxito, por ejemplo, o de entrega de sí y desinterés del voluntariado, al mismo tiempo proveen ciertos repertorios de acción, formatos de escenas y roles para actuar” (p. 68). Este tipo de discurso, que enfatiza el “emprendedorismo” como cualidad social de una persona que al “meterse en política” la dotaría de recursos para actuar de acuerdo con los principios que guían la acción del PRO (p. 70), se articula perfectamente en las acciones en torno al club, ya que el hacer político en el club no está bien visto por su comunidad de referencia. Así, el trabajo voluntario y el hacer (como Rodolfo que *labura a la par de los empleados*), impactarían de manera positiva, llevando a la *motivación* de quienes trabajan para la institución. En este proceso, los *libros de gestión* y de *cómo usar el cerebro* le proveen un marco conceptual que le permiten inteligir su práctica y al mismo tiempo referenciarla en un sistema cultural más amplio. Podemos pensar el modo en que esta bibliografía es leída en una clave que habilitaría realizar paralelismos entre el modo de alcanzar el éxito personal y el éxito institucional, donde *racionalizar*, *gestionar*, *aclearar*, aparecen cómo practicas a partir de las cuales obtener prosperidad.

El libro sobre “*cómo usar el cerebro*” al que Rodolfo refiere se trata de una publicación¹⁰ de un conocido neurólogo, Facundo Manes, que en los últimos años ha tomado notoriedad en la esfera pública nacional, tanto por sus intervenciones en los medios como por su rol de asesor del gobierno de Mauricio Macri¹¹, pero más que nada, porque sus publicaciones sobre neurociencia se encuentran en el ranking de *Best Sellers* de literatura de no ficción nacional. Como muestran Vargas y Viotti (2013), este tipo de literatura forma parte del fenómeno de las nuevas espiritualidades vinculadas a las clases medias porteñas, donde se conjugan valores del emprendedurismo empresarial y la espiritualización de la vida económica. De la mano de los eventos masivos vinculados a la espiritualidad *new age*, emerge un nuevo campo semántico de la mano de categorías como “energía”, “equilibrio” o “bienestar” que se articulan con las de “prosperidad” o “emprendedurismo” (p. 360).

En el Club Universitario, por lo tanto, la tensión entre ideas vinculadas al mundo de la gestión empresarial y aquellas asociadas a una política tradicional no aparece de forma unívoca, sino que estas ideas se van articulando tanto en propuestas políticas concretas (por ejemplo el intento de vender la sede), como en narrativas de los dirigentes, deportistas y socios, cuyos sentidos no aparecen claros e indiscutidos, sino continuamente se tensionan en las ideas y en las prácticas que van teniendo lugar como intentos de sacar el club adelante.

Ahora bien, aquí vale la pena mencionar que Rodolfo es un empleado que percibe un sueldo por su trabajo en la institución. Como director/gerente de deportes,

10. Facundo Manes y Mateo Niro (2014). *Usar el cerebro. Conocer el cerebro para vivir mejor*. Editorial Planeta, Uruguay.

11. La gestión del presidente Macri y la alianza Cambiemos al frente del gobierno nacional comenzó en el año 2015.

recibe un salario mensual acordado en un contrato, del cual no da demasiada información. En efecto, cada vez que refiere a la dimensión económica de su trabajo, lo hace enfatizando que su labor no está bien paga y que se le adeudan meses de pago. Otros empleados de la institución, comentaban que esto no era así, que Rodolfo percibía un salario muy superior a ellos que tenían años de antigüedad trabajando en el club. Si enlazamos este contrapunto entre las visiones de los empleados del club y Rodolfo, con la hipótesis planteada anteriormente sobre el modo en que en el club la práctica política debe estar investida de ciertas características como el amor, el voluntarismo, el desinterés, resulta lógico que Rodolfo niegue la dimensión económica de su trabajo y resalte tales características. Al igual que los emprendedores analizados por Vargas (2014), para quienes ser emprendedor implica un valor moral acorde a la disposición mental de estos actores, definiendo a la persona y la actividad como alguien que “hace lo que le gusta más allá del lucro”, y para quienes el dinero “ensucia” el diseño y las relaciones que de su actividad devienen, para Rodolfo cobrar mal, realizar tareas que no le corresponden, no ser reconocido en su trabajo, son dimensiones que necesariamente debe resaltar para seguir apelando a la comunidad política de referencia del club. En este sentido, los valores vinculados al amateurismo deportivo se engarzan perfectamente con los valores del emprendedurismo.

