



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Cebollitas, escuela de buenos varones: fútbol, masculinidad, nostalgia y televisión para preadolescentes en el cambio de milenio

Autores (en el caso de tesis y directores):

Ignacio Gabriel De Angelis

Luciano Javier De Angelis

Vanesa Irene Bouza, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2023

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





Tesina de Grado

Ciencias de la Comunicación | Universidad de Buenos Aires

Cebollitas: Escuela de Buenos Varones

Fútbol, masculinidad, nostalgia y televisión para
preadolescentes en el cambio de milenio

Por Ignacio De Angelis y Luciano De Angelis | Tutora: Vanesa Bouza



Agradecimientos

A la familia por insistir. A los amigos por preguntar. A los compañeros por compartir. A cada profesor por abrir, romper y salir. A quienes luego de mucho tiempo empujaron para retomar. A quienes la leyeron para aconsejar y transmitir tranquilidad. A nuestra tutora, Vanesa, por sus aportes, la confianza y la espera. A María Marta por recibirnos en su GIC. A la carrera por la libertad para hacer y pensar. A nuestro abuelo por enseñarnos a llorar.

ÍNDICE

Agradecimientos	2
1. Introducción	4
2. Presentación del Tema	6
3. Estado del Arte	12
4. Marco Teórico	14
4.1 Masculinidad: reconstrucción teórica	17
5. Metodología	20
6. Justificación del Corpus	21
6.1 La televisión: el gigante de la segunda mitad del SXX	22
6.2 La televisión y el fútbol	24
7. Desarrollo	26
7.1 Capítulo 1 Las infancias, el consumo y la televisión en la Argentina de los años 90	26
7.1.1 Lo que viene, lo que viene	26
7.1.2 Las relaciones terciarias y el crecimiento de la oferta televisiva	27
7.1.3 ISI: El estado interpela a la infancia	28
7.1.4 Neoliberalismo: el mercado y nuevos discursos sobre la infancia	29
7.1.5 Cebollitas, el tejido social argentino y la masculinidad	30
7.2 Capítulo 2 Aspectos alrededor del fútbol y la masculinidad en la agenda mediática y cultural de la década 1990	33
7.2.1 Cambio de look en una identidad cerrada	33
7.2.2 Plantarse o no plantarse, esa es la cuestión: entre lo macho y lo caballero	36
7.2.3 Amigo o garca: la pasión y el deber por los colores	41
7.2.4 Si me gusta avanzo, porque soy varón	45
7.2.5 Hablemos como hombres. ¿Quién es el que habla?	56
8. Conclusiones	62
8.1 Capítulo 3: Los buenos hábitos. Un programa para la familia	62
8.1.1 La realidad de todos: la empatía y la identificación con los personajes	62
8.1.2 Valores y conductas: institucionalizar el género.	65
7. Bibliografía	69
8. ANEXO	74

1. Introducción

El siguiente trabajo que tiene como objetivo observar cómo se representa la masculinidad preadolescente en la tira televisiva Cebollitas está organizado en tres capítulos. Previamente a ello, cinco apartados. Una presentación y planteamiento del tema en la que se puede apreciar por un lado la idea y la motivación original de esta tesina, el porqué, y por otro las principales investigaciones sobre las que se ha apoyado la misma. Luego los estudios alrededor de la temática que anteceden a este trabajo, el marco conceptual y la metodología, en la que abordamos como hemos indagado y avanzado sobre nuestra temática y objeto de estudio. Por último la justificación del corpus, ¿Por qué Cebollitas para hablar de masculinidad preadolescente? ¿Por qué estudiar la televisión? y ¿Qué relación guardan la televisión y el fútbol?

En el primero de los capítulos, *Las infancias, el consumo y la televisión en la Argentina de los años 90*, se busca hacer una descripción del contexto en el cual surge la tira televisiva que elegimos como objeto de estudio. Qué características presenta la televisión argentina en ese momento; de qué manera se entiende y se construye a la infancia como sujeto de derecho y como un público en los distintos mercados y los medios de comunicación; la aceleración en la inserción al mercado laboral de las mujeres durante la década del 90; y cómo entra en juego la situación económica y social de finales de los 90 con la multiplicidad de discursos que convocan a la infancia. En esta parte se trabajan conceptos como las relaciones terciarias de García Canclini (1996) y las figuras de la infancia, el niño en el shopping y el niño de la calle, planteadas por Sandra Carli (2006).

El segundo capítulo, *Aspectos alrededor del fútbol y la masculinidad en la agenda mediática y cultural de la década 1990*, es el análisis del corpus propiamente dicho. Se retoman diálogos de la primera temporada del programa, y se analizan dos letras del cancionero habitual de la serie: *¡Qué bolú!* y *Transar*. A lo largo del mismo se abordan distintas temáticas como la amistad, la violencia y la pelea, el legado entre generaciones de varones, los cuestionamientos a las nuevas modas y costumbres, la lealtad, la nostalgia, y las maneras de relacionarse con las mujeres. Se retoman también otros discursos que han circulado en el medio de comunicación o sucesos alrededor del fútbol profesional que sirven como disparadores para el tema central del apartado, con el fin de poder entender cuáles son los parámetros de lo decible y visible en el momento en el que se emitió nuestro producto mediático. El análisis de todos estos discursos se entrecruzan

con investigaciones, conceptos y reflexiones de autores como Norma Fuller, José Olavarría, José Garriga Zucal, Daniel Salerno, Maite Alvarado, Horacio Guido, Eva Giberti, Pete Berger y Thomas Luckman, Stuart Hall, entre otros y otras.

Por último en el tercer capítulo de esta tesina, *Los buenos hábitos, un programa para la familia*, se presentan las conclusiones. En lugar de hacer un repaso por lo que se ha trabajado durante el análisis se busca poner en conversación los fragmentos que se analizaron con el perfil educativo del programa y trabajos de investigación que se enfocan en la cuestión moral en el lenguaje audiovisual, la recepción empática y la identificación con personajes, como es el caso de Mark Davis (1980). ¿Qué valores y conductas se pregonan a través de las distintas representaciones de masculinidad que se presentan en una tira infantil que captó la mirada de miles de preadolescentes en la Argentina de finales de 1990? Los invitamos a la lectura.

2. Presentación del Tema

En este trabajo de investigación nos proponemos explorar relaciones entre rasgos que pueden ser tomados como parte del proceso de confirmación de la llamada identidad masculina durante la infancia y la adolescencia del "varón futbolero" y la impronta de la televisión argentina de fines del siglo XX y comienzos del siglo XXI. Seleccionamos como cuerpo de análisis una producción audiovisual en la que estos *varones futboleros* aparecen como protagonistas y como audiencia convocada durante la preadolescencia, en vista de poder observar y describir las distintas representaciones dominantes de la masculinidad utilizadas. El programa en el que haremos hincapié es parte de un universo mediático que se expande alrededor del fútbol, que va más allá de las transmisiones o crónicas de eventos deportivos. Podríamos ubicar en este universo a la entrevista, la ficción, o el magazine. En este caso particular nos abocaremos a la ficción, y en particular a una de las primeras telenovelas infantiles de la televisión argentina: *Cebollitas*.

Nuestra elección no tiene como intención desarrollar un análisis pormenorizado de todo el objeto comunicacional, ni caer en la trampa de abarcar mucho y apretar poco, como dice el viejo refrán. El desafío es trabajar un recorrido a través del cual se vea cómo se construye una identidad masculina preadolescente en el objeto de estudio, cristalizada en ese *ser varón futbolero*.

Hay que decir de comienzo que la narrativa televisiva seleccionada en el corpus forma parte de la memoria mediática de los autores de esta investigación. Creemos que como señala Gastón Gil (2002) recolectar con ojo crítico los propios recuerdos mediáticos, permite hacer una primera entrada a la forma en la que los medios construyeron ese imaginario que pretendemos analizar.

Las áreas de estudio que se van a entrecruzar son: el carácter histórico y social del género, haciendo foco en las subjetividades masculinas tradicionales; el deporte (en nuestro caso el fútbol) y su vínculo con los procesos identitarios masculinos; y la narrativa televisiva como productora y reproductora de ciertos órdenes simbólicos. De este entrecruzamiento surge la intención de identificar las características y contradicciones en las representaciones del varón de fútbol que se presentan en este material televisivo. Consideramos que esta intersección propuesta puede ser un aporte al fortalecimiento del vínculo entre los estudios en comunicación, cultura de masas e identidad masculina enfocados en el fútbol (Alabarces, 2000; Antezana, 2003; Archetti 1985, 1995, 1998, 2003; Conde y Rodríguez, 2002) y las investigaciones de diversas disciplinas, como la la

sociología (Olavarría, 2001)¹ y la antropología cultural (Fuller 2001)², que se enfocan en los procesos de construcción de las identidades masculinas en Latinoamérica. De allí nuestro interés en pensar el rol de uno de los medios masivos de mayor calibre en la historia de los mass media, en relación a las problemáticas de las identidades de género en la región, y en particular, abocarnos a un universo discursivo local de suma importancia para las masculinidades regionales, como lo es el fútbol.

Desarrollar esta articulación puede ayudar a tender las primeras líneas organizativas para la producción y lectura de este trabajo. Cuando hablemos de masculinidad nos apoyaremos en la línea de Raewyn Connel y su noción de *proyecto de género* en tanto “procesos de configuración de la práctica a través del tiempo” (1997:6). En otras palabras, hablaremos de género en términos de patrón, estructura o sistema cultural que ordena y organiza todas nuestras relaciones y prácticas sociales en la vida cotidiana. Este ordenamiento performa mandatos y roles, en definitiva una forma de ser y estar en el mundo, en este caso para los sujetos nacidos con pene, al mismo tiempo que excluye las identidades que presenten algún tipo de resistencia al modelo propuesto.

En 2001, el sociólogo José Olavarría llevó adelante un trabajo que resulta interesante para nuestra investigación, en el que muestra cómo, para su población estudiada³, ser reconocido como hombre implica una carpeta de evidencias, un curriculum que lo demuestre a través del tiempo. El autor plantea que:

Al relatar, los varones acerca del proceso de hacerse hombres, se referían a la transformación que los llevó desde niños a adquirir una identidad masculina adulta; indicaron un proceso, en el que debieron superar "pruebas" para alcanzarla (2001:21).

Esas vivencias experimentadas como *pruebas* son la materialización de los mandatos sociales a los cuales los sujetos deben adaptarse a fin de demostrar (y demostrarse a sí mismos) que se es un hombre, a la vez que se prepara para serlo en el futuro. En términos de Olavarría esto puede leerse como una doble demanda que estará ligada estrechamente a las etapas de la vida del varón (la infancia, la

¹Olavarría, J. (2001). *¿Hombres a la deriva? Poder, trabajo y sexo*. Santiago de Chile: FLACSO

² Fuller, N. (2001). *Masculinidades. Cambios y permanencias*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

³ Hombres entre 20 a 60 años, en Santiago de Chile.

pubertad/adolescencia, la adultez): “En cada momento esa disyuntiva tendrá una particular forma de resolución aceptable” (Olavarría, 2001:22).

Podríamos entonces pensar que la identidad masculina se conforma en un itinerario de género tentativo en el cual hay ciertos lugares o vivencias a lo largo del camino que deben transitarse para confirmar-me como un hombre. En ese camino la transición entre la niñez/adolescencia y la adultez parece ser de suma importancia. En ese período, explica Olavarría, el varón alcanzaría su máxima expresión por medio de vivencias fundamentales para la transformación del niño en proyecto de varón adulto.

En esta línea, la antropóloga Norma Fuller (1997) relata cómo frente a la pregunta de cuándo se habían sentido hombres por primera vez, las respuestas de ciento veinte entrevistados⁴ dejan ver una serie de vivencias percibidas como necesarias a la hora de alcanzar el carnet social de la hombría. Dentro de esa matriz de demostraciones necesarias se destaca esa transición entre la adolescencia y la adultez mediante una diferenciación del tipo de atributos o cualidades solicitadas. La primera implica exigencias asociadas a la virilidad: la primera pelea, a los 10-12 años, la primera borrachera entre el grupo de amigos juveniles, y la primera relación sexual - heterosexual -, que puede ser pública (llevado al prostíbulo por otros hombres) o privada. Luego, aparecen las referidas a la madurez y la responsabilidad: el primer trabajo y la sensación de poder pagar tus primeras cervezas, o el deseo de paternidad son leídos como signos de adultez.

En otras palabras, lo que estamos retomando acá es la idea de que el varón, además de nacer con sexo genital masculino, debe hacerse “hombre” durante los distintos ciclos de su vida. Esa conformación se va a producir mediante la superación de ciertas pruebas que funcionan como ritos de iniciación⁵, en los que el sujeto tendrá la oportunidad de demostrar que sigue el itinerario de la hombría al mismo tiempo que se hará de los atributos y cualidades que la sociedad espera que posea un hombre. En consecuencia, el reconocimiento de esa identidad siempre está en manos de otros hombres que validan ese proceso. José Olavarría afirma que:

En este contexto, para hacerse hombre los varones deben (...): conocer el esfuerzo, la frustración, el dolor; haber conquistado y penetrado mujeres; hacer uso de la fuerza cuando sea necesario; trabajar remuneradamente; ser padres/tener hijo/s, como fruto de lo anterior ser aceptados

⁴ Especificar la población de estudio: hombres peruanos de clase media.

⁵ En referencia a estos ritos José Olavarría dice que pese a no ser reconocidos explícitamente como tales, como los ritos de pueblos ancestrales, tienen un fuerte arraigo en la cultura actual.

como "hombres" por los otros varones que "ya lo son" (2001:20).

Partiendo de este planteo, nos interesa adentrarnos en el campo del fútbol, particularmente en su instancia mediática, entendiendo que en Argentina se trata de un escenario donde se expresa, como afirma Eduardo Archetti (1985), un *ethos* masculino, en el que la virilidad se está probando todo el tiempo. Se la coloca como eje positivo del comportamiento para el imaginario colectivo, en contraposición a la homosexualidad y la pubertad. Como releen Mariana Conde y María Graciela Rodríguez, las últimas son "consideradas formas de identidad negativa, ya que establecen lo que un 'macho' no debería ser" (2000:4). Para Archetti:

El fútbol, en el caso argentino, es un reaseguro de las diferencias padre/hijo y macho/homosexual. El hecho de ser padre y macho nos remite a los polos ideológicos en donde se enfatiza la autonomía, la fuerza, el poder, la autoridad y la madurez frente a la heteronomía, la debilidad, la carencia de poder y autoridad y la falta de madurez (1985:33).

Esta dinámica de polos identitarios en la que la imagen de masculinidad se opone a la homosexualidad y a la pubertad, como figuras significantes de debilidad y falta de madurez (carencias no dignas de un "macho"), nos hace pensar que lo que se construye alrededor del fútbol es un escenario en el que se pone en acción la dramaturgia de hacerse varón. Allí la madurez es signo de mejoría, se valora la experiencia, y la virilidad leída desde la genitalidad simbólica es algo que no debe perderse nunca: "los huevos" no se negocian y en el discurso del fútbol "el puto", no tiene "huevos".

En última instancia, el fútbol podría ser visto como una teatralización, una puesta en escena de la compleja obra de hacerse hombre heterosexual adulto. Así de funcional y ficcional puede ser la realidad en la que actuamos a diario, en la que este deporte como pieza propia de las costumbres de nuestra sociedad, es la arena de (puesta en) práctica del libreto de una masculinidad hegemónica que "premia los cuerpos resistentes, fuertes, triunfadores, atléticos, heterosexuales" (Vidiella, 2010:5)⁶, y que nos exige una

⁶ Vidiella, Judit; Herraiz, Fernando; Hernández, Fernando; Sancho, Juana M. Masculinidad hegemónica, deporte y actividad física, *Movimento*, vol. 16, núm. 4, octubre-diciembre, 2010, pp. 93-115, Escola de Educação Física, Rio Grande do Sul, Brasil.

demostración permanente. Es interesante en este punto retomar la postura de Raewyn Connell, la socióloga australiana que fue pionera en el uso del concepto de masculinidad hegemónica, para pensar al fútbol como una institución cultural en la que "La masculinidad se produce a partir de una materialidad, una determinada manera de vivir, sentir y poner en funcionamiento el cuerpo" (2003:46).

Volviendo a Archetti (1985), es él quien plantea que el fútbol transporta significados y por lo tanto delimita campos de acción y significación social, como un "drama social en el que se vehiculizan visión del mundo y ethos" (1985:4). En esta línea el mismo autor plantea que este deporte no solo es parte de las dimensiones más generales de la sociedad y su cultura, sino que está relacionado al mismo tiempo con la construcción de lo que denomina un orden y un mundo masculino, una arena simbólica que en primer lugar se le reserva a los hombres. Si bien en los últimos años la incorporación de las mujeres en este terreno se ha incrementado (sobre todo con el crecimiento del fútbol femenino y su semi profesionalización en Argentina), aún hoy, y más todavía en el período que vamos a analizar, lo que plantea el antropólogo argentino tiene un peso evidente. "El fútbol es un mundo de hombres, es un discurso masculino con sus reglas, estrategias y su "moral"" (Archetti, 1985:5), una arena en la cual se afirma (y reafirma) la masculinidad.

Como dijimos, cuando nos proponemos observar las dinámicas identitarias que se ponen en juego en el universo del fútbol local nos interesa particularmente su instancia mediática, esa que se construye en torno a la práctica deportiva y lo que pasa a su alrededor. Como señala Gastón Gil (2000), los medios cumplen un rol fundamental en la reproducción de ese sistema simbólico que se entrama en el campo futbolístico y se extiende a las conductas y actividades de la vida cotidiana colectiva e individual.

Al introducirnos en la relación que mantiene la televisión como reproductora simbólica, con el universo emocional e identitario previamente descrito, es necesario indicar que cuando hablamos de los sentidos puestos en circulación en nuestros textos televisivos, no suponemos abordar su totalidad, ni pretendemos decir que estas lecturas sean las únicas posibles. Partimos de la base de los estudios culturales británicos (Hall, 1980; Morley 1980; Hartley 1983) la cual presupone cierta negociación en el encuentro entre los discursos televisivos y sus lectores. Este momento también implica el encuentro con los discursos propios de cada lector, el cual está *sobre/determinado*⁷ por otras

⁷ Los estudios culturales ingleses se construyen desde los presupuestos marxistas de la teoría althusseriana de la *sobredeterminación* y la reproducción de la estructura social por fuerza de los sentidos producidos por la cultura y las propias identidades que los sujetos asumen para sí dentro de esta estructura.

variables identitarias al interior de sus experiencias, al igual que la relación que mantiene con el medio, el nivel de representación con los textos y sus personajes, o el tipo de vínculo con el deporte, entre otros factores.

Si bien el nuestro no es un análisis de recepción, es importante hacer esta aclaración para no caer en la trampa de hablar de los discursos mediáticos como grandes fuerzas ideológicas dominantes que al llegar a los hogares de forma masiva generan una influencia homogénea sobre la sociedad concebida en tanto entidad pasiva. Sin embargo, también debemos mencionar que el hecho de que exista una marcada direccionalidad hacia una audiencia determinada por niños y preadolescentes que comparten un vínculo emotivo con el fútbol, nos hace pensar que el proceso interpelatorio⁸ puede ser más cerrado que dinámico.

Esto nos permite arriesgar que dicha potencialidad de sentido en los discursos mediáticos seleccionados puede ofrecernos, a partir de una lectura crítica, la posibilidad de rastrear una matriz de pruebas que acompaña y constituye a los varones, desde niños, en el devenir identitario del ser varón futbolero en la Argentina contemporánea. Es por ello que nos proponemos rastrear las particularidades de esta matriz; cuáles son los mandatos, atributos y exigencias que cobran valor en la etapa pre adolescente, y cómo son puestas en juego en dichos discursos; qué valores se exaltan, al tiempo que cuales se excluyen; en definitiva si existen huellas⁹ en cada uno de esos discursos que nos permitan encontrar recurrencias, a fin de pensar nuestro objeto como parte de una narrativa transversal que se le presenta al sujeto durante ese proceso constante en el que, tal como señalan Olavarría y Fuller, está poniendo a prueba su hombría en las distintas etapas de su vida.

Pretendemos entonces leer este corpus en clave de una matriz de pruebas y de un itinerario de género -el cual implica una dramaturgia particular-, con miras a echar luz sobre una dimensión que entendemos relevante en el campo de la masculinidad hegemónica contemporánea argentina. Debido a que dimensionamos las limitaciones propias de un trabajo de investigación de grado, tomaremos tan solo como guía o como norte en nuestro abordaje, la relación que guardan estas representaciones con “las prácticas por las cuales los hombres (...) se comprometen con esa posición de género” (Connel, 1997:6).

⁸ La *interpelación*, como explica Jhon Fiske, es “el proceso por el cual el lenguaje identifica y construye una posición social para el destinatario” (1987: 8)

⁹ Aquí retomamos la idea de huella utilizada por Eliseo Verón en *La semiosis social (1997)*. *Huellas en tanto en tanto marcas visibles sobre el discurso que dejan las condiciones sociales de producción o reconocimiento.*

3. Estado del Arte

En el campo de la comunicación social el fútbol y la masculinidad son temas que vienen siendo estudiados desde hace más de 30 años. Esos trabajos previos nos sirvieron como antecedentes del presente trabajo. Se puede señalar a Eduardo Archetti como el pionero, como aquel que de alguna forma introduce los estudios del fútbol en el campo académico en Argentina. En *Fútbol y Ethos* (1985), como señalamos anteriormente, el autor explica que el fútbol es una arena simbólica que está reservada para los hombres, en la cual se construye una identidad masculina, a través de un orden y una moral que establecen lo que está permitido y lo que no (para un hombre).

