

Zonas de vacancia comunicacional en los estudios sobre fútbol

Por Juan Manuel Sodo

UNR-CONICET (juansodo@hotmail.com)

SUMARIO:

Pese a su tardía colocación como objeto legitimado al interior de las ciencias sociales, especialmente en América latina, los estudios sobre fútbol son abundantes. Contando con producciones de numerosos países, la masa textual generada al respecto crece y prolifera. No es nuestra intención en este artículo reponerla en la exhaustividad del detalle. Más bien se trata, primero, de cartografiar las procedencias disciplinares de esos textos. Y luego, de situar zonas de vacancia para investigaciones provenientes desde una mirada comunicacional.

DESCRIPTORES:

Fútbol, Rosario, "Aguante", Televisión, Investigación social

SUMMARY:

In spite of its late placement as legitimized object to the interior of the social sciences, specially in Latin America, the studies on football are abundant. Relying on productions of numerous countries, the textual mass generated in the matter grows and proliferates. It is not our intention in this article to recover it with the thoroughness of the detail. Rather than that, the objective is to map the disciplinarian origins of these texts. And then, of placing zones of vacancy for researches that come from a communication perspective.

DESCRIPTORS:

Football, Rosario, "Aguante", Television, Social investigation

UNO

Libros, revistas especializadas, institutos, áreas, departamentos, centros de estudio, seminarios específicos, publicaciones dispersas, redes de investigadores, grupos de estudio, grupos de trabajo, mesas, congresos, jornadas: pese a su tardía colocación como objeto legitimado al interior de las ciencias sociales, especialmente en América latina - tardanza, obturación cuyas razones posibles indagó sugerentemente Alabarces (2004)-, los estudios sobre fútbol son abundantes. Contando con producciones principalmente inglesas, brasileñas, argentinas y francesas (en ese orden), pero también italianas, mexicanas, peruanas, y algunos trabajos costarricenses, ecuatorianos y chilenos (también en ese orden), la masa textual generada al respecto crece y prolifera.

No es nuestra intención ahora reponerla en la exhaustividad del detalle, empresa, por otra parte, condenada de antemano a la incompletud, al olvido, al fracaso, precisamente debido al volumen, a la vastedad. Más bien se trata, primero, de cartografiar las procedencias disciplinares de esos textos. Y luego, de situar zonas de vacancia para investigaciones provenientes desde una mirada comunicacional.

Pero antes, cabe una imposterable disquisición, porque no es exactamente "de fútbol" que las ciencias sociales hablan sino de "deporte". Dicho de otra manera: no es por otra vía que la del deporte, no es sino bajo su gran paraguas protector que el fútbol hace su ingreso en la academia (podría hablarse, también, del paraguas de las "culturas populares"). Paraguas abierto por aquellos sectores de la ciencia que cuentan con la fuerza necesaria para hacerlo: la sociología, por sobre todas las cosas, después la antropología y los estudios culturales; constituyéndose en subtema, variación o especialidad, una entre tantas, de una disciplina madre. De manera que así como en un congreso pueden encontrarse mesas de sociología del trabajo, de sociología de la religión, de la literatura,

de la moda, del delito, del cuerpo, del tiempo libre o de las emociones, también pueden encontrarse mesas de sociología del deporte. Lo mismo para el caso de los congresos de antropología.

Esto significa, como mínimo, dos cosas, sobre las que valdría la pena extenderse en otra oportunidad:

En primer lugar, que bajo el paraguas protector del deporte, y aunque minoritarios, entran estudios sobre otras prácticas deportivas, no solamente sobre fútbol.

Y segundo, que, en rigor, tomando el ejemplo de Argentina, no existiría propiamente un *hablar de fútbol*, al menos desde discursos no-literarios ni costumbristas (Galeano, 1995; Fontanarro, 2007; Sacheri, 2000, 2004), ni de sentido común¹. ¿Por qué? Porque el periodismo deportivo, definitivamente permeable a los criterios y rutinas productivas del show, así como enredado en sus fórmulas, clichés y lugares comunes de siempre, hace tiempo que dejó de hablar de fútbol para hablar de sí mismo, volviéndose, como la TV, auto-referencial. Y porque la academia, como estamos diciendo, no habla en sentido estricto "de fútbol" sino a partir y a través del fútbol, motivada menos por un deseo o un interés en la experiencia futbolera que por razones de vacancia teórica al interior de sus ciencias, así como por las ventajas comparativas que contiene el fútbol, respecto de otros fenómenos sociales, para leer en él una serie de dimensiones de lo social. Nada más ilustrativo de esto último que el título de una reseña escrita sobre el libro *Fútbol-espectáculo, cultura y sociedad* (Martínez et al, 2010) publicada en el número 42 de la Revista *Regiones*: "Para encontrar lo social a través del fútbol". O que este otro título de un libro: *Ese gol existe; una mirada al Perú a través del fútbol* (Panfichi et al, 2008).

