



La identidad futbolera del club Huracán Buceo en las redes socio digitales

Tutora: Rosalía Winocur

Nicolás Bonetto

5.286.028-8

2021

RESUMEN

Nuestra investigación tuvo como objetivo indagar cómo se apropian de las redes sociales los hinchas de fútbol, concebidas como espacios virtuales que interactúan con los espacios presenciales en la cancha de fútbol; y cómo se constituye el sentido de pertenencia de las personas identificadas con un equipo de fútbol en dichas redes. Para llevar a cabo la investigación seleccionamos al Club Huracán Buceo. Se diseñó una estrategia metodológica que combinó la observación de las redes sociales del Club con entrevistas en profundidad a los hinchas más activos y el registro de las interacciones presenciales en el estadio. Luego de realizado el estudio concluimos que las diversas manifestaciones de la identidad futbolera del club Huracán Buceo en las redes socio digitales, particularmente en Facebook, constituyen un recurso muy importante para mantener la cohesión de sus miembros. Los comentarios de aliento hacia el equipo, la evocación de los símbolos y la apelación a la nostalgia de las glorias pasadas que se comparten en Facebook, constituyen recursos para mantener la cohesión identitaria, tan importantes como vestir el uniforme, adoptar los colores o elementos simbólicos y mostrarlos con orgullo.

PALABRAS CLAVE: Identidad, Redes socio digitales, Fútbol

ÍNDICE

1 ¡Error! Marcador no definido.1.1
¡Error! Marcador no definido.2
¡Error! Marcador no definido.4
¡Error! Marcador no definido.4.2
¡Error! Marcador no definido.5
¡Error! Marcador no definido.6.1
¡Error! Marcador no definido.6.3
¡Error! Marcador no definido.7
¡Error! Marcador no definido.7.2
¡Error! Marcador no definido.8
¡Error! Marcador no definido.10
¡Error! Marcador no definido.35

¡Error! Marcador no definido.1.2
¡Error! Marcador no definido.3
34.1
¡Error! Marcador no definido.4.3
¡Error! Marcador no definido.6
¡Error! Marcador no definido.6.2
¡Error! Marcador no definido.6.4
¡Error! Marcador no definido.7.1
¡Error! Marcador no definido.7.3
¡Error! Marcador no definido.9
¡Error! Marcador no definido.11

1- PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

El fútbol desde su creación a fines del siglo XIX, hasta su masificación y consolidación en el XX, constituye un fenómeno social, político y cultural, que de una forma u otra forma es parte de la vida de millones de ciudadanos alrededor del mundo. Mucha gente ha tomado el deporte como algo propio al punto de convertirlo en una misa cada fin de semana:

“¡Goooooooooooooooooool!” es quizás, una de las palabras “más” deseadas para decir en todo el mundo en un fin de semana, independientemente del idioma. Esto es resultado de que durante décadas el fútbol se ha convertido en el deporte-espectáculo más popular del planeta. (Meneses Cárdenas, 2008, p. 103)

El fútbol moviliza fuertes sentimientos de identificación, no solo hacia el equipo de fútbol sino a un grupo de personas, región, barrio, país, etc. La aparición de internet habilitó otros canales para facilitar la comunicación con los hinchas. Por una parte, las plataformas digitales permitieron que los hinchas acudieron masivamente a los diferentes temas e intereses relacionados con el club; y, por otra, promovieron la creación de diferentes comunidades virtuales.

Este proceso, se vio favorecido a partir de los años 2004-2008 con el surgimiento de las redes socio digitales y los teléfonos inteligentes, lo cual permitió, por un lado, generar una comunidad más constituida en varias plataformas, y, por el otro, estar en todos los lugares conectado a Internet *“Subyace un sentido social en el uso de la tecnología, al asociarla a la comunicación, quehacer humano en el cual ineludiblemente se insertan las relaciones sociales” (Sánchez Duarte, 2008, p.156)*. Los clubes aprovecharon estas apariciones para convertirlas en uno de los ámbitos más importantes a la hora de la comunicación.

En el marco de estas nuevas realidades de comunicación, nos inquietaba indagar cómo se constituye el sentido de pertenencia de las personas identificadas con un equipo de fútbol tomando como base central y punto de partida la actuación de la identidad de los hinchas en las redes socio digitales, concebidas como espacios virtuales que interactúan con los espacios presenciales en la cancha de fútbol.

Cuando hablamos de equipo de fútbol en desarrollo, nos referimos a aquellas instituciones de

poco alcance, con una cantidad pequeña de hinchas, son representativas de un barrio o zona del país, diferenciándose a los equipos más populares como Nacional y Peñarol.

Entendemos por sentido de pertenencia, al que establecen afectivamente un grupo de individuos con una institución, generados por sentimientos comunes y una historia compartida. También, implica identificaciones y símbolos identitarios *“Alude básicamente a la pregunta por el "yo" y se encuentra definido siempre en relación con un "otro" respecto del cual se establece una diferenciación” (Araya, 2000)*. Está estrechamente relacionado con el término de ritual, afirmaba Ramírez Gallegos (2003) que es un espacio donde se generan símbolos, en base a las vivencias de valores y costumbres. La pertenencia a un equipo de fútbol es mucho más que identificarse a un equipo, es además por símbolos en el imaginario social y se comparten de manera colectiva.

Hablaremos de identidad en términos de reconocimiento de un grupo, lugar, un club determinado por ciertas características que hacen una identificación hacia lo expuesto. Como mencionaba Antezana (2003) pone el término “Tifosi” lo establece como un contagio febril en donde no hay ninguna manera de un cambio de bando por la pertenencia hacia un club, son irreconciliables, es lo que en estas latitudes se lo denomina de manera traducida como “Hincha”.

En estos últimos tiempos el teléfono inteligente facilita activamente la interacción en las redes, dado la capacidad de tener internet a lo largo del territorio nacional. *“Se acepta que las TIC están produciendo una profunda revolución tecnológica, comparable a las suscritas por la escritura, la imprenta o la industrialización” (Echeverría, 2008, p. 171)*.

1.1 Objetivos principales

-Explorar cómo se manifiesta la identidad futbolera del Club Huracán Buceo en las redes socio digitales

1-2 Objetivos específicos

-Estudiar el sentido de pertenencia de los hinchas del club Huracán Buceo partiendo desde las redes virtuales y TIC.

-Analizar el tipo de relatos identitarios del club que circulan y se reproducen con mayor asiduidad en las redes socio digitales.

- Comparar y estudiar las diferencias de la apropiación y uso a las TIC según la edad de los protagonistas.

- Establecer la importancia de las redes digitales para el fortalecimiento de la identidad del club tanto en la del club como la de los hinchas.

2- ANTECEDENTES

El fútbol en estas latitudes es un pilar fundamental en la vida de los individuos de una sociedad, se convierte de un simple juego a un hecho total en todas las esferas, sea social, cultural, político o económico para tornarse algo global (Carrión, 2006). La identificación hacia un club puede generarse por distintas formas según Carrión: Por el estilo de juego, es decir la propuesta que el equipo pone en un partido sea un planteo defensivo, ofensivo, mixto, pragmático, etc. Sea por un jugador específico, un jugador considerado estrella o referente para un grupo de personas por lo que transmite.

Otra forma es por la camiseta, sean los colores; En Uruguay el periodista Marcelo Decaúx (2019) en una entrevista al actor apodado “Gustaf” hablaba de su identificación con Fénix, un equipo en desarrollo decía *“Es imposible no enamorarse de esos colores”* Se refiere al conjunto violeta y blanco del equipo, una de las razones de por qué se hizo hincha del club.

Siguiendo con Carrión otras formas de identificación son las de membresía cuando ocurre que un equipo de tu país se enfrenta a otro aunque no sea tu equipo, lo apoyan. Otra, la social donde influye la familia y su entorno afectivo. Hay gente que se identifica cuando se logran éxitos, finalmente la identificación por oposición al otro equipo.

En Uruguay el historiador Andrés Morales explicaba su tesis realizada en 2013 sobre cómo se construyó la identidad del fútbol en la sociedad con la relación en la política a principios del S XX. El “Batllismo” como en muchas disciplinas, en el deporte también marcó su impronta con

las creaciones de distintas organizaciones como en educación física, las federaciones de básquetbol, ciclismo, atletismo. El fútbol como organismo nació en 1900, siempre estuvo al margen del estado pero como el crecimiento fue tan grande que la política se acercó a través de los medios, en el diario “El Día”, empezaron a escribir y difundir el fútbol.