En 1995 el mismo autor publica *Estilo y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino*, en la que analiza cómo en las dos primeras décadas de esa emblemática revista, desde la construcción de diversos imaginarios del fútbol argentino (el criollo y el británico) se genera una construcción cultural de la noción de masculinidad, la cual tiene valores contradictorios e indeterminados.

Los aportes de Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez a mediados de los noventa sirven de alguna forma para terminar de estructurar el campo. Los diferentes trabajos (*Cuestión de pelotas. Fútbol, deporte, sociedad y cultura* (1996); *Peligro de gol* (2000); *Fútbol y televisión en la Argentina: entre el juego y la mercancía* (1998)) abren paso a nuevas investigaciones en el área. Más allá de lo que trata en específico cada trabajo, el fútbol y la masculinidad quedan enmarcados como objetos de estudio para las Ciencias Sociales en nuestro país (algo que según los autores pasaba hacia ya dos décadas en los países centrales).

El aporte de Mariana Conde y María Graciela Rodríguez en *Intersectando prácticas y representaciones. Mujeres en el fútbol argentino* (2002), es importante para pensar la construcción de la masculinidad de ese varón futbolero, pero desde la negativa. Aunque el foco en ese trabajo está puesto sobre la incorporación de la mujer en el fútbol, las autoras plantean que el fútbol argentino es un espacio donde se reasegura las diferencias entre padre/hijo y macho/homosexual. El primer par marca lo que un hombre debería ser (autónomo, fuerte, con poder), mientras que del otro lado está lo que el macho nunca puede ser (débil, inmaduro, carente de poder).

Las publicaciones de José Garriga Zucal también son antecedentes muy importantes para realizar la presente tesina de grado. Los aportes etnográficos en *Haciendo amigos a las piñas* (2006) y *Soy macho porque me la aguanto* (2004) nos sirven para ver cómo la violencia, y en extensión *el aguante* (concepto general que el

autor venía desarrollando desde hacía varios años junto a Pablo Alabarces y otros académicos), son bienes simbólicos que tienen relación con la construcción de las identidades masculinas aquí descriptas.

En la búsqueda de entrecruzar investigaciones de distintas disciplinas, el trabajo de José Olavarría (2001) es importante a la luz de esta tesina de grado porque, aunque no esté estrictamente vinculado con el fútbol, pone el foco en el hecho de que la masculinidad es una construcción que implica una serie de vivencias y de pruebas que van moldeando esa identidad. En ese mismo sentido tomamos como antecedente los trabajos de la antropóloga peruana Norma Fuller que se enfocan en los procesos de construcción de las identidades masculinas en América Latina: *Masculinidades. Cambios y permanencias* (2001) y *Los grupos de pares y las identidades masculinas* (2003).

Entre las tesis de grado de la Carrera de Ciencias de Comunicación (UBA) no encontramos, hasta el momento, un trabajo puntual en el que se tome como eje la exploración en el proceso de conformación de la identidad masculina durante la infancia y la adolescencia del "varón futbolero" desde las representaciones de una producción televisiva (Cebollitas). Entendemos que nuestra investigación puede ser un aporte desde ese lugar a un campo de estudio que, como dijimos en el comienzo de este apartado, tiene más de 30 años de desarrollo. Sin embargo, existen distintas publicaciones que, aunque no se las pueda encuadrar específicamente en los mismos márgenes de análisis (por no trabajar con un texto similar o por no tener al fútbol como tema) nos aportan desde sus búsquedas y podemos tomarlas como antecedentes en los estudios de construcción de las masculinidades.

En este sentido la tesis de grado de las compañeras Micaela Torné y Florencia Lamartino *El Puntero: Un estudio sobre la construcción de feminidades y masculinidades en un unitario televisivo* (2016), aporta a la idea de pensar cómo un discurso televisivo (en su caso el unitario El Puntero, emitido en Canal 13 durante el año 2011) contribuye a conformar el género (en este caso se posan en la construcción de las corporalidades femeninas y masculinas). Las autoras parten de la idea (que aquí se comparte) de que los textos televisivos son (re)productores de imaginarios sobre roles de género. Por otro lado el trabajo final para egresar de la carrera de las alumnas Andrea Mara Alcalde y Noelia Soledad González *Aprendiendo a ser hombre: una mirada sobre las masculinidades en la revista Maxim Argentina* (2013), trabaja sobre otro tipo de discurso (la revista), pero discute como allí se construyen representaciones sobre la masculinidad, las continuidades, las prácticas y las contradicciones que implican la experiencia del "ser hombre" según el texto discursivo que analizan.

4. Marco Teórico

La propuesta de este trabajo se enmarca en una perspectiva que concibe que el poder real de los discursos reside en su efecto de naturalización, es decir en el eficaz ocultamiento de su carácter de construcción social. Dichas representaciones responden a un punto de vista específico que sólo al presentarse como natural oculta el hecho de que no es el único posible. En otras palabras, lo que aquí se intentará discutir es la pretendida transparencia que proponen los medios y la neutralidad de sus mensajes comprendiendo la construcción de ciertos órdenes simbólicos que tendemos a considerar neutrales, y analizando las distintas representaciones en los discursos seleccionados. Asimismo entendemos que hay que situar los discursos en su contexto, queriendo decir con esto que hay que entender a la comunicación más allá de los medios, atendiendo la producción social cultural de sentido que los excede. En última instancia los medios de comunicación masiva son a la vez producto y productores de una realidad social que es más amplia. Como reza Aníbal Ford (1994)¹⁰ “Los medios son poderosos pero también es poderosa la producción social cultural que pasa por fuera de ellos” (1994:129)

Entendemos también en este sentido que el objeto de estudio que seleccionamos (una telenovela costumbrista infantil que tiene al fútbol como un elemento eje) es parte de la cultura popular. No pretendemos elaborar una caracterización (o definición) de popular y/o masivo, ni mucho menos creer que aportamos algo novedoso a esta discusión. Retomando a Stuart Hall (1984) pensamos en la cultura popular como un campo (en este caso de estudio) en constante negociación, adaptación, tensión. Como explica Anibal Ford (1994) pensamos que hay que “reconocer que es imposible analizar la cultura popular sin admitir su relación (sus múltiples relaciones) con los medios y viceversa” (1994:76). Desde ahí recogemos los trabajos en el campo de fútbol y masculinidad que en nuestro país ingresan definitivamente al campo académico desde Eduardo Archetti (1985) en adelante, teniendo desde ahí como otros referentes a Pablo Alabárce, María Graciela Rodríguez, Marina Conde, José Garriga Zucal entre otros. Es entonces en esta perspectiva que retomamos, como concepto guía (por decirlo de alguna forma), al fútbol como una arena simbólica (con todo lo que esto implica) reservada para los hombres, en la cual se afirma y reafirma la masculinidad de los mismos, un “drama social en el que se vehiculizan visión del mundo y ethos” (Archetti, 1985:4).

¹⁰ Ford, Anibal (1994): “Los medios. Tráfico y accidentes transdisciplinarios” En *Navigaciones. Comunicación, cultura, crisis*, Buenos Aires, Amorotu.

Para seguir este capítulo retomamos dos conceptos fundamentales de los estudios en medios de comunicación. El primero de ellos es el de **representación** que, tal como ya esbozamos, implica que los medios ofrecen una determinada visión del mundo en donde la realidad se ve representada y no es un reflejo transparente ni neutral. Estas representaciones, como sostiene el académico especializado en medios y comunicaciones, David Buckingham (2003), “nos invitan a ver el mundo de unas maneras determinadas y no de otras [...] son forzosamente <sesgadas> y escasamente <objetivas>” (2003:100). El segundo concepto es el de **identidad**, que también resulta esclarecedor ya que sirve para vislumbrar las construcciones presentes, sobre “quiénes son ‘nosotros’, ‘yo’, ‘ellos’” considerando que “los medios están constantemente dedicados al proceso de representar individuos y grupos dentro o fuera de nuestra esfera normal de referencia” (Ferguson, 1997:20). Se relaciona este concepto inevitablemente con el de representación, ya que la identidad es un tipo particular de representación de grupos sociales, que moviliza procesos de interpelación y de reconocimiento. Como dice Fernando Hernandez (2009) “[...] la historia de la cultura visual está vinculada a la creación de identidades y miradas sobre la realidad en la que se producen y sobre las subjetividades que las miran” (2009:15).

Para revisar el proceso de identificación, interpelación y reconocimiento en los productos mediáticos, en función de la construcción de una determinada manera de ser varón, retomamos dos líneas teóricas de forma complementaria. En primer término hablamos de los estudios que abordan la cuestión moral en el lenguaje audiovisual y la identificación de los personajes. Retomamos de esta mirada el concepto de **la empatía con el lenguaje audiovisual**, como señala Davis (1980)¹¹, un factor multidimensional a través del cual los espectadores se comprometen o identifican con el relato o lo que les sucede a los personajes. Nos interesa ver de qué manera el estilo costumbrista con sus estereotipos y familiaridad nos invita a ponernos en la piel de los protagonistas, a sentirnos como uno más de la historia. Una suerte de fase del espejo mediático, en la que los espectadores pueden sentirse identificados con las representaciones que ven a diario. Y en segundo lugar, trabajamos con los autores Berger y Luckman (1968) para revisar cuál es **el orden social propuesto en la narrativa** a fin de reconocer el conjunto de normas, valores y reglas que se presentan como lo natural y esperable para los preadolescentes, así como aquello que se conceptualiza en tanto lo desviado. Continuamos también con la lectura de estos autores y su concepto de **habitación** para

¹¹ Davis, M.H. (1980): “A multidimensional approach to individual differences in empathy”. Catalog of Selected Documents in Psychology, 10, 85, p. 1-17.

pensar de qué manera la repetición de determinados actos o mensajes, y la sanción de otros, va generando pautas de acción que pueden reproducirse sin esfuerzo, o necesidad de ser explicados.

En última instancia nos apoyamos en la articulación de la noción de Connel (1997) de **proyecto de género**, en la que se presta especial atención a la dimensión práctica, y la elaboración, por parte de Bourdieu (1991), del concepto de **habitus** que condensa toda la importancia de esta dimensión. El habitus de un campo es ese “sistema de disposiciones adquiridas, permanentes y generadoras” (Ibíd, p.3). Dentro de un campo social en el que conviven y se relacionan individuos, según determinados fines o valores, en la que existe siempre una malla de principios de acción que organiza y genera prácticas y representaciones. Este sistema instituido que se conforma a lo largo de la historia condiciona las prácticas que se desarrollarán en el juego cotidiano. No hablamos aquí de una dimensión racionalizada y consciente, sino de aquellos conocimientos que damos por supuestos y que se expresan como una forma de vivir, como actos de sentido común, de significados compartidos. Son prácticas y simbolizaciones regulares dentro de los límites de lo posible. En estos términos Bourdieu explica en uno de los pasajes de *Estructuras, habitus, prácticas (1991)*: “El habitus, como sentido práctico (...) es aquello a través de lo cual la institución encuentra su plena realización: la virtud de la incorporación que aprovecha la capacidad del cuerpo para tomar en serio la magia performativa de lo social” (1991:10). Esto nos permite pensar los condicionamientos con los que se desarrollan las actividades y discursos de los sujetos dentro de un campo determinado cuyas leyes se expresan en todos los actos que el mismo considera cotidianamente naturales.

Por último, hacemos uso del concepto de **sexualidad** desde la perspectiva propuesta en la bibliografía producida por el gobierno nacional a partir de la sanción de la Ley 2615¹², conocida como la Ley de Educación Sexual Integral promulgada en 2006, que retoma la definición propuesta por la Organización Mundial de la Salud en la que se propone superar la una visión biologicista y genitalista.

(...) una dimensión fundamental del hecho de ser humano. [...] Se expresa en forma de pensamientos, fantasías, deseos, creencias, actitudes, valores, actividades,

¹² Sancionada el 4 de Octubre de 2006, se conoce como la ley de Educación Sexual Integral y establece en su artículo 1 que todos los educandos deben recibir educación sexual integral en los establecimientos educativos a nivel nacional, provincial, de la Ciudad de Buenos Aires y municipal ya sea en establecimientos públicos o de gestión privada.

prácticas, roles y relaciones. La sexualidad es el resultado de la interacción de factores biológicos, psicológicos, socioeconómicos, culturales, éticos y religiosos o espirituales. [...] En resumen, la sexualidad se practica y se expresa en todo lo que somos, sentimos, pensamos y hacemos”.¹³ (Bargalló, 2012).

4.1 Masculinidad: reconstrucción teórica

En este apartado revisaremos un concepto teórico clave en el presente trabajo: **la masculinidad**. Sin intención de realizar una reconstrucción cronológica sobre el desarrollo y los usos del mismo, nos centraremos en las definiciones más relevantes y útiles a los efectos de nuestra tesis.

Nos basamos en la línea teórica que sigue la socióloga australiana Raewyn Connel (1997) con su noción de **proyecto de género** a partir de la cual se entiende al género como un patrón, estructura o sistema cultural que ordena y organiza todas nuestras relaciones y prácticas sociales en la vida cotidiana. Es entonces desde la idea de las relaciones de género entendidas como sistema de relaciones de poder (opuesta a la visión biologicista) que se analizará aquí la idea de masculinidad. Nicolas Grollmus (2012) habla de los estudios de género como aquellos que logran ubicarse como categoría de análisis de las desigualdades sociales en tanto producciones de una caracterización social de la sexualidad humana, no meramente desde la mirada del sexo biológico, sino a partir de “un proceso socio-regulador que ordena el espacio social” (2012:38). Desde esta postura, el género aparece siempre en un contexto relacional, se define en relación a una otredad (Burin y Meler, 2000).

Grollmus agrega algunas consideraciones importantes que retoma de la lectura de Burin y Meller (2000): que esas relaciones de poder a partir de las cuales los estudios de género permiten el análisis, no refieren a un poder definido, estático, o que se pueda autodefinir, porque siempre supone el poder de unos sobre otros. Y en segundo lugar, que es una construcción histórico social que se produce a lo largo del tiempo de distintas formas (Burin y Meller, 2000:24). Por último, si se piensa al género desde una noción totalizadora, se invisibilizan las diferencias subjetivas, cayendo en el error de pensar en

¹³ Reunión de Consulta sobre Salud Sexual convocada por la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), en colaboración con la Asociación Mundial para la Salud Sexual, que se realizó del 19 al 22 de mayo de 2000, en Antigua Guatemala, Guatemala.

un “género puro”, lo que impide entender que el género mismo está atravesado por otros aspectos relevantes de la subjetividad.

Por su parte Bourdieu en “La dominación masculina” (2000) es quien plantea que la dominación del hombre es producto de una violencia en gran medida invisible para sus víctimas, que se ejerce mediante mecanismos en su mayoría simbólicos, lo cual es posible por la “transformación de la historia en naturaleza y la arbitrariedad cultural en natural” (2000:12). El autor plantea que naturalizar las características de lo que determina las diferencias sexuales, termina inscribiéndose en una cosmovisión que tiene raíces en una topología de lo sexual a través del cuerpo social, lo que genera una división de las cosas y las distintas actividades según el sexo en relación a un sistema de categorías opuestas: arriba/abajo, público/privado, delante/detrás, activo/pasivo, etc. Las oposiciones no son azarosas sino arbitrarias y se inscriben en un sistema que aparece como una sobredeterminación respecto a lo orgánico y lo biológico. Cualquier desigualdad entre hombres y mujeres no surge entonces de diferencias sexuales supuestamente naturales, sino porque existe una sexualización de los cuerpos, los espacios y la historia en sistemas de opuestos que no son más que una forma de ordenar la sociedad. La diferencia biológica entre los cuerpos femenino y masculino, la diferencia anatómica entre los órganos sexuales, aparece entonces como una justificación y al mismo tiempo un garante de tipo natural para diferencias que son establecidas socialmente entre los sexos (en especial la de la división sexual del trabajo). El autor agrega que la fuerza del orden masculino es tan potente que no necesita justificación ya que “la visión androcéntrica se impone como neutra y no siente la necesidad de enunciarse en unos discursos capaces de legitimarla” (Bourdieu, 2000:22). Ese orden social que plantea Bourdieu es una máquina simbólica que ratifica la dominación masculina en la que el mismo orden se apoya.

“El mundo social construye el cuerpo como realidad sexuada y como depositario de principios de visión y de división sexuales. El programa social de percepción incorporado se aplica a todas las cosas del mundo, y en primer lugar al cuerpo en sí, en su realidad biológica” (2000:22)

En este sentido entendemos que las masculinidades son construcciones sociales y culturales se hallan contenidas dependen en contextos históricos, sociales, económicos y políticos. Cómo hemos dicho en la introducción: los hombres no nacen, sino que se

hacen (algo que complementa lo que Simone de Beauvoir escribía: “mujer no se nace”). Las características de la masculinidad resultan ser efecto de un proceso de socialización orientado desde concepciones sociohistóricas determinadas, y de ningún modo un producto natural.

Otro autor que aporta a la construcción del concepto de masculinidad es Josep Vicent Marqués. El sociólogo español en *Varón y Patriarcado* (extracto de *Sexualidad y Sexismo*, 1992) explica que esta operación de construcción social tiene dos caras: por un lado reducir las diferencias personales potenciales entre los individuos varones y por otro aumentar las diferencias que todos los varones podrían tener con las mujeres. El autor argumenta que la sociedad patriarcal apunta a construir varones y mujeres a partir de una identificación sexual, y si bien no siempre logra reducir todo a estos únicos dos modelos puros, las trata como si lo consiguiera y evita que haya conciencia de las similitudes. Este “Modelo-Imagen” (Marqués, 1992) del varón es amplio, tiene muchas posibilidades de identificación y no es estático ni fijo. El autor plantea que un varón puede no sentirse lo suficientemente fuerte físicamente, pero sí inteligente, que no es ni más ni menos que otra de las cualidades que el sistema le tiene guardada al varón.

5. Metodología

En esta investigación trabajaremos desde un enfoque cualitativo, mediante un análisis discursivo de las unidades de observación y un posterior ensayo en el que se intentará poner en diálogo el marco teórico presentado . El recorte espacio temporal dispuesto para la selección del programa apunta a trabajar con un producto cultural televisivo infantil y preadolescente que se emitió en el periodo 1997-1998 con el objetivo de poder ver la identidad del varón futbolero que se construye en dicho producto mediático.

Dentro del objeto se hará un recorte que se justifica en la imposibilidad de abarcar el completo de las emisiones diarias, entendiendo que este recorte debe tener también un fundamento en relación a los objetivos de nuestro estudio. Es por ello que la observación, como fuente de datos elegida, y el posterior análisis se realizará sobre la primera temporada de Cebollitas, considerando que el éxito de audiencia de esta edición lleva a la producción de un segundo año de programa.

Nuestra posición de investigadores nativos se relaciona con el objeto estudiado. El interés en el tema surge, en primera instancia, de la propia historia compartida con el material seleccionado y la práctica deportiva en torno a la que se construyen los discursos. Y luego, por el deseo de poder estudiar la matriz social simbólica en la cual hemos conformado buena parte de nuestras propias subjetividades. Con la atención puesta en no caer en la trampa de un sujeto centrado en objeto, creemos que la experiencia práctica al mismo tiempo que nos desafía como investigadores, brinda conocimientos territoriales provechosos para la lectura de las narrativas.

6. Justificación del Corpus

La televisión es el medio de masas por excelencia, el canal audiovisual que llega a mayor cantidad de consumidores y, sin dudas, la experiencia comunicacional más impactante del siglo XX
Carlos Scolari (2009: 189)¹⁴

Cebollitas, nace como un complemento de género de la tira infantil ícono de la televisión argentina de los años 90: Chiquititas. Un programa producido por Cris Morena desde 1995 a 2001, en el que un grupo de niñas y niños huérfanas o abandonadas conviven en un orfanato llamado Rincón de Luz, en el que de alguna manera se busca mostrar que allí encuentran un refugio de “amor y alegría” frente a sus dolorosos días pasados. Bien vale dejar en claro que esta descripción trata de reponer una sinopsis tipo “oficial” y no hacer un análisis crítico exhaustivo. Las dos producciones emitidas por la señal de Telefé se posicionan como consumos infantiles coetáneos en los que se puede leer una intención de segmentación por género de la audiencia, por supuesto, de manera binaria: Chiquititas para las chicas, Cebollitas para los chicos.

En ese guión normativo del género masculino (argentino al menos) del que venimos hablando el fútbol es uno de los principales indicadores de lo que es “de varón”, comparable, como producto de entretenimiento cultural, quizás con las muñecas y las princesas para las niñas¹⁵. El fútbol aparece entonces como un parte aguas de esa división identitaria de género. Si hay que hacer un programa para varones, el fútbol asegura la correspondencia como el producto cultural más consumido por hombres en nuestro país. Así lo confirma, en términos comerciales, Enrique Torres, autor de la serie vespertina en una entrevista que le realizó Guillermo Courau en 2021, para el diario La Nación.