Ahí, entonces, ahí cuando el fútbol es un medio para encontrar y para leer lo social, es que hace su ingreso como deporte al escenario de las ciencias. Y se fundan las antropologías y las sociologías y los estudios

culturales del deporte. Y las revistas especializadas, como *Esporte e Sociedade* en Brasil. Y los seminarios, como el seminario de Sociología del Deporte dictado en la carrera de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Y los grupos de trabajo, como el grupo de Deporte y Sociedad que coordinó Alabarces entre 1997 y 2003 en CLACSO. Y las redes de investigadores, como la Red de investigación sobre deporte, cultura y sociedad en México. Y los centros de estudio, como el Centro de Estudios del Deporte de la Universidad General de San Martín. Y las áreas, como el Área Interdisciplinaria de Estudios del Deporte que funcionó en la Universidad de Buenos Aires en la década de 1990. Etcétera.

Todo, nuevamente, bajo un supuesto. El siguiente: "Los deportes son maneras de fabricar en una forma potencialmente compleja un espacio para uno mismo en su mundo social [...] El deporte no revela meramente valores sociales encubiertos, es un modo mayor de su expresión. El deporte no es un reflejo de alguna esencia postulada de la sociedad, sino una parte integral de la misma, más aún, una parte que puede ser usada como un medio para reflexionar sobre la sociedad (MacClancy, 1996: 4)"

Planteada la disquisición, continuamos.

Haciendo a un lado las producciones "generalistas", es decir, aquellas que establecen los lineamientos teórico-metodológicos fundantes, las bases conceptuales, como las de García Ferrando (1990), Elías y Dunning (1992) o las de Bourdieu (2000) para el caso de la sociología del deporte en la sociología, o tramos de Alabarces y Rodríguez (1996) para el caso del análisis cultural, nos encontramos con lo que llamaremos informalmente la lógica del *deporte y...* Que no es otra que aquella bajo la cual habita el supuesto que apuntábamos: el del deporte en tanto objeto privilegiado, dada su pregnancia en la vida cotidiana, dado su peso en la constitución de subjetividades, dada su masividad, objeto privilegiado para interrogar dimensiones

de lo social.

A saber:

- deporte y culturas populares
- deporte y violencia (en especial, los trabajos sobre hooliganismo)
- deporte y política (por lo general, vinculados a distintos casos de "usos" políticos del deporte. Los emblemáticos: el campeonato mundial de fútbol en Italia en 1934, los juegos olímpicos de Berlín en 1936 durante el nazismo, el mundial de Argentina en 1978)
- deporte y comunicación
- deporte e identidad (estudios sobre cómo el deporte construye identidades territoriales, de género, etarias, tribales, locales, étnicas, raciales. Y sobre todo nacionales)

Con el término fútbol utilizado como sinónimo de deporte, corresponden a estos ejes (que no son los únicos) y plasman en la letra misma de sus títulos la lógica y el supuesto que venimos mencionando, algunas publicaciones:

Peligro de gol; estudios sobre deporte y sociedad en América latina (Alabarces et al, 2000) / *Futbologías; fútbol, identidad y violencia en América latina* (Alabarces et al, 2003) / *Masculinidades; fútbol, tango y polo en la Argentina* (Archetti, 2003) / *Football hooligans* (Armstrong, 1998) / *Mujeres y fútbol: ¿territorio conquistado o a conquistar?* (Binello et al, 2000) / *Italian football fans: culture and organization* (Del Lago y De Biassi, 1994) / *Haciendo amigos a las piñas; violencia y redes sociales de una hinchada del fútbol* (Garriga, 2007) / *La selección mexicana de fútbol y la construcción del nacionalismo mexicano* (González y Magazine, 2010) / *Sporting Females. Critical Issues in the History and Sociology of Women's Sports* (Heargreaves, 1994) / *Hooliganisme, Ultras et Ambigüités en France* (Hourcade, 2007) / *Il calcio e il suo pubblico* (Lanfranchi et al, 1992) / *Sport, identity and ethnicity* (MacClancy, 1996) / *Azul y oro como mi corazón: masculinidad, juventud y poder en una porra de los pumas de la UNAM* (Maga-