Ese periódico, órgano de prensa del Batllismo, es el que apoya la ida [de la selección] a Colombes en 1924 y es el único que envía corresponsales. Además, fue el primero en captar la importancia de crear una página deportiva, en darle importancia a este deporte como fenómeno de masas. Se torna muy político todo (Morales, 2013)

De ahí el nexo entre los medios con el imaginario nacionalista el fútbol se da esta correspondencia. Con un uso de la descendencia europea como medio de identificación ante los pueblos originarios, no estaba la idea del ser latinoamericano sino de eurolatinoamericano con clara referencia a España e Italia, esto desarrolló un discurso de sentirse superiores en una cancha de fútbol, no el imaginario actual del pequeño país con inferioridad sino el de ser mejores que el rival, esa fue la piedra fundamental de la creación de la identidad sociedad, fútbol, medios y política.

Baycé (2003) escribió sobre la generación de identidad del fútbol uruguayo, su particularidad es el uso de la nostalgia como elemento glorificador de las gestas deportivas más grandes. Los medios de comunicación tienen un papel importante en la generación de estas dialécticas de tono heroico, discursos elaborados como si fueran relatos de batallas, de enfrentamientos, un clima de guerra, conquistas, como los de la antigua Grecia, los hechos ocurridos en 1924, 1928, años en los que la selección uruguaya gana las medallas de oro en los Juegos Olímpicos de Colombes, Francia y Amsterdam, Países Bajos respectivamente, sumado a las Copas del Mundo ganadas en 1930 (Organizado en nuestro país) y 1950 (En Brasil) fueron el núcleo.

Su peso con los años ha aumentado, al punto de convertirlo en algo muy grande. José Nasazzi, un jugador ganador de los torneos de 1924/28/30, considerado uno de los mejores jugadores de todos los tiempos, dijo sobre otro jugador considerado una leyenda del fútbol uruguayo Héctor Scarone cuando sucedió el fallecimiento y sepelio del jugador en 1968: “Éramos jóvenes, éramos ganadores, éramos unidos, creíamos que éramos indestructibles” (Bayce, 2003 p. 174).

En México, la rivalidad América-Chivas es considerado como el partido más importante del fútbol mexicano, Meneses Cárdenas (2008) decía que “Es posible argumentar la identidad remarcando lo que no se es; es decir, ser chiva es no ser águila” (p. 109).

El partido de fútbol es también al mismo tiempo una representación de la realidad. Simultáneamente nos aleja y nos acerca de la realidad, los placeres y sinsabores de la vida, la justicia e injusticias de la realidad social, las actitudes más egoístas y altruistas de las personas. (Dávila y Londoño, 2003, p. 126)

En Francia, Pereira (2012) explica sobre las identidades y el sentido de pertenencia dependiendo del lugar de procedencia. Cuando sucedió un repechaje y un desempate al mismo tiempo, pero con el mismo fin para clasificar al mundial de Sudáfrica 2010 se formó un doble contraste: Entre los inmigrantes/descendientes portugueses con los de Argelia. Este último, Argelia ganó el partido desempate ante Egipto, se metió en el mundial y la gente lo ha tomado como un festejo masivo en la capital francesa París. Las circunstancias eran que no clasificaban a una Copa del Mundo desde 1986; Por su parte en ese mismo lugar Portugal vencía a Bosnia-Herzegovina, consiguiendo también el pasaje a la copa del mundo, sin embargo, los portugueses no desataron con tanta euforia, fue el caso de un joven de raíces lusas donde tomó el auto y festejó junto con los argelinos. La sorpresa es que no había ningún portugués festejando. La identidad es característico del contexto en que nacieron y de donde viven, en este caso Francia donde bajo este contexto se construyó una influencia en la creación del fútbol en su país con la ayuda de los inmigrantes portugueses. En cambio, Argelia fue colonia francesa, Portugal no, pero emigraron miles a Francia como consecuencia de distintas crisis económicas, dictaduras y guerras. Dos cuestiones distintas para entender como mantienen el sentido de pertenencia a pesar de estar muy lejos de sus lugares de origen:

Si los hinchas de la selección portuguesa no festejaron el día 18 de noviembre de 2009, ¿Por qué lo hicieron efusivamente en la noche del 30 de junio de 2004, después de la victoria lusa sobre Holanda en las semifinales de la Eurocopa realizada en Portugal? (Pereira, 2012, p. 98).

Siguiendo con Portugal, como sucede en Uruguay con el tema de la selección nacional en donde la construcción de ideales por medio de los medios de comunicación en los partidos de fútbol toma importancia. En Portugal, la diferencia con la selección uruguaya es en el palmarés bastante menor, solamente poseen dos títulos: la Eurocopa 2016 y la Nations League 2019. El artículo de Ruí Gomes y Marisa Freitas (2000) mencionan como han construido un discurso reflejando la identidad de Portugal en los medios cuando se disputó la Eurocopa 2000, a pesar de no tener en ese momento títulos importantes y clasificaciones a mundiales. Frases como: *“Nuestros jugadores”, “Comienza a defender un sueño”, “No baja los brazos”, “Con la selección nacional, el país entero que canta el himno de sus creencias y sentimientos”* (Diario A Bola, 2000). Evocan a la emoción y amor a un país (p. 6).

En Argentina tienen un estilo particular de vivir el fútbol. Bundido (2018) inició una investigación sobre los comportamientos de los hinchas en los partidos de distintos clubes. Entrevistando a individuos relacionados con el ambiente, analizando y observando partidos de 26 clubes argentinos. El autor halló que el insulto y las agresiones hacia el otro, no se conciben como una falta de respeto sino forma parte de un espectro aceptado bajo un contexto denominado folklore. Es un punto importante para entender la lógica del aliento desde un punto de vista socio-cultural. La demostración de aguante hacia un equipo defendiendo valores y resistiendo agresiones sea física o psicológica. Lozano

Uno de los elementos presentes en el fútbol son las barras bravas, un grupo organizado de hinchas con un comportamiento particular en la tribuna. Lozano Castro (2013) hace una investigación de dos años sobre el comportamiento de un grupo de barras bravas de Millonarios, club localizado en Bogotá, Colombia. Trata de explicar con perspectiva crítica las acciones de los individuos involucrados. Como se mencionó anteriormente el concepto de aguante es un importante elemento de identificación, su prioridad absoluta es su equipo, cualquier cosa que contradiga los valores de la identidad se generará un conflicto. Estos conflictos y valores son distintos según el contexto social, no necesariamente son los mismos compartidos con otros clubes.

El mismo tema del aguante lo trata Hasicic (2016) con una serie de entrevistas hechas a hinchas y simpatizantes de River Plate de Argentina donde el clima de violencia es un elemento considerable, cada tribuna de su estadio tiene un comportamiento distinto dependiendo del aguante y de la violencia. La gente no se identifica ni se considera parte de una barra brava, no obstante, los grupos organizados en el estadio son los que más influyen transmitiendo prácticas al punto de internalizarlas en las personas consideradas fuera de los barras.

En la comunicación internet es un elemento muy importante. En Brasil, Ortiz (2013) investiga sobre el comportamiento de los espectadores en las redes sociales digitales cuando se exponen contenidos emitidos por medio de la televisión. La red seleccionada fue Twitter, una opinión realizada por un usuario dentro de un partido de fútbol donde miles de personas navegan en Twitter, tienen posibilidades reales de visibilidad. Esta investigación destacó a la Rede Globo, emisora donde transmiten los partidos, el público lo comenta de manera negativa argumentando un proceso repetitivo de estructuras enfrentándose ante los nuevos rituales originados desde las redes sociales digitales.

Gil (2006) analizó a un club regional como Aldosivi, proveniente de Mar del Plata, Argentina.

Al no ser un equipo de los considerados grandes a nivel nacional conviven en constante lucha por construir una identidad. Los viajes es un elemento que el hincha establece como un lazo de pasión, realizan actos de alta intensidad para entrar en un estado de ánimo determinado. Vinculado con el aguante anteriormente mencionado, los hinchas cuando son visitantes viven en reiteradas veces demostraciones que ponen en conflicto con sus valores defendidos, es decir en un partido de fútbol se contraponen los valores de la hinchada del equipo rival.

3- PRESENTACIÓN DEL CASO DE ESTUDIO: CLUB HURACÁN BUCEO

Buceo, es un barrio ubicado en Montevideo que nace a fines del siglo XIX con sus primeros pobladores. Se denominó así debido a que en 1752 buceadores participaban en un rescate de la carga de un barco que se hundió por la zona de la playa. Posteriormente cercano a fines del XIX y principios del XX se produce la creación del Cementerio del Buceo, y entrando en la década de los 30' se convierte en un balneario para vacacionar donde el nacimiento del club Huracán se genera bajo este contexto, de ahí surge el apodo de "Tricoplayero" debido a que en esa época era un balneario y utilizaron la playa como elemento de identificación.