“Con Enrique (Torres) vimos que no iban muchos varones al teatro a ver Chiquititas, por más que fueran seguidores del programa. Ahí surgió la idea de desarrollar una propuesta para que se engancharan más, por eso se nos ocurrió ir por el fútbol. Desde la previa en diciembre, cuando se hizo el anuncio, hubo mucha expectativa que después se tradujo en números de rating.

¹⁴Scolari, Carlos (2009) *This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión en ¿ Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era. El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, 159-187.

¹⁵ Para profundizar sobre la relación entre estos productos culturales y la crianza de las mujeres leer Dime qué mujeres crías y te diré qué sociedad eres en *7 Frases machistas y cómo combatirlas* de Ale, Noelia y Menichini, Agata, 2018, Buenos Aires

Metimos 18 puntos en pleno verano, tremendo.” (Daniel Datola, 2021)¹⁶

6.1 La televisión: el gigante de la segunda mitad del SXX

Creemos que resulta de suma importancia concentrarnos en el medio televisivo a la hora de estudiar la participación de los medios de comunicación en la construcción de la identidad masculina tradicional durante el último lustro del siglo XX. Eso que desde la sociosemiótica podemos nombrar como el peso de la vida mediática en el conjunto de la vida social.

Es cierto que actualmente la televisión como medio masivo de comunicación *broadcasting* deja cada vez más lugar en nuestro tiempo de consumo a los medios y plataformas digitales¹⁷. Sin embargo, allí seguimos accediendo a una considerable suma de contenidos televisivos que son levantados e intervenidos por usuarios de plataformas como Instagram, Twitter, Twitch, entre otras, para la posterior realización de sus propias producciones. Por otro lado, el acceso a internet en el periodo en que se emitió el producto cultural seleccionado no tenía los niveles de penetración que conocemos hoy día, y todavía faltaban algunos años para que fuese fuente de contenido audiovisual para el consumo cotidiano¹⁸. Por lo que consideramos que la televisión como medio de comunicación durante el período 1997-1998 ocupaba un lugar central en los hogares.

Sin duda que la revisión propuesta está sometida a un recorte arbitrario de la inmensidad discursiva que inunda, parafraseando a Alabarces (2000), con las aguas del fútbol, toda nuestra agenda cotidiana. Más allá de los eventos en sí, buena parte de nuestro día a día se discute en aguas (términos) deportivas/os, o podríamos decir que para una parte de la sociedad todo se habla a través del fútbol. Esta línea también es trabajada por Antezana (2003) al referirse a la verbalización performática del deporte. Esa expansión rizomática y dominante que se abre paso una vez ya finalizado el evento

¹⁶“ Cebollitas: el éxito infantil que, 25 años después, quedó en el centro de una polémica”, La Nación; 22/10/2021;

<https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/series-de-tv/cebollitas-el-exito-infantil-que-25-anos-despues-queda-en-el-centro-de-una-polemica-nid22102021/>

¹⁷ En esa transformación tienen un papel central la digitalización, el crecimiento de internet, el incremento inconmensurable del flujo de información y la posibilidad de disponer personalizadas todo ese contenido a partir del desarrollo de tecnologías, las mercancías y soportes para los dispositivos móviles. Otro terreno propicio para futuros estudios sobre comunicación y fútbol.

¹⁸ Podemos considerar la fundación de la página web YouTube, en febrero de 2005, como un hito de referencia. Teniendo en cuenta que entre la fundación y la explosión masiva a nivel global siempre hay una diferencia temporal.

deportivo, o en la periferia del mismo, y se sobreimprime en el resto de nuestras prácticas hablantes con la que explicamos nuestras realidades y contextos. Lo que nos hace pensar que en ese universo discursivo¹⁹ se exponen buena parte de los acuerdos o lugares comunes sobre los que dialoga un grupo social determinante para el estudio de las relaciones de género, como el de la masculinidad tradicional con el resto de la sociedad.

Pablo Alabarces nos introduce a los *Estudios sobre Deporte y Sociedad* (2000) con una reflexión que permite pensar en la importancia de ese registro discursivo, a la vez que alerta del desafío que puede presentar el estudio de lo que es parte de nuestras propias subjetividades:

“El deporte (principalmente el fútbol en Argentina) se sobreimprime a situaciones identitarias clave: la socialización infantil, la definición de género —especialmente, la masculinidad—, la conversación cotidiana, la constitución de colectivos. Situaciones que involucran al propio observador, que recorren su cotidianidad.” (2000:13)

Para los autores de esta tesis, particularmente, este producto de la industria cultural forma parte de una trayectoria vital en la conformación de su subjetividad masculina, y de una etapa de suma importancia para la conformación de su identidad y su sexualidad. Tal como lo plantea Alabarces, al igual que todo lo que rodeaba y formaba al universo fútbol (el cuadro del cual fuimos hinchas, las figuritas, las remeras, las ligas internacionales, los ídolos, los juegos de recreo y el club) Cebollitas formó parte de nuestra socialización infantil, nuestra conversación cotidiana y nuestra definición de género, por su puesto.

¹⁹ La imagen del universo discursivo que queremos trabajar es ese magma de palabras y expresiones hablantes que sirven para nombrar, organizar y pensar nuestra vida entera a partir de una comparación con lo que sucede en los eventos deportivos. En otras palabras es magma de metáforas para representar nuestro día a día.

6.2 La televisión y el fútbol

A comienzos de este siglo Alabarces (2000) señalaba que el deporte era y posiblemente siga siendo, “la principal mercancía massmediática, el género de mayor facturación de la industria cultural, el espectáculo de mayor audiencia de la historia de la televisión galáctica” (2000:17).

En esa línea es interesante pensar que tan solo un mes después del arribo de la televisión al país, el 17 de octubre de 1951, la transmisión de un partido de fútbol se hizo visible en las pocas pantallas chicas que habían llegado al territorio argentino. El 18 de noviembre respectivo se emitió en diferido por Canal 7 un San Lorenzo vs. River, que se disputó en el antiguo estadio Gasómetro en Avenida La Plata, el resultado finalizó 1-1 (López y Lopez, 2012). Allí comienza una larga historia en la que se formó un estrecho vínculo entre dos fenómenos culturales masivos: el fútbol y la televisión.

Se levanta una historia de 50 años entre los primeros telespectadores de a pie en las calles hasta la grilla con señal activa desde media mañana a traspasado en la que los productos ofrecidos se van diversificando con la incorporación de algunos géneros y formatos de la textualidad televisiva del entretenimiento, como la entrevista, la mesa de debate²⁰, el humor, o incluso la telenovela que van acompañar a los tradicionales informativos. El vínculo “televisión deportiva”, incluye aquí las señales exclusivamente abocada a los deportes²¹ y además toda una producción televisiva que los involucra como uno de sus temas²².

Elipsis mediante pasemos a observar a la televisión durante los años 90 y la primera década del 2000, el medio de comunicación masivo broadcasting con más audiencia en Argentina. Ingresando a los hogares de cada vez más familias²³ con su

²⁰ “Polémica en el fútbol, un programa de debate pionero, con participación de protagonistas e hinchas en el estudio. Nació en 1961 en Canal 9”, en Lopez Andrés (2012). Primeros apuntes de la historia del periodismo deportivo.

²¹ Identificamos aquí a las Señales como Tyc Sports, los canales de las cadenas Fox Exports y Espn, DeporTV en la televisión abierta y la fugaz historia de la señal de dueños brasileños PSN.

²² Aquí hablamos principalmente de programas que se emiten en señales de cable o aire que no dedican el total de su contenido al deporte. Entre estas producciones podemos destacar tiras de ficción durante la semana laboral, y las emisiones dominicales que se encargaban de contar el minuto a minuto de lo que pasaba en los estadios y canchas del país.

²³ En 1989 “el 92% de los hogares argentinos contaba con al menos un televisor, aunque vastas zonas rurales escasamente pobladas no disponían de una sola señal clara para sintonizar con una antena de regulares dimensiones” y “Argentina fue el país latinoamericano con mayor prestación de servicios de radiodifusión por cable, con una cobertura a fines de 1994 que superaba los cuatro millones de hogares. Esto significó que casi la mitad de los hogares argentinos optó por abonarse a este servicio en Rossi, D. (2009). La radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo

programación extendida por el crecimiento de la oferta de servicio de radiodifusión por cable, principalmente en manos de las empresas operadoras “Multicanal - Clarín, Produfé (Telefé), y Video Cable Comunicación” (Rossi, 2009:12). Se sumaba en este tipo de servicio una lista de canales que incrementaron y diversificaron la oferta televisiva que se ofrecía por aire. En esa diversificación aparecieron los canales exclusivamente deportivos, principalmente de capitales extranjeros, ESPN y Fox Sport, y una opción de capitales nacionales, Tyc Sports. La reproducción de ese sistema simbólico del que hablaba Gil encuentra un aliado sin igual.

Pese a la alta penetración del cable, los canales abiertos capitalinos se mantuvieron por lejos a la vanguardia del rating. El esmero puesto por los canales de cabecera para proporcionar una programación atractiva, sumados a la tradición de consumo del nuevo abonado al cable, llevó a que, al menos hasta 1995, la suma del rating de todas las señales de cable distribuidas en Capital Federal no llegará a igualar el rating de los canales 9, 11 o 13 por separado. (Rossi, 2009:11)

Este dato es importante mencionarlo a la hora de pensar en nuestro corpus: Cebollitas. Una telenovela infantil que se emitió por Telefé durante dos temporadas (1997-1998) que narra la historia de un club de barrio y su equipo de fútbol de varones. Pero ésta no es una producción aislada. El subgénero (si así se puede llamar) de telenovela con historias narradas alrededor del deporte se ubica en los horario prime time de la televisión por aire argentina a finales de los 90 de una manera abrumadora. Tan solo en un año se emiten Carola Casini (1997), RR:DT (1997) y Cebollitas (1997). En esta ola nuestro objeto se ofrece como la única tira de carácter infantil en el segmento, emitida por Telefe a las 17:00 hs de lunes a viernes. Fútbol, ficción e infancias la nueva tríada sobre la que se construyó nuestro objeto.

privado-comercial. *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2007)*, 2, 159-188.

7. Desarrollo

7.1 Capítulo 1 Las infancias, el consumo y la televisión en la Argentina de los años 90

7.1.1 Lo que viene, lo que viene

El 1 de enero de 1997 se estrenó en Telefe la serie infantil Cebollitas. Los anuncios arrancaron los últimos días de 1996. La voz del locutor era familiar y sinónimo de novedades: “Enero en Telefe” y esa vez promocionó el estreno de una serie que a nuestros siete y diez años, recordamos, no queríamos perdernos por nada del mundo.

La temática de la novela era sobre todo cercana: la historia de un grupo de pibes que jugaban a la pelota en el club del barrio. “Los cebollitas” era el nombre del equipo que formaban esos varones de entre diez y doce años que representaban a la Sociedad de Fomento 25 de Mayo, el escenario donde transcurre el grueso de la historia. Pero esa denominación no era casual, porque “Cebollitas” fue el primer equipo de barrio en el que jugó Diego Maradona²⁴, cuando todavía era solamente “Diego” o el chico que jugaba al fútbol y daba que hablar. Y señalamos esto porque, como se verá durante el correr del análisis del corpus, la elección del nombre está directamente en vínculo con una imagen y ciertos valores que se quiere resaltar del deporte, relacionados directamente con el amateurismo, los amigos y un color nostálgico de un tiempo pasado que se quiere dar a entender en tanto degradado o corrompido

La tira infantil escrita por Daniel Dátola y Enrique Torres estuvo al aire desde el 1/1/1997 hasta el 2/10/1998, un total de 458 episodios emitidos de lunes a viernes a las cinco de la tarde por la pantalla de uno de los canales de aire más importantes de la Ciudad de Buenos Aires y alrededores: TELEFE (Televisión Federal). La popularidad del programa llevó a diversificar la oferta: para el invierno de 1997 se estrenó la versión teatral en el Teatro Ópera (la misma giró por distintos puntos de Sudamérica); se produjeron dos álbumes musicales (uno por cada temporada); tuvo también su propio álbum de figuritas; además había una revista de tirada mensual en la cual por ejemplo uno de los actores infantiles llegó a posar con quien en ese entonces era el Director Técnico de la selección argentina sub-20 campeona del mundo en Qatar 1997, José Nestor Pékerman, o el entonces jugador de Boca y hoy comentarista deportivo Diego

²⁴ En el elenco de entre más de veinte chicos y chicas aparecía como actriz Dalma Maradona, su hija mayor.

Latorre, entre otras personalidades. Cebollitas fue un éxito televisivo con un promedio de dieciocho puntos de rating en pleno verano, creado y pensado para niños y preadolescentes varones que formamos parte de lo que hoy se conoce como la *generación millennial*. Crecimos con el recuerdo de nuestros padres refiriéndose a una calle en la que, de acuerdo a sus observaciones, “se podía jugar de forma segura” y que, en contraste con nuevas conceptualizaciones en torno a la idea de inseguridad y carácter amenazante del ámbito callejero y público, orientó a la sociedad en un desplazamiento hacia el ámbito privado, con el dominio de “*la tele*”, las consolas de videojuegos y la posterior aparición de “*la compu*”. En ese escenario de transformación y parangón de *argentinas* se sitúa nuestro producto mediático analizado.

7.1.2 Las relaciones terciarias y el crecimiento de la oferta televisiva

Este producto mediático nacional surgió en una televisión que atravesaba un fuerte proceso de transnacionalización caracterizado por la importación de formatos y contenidos, la implementación de la publicidad como principal recurso de financiamiento para los medios y la ampliación de la guía de canales. Esto se tradujo en un crecimiento en cantidad y en tiempo de la oferta televisiva para niños y niñas. La aparición de señales dedicadas exclusivamente al público infantil²⁵ y la producción de ficciones que tienen como protagonistas a esta porción de la sociedad son ejemplos de ello. Como señala la Doctora en Educación Sandra Carli (2006:22)²⁶, este momento histórico nos permite pensar a la infancia a partir de dos rasgos trabajados por Garcia Canclini (1996): las relaciones terciarias que van más allá de los vínculos familiares o propios de las instituciones educativas, hablamos de vínculos con agentes tales como el mercado y los medios de comunicación; y la inscripción de los niños en un mundo global de referencias a partir de una institución como sujetos dentro de estructuras sociales ampliadas.

²⁵ En 1988 se fundó Cablin, la primera experiencia latinoamericana de un canal infantil; En 1990 aparece The Big Channel con el fin comercial de vender los juguetes de Cartan; Cartoon Network llega en 1993 a nuestro país; Magic Kids se funda en 1995 tras la alianza entre la productora Pramer y Cablevisión; a esta primera lista también se suman Discovery Kids y Fox Kids.

²⁶ *La cuestión de la Infancia: entre la escuela, la calle y el shopping*. Compilado por Sandra Carli. Buenos Aires: Paidós, 2006. La infancia y la televisión en la Argentina de los años 90.

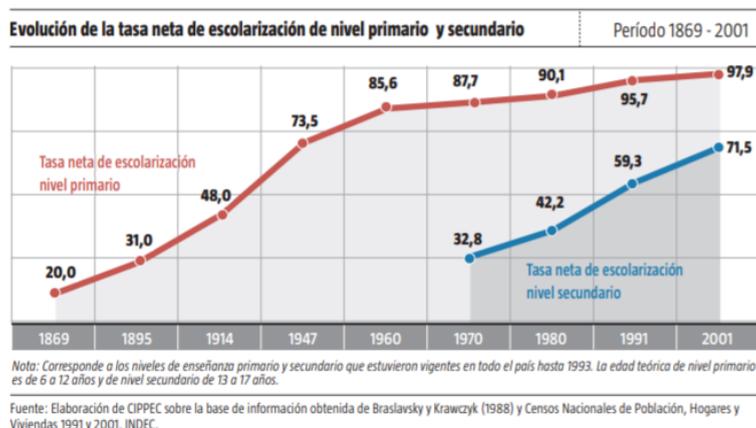
7.1.3 ISI: El estado interpela a la infancia

En relación con esto es interesante retomar el estudio de Daniela Pellegrini (1999)²⁷ acerca de la industria del juguete en Argentina, para historizar brevemente ese camino de institución de la infancia como sujetos sociales ampliados y agentes de consumo. El crecimiento de dicha industria durante los años cuarenta se relaciona, en primer lugar, con la implementación del modelo macroeconómico de sustitución de importaciones, producto de la Segunda Guerra Mundial; por otra parte, con una reorganización del orden familiar a nivel global abre paso a concepciones de la psicología, la pedagogía o el derecho que consideran nuevas necesidades infantiles. En vínculo con esto último el alto nivel de escolarización primaria a nivel nacional (ver gráfico) habilita una expansión en el horizonte de expectativas para los niños, en donde podría divisarse la posibilidad de adquirir un juguete como una nueva necesidad. Podemos ver que durante este período las consideraciones sobre la infancia atravesaban una etapa de cambios que se traduce, a fin de cuentas, en un reposicionamiento de los niños y las niñas dentro de la estructura social. En este escenario, en el momento de mayor expansión de dicha industria (1945)²⁸, el primer gobierno de Juan Domingo Perón, que acababa de asumir el poder, interpretó la importancia de esta nueva significación de la cual se habían investido los juguetes y llevó adelante una política de reparto y distribución de este bien emergente. Una política que puede ser analizada desde distintas perspectivas: como una democratización del acceso a bienes que se relacionan con una consolidación del carácter de bienestar de los chicos asociado al esparcimiento y el juego; y también desde otras miradas que pondrán el foco en la posible búsqueda de un adoctrinamiento que interpeló a la infancia como nuevo sujeto político dentro del proyecto político nacional peronista. En lo que respecta a nuestra observación, es interesante analizar dicho período y política en particular como un momento en el cual se confirma a la infancia como un sujeto social particular al que hay que resguardar al mismo tiempo que se lo interpela en tanto entidad simbólica como consumidora, desde el mercado, y como protagonista de las proyecciones de una sociedad en vistas de futuro, desde el Estado.

²⁷ *La República de los Niños. La función de los juguetes en las políticas del peronismo (1946-1955)* en Revista del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación . Daniela Pellegrini. Buenos Aires, 2000.

²⁸ En 1945 se fundó la Cámara Argentina de la Industria del Juguete, en la que se agrupan productores y distribuidores y se comienza a editar y publicar la revista *Juguete*. Para 1947 el Censo General de la Nación arrojó números que demuestran una sextuplicación de los establecimientos industriales dedicados a la producción de juguetes. Contra 33 establecimientos que se habían registrado en el Censo Industrial de 1935, este nuevo relevamiento registró 259 fabricantes.

Gráfico 1.2



Este momento histórico en el que un Estado de Bienestar interpela a la infancia *por primera vez como sujeto político y por tanto como capaz de convertirse en continuadora de un proyecto nacional* (Pellegrini, 1999:40), marca un precedente en la interlocución entre el mundo adulto y la niñez. Es interesante regresar, luego de esta revisión histórica, al contexto en el que se inscribe nuestro producto mediático analizado para ver qué características presenta este diálogo.

7.1.4 Neoliberalismo: el mercado y nuevos discursos sobre la infancia

Durante el período que va de 1983 a 2001, como señala Sandra Carli (2006), la infancia no escapó a la transformación y empobrecimiento del tejido social en Argentina. Mientras que a nivel global se consolidaba la figura de la niñez como “sujeto de derecho” con el reconocimiento de los derechos de los niños²⁹, un evento que interpela de forma directa a los Estados y sus instituciones; a nivel local la creciente desigualdad y el debilitamiento de los órganos estatales afectaron la posibilidad de cumplimiento de los términos establecidos en dicha convención, para el total de la población en cuestión. Argentina y Latinoamérica en su conjunto estaban atravesadas por las políticas económicas del neoliberalismo que se presentó como una característica troncal de las nuevas democracias de la región. En este escenario, el crecimiento del mercado de

²⁹ El 20 de noviembre de 1989 se firma el tratado internacional que se conoce con el nombre de la Convención sobre los Derechos del Niño, adoptado por la Organización de las Naciones Unidas, en el que se reconoce a todas las personas menores de 18 años como sujetos de pleno derecho. Como antecedente, en 1924 se había firmado la primera Declaración sobre los Derechos del Niño, el primer texto que reconoce la existencia de derechos específicos para la infancia y la responsabilidad de los adultos en referencia.

bienes y servicios apuntado a las infancias (escuelas privadas, jugueterías, videojuegos, maxiquioscos, servicios de cumpleaños, etc) continúa en alza, de la mano de las importaciones de productos materiales y culturales, sin restricciones; al mismo tiempo que se debilitan las instituciones estatales como productoras de mediaciones y representaciones para la población infantil. El abanico de dichos bienes en oferta se multiplica, la globalización tecnológica y cultural propia de la época homogeniza de alguna manera cierta visión sobre la niñez, al mismo tiempo que a nivel local el acceso a dichos bienes es cada vez más desigual, lo que provoca un desfase entre la expectativa de lo esperable o alcanzable y lo que realmente sucede y se alcanza en las condiciones materiales. Siguiendo a Sandra Carli, podemos señalar que así es como surgen en nuestro país dos figuras de la infancia que distan mucho entre sí: *el niño en el shopping* y *el niño de la calle*.