zine, 2008) / *Football, violence and social identity* (Giulianotti et al, 1994) / *Torcidas Organizadas de Futebol. Violencia e auto-afirmação...* (Pimenta, 1997) / Fútbol e identidad regional en Ecuador (Ramírez, 2003) / Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile actual (Santa Cruz, 2003) / Gol-balización, identidades nacionales y fútbol (Villena Fiengo, 2003), etc.

Como decíamos, estas son sólo algunas de las tantas publicaciones existentes, proliferantes, emergentes en el campo. Un campo de estudios que, si bien se auto-postula interdisciplinario, porque "el fútbol y el deporte, objetos dinámicos y de fuerte pregnancia en la vida social, no se dejan horadar por una sola disciplina (Alabarces, 1996: 9)", estaría marcado, como es dable observar, por dos grandes líneas: una sociológica; la otra, claramente identificable en los estudios sobre hinchadas, ultras, *torcidas*, *hooligans*, porras, *tifosis*... marcadamente etnográfica.

Dos

Pero si hay un eje sobre deporte y comunicación, es porque hay estudios más vinculados a análisis de discursos, que vendrían a constituir una tercera línea. Enumeramos algunos.

Polifonía y neutralidad en Fútbol de Primera: la utopía industrial (Alabarces, 1996) / Televisión y fútbol en la Argentina: del juego al género dramático (Alabarces, 1999) / Fútbol (argentino) por TV: entre el espectáculo de masas, el monopolio y el estado (Alabarces y Duek, 2010) / Estilo y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino (Archetti, 1995) / La invención del hincha en la prensa periódica (Conde, 2005) / De la magia a la merde; la mirada de la prensa argentina sobre la selección brasileña de fútbol en el mundial 2006 (Do Cabo y Helal) / *Passes e impasses. Futebol e cultura de massa no Brasil* (Helal, 1997) / El discurso del periodismo deportivo: entre las filosofías de la vida y la continuación de la guerra por otros medios (Mangone, 1999) / Apología, estigma y

represión; los hinchas televisados del fútbol (Salerno, 2005) / Imaginando la nación a través del fútbol: el discurso de la prensa costarricense sobre la hazaña mundialista de Italia 90 (Villena Fiengo, 2000) / *Media Sport* (Wenner et al, 1998) / *Fields in Vision. Televisión Sport and Cultural Transformation* (Whanel, 1992).

Como se puede inferir, el caudal de textos del eje deporte y comunicación es inferior, aunque no por ello menos convocante.

Ahí donde los hinchas, sorteando las capacidades previsoras y las figuras judicializadoras de policías y jueces, se auto-convocan masivamente para manifestarse por las calles de una ciudad, utilizando para su difusión medios partidarios en la *web*, cadenas de *e-mail*, mensajes de texto y fundamentalmente *facebook*, como ocurrió con los hinchas de Rosario Central tras el descenso de categoría sufrido por su club en mayo de 2010, ahí, ahí hay una potencial investigación para engrosar las filas de dicho eje. De eso se trata precisamente este artículo, de sugerirlas, de identificarlas, de motivarlas. De que los lectores de este anuario interesados en la temática, al anoticiarse del estado del campo, visibilicen caminos investigativos por recorrer.

En ese sentido, más zonas de vacancia.