El equipo de fútbol nació en el año 1937, creado por vecinos de la zona del barrio, en principio se denominaba simplemente "Huracán" pero recién en 1942 tiene su nombre actual debido a la decisión del entonces presidente Hugo Bautiza en denominarlo así para diferenciarse de los varios equipos llamados Huracán tanto en Montevideo como en Buenos Aires. El club tiene un nexo de amistad con Chacarita Juniors de Argentina debido a similar estilo de camiseta, inspirados en ellos, adoptando el Negro, Rojo y Blanco.

Sus éxitos deportivos radican en dos etapas: Una en las décadas de los 60 y 70, entre otras situaciones, sucedió un hecho inédito para la época cuando jugaron contra Bella Vista por la final del ascenso a primera división con un Estadio Centenario lleno, era prácticamente imposible que un equipo en desarrollo llene un estadio de estas magnitudes, estuvieron 23 años en la máxima categoría. La segunda etapa se da a finales de la década de los 90 cuando participaron por única vez en un torneo internacional, la Copa Conmebol de 1998, jugando entre ellos contra River Plate de Argentina.

A raíz de la crisis económica sufrida en los noventa, mermó el nivel deportivo, y descendieron a la segunda división, volviendo a la A en 1996 pero cayendo de vuelta en 2001, lo cual derivó

en la desafiliación en el año 2009, y no tuvo actividad hasta 2017. A partir de este año se reinicia la actividad futbolística, acompañada de un proceso a través de las redes socio digitales que fue impulsado por los propios hinchas con el apoyo de varios dirigentes, para volver a reflotar al equipo. Tras una serie de inconvenientes internos, se llegó al objetivo con éxito y volvieron a competir, hoy en día juegan en la tercera división, denominada “Primera Amateur”

Sus apodosos son tres: El primero es “Tricoplayero”, “Trico” por los 3 colores que viste en su camiseta, “Playero” hace alusión a la cercanía del club, su barrio a la rambla y playa de la zona. El segundo apodo es “Funebrero”, tienen misma denominación con el club Chacarita, hace alusión a la cercanía del club con el Cementerio del Buceo, usándolo como símbolo del barrio, fue una de las primeras construcciones, apodo y significación muy similar a su hermano argentino con el Cementerio de la Chacarita. Y por último el tercer apodo “El Hura” abreviación del término Huracán, para identificar aún más al equipo

4- METODOLOGÍA

Para llevar a cabo la investigación se diseñó una estrategia cualitativa que combinó la observación de las redes sociales del Club Huracán Buceo con entrevistas presenciales a 3 socios que son referentes importantes tanto en la cancha como en las redes.

4.1 Realización de entrevistas cualitativas

La técnica de la entrevista cualitativa, es un excelente recurso para indagar en los significados que los distintos actores le otorgan a su experiencia con las redes sociales virtuales y presenciales. Según Corbetta (Citado en Batthyány, 2011) es una conversación donde el entrevistador, genera un plan de investigación, con una finalidad y un esquema de preguntas flexibles al contexto de la entrevista. Es una conversación entre dos personas donde se registra el hecho para posteriormente trabajarlo. Trindade (Citado en Schettini y Cortazzo, 2016), complementa que el encuentro entre el entrevistado y el entrevistador deben hacer funcionar

recursos para lograr confianza, con el fin de obtener las informaciones necesarias a la investigación sin caer en el formato del interrogatorio. En nuestro caso, previamente realizamos una serie de charlas informales para iniciar de manera amena la relación entrevistador-entrevistado. Estos encuentros fueron acercados mediante los partidos de fútbol en las tribunas, para después coordinar un encuentro en un punto de Montevideo, charlando de manera más profunda sobre las preguntas de la investigación. Nos focalizamos en indagar sobre la historia del club, los comportamientos ante las adversidades, sus logros y fracasos, el contexto barrial, la historia dentro de sus colores, por decir algunas de las cosas que era necesario para poder entender el contexto Huracán Buceo. Complementando, una variable es la observación participante explicado por Sánchez Serrano (2013) como captar significados culturales de una comunidad, su estilo de vida, movimientos, o valores significativos, entre otras cosas.

Para la observación de las redes digitales se diseñó una guía con el objetivo de registrar las interacciones y comentarios de los hinchas que expresaran distintas manifestaciones de la identidad del Club. Esta guía nos permitió reunir información para elaborar la guía de entrevista cualitativa presencial que nos permitiría recuperar el punto de vista Batthyany (p. 88) de algunos de los referentes claves del Club dentro y fuera de las redes.

Una de las ventajas de la entrevista cualitativa es según De Munck y Sobo (citado en Kawulich, 2005) que permiten acceder a la cultura de los entrevistados y su visión del mundo. Por eso nuestro interés en indagar la historia de los entrevistados dentro del Huracán Buceo.

En este caso las redes de Huracán Buceo es un entorno de una cantidad de personas compartiendo valores. Desde nuestro lado al investigar desde las redes digitales del club lo hemos observado como personas externas del entorno, convivimos por un tiempo en el mismo ámbito de Facebook (grupo delimitado para trabajarlo) no nos involucramos como un hincha más sino guardando distancia entre la relación observador-participante y al final hacer en base a los datos obtenidos un análisis tomando en cuestión los objetivos planteados a este trabajo.

La observación participante se trabajó también en los partidos del equipo en un periodo determinado. Se concurrió a 10 partidos de la temporada 2019, estando dentro de la tribuna con los hinchas de Huracán, se observó a lo largo del transcurso de cada partido, distintas manifestaciones de los hinchas dependiendo el resultado o la situación de juego, se han adquirido informaciones complementarias a la investigación.

La entrevista cualitativa se organizó en los siguientes bloques temáticos, que respondían a los distintos interrogantes del proyecto:

- Redes socio digitales y el sentido de pertenencia
- Participación en las redes digitales
- Comportamiento de los usuarios
- Diferencias entre las redes sociales y digitales
- La manifestación de la identidad futbolera en las redes socio digitales

La primera entrevista fue con Santiago, un hombre de 23 años. Es uno de los tantos hinchas que van todas las semanas a ver a su equipo en todos lados. Es estudiante universitario de la Facultad de Información y Comunicación (Udelar). Ha tenido varios trabajos relacionados con el fútbol. Participó como redactor en el portal “Salimo” donde cubría a equipos como Sud América o el mismo Huracán, maneja lo vinculado con el ascenso, dentro de eso también desempeñándose en el programa “Ascenso 1010” donde al final de los encuentros se iba a la zona mixta para entrevistar a los jugadores. Fue parte de la movida generada en 2017 para la vuelta del club a las competencias. Tras una serie de inconvenientes internos, por iniciativa de él y de un grupo de personas se organizó una reunión donde se tomó la decisión de evitar la desaparición del club, iniciado por varios directivos y jugar el campeonato, movida iniciada desde las redes virtuales con amplificación de distintas audiciones radiales especializadas en el fútbol de ascenso. Esa reunión tomó como decisión pedir a la Asociación Uruguaya de Fútbol el reconocimiento del entonces presidente Mario Miguez tras un intento de desestabilizar el club por parte de varios dirigentes, posteriormente solucionado el tema con la AUF más tarde se confirmó el retorno al fútbol a través de un pedido. Hoy en día Santiago forma parte de la directiva del club Huracán y tiene línea directa con todo lo que pase sobre el día a día del club, los hinchas y los partidos. La curiosidad es que no vive en Buceo, sino en Lagomar, a pesar de eso siente una identificación con el equipo “Funebrero”, desde chico inculcado por distintas vivencias. Este es uno de los problemas que también nos genera una inquietud, como un individuo de un barrio se identificó con un equipo ubicado en otro barrio.

La segunda entrevista fue a Ricardo, un señor que tiene 60 años, socio vitalicio del club y dirigente histórico. A diferencia de Santiago, Ricardo nació y creció en el Buceo y es ingeniero de sistemas. Tiene dos hijas y un nieto, todas hinchas de Huracán. La única red que usa es Whatsapp, no obstante creó el grupo de exjugadores de Huracán, un grupo cerrado de Facebook hasta el día de hoy activo. En la entrevista habló mucho de la historia del club, anécdotas, curiosidades y muchas cosas sobre el club.