Tras esta radiografía entendemos que, para finales de este período, Cebollitas surge en un contexto caracterizado por: a) una diversificación de los productores de discursos que presentan figuras, imágenes y representaciones de la infancia. Los medios de comunicación, en este sentido, se comportan como agente social ineludible para la aparición y proliferación de las distintas construcciones discursivas, mapa en el cual el Estado ya no ocupa el lugar central que vimos anteriormente; y b) una tendencia global a homogeneizar la representación de lo ideal para la niñez que choca con la realidad material de nuestro entorno.

7.1.5 Cebollitas, el tejido social argentino y la masculinidad

Nos resulta importante poder hacer ese acercamiento a los procesos sociales e históricos a través de los cuales se fueron configurando las figuras de la niñez así como las imágenes que circulan de esta en los discursos sociales ya que sin duda van a entrar en juego con nuestro objeto de estudio. En última instancia, nos disponemos a estudiar de qué manera se presenta y construye la masculinidad infantil en una tira televisiva que para diciembre de 1997, casi a un año de estar en la pantalla argentina, medía un rating de 10,5 y era el programa más visto en su franja horaria³⁰.

¿De qué manera se representan allí las distintas identidades que son vistas por los estudios citados como representativas del contexto histórico en el que se inscribe nuestro objeto? Como señala Jesus Martín Barbero (2003), que la creciente experiencia

³⁰ (03/12/1997) ANTEAYER EMPEZARON CINCO PROGRAMAS. El rating de los estrenos. *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/espectaculos/rating-estrenos_0_Hk5hny-0Yx.html

audiovisual dentro de la que habitamos sea entendida como un proceso de construcción visual de lo social, nos obliga a leer cualquier experiencia cultural como una realidad de representaciones, tal como sucede con el caso de la masculinidad en la infancia durante finales de los noventa.

A su vez hacer una caracterización de la situación económica y social del país y la región resulta fundamental a los fines de estudiar la construcción de las representaciones masculinas durante la infancia y la adolescencia de forma situada. Como se verá más adelante, Cebollitas efectúa una especie de mirada nostálgica de aquellas épocas en que los padres confiaban en que sus hijos podrían jugar a la pelota en la calle, sin considerar ese afuera de la casa como algo amenazante.

Es importante recordar también que la cuestión de la representación del carácter de hombría está fuertemente ligada a la posición y la posibilidad de desarrollo individual en el entorno económico y social que se habita. José Olavarría (2001) subraya este punto en relación a las figuras de hombre proveedor en el seno de su hogar, o autosuficiencia y autonomía frente a sus progenitores y pares. Por ello, conocer la complejidad de las condiciones materiales en la que se comportan los sujetos puede darnos una pista sobre algunos conflictos que pueden presentarse entre ciertos rasgos, roles y mandatos referentes de la masculinidad, y las posibles vivencias y configuraciones subjetivas identificadas alrededor de la hombría.

Un dato planteado por Contartese y Maceira (2006) en su diagnóstico sobre la situación laboral femenina en Argentina abona la relación que acabamos de plantear entre crisis social-económica y crisis de referencias de la masculinidad. Las autoras explican que la aceleración de la incorporación de las mujeres al mercado laboral durante la década del 90 se asocia principalmente al creciente desempleo de los jefes de hogar varones y la depresión de sus salarios reales. Hay dos aspectos importantes en este punto: en primera instancia, la figura de proveedor está cada vez más compartida entre jefe y jefa y eso daña a la masculinidad en un punto frágil, es decir, golpea la figura tradicional del varón adulto en la familia y su aporte a la economía familiar; y en consecuencia, en segundo lugar, la configuración de un nuevo orden familiar que ante la necesidad económica (sumamos a esta causa que el aumento de las mujeres al mundo laboral público se relaciona también con un largo proceso iniciado en los años 60 y con y con avance gradual hasta los 80, que está vinculado a diferentes factores entre los cuales cobran especial relevancia el acceso de las mujeres a mayores niveles educativos y transformaciones culturales que influyeron en el cambio en las pautas de reproducción y fecundidad) precisa que todos los adultos ingresen al sistema laboral y salgan de sus

casas en busca de un salario, lo que abre un escenario en el que la televisión, en pleno crecimiento de oferta de sus productos, asume un rol central dentro de los hogares como fuente de representaciones, información y entretenimiento. En este sentido en relación con nuestra investigación resulta interesante pensar el papel de los medios de comunicación, y en particular el de la televisión, como las nuevas fuentes de referencia discursiva en relación a la sexualidad.

Lo que acabamos de presentar es: cómo la socialización de la infancia y la adolescencia se encuentra atravesada por distintos agentes que generan nuevas subjetividades, nuevas formas de circulación del conocimiento y nuevas maneras de estar en el mundo que redefinen el lugar de los sujetos en la sociedad. Entre esos nuevos agentes están los medios de comunicación, y en este caso la televisión toma un papel preponderante. Lo que se pone en juego aquí es una proliferación de discursos que llevan consigo una serie de representaciones visuales sobre la infancia que están en relación con nuestra realidad cotidiana.

7.2 Capítulo 2 Aspectos alrededor del fútbol y la masculinidad en la agenda mediática y cultural de la década 1990

Sostener que el deporte en general, y el fútbol en particular, constituye un poderoso estructurador de identidades es toda una trivialidad. Sin embargo, investigar la manera en que esas identidades se construyen es una tarea central para las ciencias sociales [...]” (Gil 2002, p. 13)

7.2.1 Cambio de look en una identidad cerrada

En el segundo lustro de los años noventa en el fútbol de alto rendimiento se debate una cuestión de estética y hábitos en relación a la imagen de los hombres que se extiende hasta nuestros días. Un mayor interés por los detalles de su imagen corporal por parte de los jugadores profesionales, es leído como gestos de menor virilidad. 1995: el técnico de la selección argentina, Daniel Pasarella, le exige a sus dirigidos cortarse el pelo provocando así la baja de uno de los jugadores más importantes del plantel, Fernando Redondo (26 años). 1995: Maradona (36 años) vuelve a Boca Juniors, franja amarilla en la cabeza, aros en sus orejas, y besos en la boca con su amigo y compañero Claudio Pol Cannigia. 1997: Martín Palermo (24 años), por entonces en Estudiantes de La Plata, sale en la tapa de la revista *Mística* vestido como Marilyn Monroe, su representante se entera con la publicación en los puestos de diarios y cree que su pase a Boca se caerá por disgusto de dirigentes e hinchas. Todo lo que escapa a una norma es señalado de inmediato, o al menos mirado de reojo en el entorno mediático imperante: Redondo quedaría como quien “no quiso jugar en la selección por una pavada”, y Palermo sería “El Loco”.

Maradona tenía otro crédito. Veamos un breve ejemplo de cómo aparece este tema de la estética y la masculinidad en el programa. Durante el capítulo nueve uno de los Cebollitas, Axel, nota que a Luciana le gusta Jon Bon Jovi³¹, el cantante de rock estadounidense. Su primera reacción mezcla asombro y decepción.

— ¿Te gusta Bon Jovi? ¿Ese no es medio *rarito*? - Suma un gesto con la muñeca para explicitar que *rarito* quiere decir gay.

³¹ Véase en el anexo el link titulado Capítulo 9 parte 2

— ¡No! Ese si es un hombre. No se si te queda claro - Suma un gesto con la mano para explicitar que quizás él no sea hombre.

Tras esta noticia y la necesidad de ser considerado *hombre* por Luciana, Axel sale a la búsqueda de alguna imagen de Bon Jovi. Necesita parecerse a la estrella de rock y llamar la atención de Luciana, aunque eso pueda poner en duda su hombría frente a sus amigos. Para el imaginario de Luciana esta si es una figura de hombre, pero para Axel hay ciertos rasgos que lo hacen dudar de la hombría del cantante estrella. Para buscar una imagen pregunta a sus amigos y a los familiares de estos. Entre los consultados aparece Don Arturo, el abuelo de su amigo el Colo, quien desconoce por completo de quién habla.³²

— No, no lo conozco. Con ese nombre ¿Dónde juega en el Milan?

— ¡No! Es un cantante, Don Arturo

— El cantante, rubio de pelo largo que ahora se lo cortó cortito. Lo ví el otro día en una revista - Comenta su hija, Mecha

— ¡Ah! Seguro que lo agarró Pasarella entonces - Dice entre risas Arturo

La cuestión de Pasarella y el pelo de los jugadores es un tema presente, y es algo que habilita la risa. Por otro lado, Arturo, con sus gestos corporales parece ser reticente a este “desconocido”, para él, personaje de la escena musical, proveniente de Estados Unidos. Es verdad que la explosión del *rock* como movimiento cultural masivo corresponde a las décadas del 50, 60 y 70 (dependiendo del lugar), pero el personaje de Arturo representa a una generación todavía anterior. Su participación en los capítulos incluyen a menudo algún recuerdo nostálgico sobre viejas formaciones de equipos del fútbol argentino, letras de tango o personajes famosos de otra época que no son reconocidos por el resto. Finalmente, Axel consigue una revista y copia el look del cantante: campera de jean, anteojos de sol, y aros en sus orejas. La siguiente escena es un diálogo con Don Lucero³³, su director técnico, durante el entrenamiento:

— Axel, vení. Ustedes sigan chicos.

— ¿Qué pasa? ¿Justo ahora me saca que ando bien?

— Sí, escuchame una cosa: ¿Qué tenés ahí?

³² Véase en el anexo el link titulado Capitulo 9 parte 2

³³ Véase en el anexo el link titulado Capitulo 9 parte 3

- Un arito.
- Un arito, ¿como Maradona? - Suma un gesto de desaprobación.
- No, como Bon Jovi.
- Bueno a ver si te queda claro Axel: Los Cebollitas no usan esas cosas.

Si bien el entrenador luego cede su postura ante el pedido de Axel, en la escena queda evidenciada la intención de representar en la serie la existencia de una población adulta que sostiene una incomprensión respecto de las nuevas expresiones que van adoptando los jóvenes, a partir de las cuales los aretes y el rock no son para reírse, sino para preocuparse. Esto lo vemos a partir de que ante la sola mención de Maradona se muestran gestos de desaprobación del personaje. Si bien en el mundo masculino existe una debilidad para con el máximo ídolo del fútbol nacional, su imagen pública y parte de su vida siempre fue cuestionada. Para los “buenos modales” y la promoción de los valores “correctos” Maradona representó siempre “lo otro” y “lo indeseable”, contrario a lo que se pretendía enseñar a los niños. Su mechón amarillo, sus aros, su forma de declarar, los dopings positivos, e incluso su postura política simbolizan cierta rebeldía, una voz de ruptura en ese mundo tan trivial como lo es el fútbol cuando no puede salir de su propio teatro y se repite a sí mismo, como si nada más existiese. Pero más allá de Maradona, en esa conversación hay una represalia, por parte del adulto, a lo que sale del territorio de los símbolos tradicionalmente masculinos y propone un corrimiento más allá de los límites de lo masculinamente establecido. “La producción sociocultural de subjetividad masculina es primordialmente una operación de definición y exclusión de la otredad” (Sanchez: 2015:66).

Cuando hablamos de establecer límites y fronteras decimos que lo que quede por fuera no será tenido en cuenta como ciertamente masculino. Del lado de afuera están todos aquellos cuerpos, gestos, gustos y prácticas que atentan contra la estabilidad identitaria. Esta operación tranquiliza, la otredad asusta. Esta respuesta hostil se puede leer como un intento, por parte del entrenador, de cuidar o preservar una identidad que se ve amenazada ante un cambio de generación, siempre una amenaza de otredad.

Los Cebollitas son de una manera, o mejor dicho no son de tal manera, y esto explica la importancia del “afuera constitutivo” del que habla Stuart Hall (2003). Lo otro al momento de definir mi identidad, al mismo tiempo que estoy definiendo lo que yo creo que soy, estoy definiendo lo que no soy. El rechazo a una representación que no es propia vislumbra las fronteras de la inclusión al nosotros, presenta las expectativas de creencia y comportamiento. Cuando el individuo se asume como parte de esa identidad,

deja su individualidad y se convierte en sujeto, como parte de una forma construida de cierre. En ese proceso se objetivan los comunes acuerdos que se mantienen al interior del grupo, y toman entidad de realidad, “así somos” y “así no somos”. Pero la conformación de esa identidad y sobre todo de la subjetivación, que se va conformando mediante los discursos y narraciones propias, es un conflicto permanente en el que se nos imponen ciertos modelos y en el que también presentamos momentos de libertad para replantearnos o permitirnos ciertos escapes de lo que damos por cierto. En este caso esa salida que propone Axel, esa diferencia, tiene un seguro de permanencia que se apoya en un código aún más fuerte al interior de la identidad asumida. Porque quien ose pasar los límites deberá mostrar su pasaporte, deberá mostrar a los otros que lo hace porque en realidad es hombre, y no un extraño como suponía sobre Bon Jovi. En este caso: usa un arete, un ornamento “de mujer”, porque busca conquistar a la chica que le gusta, no importa si hace el ridículo en su entorno³⁴. El seguro en este caso es la heterosexualidad. Sobre ese fondo innegociable empiezan a devenir nuevas formas posibles, hay resistencias y censuras, pero cada vez hay más representaciones que se ponen en diálogo con las narraciones más tradicionales. Como mencionamos anteriormente la socialización de la infancia y la adolescencia se encuentra atravesada por distintos agentes que generan nuevas subjetividades, nuevas maneras de estar en el mundo que redefinen el lugar de los sujetos en la sociedad. Observar con atención las representaciones y conflictos que se ponen en juego durante el proceso de socialización es un intento por desmontar la puesta en escena y distinguir cuáles son los discursos que se reproducen y cuáles son los que reciben resistencia en la maquinaria simbólica. En última instancia la potencia práctica de la dimensión simbólica, en este caso, radica en la incidencia que tienen esas representaciones establecidas sobre los modos en los que podríamos representarnos.

7.2.3 Plantarse o no plantarse, esa es la cuestión: entre lo macho y lo caballero

El segundo aspecto presente en la época, posiblemente el más reconocido, son los hechos de violencia en y alrededor de los estadios. Los enfrentamientos entre *las hinchadas*³⁵ crecen y el número de muertos también lo hace en relación directa. Aunque

³⁴ Esto también se ve en los capítulos en el que los cebollitas se visten de mujer para ingresar al vestuario de las chicas, o a una pijamada.

³⁵ Continuamos con la denominación sugerida por el antropólogo e investigador en el área José Garriga Zucal, quien señala con este nombre nativo a una parte de los simpatizantes de los

este no sea un fenómeno que se pueda relacionar solamente con la década de los 90, la Magister en Sociología de la Cultura y Doctora en Ciencias Sociales Mariana Conde (2006) señala que desde la década de los '80 en adelante se producen más del 50% de las muertes contabilizadas en el fútbol argentino desde sus orígenes. Como refuerzo de esta afirmación los datos que arroja la organización Salvemos el Fútbol son contundentes: de las 193 muertes por violencia en el fútbol que ocurrieron durante el siglo XX, 66 se produjeron en su última década, más de un 30%³⁶. Los trabajos de Pablo Alabarces (2000) y José Garriga Zucal (2004, 2007) son fundamentales para comprender de qué manera la violencia, y en extensión *el aguante* en los combates cuerpo a cuerpo se vuelven capitales simbólicos en las *hinchadas*, y en qué medida este tipo particular de acción tiene vínculo con la construcción y constitución de identidades masculinas. Si bien hay otras prácticas dentro de las hinchadas que sirven como herramientas para acreditarse en el universo masculino, como el consumo de alcohol o ciertos gestos corporales, nada es comparable con los enfrentamientos mano a mano. Allí hay una línea divisoria entre los hombres y los "putos" (los que no son hombres), pero también entre los hinchas y los simpatizantes no violentos. Sin embargo en 1994 al final de un superclásico ganado por River 0-2, un cronista entrevista a un hincha de Boca, que asegura que el partido salió empatado, pues parte de la hinchada de su equipo había emboscado y matado a dos hinchas contrarios. La violencia es ejecutada por unos, pero pareciera crecer una apreciación valorativa que excede al grupo autor material. Esto podría verse también en los cantos de hinchada en los que se hace mención a los logros conseguidos en distintos combates cuerpo a cuerpo entre las bandas rivales. Garriga Zucal señala otro tipo de *aguante* que diferencia a su vez al tipo de simpatizante que ya no es necesariamente la hinchada: distinto al *aguante* en el combate y la lucha cuerpo a cuerpo, existe el *aguante* referido al acto soportar al equipo en las tribunas, más allá de los malos resultados o las complicaciones que puedan existir para asistir a los días de partidos. Esos simpatizantes disputan el reconocimiento de poseer otro tipo de aguante. Sin embargo estos simpatizantes "no violentos" hacen uso de los discursos que destacan viejas victorias en combates para destacar el *aguante* que tiene la hinchada de su equipo en comparación con las otras, y aquí se entremezclan distintos capitales simbólicos: ser la hinchada que más canta, la que más gente lleva y la que más pega. En significativo común la que tiene más *aguante*. En estos casos creemos que existe un movimiento identitario en el que las fronteras internas se borran en pos de diferenciarse de una

clubes, que hace referencia a los grupos con cierta organización. Con decisión de evitar la reproducción del término "barras bravas", por la carga valorativa que contiene.

³⁶ <http://salvemosalfutbol.org/lista-de-victimas-de-incidentes-de-violencia-en-el-futbol/>

manera más potente del otro más lejano, los del otro cuadro. Si bien desde los estudios citados es específicamente en el mundo de las hinchadas que se comprueba la masculinidad mediante la práctica y la participación en los combates, los simpatizantes no violentos que están fuera de ese grupo pueden reconocer el enfrentamiento cuerpo a cuerpo como una herramienta de legitimación de la masculinidad, aunque allí no lo practiquen. Y si bien los combates entre hinchadas, el gran ring de la masculinidad, no es terreno para todos, habrá otras arenas en las que se podrá demostrar el valor del aguante cuerpo a cuerpo.

Nuestro objeto de estudio no se recorta a las hinchadas, está claro, pero sí nos interesa ver de qué manera el elemento de la violencia trasciende más allá de ese escenario y se replica en otras arenas sociales como pueden ser las prácticas de socialización de un grupo de jóvenes en su barrio. La violencia, en este caso, puede no presentarse como el elemento fundamental para la legitimación del género, pero sí se la reconoce como muestra de un capital a poseer dentro del proyecto masculino, *la virilidad*. Por virilidad se entiende al conjunto de características que socialmente se espera que posea un varón u hombre adulto que comprenden la fuerza física, el control de las emociones y el uso de los órganos sexuales. Y las pruebas de virilidad son aquellas circunstancias en las que un varón se ve presionado a demostrar que posee dichas características. Durante el capítulo once, dos de Los Cebollitas, Gastón y Coqui, charlan mientras caminan por la calle y se encuentran en una esquina con Los Power³⁷, los rivales y vecinos del barrio, lo que en el fútbol se conoce como “el clásico”.

- ¡Ey, hasta ahí! Acá no pueden pasar, esta es zona de machos, esta es zona de ganadores.
- ¿Qué te pasa bocón? - Contesta Coqui.
- Pasa que Los Power somos machos, no como algunos. — Coqui se quiere pelear, Gastón lo frena.
- Parece que Los Cebollitas van a pasar por caja, quieren cobrar.
- Pará Coqui, ¡Vamos! - Dice Gastón
- ¡Ay! Vamos Coqui, Vamos. ¡Nenita! - Responde un power.
- ¿A quién le decís nenita?- Arranca la pelea. En ese momento aparece Don Lucero en su taxi y baja al ver la situación.
- ¿Qué pasa vino papito a buscarlos?
- Si se ve que no son machos

³⁷ Véase en el anexo el link titulado Capítulo 11 parte 1

— No, no son machos - responde Don Lucero - Son hombres.

En este fragmento se presenta una compleja relación entre la territorialidad, el dominio y la hombría que trataremos dilucidar. Hay una disputa por la territorialidad barrial que comparten los dos clubes, en la que el espacio físico es considerado en términos de autoridad y dominio, y estas últimas dos categorías se relacionan de manera inmediata con la autoafirmación de la masculinidad. *El barrio*, en esta década, se presenta como la nueva nación, como el territorio que demarca límites de identidad tribales (Alabarces, 2002). Hay un grupo tratando de establecer arbitrariamente una frontera que demarque su zona dominada, la estrategia es pararse en un punto determinado del lugar y hacer saber que pasar por allí tiene un costo, enfrentarse en una pelea cuerpo a cuerpo. La ocupación del espacio público entonces se presenta en clave identitaria, no solo por la búsqueda de conformación de la zona de Los Power (valga la traducción del cliché, los poderosos) dicha zona también es presentada como “zona de machos”, de ganadores. Ese título inicia la disputa por el reconocimiento con la figura de *macho* que busca ser validada mediante una demostración, una pelea con los vecinos y rivales del barrio, la otredad más próxima, otros varones de la misma edad.