Una, que es la que recorre nuestra propia investigación y que podría formularse así: no es posible leer la historia del fútbol argentino, y menos aún leída en clave "violencia", sin tener en cuenta el papel decisivo que en ella han tenido los medios de comunicación. Así como Frydemberg (1997) recupera el papel central que, en el proceso de difusión y resignificación del fútbol entre los sectores populares porteños a principios del siglo XX, desempeñó el periódico La Argentina, y así como Archetti (op cit, 1995) postula a la revista El Gráfico² como una de las principales vías de formación del imaginario del fútbol nacional, nosotros intentamos demostrar, a partir de una serie de *indicios en recepción*, que el programa de televi-

sión El Aguante, de la mano con una serie de factores extra-mediáticos (aquellos de los que se ocupan la sociología, la historia y los estudios culturales), contribuyó en la producción de un nuevo tipo de hinchas del fútbol argentino. Un nuevo tipo que, lejos de los reduccionismos de sentido común mediático futbolero, que circunscriben el problema de la violencia en los estadios al accionar de las "barras", y complejizando al periodismo de investigación (Romero, 1986; Veiga, 1998; Grabia, 2009), que lo agota en la connivencia dirigentes-policía-políticos-barras, cultura del aguante de por medio nos permitiría entender el fenómeno violento en su integralidad. Así, estaremos haciendo dos aportes fundamentales al campo. Por un lado, estaremos fundamentando por qué, además de perspectivas sociológicas y de abordajes etnográficos, el tratamiento del problema-violencia requiere de un análisis discursivo, de una mirada comunicacional. Por otro, habremos arrojado información sobre otro tipo de hinchas, sumando a la ya existente sobre hinchas ligados a las *barras* o *bandas* (Dodaro, 2005; Moreira, 2005; Garriga, 2007)³

Pero también otras zonas. Por ejemplo:

¿Cómo la televisación del fútbol fue modificando las maneras de verlo, creando una nueva subjetividad espectral? Es la pregunta que, si bien desde el ensayo antes que desde la indagación académica, desandan Mira (2010) en un sugerente trabajo sobre el grito de gol, el "híper-hincha", el "híper-espectador" y la televisión, y el Colectivo Inmediato, en similar dirección, sobre el hoy levantado programa Fútbol de Primera⁴ Abajo, fragmentos:

"La ley de la repetición es la del desgaste. Cuanto más se repite un gol más conexión pierde con el aquí y ahora del estadio, con el grito de gol que pudo haber desencadenado [...] Paralelamente, el fragmentarismo aísla al gol del continuo emotivo del partido, como si la demora, el aburrimiento, la lucha, no fuesen también fuentes de emociones. En el living, la repetición

y el fragmentarismo entrenan al espectador para dejar de percibir al gol en su economía de escasez y en su rareza visual, y aceptarlo como una abundancia. Y es mediante el fragmentarismo y la repetición que la televisión funda las nuevas subjetividades futboleras (Mira, op cit: 93)"

"A diferencia del tenis o el volley, donde cada jugada equivale a un punto a favor o en contra, en el fútbol suele estar no pasando nada. Un equipo puede ser superior a su adversario, un jugador puede destacarse por su habilidad o su inteligencia, sin que por esto algo cambie en el resultado [...] Eso que puede o no pasar, ese evento por excelencia del fútbol, es el gol. El gol ressignifica las acciones del juego convirtiéndolas en los hitos que condujeron a su realización. El gol es el quiebre, siempre inesperado, de la temporalidad estática del juego [...] El gol es, entonces, el instante inesperado que produce un quiebre en la espera. La propuesta del formato actual de Fútbol de Primera, alentada por las conveniencias de las empresas auspiciantes, no parece tener en cuenta la importancia de que pueda no pasar nada: erradica la espera. Los goles del fin de semana se suceden, se intercalan con goles de partidos de años pasados, estadísticas inverosímiles, publicidades que inventan sus propios goles reales, opiniones de los actores principales o secundarios, jugadas musicalizadas con ritmos africanos, hinchadas sincronizadas a melodías balcánicas, exóticos festejos de goles que no hemos visto...; todo el tiempo pasa algo [...] La saturación del tiempo del programa por goles desnaturalizados es producto de una política del puro goce. Se elimina el tiempo, la dificultad, el trabajo que deriva en un resultado (Colectivo Inmediato, op cit: 30, 31)".

Concomitantemente, entre varias posibles, subyace en estos fragmentos la pregunta por la socialización de esa percepción fragmentada y sin espera, y su inci-

dencia en la producción de ambientes de violencia. Y ya que volvimos a ese problema, más puntas, nuevas zonas de vacancia:

¿En qué medida el discurso del periodismo deportivo, con sus afirmaciones irresponsables, siempre proclives a los giros bélicos, a la cizaña, a la polémica y a las retóricas dramáticas para mantener la tensión en tiempos de sobreabundancia de oferta informativa, contribuyen en la generación de hechos de violencia? ¿En qué medida lo hacen las transmisiones televisivas, amparadas por el desarrollo tecnológico, capaz de detenerse una y mil veces a verificar al milímetro y desde decenas de cámaras lo que el árbitro tiene que resolver en tiempo real, al estar todo el tiempo remarcando los fallos arbitrales?