La fiesta del deporte. (Re) invención de la tradición

Los eventos sociales tales como fiestas, entrega de premios o festejos tradicionales, operan como espacios en los cuales se desarrolla y se actualiza una identidad colectiva que tiene como eje el club. Desde los últimos tres años, estos eventos son parte de una política institucional, es decir que desde la Comisión Directiva del club que asumió luego de la *asamblea histórica* hay una fuerte apuesta a que estos se constituyan en los espacios de ocio y sociabilidad de socios y deportistas, lo que permitiría, a través de la publicidad, volver a posicionar al club en el imaginario de la sociedad platense como un lugar familiar, pero a la vez moderno, capaz de brindar servicios de calidad y hacia el adentro, reforzar una identidad colectiva que apunta a conservar a los viejos socios y que sea a su vez atractiva para los nuevos. Así es indicado, además, en la cobertura de este tipo de eventos realizada por la publicación institucional *EntreSocios*, donde se informa a los socios que “De a poco volvemos a ser el punto de encuentro de la comunidad platense” y se acompaña el texto de una imagen tomada en una degustación de cerveza artesanal organizada para juntar fondos para el club.

Uno de estos eventos, y sobre el cual nos enfocaremos en este apartado, fue “la fiesta del deporte 2015” en la que se hizo entrega de la U de Oro y U de Plata a los mejores deportistas.

La “Fiesta del deporte” tiene lugar todos los años al finalizar el año. Los deportistas ternados son propuestos de acuerdo a sus logros por las distintas subcomisiones y luego en una votación que reúne a todos los representantes deportivos se vota al ganador de la U de Oro. Para la Comisión Directiva que había asumido tras la

“histórica asamblea”, esa edición era especial, ya que dicho evento reunía una serie de características que le otorgaban un peso simbólico específico en su búsqueda por la (re)construcción de una identidad colectiva que tenga su centro en el club. La apuesta por resaltar y reivindicar los valores morales de la *familia albinegra*, como denominan a la comunidad del club, fue seriamente encarada por los miembros de la gestión, con el presidente Daniel Márquez a la cabeza, acompañado por Rodolfo y la buena voluntad de otros deportistas cercanos a ellos con habilidades en materias de comunicación institucional y puesta en funcionamiento y jerarquización del uso de las redes sociales como herramienta comunicacional fundamental. La Comisión Directiva anterior había impulsado una política que a diferencia de lo que demandaba la comunidad política de referencia¹², exponía los vínculos entre el club y las esferas políticas más amplias, y fue relegando este tipo de eventos a un lugar subsidiario a la política y la economía, apremiados por un contexto en el cual la crisis económica del club imponía una lógica de ahorro que priorizaba ciertos gastos considerados más urgentes. Puede pensarse que este “olvido” les costó caro, que al descuidar la importancia de las cuestiones identitarias en este tipo de instituciones dejó el espacio para que la oposición desde esas grietas (re) construya la identidad de la *familia albinegra*, una imagen evocada también en las publicidades que buscan atraer nuevos socios, donde se destaca la idea de familia, como podemos ver en una gráfica en la cual se hace un llamado a los socios a compartir la *pasión*, uniéndose a la *familia albinegra*, representada en un afectuoso abrazo de dos niños compañeros de rugby. La *pasión* y la *familia*, una familia que ya no es necesariamente biológica¹³, sino que ahora que la familia es elegida.