La antropóloga Norma Fuller (2003) sostiene que la pelea es una de las primeras pruebas que debe atravesar un varón para probar su masculinidad. Ahí se demuestra si se tiene o no valentía y fuerza, dos cualidades básicas que todo hombre debería tener para obtener el respeto de sus pares y un lugar de reconocimiento dentro del mundo masculino. La pelea puede o no efectuarse, pero lo importante es *plantarse*, “dar la cara” y no retroceder, defender su posición frente a la ofensa de otro varón. Quien no lo hace de esa manera, o digamos quien no quiere pelearse (como es el caso de Gastón) es identificado negativamente como una “nenita”, entendiendo lo femenino como carente de fuerza física y valentía. Por ende lo que se disputa aquí no es simplemente una esquina o un territorio, es más bien la pertenencia a la masculinidad, una demostración a uno mismo y a los pares de la condición de *virilidad*. Fuller (2003) señala que las cualidades que conforman a la virilidad son, como mencionamos antes, las relacionadas al cuerpo: la fuerza física, el control de las emociones y el uso de los órganos sexuales. Esa búsqueda de confirmación masculina a través del ejercicio de la virilidad es una forma de asumir una posición dentro del orden social, demarcada principalmente por la diferenciación y la dominación de lo femenino. “¿A quién le decis nenita?” Ese es el límite, allí hay que demostrar el atributo de la fuerza más por deshacerse de ese posible título estigmatizante, que por ganar la pelea o el territorio. Uno puede vivir sin tener que

demostrar de manera práctica que sabe pelear o dar prueba de su pertenencia a un determinado lugar, pero uno no puede permanecer inmutable si es identificado en el polo opuesto del que el propio sujeto se identifica.

El otro estigma durante la pelea es el de la dependencia de un adulto, el de la falta de autonomía: “¿Qué pasa? ¿los vino a buscar papito?”. Continuando el diálogo con Fuller (2003), pelear señala a su vez una salida simbólica de la protección familiar y un ingreso a un “espacio liminal”, esa transición lenta y contradictoria hacia el mundo masculino adulto, en el que cada sujeto debe justamente luchar por su lugar. Desde este punto de vista la autora plantea que dichas pruebas, como pueden ser también las primeras borracheras, son una dramatización de esa salida de casa, una trasgresión a los valores domésticos, y al mismo tiempo al orden social de ese mundo adulto al que se debe aspirar (una imagen muchas veces condicionada por los mismos adultos de los que se está buscando diferenciarse). Es interesante situar esta figura de transición dentro del contexto histórico que plantea Sandra Carli (2006), donde se presentan las figuras de *niño de la calle* y *niño de shopping*. La transformación y empobrecimiento del tejido social en Argentina atravesada por las políticas económicas neoliberales, una creciente desigualdad y el debilitamiento de los órganos estatales plantean un ambiente en el que independizarse de “papito” es cada vez más complejo. La marginalidad entonces está doblemente condicionada: por la edad y por la crisis económica. En ese estadio medio, característicamente marginal (ni aquí, ni allá, ni en casa, ni fuera de ella), y en este momento de crisis económica los clubes sociales y deportivos en los barrios toman un papel fundamental en la socialización de los adolescentes y jóvenes, como una salida segura y paulatina de la casa. Es una institución que acompaña a los sujetos en los primeros encuentros con el mundo exterior, como pueden ser la conformación del grupo de amigos, las primeras relaciones amorosas o las competencias con otros clubes, un refugio dentro de esa transición de lo privado a lo público. A su vez, es también un entorno en donde esa brecha entre quienes acceden a esa oferta de bienes y servicios cada vez más segmentada y quienes permanecen a un costado intenta resolverse mediante la práctica deportiva compartida. La personificación de ese rol institucional lo toma el entrenador Don Lucero que ante la amenaza de que los chicos anden en “malas prácticas”, como las peleas en la calle, se hace presente para promover los valores y las enseñanzas correctoras asociadas a una “hombría de bien”, “no, no son machos, son hombres”.

El “hombre de bien” se presenta como una figura referente a la cual aspirar para no perderse en ese terreno pantanoso, en el que las posiciones definidas no existen y

están en juego permanentemente, donde los antiguos referentes comienzan a perder fuerza, y donde los pares se convierten en los nuevos modelos a seguir. El hombre de bien no pelea, no gasta a un rival, no insulta, no se hace el macho, se comporta como la sociedad manda, ha demostrado ya su hombría y la confirmación constante mediante el ejercicio viril no solo no es necesaria, sino que pasa a ser de mal gusto. Como menciona la autora la hombría es un status que se alcanza, el horizonte de comportamiento ideal en el que se gana el título de un hombre respetable, de bien y honorable. ¿Cuándo se consigue ese reconocimiento? Cuando se ingresa al mundo del trabajo, y cuando se forma una familia. En este sentido el enunciario que se construye en Cebollitas es el de jóvenes que puedan cumplir con el proyecto de “hombre de bien”, un “proyecto de caballero” y el enunciador construido que comienza a verse, en cierta parte, es el de una escuela de valores.

7.2.3 Amigo o garca: la pasión y el deber por los colores

Siguiendo con la contextualización y continuando con la lectura de los trabajos de Mariana Conde, Pablo Alabarces y Eduardo Archetti el tercer aspecto que queremos destacar es una marca distintiva de esta década: la pasión como un atributo positivo de los hinchas. Mientras que en épocas anteriores la prensa gráfica ubicaba a la pasión como origen de los actos desmedidos que cometen los hombres alrededor del fútbol, en este período comienza a entenderse en términos de sentimientos. Para esta época se emitía por la señal de Tyc Sports el programa “El Aguante” que se encargó de mostrar una parte de lo que pasaba en las tribunas y contar las distintas historias de lo que Daniel Salerno llama “los hinchas militantes”³⁸. En contraposición a esta noción de pasión por la camiseta y origen territorial, los años 90 en el fútbol de alto rendimiento se han definido por un fuerte incremento del negocio del espectáculo a niveles globales. La aparición de las Sociedades Anónimas, el incremento de la televisación de los partidos, la comercialización de los torneos internacionales, y el rol preponderante que empiezan a tomar los sponsors y el merchandising son ejemplo de ello.

En 1998 Videomatch fue uno de los programas televisivos con más audiencia en el país. El primer programa del ciclo, en el que se pudieron ver parodias a Titanic y los premios Oscars, midió 36 puntos de rating. Su conductor, Marcelo Tinelli, realizaba un PNT, una publicidad que utiliza el espacio del programa, regalando helados de su auspiciante a los niños y niñas que decían ser hinchas de San Lorenzo, el club del cual él

³⁸ Para leer más acerca de este concepto recomendamos la lectura de la tesis de grado *Hinchas Televisados*, del autor citado.

es hincha. De este gag publicitario surgió una anécdota³⁹ que fue repetida y es recordada hasta el día hoy por quienes rescatan, compaginan archivos y resumen lo que sucede en televisión, fuente de la memoria mediática colectiva. Un niño todo vestido con la ropa del Club Platense se negó a decir en vivo que era hincha de otro cuadro a cambio del helado, se negó a decir que era hincha de San Lorenzo, el club del cual es hincha Tinelli. El conductor insistió, pero no hubo caso. El chico de cinco años no quiso decir frente a todos que era hincha de San Lorenzo, mientras vestía toda la ropa de su club, aunque así perdiera la posibilidad de ganar un helado. Su padre lo recibió al salir de cámara y le acarició la cara con sus dos manos. La imagen circuló durante más de 23 años por los distintos medios de comunicación y se cargó de distintos sentidos según la temática del informe en el que era rescatado. Pero sin dudas representó por mucho tiempo la imagen de un hincha genuino, un niño que “no se vendió”, que no supeditó su sentimiento a un premio frente a millones de espectadores: la pasión venció al mercado. El 31 de enero de 2021, después de veintidós años del mencionado suceso, el Club Atlético Platense volvió a la primera división del fútbol argentino y el fragmento citado volvió a renacer entre el aluvión de imágenes y discursos de euforia y felicidad como símbolo de resistencia y militancia por parte de los hinchas del club. Sin esperarlo, a partir de esto, emergió la historia que hubo debajo de todas las narrativas mediáticas que surgieron durante estos años alrededor de esos pocos minutos de aire en Videomatch. Habló por primera vez el protagonista de dicha historia, Federico Tineo, y contó a través de su cuenta de Twitter que ese nene era él. Contó que no quería ser de Platense, quería ser de River, pero que eso podía generar gravísimos problemas con su padre, de quien recibía frecuentes golpizas y ataques psicológicos.⁴⁰ Las acciones siempre se configuran dentro de unidades mayores que determinan la práctica, en este caso esa unidad mayor es una estructura de género que involucra el vínculo padre e hijo y la correspondencia al proyecto de sujeto que se espera del niño varón. En este sentido, la estructura es eso que leemos habitualmente como presión social, y puede materializarse simbólica y opacamente de distintas formas, pero también en violencia física como relató en este caso Federico. Las estructuras de las relaciones sociales, insertas y en diálogo con su cultura, siempre se presentan como configuradoras de la práctica de los sujetos. En este caso la cultura de la pasión por el club de los amores de la familia, se intersecta con el mandato del hijo varón y la continuidad con los gustos de papá.

³⁹ Véase en el anexo el link titulado *Fragmento VideoMatch 1998 - Niño hincha de Platense*

⁴⁰ Véase en el anexo el link titulado *Nota diario La Nación - La dramática historia del niño hincha de Platense que se volvió Viral*

Como señala Connel “el género se organiza en prácticas simbólicas que pueden permanecer por más tiempo que la vida individual” (2003:7). La herencia de un ethos futbolero entre padre e hijo varón, que implica compartir sentimientos por las mismas cosas, identificarse como hincha del mismo club que tu viejo y tu abuelo, conlleva un valor social que supera esta historia individual que hemos citado, incluso se prolonga a los vínculos entre pares. Gastón, uno de los dos Cebollitas que más habilidades tiene para jugar al fútbol, es llevado por Alfonso, la pareja de su madre, a probarse a River. Cuando Gastón decide ir a probarse, sus amigos y compañeros toman esto como una traición, es considerado un “garca” que los abandonó. Aturdido por la idea de dejar a sus amigos, y hacer una carrera de futbolista profesional, Gastón vuelve a su club de barrio y es perdonado por “la barra”.

Algunos capítulos más adelante, precisamente durante el 69 y el 70, se termina dando efectivamente la primera salida de Gastón de los cebollitas. Pero esta vez su salida es más problemática en términos identitarios. Se va al equipo rival: Los Power, que para este momento ya son dirigidos por Alfonso, el villano principal de la serie. Alfonso, que odia a Los Cebollitas y trata de enemistar a Gastón con sus amigos, representa lo opuesto a Don Lucero: es despectivo, hace trampa durante los partidos, lo único que le importa es la plata, presume lo que no tiene, no se le conoce trabajo y vive del dinero de otros. Lo que en Argentina se conoce como un “chanta”.

A lo largo de los capítulos 67, 68 y 69⁴¹ se desarrolla un conflicto en el que Gastón y El Colo gustan de la misma chica, Roxana. En los capítulos previos se construye el interés de Gastón por Roxana, de a poco se anima a decirle que está enamorado de ella, pero los sentimientos no parecen ser recíprocos. El Colo aparece presentado como el que se “entromete” en la historia de Roxana y su amigo, lo que lleva a que Gastón se enoje, lo trate de traidor por haberse enganchado con Roxana, lo invite a pelear en más de una oportunidad y finalmente decida irse a jugar con Los Power.

Los cebollitas son el grupo de amigos, la barra para los chicos, lo que para los varones más grandes son “los muchachos”. En el club hay depositado un fuerte valor afectivo. “¿Hay algo más lindo que esto? El club un domingo, los amigos, las cartas y un vermucito...” pregunta emocionado y feliz Don Lucero a los muchachos al día siguiente de ganar un partido. Los chicos comparten competencias en equipo, desafíos, triunfos, derrotas, historias que resultan épicas y otras vividas con vergüenza, anécdotas, risas, peleas y por supuesto historias de amor y desamor. Un derrotero de experiencias,

⁴¹ Véanse en el anexo los links Capítulo 67 parte 1, Capítulo 68 parte 3, Capítulo 69 parte 1, Capítulo 70 parte 1.

marcas y aprendizajes que graban a fuego la configuración de cualquier subjetividad, mientras se forjan los distintos vínculos que se dan al interior del club, arena de la práctica. El club social entonces no es solo un lugar donde se practica deporte, sino un espacio en el que se funden relaciones con fuertes sentidos y emociones compartidas. Esas experiencias afectivas y sentidos compartidos van ordenando la práctica, generan ciertas normas y códigos que organizan cómo deben darse las acciones al interior del grupo. La camiseta, el nombre del equipo, y los colores son los significantes que agrupan a ese acumulado de sentidos y normas compartidas. Sacarse esa camiseta es romper con ese código y por ende implica querer deshacerse de esa carga afectiva extra que conlleva llevarla puesta, es arriesgarse a no ser reconocido como parte de ese todo social. El debate que se plantea entre los chicos, cuando “uno de los suyos” elige irse del club, gira en torno a esa pregunta de reconocimiento: ¿Gastón es o no es un Cebollita?

En este marco es interesante pensar que el individuo no es todo el tiempo un sujeto de la institución que se halla contenido perpetuamente en los límites implícitos de la misma, ya que hay acciones que rompen con esa red de comportamiento y ponen de relieve que aquello que se vive como natural es siempre parte de una serie de determinaciones sociales. Dichas acciones individuales a su vez también se hallan motorizadas por otra configuración social de la que el sujeto forma parte. La persona deseada, por ejemplo, puede mover emociones que se interpongan ante las sensaciones que se generan ante el grupo de amigos. Pero el varón no puede reconocerlo ante los demás, aparentemente desde estas narrativas. Hay otra institución con sus propias normas que se pone por encima de la identidad del club de barrio, y es la de la masculinidad que tiene sus propios códigos. Gastón no puede reconocer que se va del equipo porque no soporta que un amigo esté con la chica de la cual está enamorado, ya que “enamorarse” significa una debilidad inaceptable. Ante los adultos el niño finge entonces que se trata de una decisión propia y da a entender que su “baile con los cebollitas ya terminó” ya que ahora está para otra cosa. Ese ocultamiento y cerramiento está impidiendo compartir un dolor ante una mirada que entendería que eso es poca cosa para dejar al grupo de amigos de toda la vida. Dejar de ser parte del grupo de esta manera es perder el reconocimiento por parte de los demás y eso tiene un costo muy alto. “Pero vos sos un cebollita, no podés irte”⁴², le dicen Don Lucero en las conversaciones en las que trata de persuadirlo. Gastón rompe por un lado con ese tejido, pero con cierto costo. Puede salir del equipo y romper el código que dice *no se puede*

⁴² Véase en el anexo el link titulado Capítulo 70 Parte 1

jugar en el equipo rival, pero no puede romper públicamente con el código de los amigos siempre por sobre las mujeres, por más que esté experimentando lo contrario.

7.2.4 Si me gusta avanzo, porque soy varón

En este segmento vamos a analizar las letras de dos canciones, “transar” y “que bolú”, y algunas escenas en las que se pueden rastrear los modelos de acercamiento o iniciación de vínculos sexo-afectivos entre chicos y chicas. Se observarán las reacciones de los adultos a estos eventos, similitudes y diferencias según si se trata de una hija o un hijo. Finalmente nos preguntamos por la relación entre lo que se entiende por “cuidado de las mujeres de la familia” que llevan adelante los varones, y el poder ejercido sobre sus cuerpos en los modelos de acercamiento o iniciación de vínculos afectivos.

El grupo del club - o la barra como le llaman en el programa - está conformado por un elenco con igual cantidad de varones y mujeres. Como mencionamos anteriormente los varones están en el centro de la historia, esto quiere decir que el punto de vista desde el que se narra, prácticamente siempre, está ubicado en un personaje varón. Los chicos realizan la actividad principal, jugar al fútbol en el equipo del club, y las chicas hacen de hinchada⁴³ y participan de las clases de baile que se parecen más a una clase de zumba⁴⁴.

Esta división en relación al lugar que ocupa cada uno en torno al fútbol está bien definida y es cuidada por los hombres, y en cierto punto aceptada por las chicas de la tira. Esto se encuentra en frases de los chicos, pero también en diálogos de Don Lucero, el entrenador del equipo. En el capítulo once, mientras conversan sobre el partido que se jugará al día siguiente, responde al comentario de su sobrina diciéndole “usted se calla que de esto no sabe nada”. Al final de ese mismo capítulo Sofía, una de las chicas, refuerza “nosotras de fútbol no entendemos un pomo”⁴⁵. La única explicación en la textualidad del programa de porqué las mujeres no saben o no entienden parecería asentarse sobre la práctica propiamente dicha, es decir el saber y la pertenencia que otorga jugar al fútbol. El fútbol, como señala Archetti (1985) una arena simbólica que se reserva a los hombres, y en este caso el motivo del programa, se comporta como

⁴³ Las chicas son las que le hacen el aguante a los chicos cuando juegan, junto a madres, padres, abuelas y abuelos. Son quienes están en las tribunas poniendo el cuerpo, alentando, inventando canciones, cantando durante el partido y acompañando emocionalmente a los chicos durante la semana.

⁴⁴ No se muestra concretamente la enseñanza de técnicas de baile, sino más bien un tiempo de actividad física en el que las alumnas imitan la coreografía de la profesora.

⁴⁵ Véase en el anexo el link titulado Capítulo 11 Parte 2

práctica divisoria de género. Las mujeres de la tira entonces ocuparan, de inicio, un lugar secundario. Esto es algo que puede cambiar por momentos en la serie, por ejemplo cuando Cristina, sobrina de Don Lucero, juega un partido y sorprende a todos o cuando “Finita” se hace cargo del Buffet del club antes atendido por el histórico bufetero Angelito, pero dichas historias siempre son presentadas como alteraciones del status quo. El relato es de los varones.

Junto a los partidos de fútbol hay otras historias y temáticas que ocupan un lugar, podríamos decir, todavía más importante. Las “historias de amor” entre chicos y chicas dentro del grupo son un gran motor de los capítulos. Los “enamoramientos” entre sí abundan y son siempre bajo norma heterosexual: los chicos gustan de las chicas y las chicas gustan de los chicos. Es interesante ver cómo se caracterizan estos enamoramientos en relación al género de cada protagonista. ¿Cómo se comportan los padres y las madres en estas situaciones? ¿Cómo actúan los varones cuando se sienten atraídos por una chica de la barra? ¿Qué sucede en el grupo de amigos en estas instancias?

Los fragmentos seleccionados a continuación nos muestran cómo reciben los padres, las madres y los abuelos la noticia de que sus hijos/as y nietos/as comienzan a sentirse atraídos/as hacia otras personas.

- Noticias de último momento.
- ¡Ay! ¿qué pasó?
- Tranquila, lo más natural del mundo. Tu hijo se hizo hombre.⁴⁶
- ¿Cómo se hizo hombre?
- Si, va a tener su primera cita de amor.

Este es el diálogo que mantiene el personaje Arturo, el abuelo de “El Colo”, con su hija, la madre del joven en cuestión. Como vemos se da por hecho que el evento de tener una cita con una mujer convierte “naturalmente” al joven en un hombre. Lo que aquí se presenta como natural, es en verdad una pauta de acción dentro de un *orden social* determinado. En otras palabras, lo que se espera que realice un individuo dentro de determinada sociedad, en determinadas situaciones a partir de lo que han hecho ya otros individuos en su mismo lugar. Como señalan Berger y Luckman (1968), todo accionar humano que se repite con frecuencia crea una pauta de acción, una *habituación*, que orienta y facilita, al mismo tiempo que limita, el accionar de los individuos en el desarrollo

⁴⁶ Véase en el anexo el link titulado Capítulo 4 Parte 1

de su realidad cotidiana. Más allá de la situación individual del Colo, el pasaje de “joven” a “hombre” es un pasaje objetivado, es decir que ya se experimenta como previamente existente al individuo, es por ello que la internalización de esa instancia se experimenta como un pasaje “natural”.

Entonces, por un lado aparece la línea que refiere a un paso madurativo del joven que vivirá una primera experiencia subjetiva semejante, algo nuevo, distinto pero esperable dentro de su desarrollo socioafectivo. Pero como vimos, todo desarrollo *habitual* cuenta con ciertas expectativas acerca de cómo debe darse. Aquí vale retomar el eje teórico de nuestro trabajo para pensar en una de las primeras pruebas que deben superar los varones al momento de “volverse hombres”: estar con una mujer (compartir, besar, tener relaciones sexuales). La heterosexualidad se presenta entonces como la forma esperada, objetivada, de esa maduración, “la más natural del mundo”, la que asegura y da tranquilidad de que ese joven entonces es hombre, eso está confirmado por su orientación sexual heterosexual.

Del otro lado de la historia se da la siguiente conversación entre el padre y la madre de Andrea, la niña que participará de la cita con “El Colo”.

- ¡Estaban hablando de hombres!⁴⁷
- Que ciega puede ser una madre.
- ¿Por qué?
- Porque Andreita está dejando de ser una nena y yo no me di cuenta. Dentro de poquito nos va a traer un noviecito.
- ¡Ah no, no! ¡Con la nena no! Andreita no va a tener novio hasta que se case.