De modo que, dependerá de una profundización en la cartografía del campo, de la imaginación teórica, pero también de la observación atenta y de la agudización de la escucha, así como de la propia experiencia en tanto futboleros, la intuición y la sensibilidad de la mirada, el seguir tejiendo interrogantes de investigación para un ensanchamiento del eje deporte (fútbol) y comunicación.

NOTAS

1. Esos discursos fueron trabajados, contrapuestos con otras perspectivas y sometidos a crítica por Sodo y Valle (2010). Nos referimos especialmente a los discursos que postulan al fútbol como algo básico e irracional, y al fútbol como alienación (Sebreli, 1981). Algunos textos, dejan en jaque estas caracterizaciones: En Caparrós (2005) y Gumbrecht (2006), por ejemplo, se infiere una puesta en jaque al carácter alienante. Martínez (2006), así como Sodo y Valle, por su parte, echan por tierra el supuesto basiquismo del fútbol: "¿cómo podría ser irracional algo que se hace con los pies? Porque qué es lo específico del fútbol sino el uso de los pies -y de la cabeza, ningún otro deporte o juego la compromete tanto.- El pie. El pie es, pelota mediante, el atributo humano que el fútbol festeja en monumento. Los pies son la base de la hominización, pero la mano es su cúspide diferencial; el dedo prensil culmina nuestra singularidad. Y con el fútbol irrumpen los pies al poder. Los pies a desarrollar la fuerza y la finura, la suavidad e invención, los pies a amasar, a tocar, a empalmar, los pies a enganchar: propuesta de lo arbitrario, convención de lo insensato (2010: 13, 14)".

2. El Gráfico es una revista deportiva argentina nacida como publicación semanal en mayo de 1919, creada por Constancio C. Vigil para Editorial Atlántida (creadores, luego, de otras revistas emblemáticas: Billiken y Para Ti). Surgida como revista de interés general, se volcó definitivamente al deporte en 1925. Desde 2002 se distribuye mensualmente y tiene una tirada que ronda los 45 mil ejemplares contando el envío de revistas al exterior. Es una de las publicaciones deportivas más antiguas y respetadas, cuya fama trascendió la Argentina y se instaló en Latinoamérica. Sus crónicas y coberturas, además de su increíble despliegue fotográfico, la convirtieron en "la Biblia del deporte", tal como se la conoce. El Diario La Argentina se editó por primera vez en Buenos Aires hacia fines de 1902, mientras que su sección deportiva data de 1903, y contaba con sub-secciones como "fútbol amistoso", "desafíos", "torneos" y "avisos de los clubes". La política editorial del periódico intentó producir un acercamiento con el público lector. Con este propósito, incentivó un ida y vuelta de información, como la publicación de avisos laborales y un fluido contacto epistolar. Gran parte de los nuevos *footballers*, para armar su programa de partidos, usaban al periódico: avisaban al diario para desafiar a otros competidores, de quienes esperaban respuesta o leían la sección deportiva

para enterarse contra quienes debían jugar. Sólo La Argentina, y unos años más tarde La Mañana, dedicaron espacio al fútbol aficionado. La gran prensa porteña sólo percibió a los sectores populares -en el marco del fenómeno del fútbol- en su papel de público del incipiente espectáculo de las ligas y partidos oficiales. A su vez, los periódicos socialistas y anarquistas de principios de siglo tampoco incluyeron noticias al respecto; por el contrario, se opusieron a la práctica activa del fútbol, al percibirlo como un elemento portador de nocivas influencias.

3. En función de nuestros objetivos, entre otras actividades de investigación, vamos a situar y desandar los mencionados factores extra-mediáticos; vamos a caracterizar al nuevo tipo de hinchas; a ofrecer un abordaje descriptivo, una descripción sociosemiótica del programa El Aguante; a situar distintos tipos de *indicios o efectos en recepción* de la incidencia, en la producción de un nuevo modo de ser hinchas, de dicho programa, etcétera.