La tercera entrevista se le realizó a Ramón de 62 años, hincha desde chico de Huracán, es jubilado, socio vitalicio, divorciado y dos hijas. Solamente en su familia su hermano es hincha

de Huracán y el resto de su familia viva son hinchas de Cerro dado que su ex-esposa y las hijas que tuvo con ella nacieron, se criaron y se hicieron hinchas de Cerro. Ramón acompaña desde la tribuna a su equipo en todos los partidos, y también ayuda en el club pero no es dirigente. Tiene en común con Ricardo que también nació en el Buceo y ambos forjaron las bases del amor al club del famoso “Boom” en aquel partido con Bella Vista donde de manera inédita se llenó por completo el estadio Centenario un domingo a la mañana, donde se enfrentaban para definir el ascenso a la primera división. Ramón participa en las redes socio digitales desde hace tres años: *“Ahí me empecé a unir a los grupos, a los grupos de Huracán, a conocer gente de otros equipos porque tengo muchos jugadores de otros equipos amigos, estamos en contacto y nos vemos cuando jugamos contra ellos, cuando nos vemos en la cancha”*. Es muy activo en las 4 redes que maneja: Facebook, Instagram, Twitter y Whatsapp, pero no está todo el día con el celular curiosamente, todo lo hace en un momento concreto del día. A través de las redes dialoga con otra gente referente o amiga de otros equipos del fútbol uruguayo, con sus familiares de otros países y con la comunidad de hinchas del “Funebrero”. Ramón en la entrevista enfatiza a Huracán como su otra familia, su vida. Contando anécdotas ocurridas que le marcaron como persona dentro del equipo.

“Sí, cuando ya te digo cuando vamos a Rocha que nos vamos todo el día, el viaje después paramos en el parque a compartir un pedazo de carne, a tomar un vino, son momentos que no tienen precio...Incluso más, el año pasado yo andaba medio corto y a mi me habían invitado a ir en el ómnibus con los jugadores, no me cobraban nada, me llevaban y los pibes me dijeron no no, vení

con nosotros que vos sos nuestro”...

Como pudo constatarse en las 3 entrevistas, Huracán Buceo es mucho más que un club de fútbol, es una familia, una comunidad, un lugar donde el fútbol es su nexo.

4.2 Observación participante de las redes socio digitales

En paralelo, nuestro trabajo se centró en explorar y establecer las diferencias en el sentido de pertenencia de los hinchas del club Huracán Buceo según las edades de los participantes, tomando como base lo que ocurre en las redes virtuales durante y después de cada partido.

En un comienzo se pensó observar las interacciones en las tres redes virtuales que posee el club, hablamos de Facebook, Twitter e Instagram. Todos los datos recogidos daban distintas conclusiones según las siguientes variables: La cantidad de usuarios, las interacciones de cada publicación, la edad de las personas que siguen las redes (1.100 en Instagram, 2.255 en Twitter), la cantidad de mensajes, la cantidad de cuentas “Parodia”, “Fake” “Bot” que hay en las redes y el contenido precisamente de los que manejan las redes a que público se dedicaban.

El periodo que se analizó fue Julio-Septiembre de 2019. En primer lugar seleccionamos las tres redes en donde Huracán Buceo tiene presencia: Facebook, Twitter e Instagram todas en sus cuentas oficiales y sumado además a un grupo de hinchas del club en Facebook. Lo segundo fue extraer todos los comentarios que aparecían debajo de cada post de las cuentas oficiales y además los comentarios incluso los mismos post del grupo de hinchas. En tercer lugar, ya teniendo todos los comentarios seguía la ardua tarea de clasificarlos bajo ciertas variables determinadas por el contenido de los mensajes. Se clasificaron en varias columnas y en algunos casos dada la cantidad de mensajes en una misma sección se optó por hacer una columna separada a la tabla pero no deja de tener vínculos con el resto. Estas categorías son: Aliento, nostalgia, quejas, Iniciativas, evocaciones, servicio a la comunidad, odio, discusiones y pérdidas.

Las impresiones recogidas fueron que tanto en Twitter como en Instagram la información iba a causar cierta distorsión en el análisis , ya que estas dos redes presentan el problema de las cuentas parodia/fake/bot. Eso se puede detectar fácilmente en los comentarios, como lo hacen y en la descripción de las mismas cuentas¹. En Facebook no ocurre esto, por la forma del registro de cuentas permite tener cierta estabilidad en los datos, además tiene la ventaja de ser la red del club con mayor cantidad de seguidores muy cercano a los 6000. Por lo tanto, se tomó la decisión de centrarse en Facebook, y de observar las interacciones de las personas con las siguientes características: 1) con más de 40 años, porque el promedio de la gente activa en la comunidad ronda a partir de esa edad aproximadamente en adelante, 2) Los individuos que participan si son hinchas del club Huracán Buceo, 3) Que participaron de manera frecuente en los partidos

1

Según artículos informáticos de Andalucía Digital (2018) y el Diario El Observador (2018) Para detectar una cuenta de estas características tiene que tener muy poca información personal en la cuenta, no tener foto de perfil, mensajes repetitivos, pueden seguir a muy pocas personas, pero tienen cientos de seguidores o al revés, pocas publicaciones.

del equipo durante la temporada.

El registro consistió en anotar la cantidad de *Me gusta*, compartidos y comentarios de dos publicaciones: La placa previa al partido, es decir presentando al rival que se van a medir y la placa final del partido. Para tener cierta fidelidad y ser más o menos parejo, se acumulan las estadísticas aproximadamente entre las 36 a 48 horas posteriores a la publicación.

4.3 Observación participante de las interacciones en la cancha

En la cancha se realizaron diez jornadas de observación de los comportamientos de los hinchas, con el objetivo de establecer si existía vinculación y continuidad entre lo que pasaba en el estadio y en las redes. La primera fue durante el partido fue contra Basáñez donde ganó Huracán 2-1, la segunda fue ante Colón igualando sin goles; mismo marcador en el tercer encuentro contra Potencia; El cuarto partido fue contra Rocha donde cayó 2-0; Contra Alto Perú en su quinto cotejo ganó 2-0; También ganó en su siguiente partido contra Artigas 2-0; En su séptima presentación ganó 1-0 ante Oriental, mismo resultado y triunfo ante Halcones en la siguiente jornada; Empató en la novena fecha sin goles ante Parque del Plata y finalizando perdió ante Uruguay Montevideo por 3-0.

5- LAS REDES SOCIO DIGITALES Y EL SENTIDO DE PERTENENCIA

El análisis de las interacciones muestra que estas se multiplican en los partidos que ha ganado el conjunto, sucede lo contrario cuando pierde, en promedio caen en un 50 %. El partido de mayor incidencia en las redes fue en el primer encuentro, después se estabilizó, pero cuando pierde, se llega apenas a la mitad.

Cuadro de interacciones en el periodo de observación

PARTIDO	ANTES DEL PARTIDO			RESULTADO	DESPUÉS DEL PARTIDO			Publicación	TOTAL		
	Me gusta	Comentarios	Compartidos		Me gusta	Comentarios	Compartidos		Me gusta	Comentarios	Compartidos
Basañez	94	6	25	2x1 (Ganó)	230	11	41	Placa	324	17	66
Colón	67	7	18	0x0	45	3	4	Placa	112	10	22
Potencia	53	6	20	0x0	49	4	4	Placa	102	10	24
Rocha	58	5	18	2x0 (Perdió)	18	2	2	Placa	76	7	20
Alto Perú	43	1	11	2x0 (Ganó)	86	11	14	Video	126	12	25
Artigas	52	3	13	2x0 (Ganó)	178	16	24	Placa	230	19	37
Oriental	54	3	12	1x0 (Ganó)	95	10	18	Placa	149	13	30
Halcones	53	3	19	1x0 (ganó)	86	11	16	Placa	139	14	35
Parque del Plata	50	5	16	0x0	60	1	7	Placa	110	6	23
Uruguay Montevideo	52	3	9	3x0 (Perdió)	138	19	17	Frase	190	22	26

También la forma en que se publica es fundamental, los videos son donde más jugo se puede sacar, eso queda evidencia en la publicación ante Alto Perú donde en vez de la placa de resultados, usan un video de entrevista con mucha efectividad en las redes. Estos son recursos que buscan la difusión e informar sobre las cosas del club a pesar de que parte de esos seguidores no son hinchas del club, tal cual sostiene en la entrevista Santiago Fossatti:

“Obviamente no todos los seguidores que tenemos ni son hinchas ni son socios tenemos mucha gente de Peñarol, de Nacional que por ejemplo la semana pasada nos compraron remeras, me escribieron para las redes y un loco con el usuario que decía por ejemplo ale bolso o pirulito manya nos compró remera, es eso lo que tiene el club también, tiene mucha.. como que la gente quiere mucho al club, es un club que por más que yo que sé soy hincha de tal pero soy simpatizante de Huracán”

La cultura del “Aguante” como dice Linné (2008) mencionando a Alabarces: *“Refiere originalmente a ciertas asociaciones de sentido y prácticas vinculadas a la capacidad de soportar los momentos adversos del club de fútbol”*. Es cierto que el planteo va más enfocado a la cultura de las barras bravas, pero vamos a establecer enfocararlo desde el punto de vista de los hinchas. Según los registros realizados en las redes hay indicios de que no hay un “Aguante” al menos en las redes virtuales, sin embargo, en la cancha en general no hay muchos cambios partido a partido. En las adversidades es donde hay menos interacciones, pero cuando el Club gana los comentarios suben de manera notoria.