Este diálogo va en la misma línea que el anterior. La situación también es leída en términos de maduración: Andrea transita una etapa con cambios en sus relaciones sexo-afectivas que significan para la madre una transición en la que su hija “está dejando de ser una niña”. Este paralelo de enunciados nos permite analizar las diferentes expectativas que se depositan en los niños dependiendo de su género. Cuando se trata de un varón, la respuesta es de emoción y logros cumplidos; en cambio cuando la historia es contada en la familia de la mujer la respuesta está centrada en la nostalgia de algo perdido, acompañada de una restricción y condicionamiento sobre esa maduración. Esa restricción se presenta a partir de un posicionamiento y control por parte del padre

⁴⁷ Véase en el anexo el link titulado Capítulo 4 Parte 2

sobre su hija, presentado en términos de cuidado. “Con la nena no” dice también tácitamente con el nene sí, y la confirmación está en la otra familia.

Pero el rol de protector y cuidador no aparece únicamente representado por los adultos de la familia, los hermanos también parecen entrenar esa postura. Es un aprendizaje que forma parte del *acopio social de conocimiento* (Berger y Luckman, 1968:58) entre varones, una de esas actitudes o formas de comportarse que se transmite de generación en generación y que responden a significaciones de un orden simbólico de actores y roles que supone al hombre haciéndose cargo del cuidado y control de las mujeres.

- Cortala con el pintita, ya se que tenés onda con él.
- ¿Quién te dijo?
- Cualquiera se da cuenta.
- ¿Gastón se dio cuenta?
- No, él está en otra. Pero yo te digo esto porque no quiero que sufras. Además vos sos muy chiquita para andar pensando en noviecitos.
- Pero si Estela tiene mi edad.
- Bueno, pero Estela no es mi hermana. Y el día que vos te pongas de novia, el flaco primero va a tener que hablar conmigo. De acá a diez años y yo lo voy a tener que aprobar. — Carmen no responde.

Esta es una conversación entre Coqui y su hermana⁴⁸ en la que se confiesa que ella está enamorada de Gastón (Pintita). Coqui es uno de los mejores jugadores del equipo y además es uno de los líderes del grupo. Proviene de una familia de clase social baja, que vive una situación económica más compleja que la de sus amigos. Su familia está compuesta por María, la madre, quien trabaja como empleada doméstica en la casa de la madre de Gastón, su hermana más chica, Carmen y un padre que los ha abandonado, Manuel. En ese mapa socio familiar como hijo mayor se siente obligado a ocupar por momentos el lugar de padre u hombre adulto de familia. Ese rol exige por un lado conseguir un trabajo y colaborar con las cuentas de la casa, y por el otro como mencionamos más arriba, proteger a su familia. Proteger quiere decir, por definición de la Real Academia Española, evitar que algo o alguien reciba daños. Coqui se compromete con el rol de protector, entiende que es lo que debe hacer, es el lugar que le toca ante la

⁴⁸ Véase en el anexo el link titulado Capítulo 12 parte 1

ausencia de su padre, es un legado tácito de hombre a hombre, intergeneracional. Como expone la socióloga australiana Rawney Connel:

“La masculinidad (...) es al mismo tiempo la posición en las relaciones de género, las prácticas por las cuales los hombres y mujeres se comprometen con esa posición de género, y los efectos de estas prácticas en la experiencia corporal, en la personalidad y en la cultura.” (1995:6)

Coqui no se permite llorar ante la difícil situación económica que atraviesa su familia, busca algún trabajo que le permita colaborar con la economía familiar, y protege a su hermana del dolor que puede recibir por un desencuentro afectivo. El intento de cuidado implica inevitablemente un control y un dominio por sobre su hermana que es infantilizada. Le prohíbe andar pensando en novios por ser muy chica y le aclara que el día que tenga novio él será el que apruebe si es merecedor de tener un vínculo con ella. No podrá ser ella misma quien decida, al igual que con el caso de Andreita, no hay madurez semejante para hacer un juicio propio, y hay un peligro latente en los otros hombres. ¿Qué sucede cuando las mujeres en cuestión no forman parte del círculo familiar? La última parte del diálogo entre Coqui y Carmen marca los límites de autoridad no en la edad de las mujeres, sino en el lazo familiar: “Estela no es mi hermana”. ¿Este dominio que se expresa en forma “protección” al interior de la familia sirve a los hombres de argumento para avanzar sobre el cuerpo de las mujeres cuando estos cuerpos no dependen su “control y protección”? Veamos la letra de dos canciones: “Transar” y “Qué bolú”.

Transar

El verano llegó,
Que vivan las vacaciones
El colegio ya fue (el colegio ya fue)
Empiezan las emociones

Chicas, chicas, chicas en todo lugar
Cosas diferentes pasarán
De día en la playa,
Y en la noche ir a bailar
Algo vamos a ligar (algo vamos a ligar)

Rubias o morochas,
Gorda o flaca
nos da igual
Solo queremos transar

Amigos y ruido
Nada está prohibido
A todos los indios
Vamos a la Guerra queremos transar

Hay un pacto que hacer (hay un pacto que hacer)
Los que transen primero
Deben contar como fue
Que les paso, que sintieron

Se repite el coro
Amigos y ruido
Nada está prohibido
A todos los indios
Vamos a la Guerra queremos transar.

En esta canción hay tres puntos interesantes a pensar. El primero es la diferenciación entre el tiempo de escuela y el tiempo de verano, en relación a las emociones, la diversión y los límites. La escuela aparece como el espacio de control y dominio de las emociones, la institución de los límites y el raciocinio. Durante el tiempo libre, en el que se promete expresión genuina de las emociones, las chicas y lo que pueda llegar a pasar con ellas es el centro de atención “chicas, chicas, chicas en todo el lugar, cosas diferentes pasaran”. Este escenario se presenta como lúdico y el deseo es tener buena suerte en el juego y lograr estar con una chica, “algo vamos a ligar”. Y esto nos lleva al segundo punto, la expectativa compartida con los amigos. A la hora de hablar entre todos, da lo mismo con quién sea “rubias, morochas, gordas, flacas nos da igual”. Aparece la cosificación y rotulación del cuerpo de la mujer y la confección de la lógica catálogo, pero la edad de los chicos y la prueba de objetivo no les da posibilidad para la elección, deben agarrar lo que toca, como si fuesen cartas del destino, y después contar de qué se trata al resto. Esas emociones de las que se habla al principio no pretenden ser codificadas previamente junto a los amigos, sino igualadas en un solo deseo: transar a como dé lugar, el pase madurativo del verano. Acá nos permitimos hacer una diferencia con lo que después sucede en las historias individuales, donde si hay lugar para que los varones expresen sus sentimientos por otra persona. Y en tercer lugar, nos interesa ver la forma que supone la letra en la que se dará esta trama de acercamientos, atendiendo principalmente las dos figuras metafóricas utilizadas, *la guerra* y *los indios*, y el concepto de nulidad de la prohibición. El escenario propuesto para el juego es el de una guerra que supone siempre un conflicto entre bandos, la conquista y dominio de uno por sobre otro. “Queremos transar” es un grito de guerra, una arenga antes del enfrentamiento, vamos a transar es “vamos a ganar”. Para conseguirlo hay que sacar ventaja del adversario, pero las mujeres no son ese adversario, sino más bien el botín de guerra. Los adversarios en

este caso son los propios amigos, y la guerra se parece más a un saqueo y avance sobre un territorio ya dado por ganado. Y acá aparece la estrofa más problemática de la canción “amigos y ruido, nada está prohibido a todos los indios”. Hasta el momento tenemos un imaginario de guerra y competencia para hablar de varones púberes tratando de avanzar sobre las mujeres. En esa línea se extiende una figura de supervivencia, estamos todos en la misma cada uno deberá ingeniárselas para conseguir el beso de una chica, y sobrevivir así dentro del hábitat de confirmación masculina. En este imaginario de emociones brotando con euforia, haciendo “ruido”, se advierte que nada está prohibido en clima de fiesta y entre amigos uno puede animarse a todo que nadie le va a decir nada. La comparación entre varones e “indios” se apoya sobre el campo de significación de la barbarie, la falta de civilidad y normas sociales. Como eslabon de esa cadena de significación aparece la idea de la libido irrefrenable que habita a los varones cuando de sexo se trata, un concepto que desarrollaremos en el próximo capítulo. El hecho de presentar esta actitud como algo propio de la barbarie y de la falta de normas sociales abona esa idea de la testosterona irrefrenable al mismo tiempo que identifica el accionar como avance sobre la libertad y la integridad de otras personas. Entonces ¿hasta dónde puede extenderse el nada está prohibido?

Qué Bolú

Me dijeron que estaba muerta por mí
Y de cabeza me metí
Como un nabo me tiré a la pileta
Me volví loco con sus... trenzas

En la esquina de mi casa la encaré
Un piropo y arranque
¿Cómo puede una flor estar tan sola?
Me gritó
Rajá de acá, ¿quién te da bola?

Qué bolú, qué bolú
Me cantaban en el club
Qué bolú, qué bolú
Como te cortó la luz

Tarjeta roja me sacó
Tarjeta roja le sacó

Y del juego lo expulsó.

Mis amigos se reían un montón
De mi enorme papelón
Coloradas me quedaron las orejas
Cuando me agarró la vieja

Para mí que nunca aprendo la lección
Cuando tenga la ocasión
A la barra le voy a meter la tapa
Si la vuelvo a cruzar no se me escapa

Qué bolú, qué bolú
Me cantaban en el club

Agustina, a quien se dirige la canción, aparece en la historia cuando Andrea organiza un “pijama party”⁴⁹ para sus amigas y la invita a su prima, “la de 14”, unos pocos años más grande que el resto. Cuando “El Colo” le pregunta a su amigo quién era Agustina la primera referencia es esa, “mi prima la de 14, la de las...”⁵⁰ haciendo un gesto en referencia a sus tetas. Luego de ese primer encuentro él queda obsesionado con Agustina y se lo expresa al resto de sus amigos constantemente con cierta desazón, desde ese primer momento para El Colo y sus amigos Agustina será “La Limonera”, apodo que hace referencia al desarrollo de sus tetas. Nos permitimos traer este fragmento al análisis para señalar cómo se hace presente nuevamente la cosificación de los cuerpos púberes en un programa infantil de media tarde, coloreado como comentario en broma entre chicos.

En relación con esto último, veamos puntualmente lo que canta la letra de Qué Bolú. Es una iniciación y acercamiento de “uno a una” en público, es decir que cuenta con una suerte de hinchada que observa la situación y opina sobre lo que sucede. En las primeras estrofas aparece lo que ya veníamos hablando, la referencia al cuerpo de Agustina con el recurso de cambiar la última palabra para no decir la “grosería”⁵¹. Y enseguida aparece la referencia a un modelo de aproximación que reúne todas estas

⁴⁹ Así se llama a las reuniones en las que el o la anfitriona invitan a varios amigos o amigas a dormir a su casa, y pasan la noche entreteniéndose.

⁵⁰ Véase en el anexo el link titulado Capítulo 3 parte 1

⁵¹ En *Videomatch*, el sketch de Los Jaimitos utilizaba un recurso similar para construir sus canciones. Ejemplo: [Los Jaimitos-Videomatch](#).

características: el piropo, que según la RAE se trata de un “Dicho breve con que se pondera alguna cualidad de alguien, especialmente la belleza de una mujer”⁵². Otra definición: el piropo es un comentario en público por parte de un hombre hacia una mujer, en el que el primero evalúa la apariencia física de las segundas ya sea para burlarse de ellas, para humillarlas ante pares mediante silbidos, comentarios o proposiciones, principalmente de carácter sexual (Chhun, 2011)⁵³. Es interesante detenerse en el significado de la palabra ponderar, utilizada por la RAE, como el acto de “determinar el peso de algo”⁵⁴. El peso en este caso es el valor, el valor de “algo”, estrictamente del cuerpo de una mujer. El hombre mediante esta acción hace uso de la potestad de evaluar y determinar ese valor, a su antojo y sin ningún consentimiento. Por más que se intente presentar como comentario ocurrente e inofensivo, el piropo es una forma de acoso callejero que afecta la integridad y privacidad de la persona que lo recibe.

“[...] cosifica y deshumaniza a las mujeres al convertirlas en objetos de placer para los demás. Cuando un hombre opina sobre el cuerpo de una mujer, la reduce a un objeto sexual público apto para el juicio y escrutinio de los demás espectadores. [...] Su cuerpo es un objeto más, y él es el sujeto que lo controla.” (Rodemann, 2015:5)

Otro ejemplo de este escrutinio y potestad podría ser tomado del capítulo 188⁵⁵, que transcurre alrededor de la elección de la Reina de la Primavera. Las chicas de la barra desfilan en malla y los chicos son el jurado. Ese dominio sobre el que nos venimos preguntando por parte de los varones sobre el cuerpo de las mujeres se efectúa en estos casos a partir de la confirmación masculina sobre los cumplimientos o no de los estándares de belleza femeninos.

¿Hay en las frases “que bolú” y “tarjeta roja le sacó” una reflexión sobre el piropo como un acto sancionable? Por más relación que se pueda hacer entre la tarjeta roja y la sanción de los actos en el juego en verdad se trata más de una burla por parte de los amigos por haber sido rechazado y así haber perdido la oportunidad de “ganar el partido”, para seguir con el paralelo. Lo que observa la tribuna es si su amigo puede dar ese paso

⁵² <https://dle.rae.es/piropo>

⁵³ Chhun, Bunkosal (2011): “Catcalls: protected speech or fighting words?”. En: Thomas Jefferson Law Review, Vol. 33, N° 2, pp. 273-295. Versión [en línea] Disponible en: <http://www.tjeffersonrev.org/sites/tjeffersonrev.org/files/33-02-03-Chhun-Final.pdf> [03/01/2015].

⁵⁴ <https://dle.rae.es/ponderar?m=form>

⁵⁵ Véase en el anexo los links Capítulo 188 parte 2 y parte 3

y conseguir que “la limonera” le “de bola”, le devuelva la pelota. Como ya señalamos durante este capítulo, “la conquista” es una prueba a cumplir durante la construcción de la masculinidad. Y como señala Ariel Sanchez (2015), la palabra del grupo de amigos es fundamental en tanto agente de control y aprobación de las prácticas de cada integrante. Sobre todo si hablamos de vínculos sexo-afectivos que se establecen durante la infancia y/o la adolescencia, momentos vitales de delimitación de fronteras de lo esperable y aceptable en términos de subjetividad masculina, explica el autor. Son los amigos los que “marcan la cancha”, como expresión de acuerdo y recordatorio de los límites dentro de los cuales se debe jugar ese juego de hacerse varón, y los que estarán evaluando el desempeño. Por su parte, esa hinchada que observa y juzga disfrutará en verdad cualquiera sea el desenlace, si El Colo consigue “la conquista”, uno de los suyos habrá pasado una prueba, y si no, será motivo de risas y en tal caso nadie estará sacando ventaja en esa competencia que se planteaba en la letra de transar. Similar a lo que sucede con los equipos de fútbol de un mismo país cuando juegan alguna competencia internacional, si alguno la gana enaltece al fútbol nacional por más que a uno no le guste, pero si la pierde será el centro de las cargadas.

En ese marcaje de cancha se manifiesta una dinámica de poder entre el grupo de pares en la que los cuerpos se van performando de tal manera que van tomando posición y actitud para jugar. Dentro de las reglas de juego, hay un abanico de posibilidades, jugadas, tácticas pero siempre con metas de juego claras. El Colo sabe que lo están observando, sabe de las reglas y las expectativas que delimitan sus prácticas, debe demostrar que está al tanto y que no se rendirá ante la primera negativa, él se presenta como perseverante y obstinado. Prima la palabra del grupo antes que la de la persona a la cual desea y por eso promete un nuevo intento, será la próxima vez que se cruce con ella y promete no fallar en esa oportunidad. Lo que demuestra que más allá del fracaso de no haber conseguido lo que quería y de la voluntad de la persona en cuestión, hará todo lo que esté a su alcance para conseguirlo, no se le “escapará” y le pondrá “la tapa” al grupo. Acá otra vez aparece la imagen del botín a conseguir y mostrar a los amigos.

En el capítulo 27⁵⁶ de la serie el personaje de Diego incita a Gastón a que avance con la chica que le gusta.

- ¿Cómo que voy a hacer en la fiesta de disfraces? ¡Me voy a disfrazar!
- Y, más bien. Pero yo me refiero a otra cosa.

⁵⁶ Véase en el anexo el link con el título Capítulo 27 parte 2

- A ver, ¿qué cosa?
- A ver si aprovechás para embocarle un beso a Estela. Porque la verdad que sos bastante lenteja, flaco, eh. (...) Ponete un antifaz y rompele la boca.
- No es mala idea, y la verdad que ganas no me faltan.

Ante la posibilidad hay que avanzar, no pueden demostrarse inseguridades o tener miedo de lo que puede pasar, eso es sinónimo de ser lento, de desaprovechar una oportunidad. No hay nada peor que ser pasivo, ser lento, poco despierto, no avanzar hacia lo que uno quiere. El avance propuesto, al igual que sucede con el piropo, sugiere un avance sobre la privacidad de la otra persona, no es necesario preguntar, es necesario avanzar. Y aquí nos permitimos diferir de lo esgrimido por Rodemann (2015), citado unas líneas arriba, quien plantea que en estas instancias el cuerpo de la mujer se vuelve un objeto más y el hombre es el que lo controla. Es cierto que el cuerpo es cosificado, pero es justamente la ausencia del control sobre los mismos, y al mismo tiempo haber experimentado la potestad sobre los cuerpos femeninos, lo que hace posibles estos tipos de acercamiento. Existe el conocimiento de esa potestad, y el objetivo es conseguir el control.

Hay una masculinidad hegemónica/dominante, que se impone como regla y marca las pautas del accionar esperado socialmente por parte de los varones. Entre las pautas que guían este accionar ya vimos que se organiza una serie de pares dicotómicos que definen la pertenencia o no al mundo masculino, siendo los primeros términos los aceptables y los segundos los desdeñables: ser activo o ser pasivo; ser fuertes o ser débiles; tener honor o tener vergüenza; demostrar valentía y o mostrarse con miedos. Los chicos atraviesan esa construcción, fuerzan y se esfuerzan por corresponder a los rasgos y el accionar esperado, oscilan en su camino de desarrollo identitario entre los sentimientos, las emociones y los moldes que estructuran a las mismas.

Retomemos por un momento la pregunta que nos hicimos al principio de este apartado, sobre si existía relación entre el control sobre las mujeres de la familia que llevan adelante los varones, y el poder ejercido sobre sus cuerpos en los modelos de acercamiento o iniciación de vínculos afectivos. Dentro del contexto lecho familiar el control y dominio se expresa y auto justifica por los hombres como “cuidado y protección”⁵⁷. Fuera del círculo familiar ese dominio ya no se expresa en forma de “protección”, pues

⁵⁷ Término que se pone en jaque cuando uno observa los números de casos de abuso intrafamiliar. Según la Oficina de Violencia Doméstica de la Corte Suprema de la Nación durante la

ya no está bajo su control. Hay una potestad tácita sobre los cuerpos femeninos, pero cómo dijimos anteriormente el acercamiento es el momento de demostrar esa posibilidad de control y dominio efectivo, que a fin de cuentas puede expresarse tanto extra como intra familiarmente.

7.2.5 Hablemos como hombres. ¿Quién es el que habla?

“Son los otros hombres, fundamentalmente los adultos, que encarnan el referente al que deben igualar e identificarse, los que califican y juzgan su masculinidad; la opinión de los otros es definitoria, ellos aprueban los desempeños y logros que acreditan que es un varón”
Olavarría (2001:20)

Autores como Maite Alvarado y Horacio Guido (1993) entienden que el adulto busca proyectar en sus hijos aquel pasado perdido, y volver a inventarlo una vez más, pero ahora en la vida de sus vástagos. Al mismo tiempo y casi que como respuesta al nostálgico anhelo de sus mayores, los adolescentes ingresan al período en el que, como afirma Eva Giberti (1999), se dan cuenta de que sus progenitores ya no son los mejores, ni los más poderosos, y necesitan de un comportamiento rebelde para separarse y al mismo tiempo diferenciarse de ellos. Ya no admiten que la pertenencia a una familia signifique acatar todos los modelos heredados.

Continuando con la lectura de Giberti (1999) podemos decir que entre los diez y los doce años se desarrolla lo que se conoce como la pubertad. Un período en el que se transita la salida de la infancia hacia un inicio de su adolescencia. Según la autora, en esta etapa los chicos comienzan a formar sus propios argumentos y empiezan a ser protagonistas de los mismos, articulando recuerdos de la infancia, de los que tratan de despegarse, y nuevos pensamientos y emociones desconocidas. A su vez el desarrollo corporal, las inquietudes por la sexualidad y el cuerpo de los otros, sumado al desprendimiento del círculo materno paternal llevan a que los chicos y chicas busquen construir nuevos vínculos de confianza y compañerismo entre sus pares.