4. Fútbol de Primera fue, desde 1985 hasta que el Estado se hizo cargo de los contratos de transmisión de los partidos de primera división, "el clásico de los domingos por la noche" y el caballito de batalla de la empresa Torneos y Competencias. Emitido de 22 a 00hs y con la presencia ininterrumpida de Enrique Macaya Marquez en la conducción, Fútbol de Primera fue la innovadora cita obligada de todo aquél futbolero que se precie de tal para ver los compactos de los partidos y los goles de la fecha.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALABARCES, P y RODRIGUEZ, M.; *Cuestión de pelotas*, Atuel, Buenos Aires, 1996
- ALABARCES, P.; "Polifonía y neutralidad en Fútbol de Primera: la utopía industrial" en Alabarces y Rodriguez, op cit, 1996
- ALABARCES, P.; "Televisión y fútbol en la Argentina: del juego al género dramático" en *Revista Contratexto*, número 12, Universidad Católica de Lima, diciembre de 1997
- ALABARCES, P y otros.; *Peligro de gol; estudios sobre deporte y sociedad en América latina*, CLACSO, Buenos Aires, 2000
- ALABARCES, P y otros; *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América latina*, CLACSO, Buenos Aires, 2003
- ALABARCES, P.; "Entre la banalidad y la crítica: perspectivas en las ciencias sociales sobre el deporte en América Latina", 2004
- ALABARCES, P y DUEK, C; "Fútbol (argentino) por TV: entre el espectáculo de masas, el monopolio y el estado", en prensa
- ARCHETTI, E.; *Masculinidades; fútbol, tango y polo en la argentina*, Antropofagia, Buenos Aires, 2003.
- ARCHETTI, E.; "Estilo y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino" en *Desarrollo económico*, volumen 35, nº 139, IDES, Buenos Aires, octubre-diciembre, 1995
- ARMSTRONG, G.; *Football hooligans*, Berg, London-New York, 1998
- BOURDIEU, P.; "Programa para una sociología del deporte" en *Cosas dichas*, Gedisa, Barcelona, 2000.
- BINELLO, G y otros "Mujeres y fútbol: ¿territorio conquistado o a conquistar?" en ALABARCES P y otros, op cit, 2000
- CAPARROS, M.; *Boquita.*; Sudamericana, Buenos Aires, 2005
- COLECTIVO INMEDIATO.; "Esto no es fútbol" en Sodo y Valle comp.; *De pies a cabeza; ensayos de fútbol*, Ensayos en Libro, Buenos Aires, 2010.
- CONDE, M.; "La invención del hincha en la prensa periódica" en ALABARCES, P y otros. *Hinchadas*. Prometeo Libros, Buenos Aires, 2005
- DO CABO, A y HELAL, R.; "De la magia a la merde; la mirada de la prensa argentina sobre la selección brasileña de fútbol en el mundial 2006" en *Razón y Palabra*, número 69, México, julio-agosto-septiembre de 2009
- DODARO, C.; "Aguantar no es puro chamuyo. Estudio de las transformaciones en el concepto nativo" en ALABARCES, P y otros, op cit, 2005
- ELÍAS, N Y DUNNING, E.; *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, Fondo de Cultura Económica, México, 1992
- FONTANARROSA, R.; *Puro fútbol*, De la flor, Buenos Aires, 2007
- FRYDEMBERG, J.; "Prácticas y valores en el proceso de popularización del fútbol, Buenos Aires 1900-1910", en *Entrepasados. Revista de Historia*, VI, 12, Buenos Aires, 1997
- GALEANO, E.; *El fútbol a sol y a sombra*, Catálogos, Buenos Aires, 1995
- GARCIA FERRANDO, M.; *Aspectos sociales del deporte; una reflexión sociológica*, Alianza, Madrid, 1990
- GARRIGA, J. *Haciendo amigos a las piñas. Violencia y redes sociales de una hinchada de fútbol*, Prometeo, Buenos Aires, 2005