Al igual que la ideología liberal del cambio social decimonónica que fracasó sistemáticamente al no suministrar los lazos sociales y de autoridad que se daban por supuestos en anteriores sociedades (Hobsbawm y Ranger, 1983, p. 15), creando vacíos que debieron llenarse con prácticas inventadas, la anterior gestión en su intento por cambiar ciertas prácticas fue vaciando de contenido algunos espacios, que fueron llenados por la nueva Comisión Directiva. Recuperando viejas tradiciones, como los grandes festejos, se los asocia a sentidos tradicionales a través de la movilización de imágenes y palabras.

“Fíjate que ellos dicen *‘la U no se toca’*” me había comentado Laura, dirigente de la gestión anterior, en relación al conflicto sobre la venta de la sede de Punta Lara. “Y no hay nada más conservador que eso. No se toca. Todo tiene que permanecer igual en este club. Son las mismas familias de toda la vida. No se toca. No se tocan sus privilegios”. Así, lo que para Laura aparecía como una falencia y un reflejo del conservadurismo de ciertos dirigentes y familias tradicionales del club, habilitaba una visión negativa de las tradiciones del club y por lo tanto, si bien algunas seguían llevándose a cabo, no eran significativas desde el punto de vista ni de la Comisión Directiva ni de los socios, que no participaban de ellas. La nueva gestión, con una

12. Que resalta el amor al club, la no intromisión de intereses políticos ajenos a la historia del club y el lugar destacado que los deportistas tienen en tanto miembros de esa comunidad.

13. A diferencia de lo que sostienen algunos antiguos dirigentes que inscribían su participación en la gestión del club en un llamado hereditario.

visión de la política fuertemente enraizada en la tradición, en el amor al club y el club como espacio de sociabilidad familiar, apostó a llenar esos espacios con nuevas prácticas y sentidos, re inventando tradiciones pero actualizando sus formas en relación a las demandas de la sociedad contemporánea. El uso de redes sociales y nuevas tecnologías, los vínculos con los sectores modernos de la gastronomía, la cultura y la construcción platenses operaron fuertemente en esta reinención.

La fiesta del deporte del año 2015 tuvo lugar en una cálida noche del mes de noviembre en el Chalet del Club. *“Es importante que le digamos chalet. Es el chalet, no la Casona. Tenemos que empezar a conocer la historia. El chalet recuperado”* sostuvo Daniel Márquez, presidente del club y destacado jugador de hockey, al darle la bienvenida a los socios y deportistas a la fiesta. Construido por los dueños del frigorífico Swift en el predio que junto con la República de los Niños era usado por el personal jerárquico del frigorífico, con el tiempo, se constituyó en el casco del Club Universitario de Gonnet. El chalet cuenta con un salón de fiestas, habitaciones en las que se solían alojar delegaciones de otros clubes que visitaban el club, un buffet, y oficinas en su planta baja. Durante los últimos años el chalet había quedado en desuso, y su salón de fiestas fue concesionado por el presidente de la anterior gestión, Héctor Gutiérrez. Para Daniel Márquez, *“ese fue el gran negociado de Gutiérrez, ahí se lavaba dinero”*. Cuando ellos asumieron la Comisión Directiva, asumieron el compromiso de recuperar el chalet. Como sostiene Daniel Márquez: *“Nosotros podríamos haber dicho, rescindimos el contrato del chalet, pero en realidad usamos esa idea de recuperar el chalet como una manera de generar pertenencia en este contexto”*. Realizar la *“fiesta del deporte”* en el chalet recuperado es un símbolo a través del cual la Comisión Directiva busca mostrar algo. Es el triunfo del amor al club por sobre los negocios. De la recuperación del patrimonio. Ese amor, expresado en sacrificio, desinterés y abnegación merece ser agasajado. Por eso, la Fiesta del Deporte es el espacio para reconocer y honrar tanto a los deportistas como a los distintos miembros del club que hacen posible el exitoso desempeño de los deportistas.