Hasta el momento hemos hecho algunos recortes sobre nuestro corpus que nos permitieron analizar distintas cuestiones alrededor de las identidades masculinas que se

feria de julio 2022 se recibieron 336 denuncias de violencia familiar, un promedio de 24 denuncias por día, en las que 8 de cada 10 personas afectadas son mujeres y niñas. Se suman a este número 253 consultas informativas, lo que da un total de 589 personas atendidas.
<https://www.ovd.gov.ar/ovd/verNoticia.do?idNoticia=6183>

construyen en el imaginario de la cultura futbolera y los clubes sociales en la televisión argentina. Pudimos observar ciertas resistencias a las expresiones de las nuevas generaciones que se corren de la imagen masculina tradicional. Señalamos una preocupación por parte del mundo adulto frente a comportamientos de los jóvenes, como pueden ser las peleas callejeras, pero que sin embargo al mismo tiempo funcionan como acción clave para ingresar al mundo masculino adulto. También exploramos sobre algunas complejidades que se presentan al momento de respetar y continuar con las identidades heredadas entre generaciones, o incluso compartidas entre pares, cuando se entrecruzan otros aspectos afectivos y emocionales que pueden ser más potentes que los que se han denominado hasta el momento como “los más importantes”.

En todos estos apartados de alguna u otra manera se presenta una búsqueda por parte de los adultos de mostrar un camino correcto, ciertas formas de transitar esa etapa puente entre el núcleo familiar y los nuevos espacios y sentidos públicos. Ese acompañamiento lleva implícito un intento de protección y transferencia de ciertos valores entre generaciones, que parecen estar en peligro. El trasfondo de esa búsqueda, entonces, connota una mirada nostálgica sobre el presente/futuro por algo que se está perdiendo o ya se perdió. Es parte de esa proyección del pasado perdido de la que habla Giberti la que se puede encontrar constantemente en los discursos del programa.

Esta selección de recortes del corpus que hemos mencionado suponen un anclaje en el discurso donde se construye la imagen del que habla, el enunciador. En Cebollitas, esa imagen, es una imagen de un adulto nostálgico, protector, educador, una voz de la conciencia que explica cómo deben comportarse los chicos si desean ser caballeros. Y la pregunta que nos hacemos es ¿Cómo hablan los púberes cuando hablan en la tira, si el enunciador es un adulto nostálgico? ¿Lo hacen como chicos de su edad o lo hace replicando formas adultas?

7.2.5.1 Los tipos y las minas: la libertad y la atadura

Escena del capítulo 12: Coqui y Gustavo juegan al truco y hablan de mujeres. Es la primera vez que se los ve jugando al truco, antes solo habían sido hombres adultos los que juegan a las cartas.

- Está re buena, es una diosa
- Si la verdad que Vero está fuerte y tiene cara de buena mina
- No, la verdad que la cara mucho no le miré
- Pinta para modelo. Me contó que le gusta desfilas.

- ¿Cuándo te contó eso?
- ¿Qué pasa? ¿estás celoso? (le toca la cara como a un nene)
- No, ¿celoso yo? Yo no quiero problemas y las minas son un problema.
- ¡Qué van a ser un problema!
- ¿Qué no? Lo único que saben hacer es arruinarle la vida a los tipos.
- Aflojá un cacho
- Si es verdad. Te pones de novio y ya no puedes hacer lo que se te cante y a mi me gusta ser libre, Coqui. Quiero jugar al fútbol, y juego al fútbol; quiero mirar una película y pongo una de acción, no una de esas estupideces de amor.
- Vos decís eso porque todavía no te enganchaste
- ¡Mejor! ¿Qué querés que cuando llegue el domingo no me dejen ver los partidos? No, gracias. A mi no me enganchan.
- Ya vas a caer.
- Vos no serás medio... (quiebra la muñeca hacia atrás como símbolo de homosexualidad y le tira las cartas entre risas).

Llama la atención como en este diálogo los términos utilizados para referirse a las mujeres y a los hombres provienen de un registro tanguero, de lunfardo. No es casual que la charla acerca de “las minas” sea con un juego de cartas mediante, un lugar común de los adultos en los clubes o bares sociales. Una discusión que se plantea alrededor del imaginario de la juventud, lo privado y lo público durante los años noventa también se da en torno a las nuevas formas de entretenimiento. En la última década del siglo XX se experimentó un fuerte crecimiento de las consolas domésticas de videojuegos, y con ello aparecía una pregunta ¿Family Game, Nintendo, Sega y Playstation⁵⁸ impactan negativamente y alienan a nuestros jóvenes? No es la intención desviarnos de nuestro objeto, pero esta diferenciación entre juego o videojuego resulta interesante pensarla en relación a esta continua mirada nostálgica y conservadora de las costumbres entre generaciones. Por ejemplo, en el capítulo 120⁵⁹ Don Victor y Don Arturo recuerdan juntos los juegos de su infancia, las figuritas metálicas, las bolitas, la pelota de trapo que “son más lindos que los de ahora”; o bien podemos retomar esa pregunta de Don Lucero “¿Hay algo más lindo que esto? El club un domingo, los amigos, las cartas y un vermucito...”.

⁵⁸ Estas son algunas de las consolas que podían conseguirse en el mercado durante el correr del año 1998.

⁵⁹ Véase en el anexo el Link titulado Capítulo 120 parte 2

Pero ¿Por qué se sugiere que debemos reírnos si vemos a un chico hablar como un adulto? Encontramos dos respuestas a esta pregunta. 1) Como dicen Pedro Saborido y Diego Capusotto el humor busca la risa mediante el recurso de contar escenas en las que nos vemos representados, porque las vivimos alguna vez y allí podemos sentir que se habla de nuestra propia vida.⁶⁰ Y por 2) el absurdo, en este caso con el uso de un lenguaje objetivado, que connota determinada forma de basta experiencia de la realidad cotidiana, en voz de dos personas que hace muy poco que exploran el mundo. Ergo hay un uso del lenguaje que es reconocible y una temática presentada cómo típica de una charla entre hombres que no los identificamos como propios de chicos que no cuentan con suficientes vivencias como para afirmar con tanta seguridad cómo es el orden de las cosas. A diferencia de lo que plantea Eva Giberti (1999) los argumentos no parecen ser propios, sino más bien tomados de discursos adultos y repetidos sin cuestionamiento.

Volvamos entonces al diálogo que nos convoca y veamos cuál es ese espejo que se utiliza, qué es lo que se ve a través del mismo y qué se objetiviza como algo que le sucede a todos. El tema de la conversación es si las “las minas” son un problema en la vida de “los tipos”, y comienza a partir de un comentario sobre Vero, una amiga nueva en la barra. Lo primero de lo que se habla es sobre “lo fuerte”⁶¹ que está Vero y su “cara de buena mina”. Gustavo responde “la verdad que la cara mucho no le miré” en alusión al resto de su cuerpo con un gesto de complicidad, como si lo otro fuera pérdida de tiempo. Al consiguiente, Coqui da a entender que mantuvo una conversación con Veronica, a lo que Gustavo se sorprende y recibe el comentario “estás celoso” de su amigo. Su respuesta en defensa es un ataque directo a las mujeres. El no está celoso porque las mujeres son “el problema de los hombres”, son responsables de la pérdida de autonomía y por ende le arruinan la vida a los tipos, que ya no pueden jugar al fútbol, ni mirar películas de acción tranquilos sin que nadie los moleste. En esa imaginación de “la vida perfecta de los hombres” previo al vínculo con una mujer que “molesta” y quiere cambiar las cosas, hay además de una mirada despectiva, una configuración de un hombre adulto que mira los partidos en el sillón de su casa, sin lugar para historias de amor y cosas sensibles, que debe negociar lo menos posible sus gustos y hábitos masculinos si no quiere perder su condición de macho. Y lo que se presenta aquí como gustos femeninos es inyectado tempranamente con una carga negativa, como algo de poco valor, y opuesto

⁶⁰ Véase en el Anexo el link titulado Fragmento Peter Capusotto y sus Videos “Es tal cual”

⁶¹ Es una expresión utilizada en argentina para decir que una persona es muy linda según los parámetros hegemónicos de belleza.

a lo masculino. Esta charla repleta de lugares comunes, que con algunos cambios de tonos hoy podría ser guión de un sketch de humor feminista, no es interpretada por personajes adultos, sino por niños que analizan las posibilidades de enamorarse y “caer” o no “caer” en “las trampas de la mujer” que parecen cegarnos con su belleza a los hombres, al parecer “incapaces” de dirimir entre la *res extensa* y la *res cogitans*⁶². Una cosa es el cuerpo atravesado por el deseo y la libido, y otra lo que realmente termina sucediendo después, la pérdida de libertad y control. Todo el diálogo pareciera apoyarse sobre si es válido enamorarse o si eso es algo que pasa por el cuerpo pero no estamos analizando completamente las verdaderas consecuencias. Esa escisión entre lo que siente el cuerpo de los hombres y la razón resulta sumamente peligrosa a la hora de esbozar argumentos de los actos. Como explican Agata Menichini y Noelia Ale al comienzo del apartado *cultura de la violación*, en su tesina de grado, el mito de que los hombres no pueden controlar su libido ubica, sin ningún sustento biológico, en el centro de la acción al falo “como un elemento autónomo de la fisonomía masculina que piensa y actúa por si mismo obligando al hombre a responder a sus deseos de maneras salvajes” (2019: 56).

En este diálogo, la postura de Gustavo se muestra como exagerada no por ser irreconocible, sino por la temprana edad en la que plantea sus argumentos no habiendo experimentado todavía una relación con alguna chica. Su discurso incluye un repertorio de ideas y enunciados propios de discursos masculinos adultos que observan al matrimonio, específicamente la unión entre hombres y mujeres⁶³ institucionalizada, como un espacio de encierro, de sufrimiento y hastío. Esta figura está representada en el programa a través del vínculo entre la madre y el padre de Bocha, el arquero del club. Ambos atienden el almacén del barrio, y la lógica de sus apariciones siempre es la misma: la burla por parte de Don Víctor a Angélica, su esposa, quien está constantemente tratando de reafirmar su belleza ante su marido que ya no la mira. Don Víctor, además de ser despectivo con su esposa, es extremadamente “*baboso*” ante cualquier mujer joven que aparece en su local. Relame su lengua, la observa de arriba a abajo y cambia cualquier pensamiento con tal de coincidir con lo que ellas piensan⁶⁴. Todo esto es presentado de forma cómica, como gesto de picardía y algo entendible y justificado por la belleza que presentan las mujeres en comparación con su esposa, aunque ciertamente ridiculizado por la imagen de Don Víctor. En este sentido, el

⁶²Descartes, René (1980), “Meditaciones Metafísicas”, Obras Escogidas, traducción de Ezequiel de Olaso y Tomás Zwanck. Buenos Aires: Charcas.

⁶³ Faltan todavía once años para la aprobación del matrimonio igualitario en Argentina.

⁶⁴ Veáse en el anexo el link con titulado Capítulo 95 parte 2

matrimonio es presentado como territorio carente de libido, como espacio de pérdida del deseo, deseo que hay que reencontrar fuera de casa, en los cuerpos femeninos jóvenes y esbeltos. Esos cuerpos se habilita a mirarlos sin disimulo, se puede hablar de ellos sin demasiado reparo.

Esto también queda implícito en el mensaje de Gustavo, engancharse con una “mina” limita la libertad de deseo y el accionar de los hombres. No está mal visto que un varón exprese lo que dicta el falo, sino que lo haga mientras está casado, o mejor dicho si su pareja lo descubre, porque todavía hay un espacio permitido cuando no se ve, siempre con el riesgo de quedar expuesto frente a los demás como un sujeto que no es libre como quisiera. Pero entonces en resumen ¿Qué debe tener en cuenta, según estas líneas, un varón a la hora de “*engancharse*” con una mujer? Tendrá que saber que tendrá que resignar su espacio de homosocialización (vincularse exclusivamente con sus pares de género), que sus gustos entrarán en relación con “los gustos femeninos” que parecen ser opuestos a los masculinos, que será mejor si aquella mujer tiene un cuerpo hegemónico, pero como contracara debe saber que eso puede engañarnos y hacernos olvidar de todo lo que viene detrás; que ya no podrá hablar del cuerpo de otras mujeres libremente, podrá hacerlo en compañía de sus pares, pero nunca delante de sus pareja. Eso de lo que charlan Coqui y Gustavo es una conversación que intenta advertir el futuro. Dos jóvenes varones en un estadio liminal, preguntándose por posibles resoluciones de esa vida adulta desconocida que se aproxima, lo que viene a la salida de la pubertad. Los argumentos intentan ser propios y despegarse de lo realizado por sus progenitores quienes pueden haberse equivocado al engancharse con “una mina”, al mismo tiempo que retoman discursos adultos del entorno en cual se están socializando, para posicionarse ante lo todavía desconocido. Esto también hace a la construcción del enunciador y el enunciatario.

8. Conclusiones

8.1 Capítulo 3: Los buenos hábitos. Un programa para la familia

Aprendemos a vivir a través de las novelas, el periodismo, las revistas, los tratados morales -hoy diríamos, la autoayuda- más que por la propia experiencia.
Mijael Bajtin
citado en Las Subjetividades en la era de la imagen: de la responsabilidad de la mirada

8.1.1 La realidad de todos: la empatía y la identificación con los personajes

Nuestro trabajo se inscribe en el análisis que involucra un momento histórico en el que la representación social de las infancias y adolescencias se encuentran atravesadas por distintos agentes generadores de nuevas subjetividades, formas de circulación del conocimiento y maneras de estar en el mundo que redefinen el lugar de los sujetos en la sociedad. Entre esos nuevos agentes se hallan los medios de comunicación, y la televisión en particular, tomando un papel preponderante. Lo que se pone en juego aquí, como vimos, es la proliferación de discursos que conlleva una serie de representaciones visuales sobre la infancia en relación con la realidad cotidiana. Al respecto resulta pertinente retomar algunas de las nociones que giran en torno al concepto de “cultura visual”, que como señala Fernando Hernandez (2005) es un constructo y un campo de estudio que brinda herramientas teóricas y metodológicas para *repensar el papel de las representaciones visuales del presente, el pasado y las posiciones visualizadoras (y agregamos visualizadas) de los sujetos* (2005:9).

En su trabajo *Ver el mundo con otros ojos. Poderes y paradojas de la imagen en la sociedad global* (2009), Leonor Arfuch postula que la vista, como sentido corporal, ha triunfado por sobre el resto de los sentidos. Esto significa que el hecho de que lo visible se presente como la dimensión estética más desarrollada y evolucionada demanda elaborar un registro de lo visible y lo invisible. Si la imagen se vuelve el texto por excelencia para presentar las cosas del mundo, es necesario agudizar la mirada sobre lo que ingresa o no en esa presentación ya que resulta de vital importancia a la hora de comprender la capacidad performativa de la imagen dentro de la cultura en la cual surge. Cuando nos preguntamos por la importancia de la creciente experiencia audiovisual en cierta forma nos hacemos esa reconocida pregunta por la implicancia en la construcción de un imaginario social que puede conllevar la exposición y el consumo continuo.

Cebollitas fue un programa que ocupó durante casi dos años el prime time de la tarde en Telefé, uno de los dos canales más vistos del país. Y lo hizo, como vimos, con

un perfil de promotor de valores y conductas civilizadas en la socialización de los pre adolescentes. Queremos decir con esto que en su propuesta aparecía una determinada representación de lo que los autores Berger y Luckmann (1968) llaman un *orden social* determinado, un conjunto de normas y reglas que mediatizan nuestra apertura al mundo, la direccionan y le muestran ciertos límites a nuestro accionar. Debemos tener en cuenta que la promoción de un *orden social* siempre sugiere el control, la restricción de lo desviado y una *habituación*. En ese control aparece la moral, la diferenciación y supervisión entre lo que está bien y lo que está mal. Como consecuencia, la repetición de determinados actos, y la sanción sobre otros va generando pautas de acción que pueden reproducirse sin esfuerzo, que se ofrecen como lo “natural”, lo esperable e innecesario de explicar.

Cuando hacemos mención al término representación nos referimos al hecho de que los medios ofrecen una cierta visión del mundo (no un reflejo transparente y neutral). Hay una determinada construcción en donde la realidad se ve representada y la inevitable promoción de valores en esa construcción nos habla de la existencia y proyección de ciertas ideologías asociadas a grupos específicos, lo que no quiere decir que dichos valores vayan a presentarse como producto de una determinada construcción o como propios de aquellos grupos. Lo harán, de forma naturalizada, en tanto algo pretendido y buscado por toda la sociedad. Como sostiene el experto en educación mediática David Buckingham (2003), los medios “nos invitan a ver el mundo de unas maneras determinadas y no de otras [...] son forzosamente sesgadas y escasamente objetivas” (2003:100).

En esa construcción y representación de la realidad se utilizan estereotipos y elementos reconocibles que generan una sensación de verosimilitud, que ayudan a que los sucesos y los discursos expuestos se presenten como objetivos y “comunes” a todos y todas, aunque no siempre lo sean. Retomamos la definición de estereotipos de Robin Quin (1993) que apunta a una representación repetida frecuentemente que convierte algo complejo en algo simple. Un proceso reduccionista que suele causar distorsión porque depende de su selección, categorización y generalización, haciendo énfasis en algunos atributos en detrimento de otros. ¿Dónde se pueden ver esos elementos “comunes” estereotipados? Principalmente en los personajes de la serie. En los chicos esa segmentación está definida por cuestiones físicas y de personalidad: Gastón, rubio y apodado pintita; Coqui, morocho y con rasgos de adultez; el colo, enamorado y calentón; el rulo, canchero y despreocupado; Bocha, el centro de cargadas por su peso; y Gamuza el más pícaro, que vivía en la calle y es apadrinado por el grupo. En los

adultos la reducción está signada por los oficios: Don Lucero, taxista; Mecha, peluquera; Don Víctor y Angélica, el matrimonio que atiende el almacén; Reinaldo, empresario; y María, empleada doméstica. Como dice Hernández (2009) “la historia de la cultura visual está vinculada a la creación de identidades y miradas sobre la realidad en la que se producen y sobre las subjetividades que las miran” (2009:15).

Al igual que pasa con el humor, mediante estos modelos típicos lo que se construye es un contexto de realidad reconocible, con el cual nos identificamos por cercanía. No es necesario reconocernos con uno de los personajes para sentirnos interpelados, usualmente no coincidimos con las reducciones, pero las reconocemos en la cotidianeidad, son identidades que nos resultan conocidas.⁶⁵ Reconocer a los personajes como reales, palpables y comunes hace que sus discursos y diálogos también se construyan y reconozcan desde el sentido común, como dijimos antes, ya que se nos hacen verosímiles. Hablamos de verosimilitud para referirnos a una persona o un relato que resulta “creíble”, o que aparenta ser verdadero. En una entrevista brindada en 2021 al Diario La Nación⁶⁶ el autor de la tira, Enrique Torres, sostiene lo siguiente:

“Parte del éxito de Cebollitas es que eran todos personajes muy terrenales. Después Polka le metió mucha fuerza a lo costumbrista, pero nosotros ya habíamos decidido ir por ahí. Empezamos con un club de barrio, una peluquería, una despensa, una veterinaria. Eso tuvo mucho que ver con el suceso” (2021)

Estos escenarios y personajes verosímiles son sumamente interesantes para pensar en el perfil de promotor de valores, porque de lo que habla es de lo que nos rodea todos los días, busca no estar lejos de lo que vivía la clase media a finales de los años 90 en Buenos Aires, Argentina. Si bien los grandes temas que mueven a la tira (la amistad, el compañerismo, la relación de los chicos con sus padres, los primeros vínculos sexoafectivos) bien pueden estar tratados dentro de cualquier otro mundo fantástico, el hecho de que lo hagan en un contexto reconocible, el club de barrio, hace que el carácter educativo esté explícito, incluso podríamos enmarcar la serie como un contenido del tipo realismo moral.

Sebastian Sanchez Castillo (2012) hace un repaso sobre los estudios comunicacionales que abordan la cuestión moral en el lenguaje audiovisual y la

⁶⁵ Sobre todo si la realidad que se busca construir es la de un club de barrio que alberga distintas familias de su alrededor geográfico, principalmente de clase media, con algunas excepciones que se escapan hacia estratos más altos o bajos. Una división de clase pretendida en el discurso típico de representación social y económica argentina: una gran clase media, algunos ricos y pocos pobres. Algo que en el contexto en el que se produce la serie, como ya vimos, está rompiéndose cada vez más.

⁶⁶ Véase en el anexo el link titulado Cebollitas: el éxito infantil

identificación con personajes para investigar este tema en la recepción de ciertas tiras televisivas españolas del estilo costumbrista. De este recorrido dimanan algunas cuestiones importantes a tener en cuenta en nuestro trabajo, como el concepto de la empatía con el lenguaje audiovisual. Un factor multidimensional (Davis, 1980) mediante el cual los espectadores se comprometen o identifican con el relato o lo que les sucede a los personajes. La posibilidad de ser empático con los personajes, de ponerse en la piel de los mismos es un componente importante para entender el proceso de implicación y recepción afectiva de los contenidos mediáticos. La recepción empática que supone una identificación con los personajes, sus vivencias y sus rasgos de personalidad, tiene significativa importancia cuando pensamos en la televisión y su característica de desarrollar en sus contenidos “aspectos socio morales que afectan y explican el desarrollo de los valores [...] estilos relacionales, concepciones de vida, estereotipos y prejuicios.” (Medrano y Aierbe, 2008:55). Desde los estudios cinematográficos que retoman la corriente psicoanalítica (Zillmann 1994; Zunzunegui 1989; Igartua 2008; Metz 1982) existe la posibilidad de identificarse a uno mismo con la mirada del narrador de la historia (primaria) o con la mirada de algunos personajes (secundaria), ante los conflictos y desenlaces que se suceden en el producto mediático. Para concretar, los procesos de identificación señalados nos ayudan a comprender los efectos mediáticos en términos de aprendizaje de conductas, el disfrute y el impacto afectivo.