- Aires, 2007
- GIULIANOTTI, R y otros.; *Football, violence and social identity*, Routledge, London-New York 1994
 - GONZÁLEZ, M y MAGAZINE, R.; "La selección mexicana de fútbol y la construcción del nacionalismo mexicano" en *Revista Regiones, suplemento de antropología*, número 42, Ciudad de México, julio-agosto-septiembre de 2010
 - GRABIA, G.; *La doce; la verdadera historia de la barra brava de Boca*, Sudamericana, Buenos Aires, 2009
 - GUMBRETCH, H.; *Elogio de la belleza atlética*, Katz, Buenos Aires, 2006
 - HEARGREAVES, J.; *Sporting Females. Critical Issues in the History and Sociology of Women's Sports*, Routledge, London, 1994
 - HELAL, R.; *Passes e impasses. Futebol e cultura de massa no Brasil*, Petrópolis, Vozes, 1997
 - HOURCADE, N.; "Hooliganisme, Ultras et Ambiguïtés en France" en *Sporte e Sociedade*, número 7, Brasil, 2007
 - LANFRANCHI, P y otros.; *Il calcio e il suo pubblico*, Edizione Scientifiche Italiane, Nápoles, 1992
 - MACCLANCY, J.; *Sport, identity and ethnicity*, Berg, Oxford, 1996
 - MAGAZINE, R.; *Azul y oro como mi corazón...* Universidad Iberoamericana-Afínita, Ciudad de México, 2008
 - MANGONE, C.; "El discurso del periodismo deportivo: entre las filosofías de la vida y la continuación de la guerra por otros medios" en *Revista Contratexto*, número 12, Universidad Católica de Lima, diciembre de 1997
 - MARTÍNEZ, J.; "El motor de las once imaginaciones" en *Revista Regiones, suplemento de antropología*, número 25, Ciudad de México, diciembre de 2006
 - MARTÍNEZ, J y otros.; *Fútbol-espectáculo, cultura y sociedad; una revisión crítica al negocio mundial*, Universidad Iberoamericana-Afínita, Ciudad de México, 2010
 - MIRA, R.; "Gol" en Sodo y Valle comp.; op cit, 2010
 - MOREIRA, M.; "Torneos de guerra y hombres de honor" en ALABARCES, P y otros, op cit, 2005
 - PANFICHI, A y otros.; *Ese gol existe; una mirada al Perú a través del fútbol*, Fondo editorial, Lima, 2008
 - PERALTA, R.; "Para encontrar lo social a través del fútbol" en *Revista Regiones, suplemento de antropología*, número 42, Ciudad de México, julio-agosto-septiembre de 2010
 - PIMENTA, C.; *Torcidas Organizadas de Futebol. Violencia e auto-afirmação*, Taubate, Vogal, 1997
 - RAMÍREZ, J.; "Fútbol e identidad regional en Ecuador" en ALABARCES P y otros, op cit, 2003
 - ROMERO, A.; *Muerte en la cancha*, Editorial Nueva América, Buenos Aires, 1986
 - SACHERI, E.; *Esperándolo a Tito y otros cuentos de fútbol*, Galerna, Buenos Aires, 2000
 - SACHERI, E.; *Lo raro empezó después: cuentos de fútbol y otros relatos*, Galerna, Buenos Aires, 2004
 - SALERNO, D.; "Apología, estigma y represión; los hinchas televisados del fútbol" en ALABARCES, P y otros., op cit, 2005
 - SANTA CRUZ, "Fútbol y nacionalismo de mercado en el Chile actual" en ALABARCES P y otros, op cit, 2003
 - SEBRELLI, J.; *Fútbol y masas*, Galerna, Buenos Aires, 1981.
 - SODO, J y VALLE, A.; "Prólogo" en Sodo y Valle comp.; op cit, 2010
 - VEIGA, G.; *Donde manda la patota; barrabravas, poder y política*, Agora, Buenos Aires, 1998.
 - VILLENA FIENGO, S.; "Imaginando la nación a través del fútbol: el discurso de la prensa costarricense sobre la hazaña mundialista de Italia 90" en ALABARCES P y otros, op cit, 2000
 - VILLENA FIENGO, S.; "Gol-balización, identidades nacionales y fútbol" en ALABARCES P y otros, op cit, 2003
 - WAHNNEI, G.; *Fields in Vision. Televisión Sport and Cultural Transformation*, Routledge, London, 1992
 - WENNER, L y otros.; *Media Sport*, Routledge, London, 1998

Registro Bibliográfico

SODO, Juan Manuel

"Zonas de vacancia comunicacional en los estudios sobre fútbol" en *La Trama de la Comunicación, Volumen 15, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2011.

RECIBIDO: 7/9/2010

ACEPTADO: 8/10/2010