Detrás de Daniel Márquez, una pantalla gigante repetía imágenes de la asamblea del 2014 en que *se salvó el club*. El momento de la votación a mano alzada y los abrazos de los socios eran acompañados por música y un texto que repetía *“16 de agosto, Día del socio del Club Universitario”*. Mientras tanto, Daniel Márquez seguía enunciando su discurso por micrófono, entre agradecimientos a los presentes, a aquellos miembros de la Comisión Directiva y trabajadores que habían hecho posible la organización de la fiesta, *“porque parece poco trabajo pero es mucho. Está todo muy lindo y va a seguir estando”*, prosiguió, para dar paso al reconocimiento a los deportistas por la *“jornada solidaria”* que había tenido lugar unos días antes en la que deportistas y socios pintaron instalaciones, podaron árboles y ayudaron con la limpieza de la piscina. Así, sostuvo:

Esos son los valores que nos da el club, el padre con los hijos colaborando. Es una enseñanza para los chicos, que es lo más importante que nos llevamos como club. Los socios entendieron el momento que estaba viviendo el club. Queremos que se sumen todos los deportes para darle una mano al club.

Luego anunció un acuerdo con una marca de ropa deportiva, que realizaría una indumentaria única para el club. Anuncio al cual le dio una gran importancia, remarcando que “cualquier club que desee compartir una identidad, tiene que compartir la misma ropa. Que te vean y te distingan. Esto es importante para que quienes no conocen la historia, puedan soñar algo... Es la identidad del club que estaba un poco apagada”.

La fiesta prosiguió premiando a los deportistas con una medalla con la insignia del club. También se realizó un reconocimiento a quienes realizan actividades deportivas y no compiten, y finalmente, a los “socios que con su abnegación restan tiempo a su familia, desinteresadamente trabajan para el club”.

Gil (2003) muestra que en contextos de crisis económicas, los clubes tienden a refundarse, pensando nuevos mitos de orígenes. La *asamblea en que se salvó el club* opera como un mito a partir del cual se refuerza una identidad preexistente, pero cargada de nuevos sentidos. El *día del socio del club* celebra que ahora el club vuelve a estar en manos de los jóvenes, de los deportistas, de los que tienen amor por el club, de la *familia albinegra*.

No me arrepiento de este amor. Nuevo mito fundacional

Con el hashtag #nomearrepientodeesteamor, la Comisión Directiva invitaba a festejar el aniversario número 80 del club, conmemorado a través de una serie de actividades que culminaban con una cena de gala en el chalet del club, a la cual estaban invitados no sólo los socios del club, sino también dirigentes de otros clubes y políticos municipales. Un enorme cartel en la puerta del club reproducía el hashtag, que también circulaba en las redes sociales, en fotos y videos institucionales. En un video de unos cuatro minutos de duración, posteo en la página de Facebook oficial de la institución, se relataba la historia del club con un montaje de fotografías donde la primera, en blanco y negro, mostraba un conjunto de hombres votando a mano alzada en la asamblea fundacional. Musicalizado con las notas de un piano tenue, que evoca con sus notas una emocionalidad enraizada en el pasado reflejado en esas imágenes, mientras la voz en off relata grandes hitos del club, como la adquisición de las distintas sedes, la formación de sus equipos y sus triunfos. Hacia la mitad del video, las imágenes fotográficas comienzan a tomar color, cambia la música hacia un ritmo que evoca más potencia, y tras afirmar que “el 16 de Agosto de 2014 renacimos”, muestra imágenes sobre el banderazo y la asamblea histórica, momento desde el cual, con trabajo, se fueron logrando una serie de objetivos: la recuperación del chalet del club, la puesta en marcha del Jardín de infantes de la U, el coro, el Nuevo Patio de Comidas, la recuperación y reacondicionamiento de los alojamientos deportivos, el store de la indumentaria oficial, el compromiso institucional hacia el exterior del club, adhiriendo tanto a las campañas por “Ni Una Menos”, y a las luchas de Memoria, Verdad y Justicia. Menciona a continuación los próximos proyectos, como los nuevos vestuarios de la pileta climatizada, la reinauguración del restaurant, el proyecto de locales para alquilar sobre el camino Centenario y el proyecto de la escuela primaria. La música se corta, y comienza la