8.1.2 Valores y conductas: institucionalizar el género.

Siguiendo la cuestión de la empatía audiovisual y la importancia de la cultura visual en la creación de identidades sobre las subjetividades que se encuentran mirando, resulta pertinente hacer un repaso de los valores y conductas propuestos, a fin de repasar las resoluciones de conflicto y desenlace dentro de la tira para ver qué puntos de vista fueron posibles de adoptar.

La bandera simbólica principal que levanta el programa es sin dudas la que quedó en la memoria colectiva acerca de que “no siempre se puede ganar, hay que seguir intentando” hasta lograrlo. Este enunciado en verdad se reconoce durante la tira explícitamente con la famosa frase recordada “bancarse ser segundo también es ser campeón”, lo importante es el esfuerzo y competir.⁶⁷ Este mensaje aparentemente no exitista, que de una forma naif trata de ser disruptivo, busca destacar nuevamente la

⁶⁷ Valga la referencia: una postura menottista, y por extensión de pares dicotómicos, anti bilardista ante la vida. Hay caminos que son moralmente correctos y otros despreciables aún en tiempos difíciles.

importancia de la amistad, el ser niño, el compañerismo y el aprendizaje que se cosecha en cada proceso por sobre el triunfo, impulsa el espíritu del juego por el juego, incluso en la derrota⁶⁸.

Por otro lado, se rechaza la violencia como modo de expresión y vínculo entre grupos de preadolescentes y se trata de refutar la conocida frase “los hombres no lloran”, cuando uno de los personajes no quiere llorar delante de su entrenador al contarle que en su casa no alcanza la plata. Como tónica esencial del programa hay una suerte de mensaje de protección de la infancia de lo que sucede allá fuera en las calles, en un contexto de crisis social y económica, donde el club aparece como figura de resguardo. En esa línea se pretende demostrar que la violencia no es una conducta que convenga elegir si lo que se pretende es ser hombres de bien, y si a su vez se acepta que los niños estén afectados y sean víctimas de ese contexto. Ellos solo deberían preocuparse por andar con sus amigos, jugar a la pelota y enamorarse de alguna chica, por lo que entendemos que la nostalgia de tiempos pretéritos, presente también en tánto atmósfera sugerida de la tira, se remonta a una supuesta etapa de nuestro país en la que estos temas no aparecían en la agenda pública y mediática como temas de preocupación.

En esa transmisión de valores enumerados anteriormente, entendemos que tiene su motor de acción o su razón de ser en la búsqueda o protección de la caballerosidad como modelo de expresión masculina deseable. Quizás no en lo que refiere a distinción jerárquica económica en el término caballero, sino más bien en su cadena de significación más cercana al respeto y el uso de los modales del “buen hombre”. La aspiración de una clase media que busca restablecer ciertas normas de respeto que la época y las nuevas generaciones vienen rompiendo.

Pero ¿qué hay más allá de esta lectura sobre el mensaje no triunfalista, la crítica a la violencia y la aparente protección de la infancia? Podríamos decir que entre las enseñanzas o valores señalados durante el análisis también aparecen el respeto a los mayores y la importancia del trabajo. Sin embargo, existen efectos de sentido que se erigen en el mensaje global más allá de la intención explícita de un programa de cariz educativo para pre adolescentes varones en 1997/1998. Hablamos concretamente de el “~~cuidado~~” la potestad de los hombres sobre el cuerpo y la conducta de las mujeres, de la constante apelación a identificar la homosexualidad como algo extraño y desdeñable

⁶⁸ Esto también podríamos leerlo entre líneas en clave de la crisis económica y social que atraviesa a la argentina a finales de la década del noventa. En línea con los caminos morales de los cuáles uno no puede correrse, en caso de que uno quiera ser un hombre de bien: si hay problemas de laburo hay que “aguantar”, se puede contar con la mano de un amigo. Como cuando Don Lucero le ofrece manejar su Taxi al papá de Veronica, desempleado tras salir de la cárcel, o Don Rogelio le permite hacer la changa del lavado de perros a Coqui.

("rarito"), de la imposibilidad para un joven de expresar públicamente que una mujer le importa más que un amigo y la consideración de la heterosexualidad como única orientación sexual esperable. En la serie estas visiones fueron naturalizadas en tanto normalidades propias de la edad y el género, y se vieron cotidianamente dentro de un programa que se proponía resultar educativo y así lo fue. Son parte de esa matriz de conductas esperables en un puberto de fines del siglo XX que juega al fútbol en un club de barrio, en el camino a hacerse varón.

Como vimos, a través de los espacios y personajes, la escena que se muestra en Cebollitas es una escena íntima, propia de los avatares de lo cotidiano. Escenas en las que la empatía no necesita de grandes esfuerzos para emerger, enseguida la distancia de la observación se reduce por la cercanía a nuestra intimidad al mismo tiempo que es construida. Y en esa cotidianeidad el control y dominio por sobre el cuerpo y el espacio personal de las mujeres, la burla y negación de la homosexualidad y la valoración del grupo de amigos por sobre un vínculo sexoafectivo son parte de las visiones y conductas "normales".

No pretendemos, ni fue la intención de este trabajo señalar, juzgar y condenar a Cebollitas con los ojos actuales, debido a que entendemos que los límites de lo visible y decible por supuesto que se modifican a lo largo del tiempo y la historia de los sucesos sociales y políticos. Pero sí nos interesa aquí pensar a esta tira en el marco de lo que Bourdieu llamó la maquinaria simbólica, en tanto produce y reproduce el orden social como natural. O asimismo dentro de la línea del mismo autor nos interesa pensar la influencia de un consumo cotidiano en la conformación de un habitus masculino infantil, ese "sistema de disposiciones adquiridas, permanentes y generadoras" (1991:3) que bien podríamos relacionar a la definición que retomamos de Raewyn Connel y su noción de *proyecto de género* en tanto "procesos de configuración de la práctica a través del tiempo" (1997:6).

Observamos cómo dentro de este campo social que hemos intentado describir, en el que conviven y se relacionan individuos pre adolescentes, según determinados fines o valores, parece siempre existir una malla de principios de acción que organiza y genera prácticas y representaciones. Un sistema que se instituye y se conforma a lo largo de la historia, entendiendo en este caso el consumo televisivo como parte práctica de nuestra historia que condiciona las prácticas que se desarrollarán en el juego cotidiano.

Pensar entonces a partir del análisis que precede estas líneas, qué aportes pudo haber hecho o qué discursos puso en circulación una tira exitosa entre los niños de fin de siglo pasado en son del orden social de la masculinidad infantil de la época. Observamos

aquí de qué manera en un programa con pretensiones educativas que buscó desarmar la mirada triunfalista y aportar su pequeño granito de arena para apagar el clamor de la violencia en una argentina en crisis y un mundo cada vez más capitalista se produjo y reprodujo estereotipos y formas simbólicas de dominación masculina.

Esta conjunción que presenta el programa no hace más que confirmar que las expresiones de dominación masculina son parte de la enseñanza y aprendizaje de un *orden social* determinado que se pretende conservar desde las generaciones adultas, mediante un conjunto sostenido de actos prácticos y simbólicos colaboradores en la performatividad de la identidad masculina infantil de finales de los 90 expresada en el producto cultural que nos hemos dedicado a analizar en este trabajo.

7. Bibliografía

- Alabarces, P. y Rodríguez, M.G.(1996). *Cuestión de pelotas: fútbol, deportes, sociedad, cultura*. Buenos Aires: Atuel.
- Alabarces, P. (1998). *Fútbol y televisión en la Argentina: entre el juego y la mercancía*. Instituto de Investigación Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.
- Alabarces, P. (2000). *Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Buenos Aires: CLASCO-ASDI
- Alabarces, P (2002). *Fútbol y Patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*. Buenos Aires: Prometeo libros.
- Ale, N. y Menichini, A. (2019). "¿Vas a salir así a la calle?" en *7 frases machistas y cómo combatirlas*. Buenos Aires: Niña Pez.
- Alcalde, A. y González, N. (2013). *Aprendiendo a ser hombre: una mirada sobre las masculinidades en la revista Maxim Argentina* (Tesis de Grado). Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales: Buenos Aires.
- Alvarado, M. y Guido, H. (1993). *Prólogo de Incluso los niños*. Apuntes para una estética de la infancia. Buenos Aires: La marca.
- Antezana J., Luis H. (2003). Fútbol: espectáculo e identidad, en *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (85-98), Buenos Aires: CLASCO.
- Archetti, Eduardo (1985) *Fútbol y ethos*. Buenos Aires: FLASCO, Serie de investigaciones.
- Archetti, Eduardo (1998) El potrero y el pibe. Territorio y pertenencia en el imaginario del fútbol argentino, en *Nueva Sociedad*, 154, 101-119.
- Archetti, E. P. (1995). Estilo y virtudes masculinas en *El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino*, Desarrollo económico, 419-442.
- Archetti, E. P. (2003). *Masculinidades: fútbol, tango y polo en la Argentina*. Buenos Aires: Antropofagia.
- Arfuch, Leonor (2009) "Ver el mundo con otros ojos. Poderes y paradojas de la imagen en la sociedad global", en ARFUCH, Leonor y DEVALLE, Verónica (comps.) *Visualidades sin fin: imagen y diseño en la sociedad global*. Buenos Aires: Prometeo Libros

- Barbero, J.M (2003) Estética de los medios audiovisuales, en Xirau, Ramón y Sobrevilla, David, *Estética*, Madrid:Trotta.
- Berger, P y Luckman, T. (1968) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bourdieu, P. (1994) “Estructuras, habitus, prácticas”, en *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Buckingham, D. (2005) “Porque enseñar los medios de comunicación social” (Cap. I) en *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Buenos Aires: Paidós.
- Carli, S. (2006). *La cuestión de la infancia: entre la escuela, la calle y el shopping*. Buenos Aires: Paidós.
- Conde, M. (2006). La intervención del hincha en la prensa periódica, en *Hinchadas*. Buenos Aires: Prometeo libros.
- Conde, M. y Rodriguez, MG. (2002). *Intersectando prácticas y representaciones. Mujeres en el fútbol argentino*. Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Documento de Jóvenes Investigadores, N°1.
- Connel, R. (1997). La Organización social de la masculinidad, en Valdés, Teresa y José Olavarría (edc.). *Masculinidad/es: poder y crisis*, Cap. 2, ISIS-FLACSO:Ediciones de las Mujeres, N° 24, pp. 31-48, Santiago de Chile.
- Contartese, D. y Maceira, V. (2006). Diagnóstico sobre la situación laboral de las mujeres. Segundo trimestre de 2005. Trabajo, ocupación y empleo, 3. Buenos Aires: SSPTyEL, MTEySS.
- Davis, M. (1980): “A multidimensional approach to individual differences in empathy”. *Catalog of Selected Documents in Psychology*, 10, 85, p. 1-17.
- Descartes, R. (1980), “*Meditaciones Metafísicas*”, *Obras Escogidas*, traducción de Ezequiel de Olaso y Tomás Zwanck. Buenos Aires: Charcas.
- Ferguson, B. (1997) “Educación en medios de comunicación: desarrollo de una pedagogía adecuada” en *Los medios de comunicación y la representación cultural*, ADIRA.
- Fiske, J. (1987). Los estudios culturales británicos y la televisión, en Robert Allen (ed.) Channels of sicoruse. *Television and contemporary criticism*. North Carolina: University of North Carolina Press. Traducción y adaptación de Fernanda Longo.

- Ford, A. (1994) "Conexiones", en *Navegaciones. Comunicación, cultura, crisis*, Buenos Aires: Amarrrotu.
- Ford, A. (1994): "Los medios. Tráfico y accidentes transdisciplinarios", en *Navegaciones. Comunicación, cultura, crisis*, Buenos Aires, Amarrrotu.
- Ford, A. (2002): "Comunicación". En Altamirano, C (dir.): *Términos Críticos de la sociología de la cultura*, Buenos Aires: Paidós.
- Fuller, N. (2001). *Masculinidades. Cambios y permanencias*, Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Fuller, N. (2003) Los grupos de pares y las identidades masculinas. Adolescencia y riesgo: reflexiones desde la antropología y los estudios de género, en *Varones adolescentes: género, identidades y sexualidades en América Latina*. Santiago de Chile: FLACSO.
- Garriga Zucal, J. (2004), "Soy Macho porque me la aguanto". Etnografía de las prácticas violentas y la conformación de identidades de género masculino. VI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Garriga Zucal, J. (2007), *Haciendo amigos a las piñas. Violencia y redes sociales de una hinchada de fútbol*. Buenos Aires: Prometeo libros.
- Giberti, E. (1999) . *Púberes*, en *Escuela para padres*, Fascículos coleccionables de Página 12. Buenos Aires.
- Giberti, E. (1999). Adolescentes (1ª parte), en *Escuela para padres*, Fascículos coleccionables de Página 12. Buenos Aires.
- Gil, G. (2002). Introducción: Un investigador, una ciudad, un puerto y un club en *Fútbol e Identidades Locales: dilemas de fundación y conflictos latentes en una ciudad "feliz"*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Hall, S. (1984) "Notas sobre la deconstrucción de lo popular", en Samuels, R. (ed.): *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica.
- Hall, S. (2003) "Introducción. ¿Quién necesita identidad?", en Hall, Stuart y du Gay, Paul (comps.) *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amarrrotu.
- Hernández, F. (2005) "De qué hablamos cuando hablamos de cultura visual?", en *Educação e realidade*, volumen 30, nº 2. En: <http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/12413/7343>
- Lamartino, F. y Torne, M. (2016). *El Puntero: Un estudio sobre la construcción de feminidades y masculinidades en un unitario televisivo* (Tesis de grado). Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales. Buenos Aires.

- López, A., & López, M. H. (2012). Primeros apuntes de la historia del periodismo deportivo en Argentina. *Cuaderno de cátedra Periodismo Deportivo I*, 13-63
- Medrano, C y Aierbe, A. (2008): "Valores y contexto de desarrollo". Revista de Psicodidáctica. Vol 13, nº1, p.53-67.
- Olavarría, J. (2001). *¿Hombres a la deriva? Poder, trabajo y sexo*. Santiago de Chile. FLACSO.
- Pellegrini, D. (2000). La República de los Niños. La función de los juguetes en las políticas del peronismo (1946-1955), en *Revista del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación*. Buenos Aires.
- Quin, R., (1993). La representación y creación de estereotipos, en *La Revolución de los medios audiovisuales*, Roberto Aparici compilador. Madrid: Ediciones de La Torre.
- Rodemann Rounsevell, H. (2015). "Derechos en conflicto: una ley anti-piropo en España". En *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia* - e-I.S.S.N: 2444-0221 - Nº 10, 2015 - pp. 151-160.
- Rossi, D. (2009). La radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado-comercial, en *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2007)*, Volumen 2, 159-188.
- Salerno, D. (2005): "Apología, estigma y represión. Los hinchas televisados de fútbol", en Alabarces, P. et. al., *Hinchadas*, Buenos Aires: Prometeo
- Sanchez, A. (2015). Marcar la Cancha. Reiteraciones, desvíos y tensiones en el arduo proceso de hacerse varón, en *Modos de vida, resistencias e invención*, compilado por July Chaneton, Buenos Aires: Edición La Parte Maldita.
- Sánchez-Castillo, S. (2012). Valores morales, empatía e identificación con los personajes de ficción. El universo representativo de "Cuéntame cómo pasó" (TVE), en *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 3, nº. 2, 83-110.
- Viale, P.; Annuasi, G. y López, A.. (2016). El desafío de armar el mapa de la información deportiva, en *Anuario de investigaciones*, Vol. 11, N.º 2, pp. 17-29. Abril. ISSN 2408-3992 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/anuario> FPYCS | Universidad Nacional de La Plata.
- Vidiella, J.; Herraiz, F.; Hernández, F.; Sancho, J. (2010). Masculinidad hegemónica, deporte y actividad física. En *Movimento*, vol. 16, núm. 4, pp. 93-115, Escola de Educação Física, Rio Grande do Sul, Brasil.

- Argentina. Ministerio de Educación de La Nación. Subsecretaría de Equidad y Calidad Educativa (2012) *Cuadernillo de Educación Sexual Integral para la Educación Secundaria II*
<http://www.educ.ar/sitios/educar/recursos/ver?id=119351>

8. ANEXO

Capítulos Cebollitas:



- **Capítulo 9 parte 2** [▶ Capítulo 9 - Parte 2 - Cebollitas](#)
 - **05:00- 05:15** Diálogo Axel y Luciana: Bon Jovi “el rarito”
 - **07:00 - 08:00** Diálogo Don Arturo y Axel: Seguro lo agarró Pasarela
- **Capítulo 9 parte 3** [▶ Capítulo 9 - Parte 3 - Cebollitas](#)
 - **05.20 - 05:55** Diálogo Don Lucero y Axel: Los Cebollitas no usan esas cosas
- **Capítulo 11 parte 1** [▶ Capítulo 11 - Parte 1 - Cebollitas](#)
 - 10:20 - 11:00 Cruce en la calle con Los Power
- **Capítulo 5 parte 1** [▶ Capítulo 5 - Parte 1 - Cebollitas](#)
 - 03:30 - 07:50 Gastón se prueba en River
- **Capítulo 67 parte 1** [▶ Capítulo 67 - Parte 1 - Cebollitas](#)
 - 06:00 - 06:50 Gastón, El Colo y Roxana
- **Capítulo 68 parte 3** [▶ Capítulo 68 - Parte 3 - Cebollitas](#)
 - 13:00 - 13:50 Inicia la pelea entre Gastón y El Colo

- **Capítulo 69 parte 1** [▶ Capítulo 69 - Parte 1 - Cebollitas](#)
 - 13:40 - 14:30 Gastón, El Colo y Roxana II
- **Capítulo 70 parte 1** [▶ Capítulo 70 - Parte 1 - Cebollitas](#)
 - 03:45 - 4:40 , 6:35 - 10:00 ¿Gastón es o no es un Cebollita?
- **Capítulo 11 parte 2** [▶ Capítulo 11 - Parte 2 - Cebollitas](#)
 - 5:45 - 6:10 Usted se calla que de esto no sabe nada
- **Capítulo 4 parte 1** [▶ Capítulo 4 - Parte 1 - Cebollitas](#)
 - 14:20 - 14:40 Tu hijo se hizo hombre
- **Capítulo 4 parte 2** [▶ Capítulo 4 - Parte 2 - Cebollitas](#)
 - 2:20 - 2:40 ¡Con la nena no!
- **Capítulo 12 parte 1** [▶ Capítulo 12 - Parte 1 - Cebollitas](#)
 - 04:20 - 05:10 Conversación Coqui y Estela
- **Capítulo 3 parte 1** [▶ Capítulo 3 - Parte 1 - Cebollitas](#)
 - 09:15 - 09:45 Agustina, mi prima la de 14
- **Capítulo 188 parte 3** [▶ Capítulo 188 - Parte 3 - Cebollitas](#)
 - 7:36 - 08:30 La Reina de la Primavera
- **Capítulo 27 parte 2** [▶ Capítulo 27 - Parte 2 - Cebollitas](#)
 - 1:38 - 2:30 Embocarle un beso a Estela
- **Capítulo 12 parte 1** [▶ Capítulo 12 - Parte 1 - Cebollitas](#)
 - 06:15 - 07:28 Coqui y Gastón hablan de "las minas"
- **Capítulo 120 parte 2** [▶ Capítulo 120 - Parte 2 - Cebollitas](#)
 - 08:50 - 10:50 Don Arturo y Don Victor recuerdan juegos de la infancia
- **Capítulo 95 parte 2** [▶ Capítulo 95 - Parte 2 - Cebollitas](#)
 - 08:00 -10:00 Don Victor

Videoclips Canciones de Cebollitas

- **Videoclip "Transar"** [▶ "Transar" - Cebollitas](#)
- **Videoclip "Qué Bolú"** [▶ "Que Bolu" - Cebollitas](#)

Otros Fragmentos Televisivos



- Fragmento VideoMatch 1998 - [Hincha de Platense No Se Vende ante Marcelo Tinelli](#)
- Fragmento Televisión Registrada: [Hincha a la Salida del Superclásico 1994](#)
- Fragmento VideoMatch, Sketch de Los Jaititos : [Los Jaititos-Videomatch.](#)
- Fragmento Peter Capusotto y sus Videos “Es tal cual” [Es tal cual - Peter Capusotto y sus videos - Temporada 2017](#)

Twitter

- [Hilo con el testimonio de Federico Tineo](#) (Niño que visitó los estudios de VideoMatch)

Notas Diarios On Line

- Portal de noticias Marca - [Passarella y sus otras manías: Recuerdos del pelo largo](#)
- Nota diario La Nación - [La dramática historia del niño hincha de Platense que se volvió Viral](#)
- Nota diario La Nación [Cebollitas: El Éxito Infantil](#)

Revistas Gráficas

- Tapa Revista Mistica edición 7 de junio 1997