Entre los temas más recurrentes apareció la nostalgia. En las entrevistas realizadas hablaban constantemente de las cosas que hizo el club en el pasado, los hinchas del club en general (Los que asisten a los partidos) de una edad promedio a los 40-60 años, son los que mantienen ese relato colectivo, como se puede advertir en el siguiente ejemplo, publicado el 17 de mayo de 2019, en Facebook:

- H1: *Estuve en la inauguración del Parque Huracán en 1985, tenía 9 años. Un partido contra Danubio, un jugador de Danubio hizo 4 goles esa tarde. Mi abuelo era hincha de Huracán Buceo,*

- H2: *También estuve ese día. Atrás del arco y desde ese día siempre fui al mismo lugar.*

- H3: *Yo también fui con mi hijo que tenía 7 años, ¿Te acordás quién era qué hizo los goles?*

- H1: *Me sale Larrea el apellido, pero tengo la duda, me estoy tratando de acordar hace un rato.*

- H3: *Siempre fui detrás del arco, ¿Les suena Rubén Sosa en su debut?*

- H1: *No, seguro que no era; Mira la que encontré: “Gustavo fue a la inauguración del Parque Huracán, en 1985 y contra Danubio, el partido de despedida de Rubén Sosa. Esa cancha, con gradas solo en la tribuna oficial estaba abarrotada. La debacle la vio venir sin faltar a un partido, “Al último año fui como despidiéndome, la hinchada estaba triste y a los jugadores no se les podía decir nada””. Mirando otros datos, fue el partido de despedida de Rubén Sosa, cuando se fue a España al Zaragoza.*

- H3: *Es verdad, ahora me acuerdo*

- H1: *En ningún lado dice quién hizo los 4 goles, pero recuerdo que fue el mismo jugador.*

El factor de la nostalgia es sumamente importante en la generación de la identidad y los hinchas jóvenes del club posiblemente se hicieron hinchas por ese mismo relato. La sensación es que las redes socio digitales, y más ampliamente internet se convierten para los hinchas en una forma de mantener y fortalecer la identidad, que parece ser algo más basado en la historia que en el presente del mismo club.

En los comentarios del equipo solamente aparecen mensajes de aliento, pero cada cierto momento aparecen estos flashbacks de momentos de épocas más esplendorosas. Como decía Santiago en el pasaje de la entrevista recorrió un poco de historia que nunca vivió por temas de edad, como el partido “Boom” contra Bella Vista ante 60.000 personas. “Son espacios donde la gente puede construir nuevas redes sociales a partir de sus significados ya conocidos. Dentro de las comunidades virtuales se crean redes de significado bajo las cuales los miembros pueden interactuar unos a otros”. (Polis, 2013) Los significados del club como el “Topo Gigio”, por ejemplo, representan algo conocido para los hinchas y permiten establecer símbolos identitarios que todos reconocen. Eso pasa más dentro del Facebook en los grupos de hinchas de Huracán

Buceo donde el uso de interacciones combinado a la generación de una comunidad permite generar una identidad al grupo, donde la nostalgia juega un papel primordial para cohesionar a los hinchas.

Pero lo que aparece en las redes oficiales del club es completamente distinto, es cierto que hay comentarios sobre momentos de la historia del club, pero de los encuentros no aparece nada. Es solamente mensajes de aliento o algún reclamo hacia los que manejan las redes. Con la generación de esto, la gente que pertenece a esa comunidad va a actuar para un mismo lado en la forma de pensar. Eso se ve en la red oficial donde parece que todos los comentarios se resumen en “*Vamo Huracán*” “*Hura*” “*Arriba Huracán*”, no hay algún patrón que se rompa, ni una forma de ser diferente. Ahí juega el rol el papel del que propone lo que se publica, en este caso el club. En un grupo habrá moderadores que harán hacer cumplir al resto las normas que se establecen en un grupo de Facebook.

Baycé (2003) citando a Durkheim explicaba “*No puede haber sociedad que no sienta la necesidad de mantener y reafirmar, a intervalos regulares, los sentimientos colectivos y las ideas colectivas que constituyen su unidad y su personalidad*” (p. 163). El relato colectivo de un símbolo es un elemento de unión de una determinada sociedad, la labor de los hinchas es mostrar la historia para no ser olvidada en el tiempo, una forma de identificación por el entorno tanto espiritual como material. En las redes socio digitales el relato se magnifica por la rapidez, todos los hinchas pertenecientes a la comunidad pueden compartir sus experiencias en el momento o preguntar sobre ciertas cosas. Esto contribuye a fortalecer la comunidad y nuevas formas colectivas de participación.

6- PARTICIPACIÓN EN LAS REDES DIGITALES

6.1 Las evocaciones

Lo que denominamos “evocaciones”, son manifestaciones de los integrantes de la comunidad que demuestran su amor al club por medio de acciones vinculadas o no con un partido de fútbol. A diferencia de la nostalgia, refieren a hechos relativamente recientes

- *Gabriel: Ayer fue la del Inju 5 kms con la bandera del más grande de los equipos de fútbol*

hoy será Colón y la semana pasada fue Pérez Scremini y Florida en todos lados me acompaña y pasea conmigo la bandera tricoplayera (Él se encuentra con una bandera de Huracán atada mientras corría)

- Fernando: ha compartido una publicación. El video es de los hermanos Cardozo, sobre Huracán Buceo.

6.2 Las discusiones

En este caso, vuelve a estar presente la evocación de otras épocas, pero aquí los hinchas discuten y opinan sobre acontecimientos de otros partidos. Vemos que la red oficial de Facebook del club es la que genera el espacio para la discusión. Por ejemplo, una publicación observada consistía de una aclaración a la opinión pública por la convivencia en la misma tribuna de los jugadores de Rocha y la hinchada de Huracán. Los seguidores empezaron a respaldar lo que el club expresó.

- Club Social y Deportivo Huracán Buceo: Algo para destacar: después del partido ante Rocha, unas fechas atrás, se habló sobre supuestas conductas incorrectas de alguno de nuestros hinchas hacia futbolistas del club Rocha. Entonces ahora es el momento de destacar lo ocurrido el pasado sábado. Faltando unos 15 minutos para terminar el partido ante Halcones, todo el plantel de Rocha, junto a dirigentes, ingresaron al Della Valle (jugaban a segunda hora), y se sentaron sin ningún problema en medio de nuestra hinchada. Incluso gritamos el gol delante de ellos, y nadie de nuestra parcialidad cometió algún hecho condenable. El respeto fue total, y la conducta de nuestros hinchas fue intachable. Creemos que hay cierto prejuicio de las autoridades de seguridad hacia Huracán. Vayan tomando nota de lo acontecido el sábado pasado, y viendo los videos que así lo demuestran.

- Rubén: Así fue, yo estuve cuando perdimos con rocha y el técnico

- Fabián: Hola, ¿podrían decir dónde "se habló" sobre supuestas conductas incorrectas de algún hincha de Huracán Buceo hacia futbolistas de Rocha? Quisiera saber si fue algún periodista, alguien del club, etc.

- Fernando: En Auf y en redes sociales (Virtuales), incluidos comentarios en la página oficial del club Rocha

- *Gustavo: En cuanto a Rocha es cierto que siempre alguna cosa le gritabamos al golero Barlocco (Se que ni le afecta porque saluda hinchas nuestros sin problema)*

- *Gonzalo: ¿Igualmente que desprolijo todo, y si había problemas? No tendría que estar los jugadores mezclados en la tribuna y más en tribunas tan chicas.*

- *Daniel: Tal cual Fernando mirando el video del gol está lo que vos decis*

- *Fabián: Yo creo que si no se aguantan unas puteadas de los hinchas del otro cuadro, no entienden nada de futbol*

- *Javier: Si lo de vector me manda en cana ya no me importa ya no me importa*

Otra de las discusiones que inició la cuenta oficial del club es por un gol que el árbitro no cobró en un partido. El club subió un video reflejando el momento polémico y a continuación sucedieron los siguientes comentarios:

- *Club Social y Deportivo Huracán Buceo: Se ve clarito que el golero sale mal y nadie lo toca. Aún no sabemos lo que cobró el árbitro (Video de un gol no convalidado)*

- *Julio: ¡La historia vuelve a repetirse! ¡Acciones de árbitros que perjudican en los resultados!*

- *Víctor: ¿Por qué no lo cobró el gol? no se entiende*

- *Javier: Nadie lo toca.*

El fútbol es un fenómeno de la sociedad, según Carrión (2006) es una “Práctica donde varios conjuntos sociales se identifican entre sí y en contraposición a otros” (p. 2). El hincha defenderá lo suyo porque comparte los mismos valores de la hinchada, por eso es posible que una jugada polémica se busque defender y favorecer al club propio. No solo en la cancha, sino también en las redes digitales, esta práctica de la hinchada produce una perspectiva parcial de la visión de las cosas creándose un relato de victimizarse ante jugadas polémicas, por ejemplo, los insultos al árbitro. Y si la misma cuenta oficial del club ha emitido un mensaje evidenciando cosas como estas, contribuyen a incitar y reforzar las creencias que la gente deposita en el equipo.