proyección de imágenes de una charla que Julio Velasco, DT de la selección argentina de vóley que surgió de las inferiores del CULP, dio en el contexto de las actividades del aniversario del club, donde se resaltan las siguientes palabras: “una de las cosas más extraordinarias que tenemos en este país (...) son los clubes. Porque el club no es solamente una institución donde se hace deporte competitivo, sino que el club es la casa de los jóvenes, de los chicos. (...) Porque la más fácil es explicar por qué no se puede, y en Universitario tampoco se podía. Y pudimos”. Esas palabras, seguidas de un fuerte aplauso, dieron el paso a una nueva serie de imágenes, musicalizadas por el tema de la cantante popular Gilda “No me arrepiento de este amor”, en su versión cantada por la banda de rock Ataque 77. En ellas se muestra a los distintos equipos de rugby, hockey, wáter polo, natación, básquet y vóley festejando, alzando trofeos, mostrando sus banderas y abrazándose. La última imagen, vuelve a reponer el hashtag #nomearrepientodeesteamor junto al escudo del club.

Este video fue compartido más de 230 veces en la red social Facebook, recibiendo múltiples comentarios, y habilitando a que los seguidores de la página a que compartan sus recuerdos en la institución, sus saludos y sus deseos de éxitos. En él se condensan una serie de sentidos que refieren a los modos en que la política en el club es vivida como amor. Las imágenes acompañadas de la música evocan emociones de un amor que es sacrificado, comprometido e irracional. Para pertenecer al club no alcanza con pagar la cuota. Hay que amarlo, lo que requiere de un trabajo y un sacrificio que no cualquiera está en condiciones de hacerlo. Y principalmente ese amor debe fundarse en el conocimiento y en el ser parte de la historia. Si el club renace en la asamblea histórica del 16 de agosto, desde ese momento se pone en juego un nuevo mito de fundación, esta estrategia que como sostiene Gil (2003) los clubes ponen a jugar frente a las crisis económicas. Ya no es un club elitista, como mencionó su presidente, sino que ahora el club es de quienes lo salvaron, los socios. También es de los deportistas, que aparecen con una fuerte presencia en el video. En este proceso de transformación y recuperación de la identidad institucional, las alteridades y pertenencias se van redefiniendo. Las alteridades son múltiples. Otros clubes, otros deportes, socios que no quieren al club, socios que no se sacrifican, los que hacen política, los que hacen negocios. En torno a ellos se va redefiniendo una identidad que con un fuerte énfasis en lo afectivo y lo emotivo, permite apelar al mismo tiempo que construir una idea de comunidad que será central en las concepciones sobre la política que movilizan los dirigentes del club.

Conclusiones

A lo largo del texto describimos y analizamos algunas de las instancias en las cuales la política se despliega en el CULP. Las reuniones y entregas de premios nos permitieron encontrar allí a la política como categoría nativa, pero también desplegarla como una categoría analítica que adquiere diversos sentidos según quién la movilice y en qué contexto. Desplazándonos por los lugares en los cuales las articulaciones entre sociabilidad y política se hacían visibles (las reuniones que los dirigentes del club tienen con socios y representantes de distintos deportes, las asambleas ordinarias y

extraordinarias, los eventos sociales organizados por la institución y los ámbitos de sociabilidad informal que tiene lugar en los distintos espacios del club) delineamos un presente etnográfico en el cual se performa la política. Este recorrido nos permitió evidenciar a partir de las descripciones etnográficas una idea central sobre la cual se estructura el trabajo: la imposibilidad de escindir la vida social. Si aquí encontramos que la política se despliega en la sociabilidad, en el deporte, en las relaciones afectivas, es porque entendemos, siguiendo a Peirano (1996, p. 22) que es tarea de las ciencias sociales “reunir lo que la ideología moderna separó” de forma de posibilitar una perspectiva universalista a partir de la comparación entre universales concretos. Esta separación de la vida en esferas, o campos, como bien dice Lahire (2004) tiene el problema de reducir a los actores a jugadores de un único campo, limitando la aparición de “campos sociales” relativamente autónomos como espacios estructurados de posiciones. Así, los dirigentes del club circulan por distintos campos, manejan varios códigos a la vez, incorporan éticas morales en el deporte que configuran visiones sobre la política y producen y reproducen la sociedad cuando se encuentran a tomar cerveza o agasajar a sus deportistas.

Lo social se desarrolla y persiste en lo individual en tanto el sujeto integra un fenómeno social, expresando así una continuidad entre lo individual y lo social, lo micro y lo macro. Los aportes de Quirós (2011), deudores de la tradición desarrollada por Peirano (1996) y continuada por Borges (2003) y Ferraudi Curto (2010), nos permiten comprender que la dificultad de sustantivar lo político en un campo o un sistema o una esfera delimitable de actores y acciones, es porque etnográficamente, la política se nos despliega de manera entramada (Quirós, 2011, p.52). Lo mismo podemos decir de las distintas dimensiones que conforman la vida social. En efecto, si como sostiene Ferraudi Curto (2014), no se trata ni de partir de una definición de la política recortada como esfera ni de universalizarla como relación de poder, cuando observamos los modos en que la comisión directiva re inventa tradiciones apelando a la emocionalidad de los socios del club, se pone de manifiesto el modo en que las emociones se politizan, encontrando la política situada, allí donde se dan distintos tipos de interacciones. Reponer el lugar de las emociones y lo afectivo como “arena” para la política, se vuelve central para comprender las sensibilidades políticas contemporáneas, tal como muestran algunas investigaciones que dan cuenta de la convivencia de ambas formas de política. Vommaro (2014) muestra cómo en los rituales partidarios el “hacer festivo” (p.121) forma parte de una construcción de una “gramática de la celebración” (p. 122) en la cual se pone en juego una intensidad emotiva que vincula a los militantes y dirigentes, que crea complicidades culturales, sensibilidades, cuya eficacia reside en la conexión inmediata con la experiencia social de los electores, e modo que el no pasar por el tamiz de un lenguaje de la política es, en cierta forma, parte de su potencia (p. 135). Así, la fortaleza de PRO radica, precisamente, en la capacidad de movilizar valores “no estrictamente políticos”, “visiones del mundo construidas en base a principios exteriores a la política” (2014, p. 135). De este modo, la eficacia que la politización de valores y sensibilidades no políticas mostrada por Vommaro, y que se da de maneras específicas en el club, nos permite instalar una interrogación en torno a los modos en que la sociabilidad política opera en los contextos contemporáneos.

Y al mismo tiempo que se politiza lo “no político” hemos observado cómo se busca “despolitizar” lo político, debiéndose enunciar la política como *amor* en algunos momentos y como *trabajo* en otros. Llegar a reconocer la centralidad de tales categorías en la política del club, solo fue posible al tratar a la política como categoría etnográfica (Peirano, 1996; Borges, 2003; Ferraudi, 2010). La “politización de lo no político” y la “despolitización de lo político” que encontramos en el club no implica dicotomizar la política, sino, que por el contrario hemos llegado a tal enunciado a partir de compartir con nuestros interlocutores la multiplicidad de espacios en los cuales sus interacciones se desplegaban, considerando los modos en que a veces los actores piensan esas esferas como separadas (como cuando enuncian que deporte y política no deben mezclarse), o las veces en que ponen a jugar categorías de la política en sus prácticas sociables.