6.3 Las Iniciativas

La categoría “iniciativas” se refiere a los comentarios de los hinchas que realizaron actividades con el fin de beneficiar al club como venta de tazas, camisetas, colaboraciones o convocar a ir a los partidos. Siguiendo con Sánchez Duarte (2008), lo que se denomina la comunidad, se explica cómo la conectividad con sentido de los recursos para hacerlo en una forma social con el fin de encontrar resultados, esos resultados se transforman en agradecimientos a las personas.

- Roberto: *Mañana por toda la hinchada que concurra al partido contra Rocha va a haber autoadhesivos y almanaques del equipo en la entrada de la cancha para colaborar con el funebrero. Aguante el hura fuerza para seguir creciendo todos al Víctor Della Valle por la vuelta al PROFESIONALISMO a luchar muchachos y acompañar y afiliarse al club precisa de todos nosotros.*

- Javier: *En el día de mañana los pibes vamos a repartir globos para que el equipo salga más motivado que nunca si alguien tiene un tiempo que pique papel es más que bienvenido al Hura lo hace grande su gente*

- Sebastián: *¿Hay que llevar papel para el recibimiento?*

- Alfredo: *Tenés el teléfono me lo pasas*

- Javier: *092xxxxxx*

- Alfredo: *Gracias*

- Roberto: *Yo le compré por tirar 2 cañones de papilitos a mi nieto para mañana.*

- Javier: *Buenas gente hablo en nombre de los pibes de la barra mañana juega el hura y queremos estar los pocos q le podemos zafar al laburo si alguien va y tiene vehículo y nos puede arrimar se agradece más que nada que estén las banderas. Desde ya gracias me habla a mi num 092xxxxxx*

- German: *¿Ya te mandé mensaje Javier?*

- Teki: *¿Mañana? ¿Dónde y a qué hora?*

- Ayrton: *Mañana al monegal a las 15 vs oriental.*

6.4 Las pérdidas

Por último, destacan los comentarios con respecto a fallecimientos de personas vinculadas a Huracán Buceo. En este caso fue la pérdida del carnavalero Miguel Tuala, referente de los humoristas “Los Jokers” y conocido del barrio. El carnaval es uno de otros elementos de identificación más fuertes por parte de los hinchas, sumados a los mencionados a lo largo del informe.

- Club Social y Deportivo Huracán Buceo: Lamentamos informar el fallecimiento de Miguel Tuala, carnavalero del Buceo y del Hura. Saliendo con los Jokers desde el querido Castillo, allá por la década del '70. Saludo a toda la familia Tuala, especialmente a su sobrino Augusto, con quien nos vemos todos los fines de semana alentando a nuestro equipo. JOKERS POR SIEMPRE....

- Hugo: Siempre te recordaremos Miguel Q.E.P.D

- Luis: Qepd gran carnavalero, inolvidable el cuadro que hicieron los Jokers en el 79, el de los vaqueros, se destacan Miguel y "Tuta" De Castro, debutaron ganando, la presentación y retirada la canto un debutante, un amigo querido, el negro Nino un saludo y mi pésame a los Tuala

7- COMPORTAMIENTOS DE LOS USUARIOS

7.1 Manifestaciones de Aliento

Carrión (2006) explicaba que el fútbol es un “Elemento de atracción social que le lleva a ser un espacio de encuentro y confluencia de voluntades, pasiones e intereses diversos y contradictorios”(p. 5). En primer lugar están los comentarios cortos evocando a ciertas palabras, en su gran mayoría dentro del contenido aparecen las palabras: “Gracias”, “Arriba” o “Huracán”, son comentarios cortos que se centran en mostrar el apoyo hacia el equipo y agradecer por el momento dado.

- *Sastre: Gracias arriba el Hura*

- *María: Vamos que vamos el hura nomas*

· *Gabriel: Gracias por acercarnos a quienes no podemos estar nuestro siempre querido y amado Huracán 2 da B allá vamos*

- *Daniel: Gracias a los gurises y al cuerpo técnico a puro sacrificio y corazón ¡GRACIAS!*

- *Daniel: Gracias al cuerpo técnico y jugadores despacito por las piedras. Vamos por mas*

- *Gabriel: Vamos arriba el Hura que no ni no.*

Como se aprecia en este apartado, varios de los comentarios son en base a una misma evocación más cercana al amor hacia el cuadro, sin importar los jugadores que jueguen sino al equipo en general. Otra de las formas de aliento que se da principalmente en los grupos de Facebook son los mensajes largos con énfasis emocional dirigido al equipo. Las personas más activas dedican largas publicaciones de aliento al club y opinan sobre su situación.

- *Roberto, Comienza la lucha por subir al profesionalismo un campeonato que el HURA con una gran Historia detrás buscará ser el campeón de la 2 divisional amateur por siempre por siempre Huracanense, fuerza Buceo fuerza los tricolores de la playa (Foto de peluches dalmata, topo gigio, banderita de Huracán).*

- *Federico: Volvimos a jugar en el 2017 después de todas las idas y vueltas. Quizás no era la forma, PERO SE JUGÓ. Se volvió en el 2018 con más dudas que el año anterior y perdiendo la primera fecha por falta de pagos, PERO SE JUGÓ. Se sembraron infinitas dudas si en el 2019 jugábamos, Y ESTAMOS JUGANDO ¡HOY EN DÍA EL CLUB ESTÁ “GERENCIADO” 100% POR GENTE QUE AMA A HURACÁN BUCEO Y TRABAJA INCANSABLEMENTE PARA PODER PONER EL EQUIPO EN CANCHA BUSCANDO EN EL ACIERTO O EL ERROR LOS MEDIOS PARA PODER LOGRAR LO IMPOSIBLE! Recordemos con nostalgia, amor, sentimiento, todo lo que fue Huracán pero construyamos nuevas historias, nuevas alegrías, nuevos triunfos. ¡Entre todos se puede! Tu granito de arena es fundamental para empezar los cimientos que alguna vez tuvo Huracán SIEMPRE CON EL BARRIO Y POR EL BARRIO, porque entre todos podemos HURACÁN HURACÁN BUCEO BUCEO!!!!*

- *Ramón: Huracán tiene una historia muy rica y jamás debimos pasar por todos estos momentos*

que estamos viviendo hace años , hoy un puñado de muchachos hacen un esfuerzo titánico para poder poner al equipo en cancha , sino también la casa en orden , todo lo que se pueda aportar es un pequeño grano de arena que ayuda a sumar y como bien decis vos , juegan 11 contra 11 y en fútbol todo puede suceder por lo cual también se puede soñar y quedó demostrado el domingo con ese gran triunfo ante Basañez, pero paso a paso que ya habremos de llegar al sitio de privilegio y estando en condiciones de hacerlo, hoy nos tocó estar en la C y nuestra hinchada lo disfruta igual a lo grande, abrazo enorme y nos vemos en la cancha para estrecharnos todos en un abrazo en cada grito de gol y dejar enriquecidas nuestras gargantas por nuestro querido Huracán Buceo.

- Roberto: Fuerza el Hura seguimos en carrera esto recién comienza hemos dado mucha ventaja no les parece en un mes hubo que armar un equipo totalmente nuevo algún jugador de nuestra institución antes las dudas de que intervinimos en el campeonato de 2°c amateur se aseguraron el volver a jugar en otro equipo y otros llegaron a días al club de comenzar el campeonato ¡fútbol Uruguayo! esta directiva puso el cuadro en la cancha con muchas dificultades y sacrificio, por darnos una alegría a todos y ver los fines de semana al Hura los más veteranos como yo que vimos mucho de esta gran hermosa historia ¡TricoPlayero! sabemos bien lo que fue Huracán Buceo entre ellos el mismo Eduardo Esquivel que hoy nos representa en la institución supo ser 9 de H.B y darnos alegría con sus goles tolerancia y la total confianza a este técnico si dios quiere nos va a clasificar. El que espera desespera pero a la larga Triunfará disculpen por decir lo que pienso abrazo por todos los Funebreros y fuerza Palillo y todo su equipo. Lo peor que puede pasar en la vida es poner palos en la rueda y no es el caso acá por todos somos positivos y conscientes que es un campeonato muy parejo y no hay ningún cuco los resultados van a venir fe.

- Nito: Otro paso adelante. Nuevamente con gol agónico, que siempre vale más, pues fortalece la confianza del grupo, reafirmando, que no existen rivales fáciles, y que el minuto, noventa y pico, vale lo mismo que el primero. Gracias a la mejor hinchada del mundo. No importa, horarios ni climas ni distancias, para el aliento incondicional. Ayer, me pareció ver al Rusito Chanes, sonriendo desde lo más alto, del estadio. Es que Huracan es eterno.

Los discursos que emiten en estos ejemplos pasan por varias formas dentro del aliento o evocación hacia un equipo. Carrión (2006) mencionaba estos casos como símbolos de unidad, vestir el uniforme, adoptar los colores o elementos simbólicos y mostrarlos con orgullo. El origen del club en el barrio buceo, los colores, además de los triunfos históricos como el partido contra Bella Vista llenando el Estadio Centenario o los ascensos son señales de identidad en el

que los hinchas de Huracán Buceo recurren para desarrollar un relato. A su vez, estas expresiones de identidad son reforzadas, como señala Bayce (2003), por las narrativas de la prensa, que generan relatos heroicos y epopéyicos. En este caso, observamos el mismo tipo de discurso, que circula por los medios de comunicación digitales, y no están realizados por periodistas sino por los propios hinchas. En general estos discursos se basan en mantener el valor de lo conquistado en el pasado para mantenerlo en el presente y también proyectarlo al futuro.

Otra forma de aliento es de los hinchas en el exterior, acá es donde las redes toman mayor importancia para un club como Huracán, porque no hay medios audiovisuales y radiales que emiten en vivo los partidos, por eso es importante para la gente que normalmente no va a los estadios para saber cómo va el equipo de sus amores, es otra forma de identificación. *“Las TIC deben aprovecharse para el desarrollo integral de una comunidad” (Sánchez Duarte, p. 157).* Y en esa comunidad virtual se generan lazos más cercanos, todos tienen las mismas chances de poder expresar lo que tengan que expresar sin importar los obstáculos geográficos para la reproducción de esa comunidad.

- *Daniel: Vamo arriba el Hura haciendo fuerza desde Barcelona España si nos podes tener informado que estoy muy pendiente del cuadrado querido del barrio abrazo Roberto*

- *Leonardo: Acá haciendo fuerza desde Argentina*

- *Martín: Desde Río Cuarto, Córdoba. Aguante Huracán Buceo!!!*

7.2 Las inquietudes

En la comunidad no todos los comentarios son de aliento, también las inquietudes de la gente están presentes en las comunidades virtuales. Retomando el ítem anterior, es una forma de generar prácticas colectivas de colaboración.

- *Jorge: Pregunte para que se probara a alguien categoría 1999 y nunca me dieron bola*

- *Javier. Muy buenas las fotos me gustaría que me pasaran fotos donde aparece la hinchada*

- *Julio: Chequen por favor mensajes enviados al número de Whatsapp publicado. Vamos*

todavía el Hura

- *Fernando: Que le rompan los huevos a los clubes con el asegurarse que los jugadores estén correctamente alimentados para ejercer su actividad de alta competencia que tengan ropa de abrigo y de entrenamiento y material de trabajo en vez de ser tan eficientes para venir a joder a los hinchas.*

Además, las redes virtuales son un canal de consulta para informarse de los distintos aspectos del club, en general son dudas por los partidos, las entradas y el resultado, entre varios temas.

- *Edgar: ¿Cómo salió?*

- *Ariel: Ganamos 2-1*

--

- *Fernando: ¿Alguien me puede decir que pasó en el Huracán - Alto Perú?*

- *Ariel: Se suspendió por la lluvia del viernes. Pasó toda la fecha para el próximo fin de semana.*

--

- *Gago: Tabla de posiciones?*

--

- *Enzo: ¿Cuánto está la entrada?*

- *Club Social y Deportivo Huracán Buceo 100 pesos, 50 pesos socios*

- *Julio: Arriba Hura. Vamos por otra.*

7.3 Expresiones descalificadoras

Como se ya se mencionó, Huracán Buceo es un club querido, en general no se hacen comentarios negativos o descalificadores, sin embargo, no es impermeable. En el siguiente ejemplo, aparece una situación de crítica que sucedió en el partido contra Rocha donde el clima era muy tenso entre los jugadores de Rocha, la hinchada y los jugadores de Huracán.

Ramón compartió esta publicación de un jugador de Rocha:

- Fernando: Planificar un partido toda una semana. De noche con mucho frío. Con gente del club que en vez de estar en sus hogares vienen junto a nosotros y los muchachos a cagarse de frío hasta las 23 horas. Con jugadores muertos de laburar y vienen a entrenar noche a noche. Con la esperanza de hacer un fútbol digno. Y que llegue el día del partido por el cual luchaste. Y 3 mal llamados jueces que ni estado físico para pararse en la cancha tienen y encima por miedo. Al que más gente lleva te bomben la verdad te desanima. Si pierdo lo acepto, pero cuando hay intenciones de que te lleven a no ganar se te hace todo muy difícil. Ojo no es llorar, hoy perdimos por que el rival hizo el gol y punto. Pero de los líneas subidos de peso y el árbitro que pobrecito se le olía el miedo mamita querida, pero vamos a seguir luchando. Felicito a Huracán Buceo, ganó el que hizo el gol. Pero 11 contra 14 es muy difícil para cualquiera. HE DICHO

- Christian: Si sabremos lo que es jugar 11 contra 14 deja de llorar y arriba el hura carajo

- Alfredo: Mira antes de llorar decirle a los suplentes que Huracán es un cuadro grande hoy por malas administraciones estamos en la c que respeten la historia ustedes. Un día tal vez tengan historia y si no solo ustedes todos los cuadros de la c están trabajando y entrenando no en las mejores condiciones arriba todos los jugadores de la c y todos los clubes y dirigentes cuerpos técnicos que hacen un esfuerzo bárbaro lo que no tolero es la falta de respeto y a la historia saludos

- Andrés: Escriban bien.

- Marco: ¿Qué partido vio?

- Sebastián: ¿No es el que gritaba aguante Basañez? Y viene a hacerse el correcto Jajajajajajaj que día llorando nomás

- Daniel: Simplemente mirando el video del gol del HURA te das cuenta el miedo que tenían los jueces. Los jugadores de Rocha entre la hinchada que alienta y alimenta. Y el tema de las faltas si tiene pruebas que las muestre sino es una opinión meramente parcializada. Tantas cosas se dijeron del partido contra Rocha y ayer estábamos juntos. Rival es si, enemigos nunca.

Las expresiones de crítica y descalificaciones, también constituyen un recurso simbólico que contribuye a reforzar la identidad del Club y el sentimiento de pertenencia

8- DIFERENCIAS ENTRE LAS REDES SOCIALES Y LAS REDES VIRTUALES

Las redes sociales y las interacciones presenciales se complementan: los hechos que surgen en la cancha, terminan en las redes o viceversa. Según las características de cada situación, dependerá de cómo se van a comportar las redes digitales y las redes tradicionales.

En Huracán Buceo sucede algo interesante, no importa la edad que tengan las personas ni el uso, sino es la intensidad y el tiempo que el usuario le dedica al día a las redes socio digitales. Ramón es uno de los usuarios más activos en las redes de Huracán, pero lo usa poco, todo lo contrario de Santiago que lo usa horas y horas.

-Santiago: Me están a punto de echar de mi casa del tiempo que le dedico

-Nicolás (Entrevistador): Los datos móviles al tope

-Santiago: Los datos móviles, toy fundido

- “Cuando vengo a trabajar no uso, la mayor parte del día la paso sin el celular”. Ramón

No hay forma de poder salir de esa comunidad, ya que la frecuencia de uso convierte al celular en un medio de contacto con su entorno indispensable. En el caso de Ricardo, a pesar de que convive constantemente con las tecnologías, llegó un momento en que dejó las redes por hartazgo pero sin embargo no eliminó WhatsApp, es difícil salir de ese entorno de manera completa.