Bibliografía

- BOLTANSKI, L. y THÉVENOT, L. (1991). *De la justification. Les économies de la grandeur*. París, Gallimard
- BORGES, Antonadia. (2004). *Tiempo de Brasilia. Etnografando lugares – eventos da política*. Rio de Janeiro, RelumeDumará
- DASKAL, Rodrigo y MOREIRA, Verónica (2017). *Clubes argentinos: debates sobre un modelo*. UNSAM Edita, San Martín
- FERRAUDI CURTO, M. Cecilia. (2007). Pero entonces, ¿qué es política? Reflexiones después de la etnografía en una organización piquetera. *Papeles de Trabajo. Revista Electrónica del Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General San Martín*, 1(2).
- FERRAUDI CURTO, M. Cecilia. (2010). *Etnografía de la política en el proceso de urbanización de una villa del Gran Buenos Aires*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. UNGS. IDES
- FERRAUDI CURTO, M. Cecilia (2014). “Las fronteras cambiantes entre lo político y lo social: aportes etnográficos al debate en torno de “el 2001” en Argentina. *Sociohistórica* n°34.
- GIL, Gastón. (2003). La modernización imaginada del fútbol argentino. Entre el club y la empresa. *CIVITAS- V.3, n°2*. Pp339, 348
- GODIO, Matías. (2010). *Somos hombres de platea: a sociedade dos dirigentes e as formas experimentais do poder e da política no futebol profissional em Argentina*. Tesis para optar por el título de Doctor en Antropología Social. Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina
- GUBER, Rosana. (2001). *La etnografía. Método, campo, reflexividad*. Bogotá: Norma
- HIJÓS Nemesia (2014). *El deporte como mercancía. Un estudio sobre la dimensión económica y las múltiples lógicas en el Club Atlético Boca Juniors*. Tesis de Licenciatura en Antropología Social. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras.
- HOBBSAWM, Eric y RANGER, Terence. (1983). *La invención de la tradición*. Ed. Crítica. Barcelona.
- LAHIRE, Bernard. (2004). *El hombre plural. Los resortes de la acción*. Barcelona: Bellaterra
- MOREIRA, Verónica. (2010). La política futbolizada: los dirigentes deportivos y las redes político - territoriales en Avellaneda. Tesis para optar por el título de Doctora en Ciencias Sociales. Facultad

de Ciencias Sociales. UBA. Buenos Aires, Mayo, 2010

MOREIRA, Verónica. (2016). Gerenciamiento, democracia y procesos políticos en Racing Club. En Moreira V. y Levoratti A. Deporte, Cultura y Sociedad. Estudios socioantropológicos del deporte en Argentina. Teseo, Argentina.

PEIRANO, Marisa. (1997): "Antropología política, ciencia política e antropología da política" En Trênsensaio breves. *Série antropologia N° 231*, Brasília

QUIRÓS, Julieta. (2011) El por qué de los que van. Peronistas y piqueteros en el Gran Buenos aires (una antropología de la política vivida) Ed. Antropofagia.

VARGAS, Patricia. (2014) Diseñadores y emprendedores. Una etnografía sobre la producción y el consumo de diseño en Buenos Aires Buenos Aires, Ediciones Al Margen.

VARGAS, Patricia y VIOTTI, Nicolás. (2013) "Prosperidad y espiritualismo para todos": un análisis sobre la noción de emprendedor en eventos masivos de Buenos Aires. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 19, n. 40, p. 343-364.

VOMMARO, Gabriel. (2014) La construcción de PRO y la renovación de la centroderecha argentina. Nueva Sociedad No 254.