Se puede ver algo bastante común, quizás por la edad de los que participan, de que solamente se muestran mensajes de aliento, y tratan todos de evitar problemas y confrontaciones en la comunidad de hinchas. Ricardo antes tenía varias redes virtuales que hoy solamente posee Whatsapp, en su momento cuando tenía Facebook, publicaba cosas de la historia de Huracán, Santiago no comenta absolutamente nada de Huracán en sus redes y Ramón pone chistes.

En la comunidad de hinchas en general son siempre las mismas personas las que realizan publicaciones. Roberto Servia, es un hincha de Huracán que constantemente publica mensajes de aliento con imágenes de los símbolos de Huracán Buceo, para enfatizar la evocación al club. La gente de menor edad se centra en emitir menos palabras y utiliza más emoticones. Se da la

particularidad de que al ser un equipo muy querido, hinchas de otros cuadros participan en la comunidad y alientan al club. Es interesante porque al contrario de la encuesta de Opción Consultores (2018) que indicaba a los jóvenes como los que más usan las redes socio digitales, en la comunidad de hinchas de Huracán son pasivos, por contraste a la gente de aproximadamente 60 años que según la encuesta son los que menos uso le dan, son los más activos al momento de publicar.

No se constató la presencia de personas haters en la comunidad, al contrario, no hay exabruptos frecuentes en la comunidad, entre todos conviven evitando los conflictos. Asimismo, hay normas importantes a la hora de emitir una postura sobre el club y si hay alguno que pretende romperlas, recibe una sanción o la desaprobación de la comunidad.

“La gente quiere mucho al club, es un club que por más que yo que sé soy hincha de tal pero soy simpatizante de Huracán, entonces esto también en las redes creo que influye y bueno en este caso como decías sí, el rol de la gente es muy activo porque la verdad, nos acompaña muchísimo”. Santiago

A través de las redes socio digitales se generan interacciones que comparten con otros ámbitos como el boliche o el estadio, se complementan con otros entornos, si bien es cierto que las redes han generado cercanía y encuentros sin importar el lugar, no reemplaza ni superpone a otros entornos.

“Sí, yo tengo parientes en Buenos Aires, en Australia, en México y por las redes están en contacto”. Ramón

Los comportamientos de los hinchas dependen mucho del resultado del partido, la mayor cantidad de interacciones se produce cuando gana Huracán, sin embargo, cuando pierde no sucede lo mismo:

“Huracán gana son 200 me gusta, Huracán empató son 80, Huracán pierde son 20 me gusta, un poco toda la participación de la gente también va de la mano de los resultados lamentablemente pero sí”. Santiago

Si en general la forma de mostrarse en las redes es básicamente desde el aliento, entonces ¿Por qué varían las interacciones? juega el papel de no participar, el silencio es un elemento en estas cuestiones. No decir para poder expresar algo. La derrota de un equipo llama a no emitir posturas con el fin de mantener la armonía en la comunidad.

En el caso de los entrevistados, Ramón es el más efusivo en la cancha, Santiago solamente se enoja con polémicas arbitrales y Ricardo es el más sereno de los tres. En las redes es diferente, los 3 evitan descargarse tras un partido.

Las desventajas de las redes es la negatividad frecuente de los comentarios, que no es ajena al club. Santiago explicaba desde la red oficial del club que hay mucha negatividad, en algunos casos elimina comentarios de ese tipo para mantener la armonía del aliento:

“Si tuviera la potestad suponiendo, me gustaría prohibirle a la gente la negatividad que lamentablemente creo que está tomando mucho auge no solo en Huracán, porque siempre hay pero en general en las redes sociales cuesta ver comentarios positivos porque cuando vos pones algo, por ejemplo, perdés un partido tenés 5 comentarios, los 5 comentarios son uah el técnico no sabe nada, uah podría haber puesto a este uah, no se ni pa que jugamos, ah y todo negativo, entonces prohibir esa cosa me encantaría y que la gente sólo pudiera poner cosas positivas yo creo que generaría otra energía y otro mensaje que si vos empezas a replicar mensajes más positivos, la energía es otra y creo que las cosas fluyen mejor y se puede llegar a un mejor destino”. (Santiago, 23)

Las redes permiten el diálogo en lugares donde no se tiene la necesidad de establecer un sitio. Sin embargo, esa libertad puede convertirse en un problema si el mensaje que emite tiene una carga negativa de un asunto cualquiera. En el fútbol es más frecuente, es por eso que la red de hinchas y la red oficial buscan todas las maneras para evitar este tipo de mensajes.

Hay diferencias entre el comportamiento de los hinchas en las redes virtuales y presenciales, pero no son significativas. En las redes virtuales se muestran principalmente mensajes correspondientes a los resultados, las novedades del club y mensajes de aliento, por el otro lado, en las redes presenciales aparecen elementos de la historia del club, hechos que los propios hinchas lo recuerdan, exponiendo las cosas más destacadas desde su perspectiva. No solo pasa en las redes, de hecho, en las entrevistas realizadas era una constante el evocar elementos de la historia, como el Castillo, el partido contra Bella Vista, el Topo Gigio, entre otros elementos ya mencionados en este trabajo. En cambio, en la cancha las expresiones son bastante diversas: sobre las circunstancias del partido como una falta, un gol u alguna injusticia; u opinan sobre acciones de la directiva del club, o sobre cosas cotidianas y extra-futbolísticas como lo que hicieron en la semana. Otros temas de discusión son el contexto del fútbol principalmente sobre lo que pasa en la categoría C y en los equipos grandes del fútbol uruguayo en la primera división. Hay más libertad ya que no necesariamente están dentro de las normas de la

comunidad virtual.

Los hinchas no se comportan del mismo modo como se presentan en las redes en comparación con las redes más cercanas, esto se vio totalmente en las entrevistas donde los informantes se mostraron como personas muy amables, solidarias y muy calmas a la hora de hablar sobre lo que más les apasiona como Huracán Buceo. Hasta en la misma barra se comportan de manera tranquila cuando terminan el encuentro, en las redes es otra cosa. Por ejemplo, Ramón decía: *“No hablo de mi vida, solo comparto chistes”, “más vale ahorrarse un comentario para no herir a otra persona y en sí para la convivencia para no generar”*. Lo que explica es el peligro del rechazo o de la descalificación por parte de algunos usuarios hace pensar dos veces a la hora de publicar o incluso con no publicarlo para quedar bien con la gente, las redes en sí permiten más puertas a la hora de comunicarse, pero dentro de la comunidad es más restringido que en las relaciones cara a cara.

En el trabajo de observación tanto en la cancha como en las redes virtuales, también se notaron varias diferencias. En el antes del partido, en el entretiempo y después los dichos que se comentaban en las tribunas eran a grandes rasgos parecidos a lo mencionado en las redes, entre amigos y familiares, en algunos casos contando lo que pasa en el club. Sin embargo, la diferencia se centra durante el encuentro, es cuando la gente se comporta de manera diferente. En las redes nunca insultan a sus jugadores, solamente mensajes de aliento. Estos mismos comentarios se centran en pocas palabras: *“Buceo buceo”, “Vamo Huracán”, “Huracán Huracán”*. No tenían una preferencia hacia algún jugador, sino era por el equipo.

Por contraste, en la cancha, constantemente la hinchada insultaba y cuestionaba todo lo que hacía el árbitro, es decir cada vez que hay una jugada polémica y el referee toma una decisión, la hinchada dependiendo de la incidencia desprenden sus insultos, hasta incluso si el fallo sale a favor de Huracán, *“Empezaste a inclinar la cancha”, “Árbitras pa un lado”, “Te vamos a buscar, andá a correr”*.

Además, algunos hinchas dedican comentarios despectivos y en algunos casos discriminatorios hacia jugadores del equipo contrario. Por ejemplo, siempre un hincha cuando el arquero del equipo contrario saca desde su arco dice *“El golero (O el linea) es puto”*. Otro de los comentarios es cuando un jugador del equipo contrario se lesiona alguno dice *“Tapalo con diario”*. Otras frases como *“Los dos lo vimos línea”, “Línea qué lindo sos”, “Te vas a morir en la C”* aparecen en todos los partidos al menos una vez.

A pesar de esto, la mayoría de los hinchas no son efusivos, son espectadores pasivos hasta que

sucedan situaciones como un gol o una jugada sobre la hora, mientras que la “Barra” del club aparecía o no dependiendo del partido. Sus cantos son todos de aliento al club, nunca para atrás, esa es una característica que se observó de esta comunidad.

- *“Vamos vamos Huracan Buceo vamos vamos Huracan Buceo vamos Huracán”*

- *“Dame esa alegría de volver a primera vamos funebrero vamos a ganar”*

- *“Es una tarde de alcohol no se la vaya a perder juega el fúnebre. capo de la C”*

- *“Aunque no tenga dinero aunque me deje mi mujer yo siempre voy a ver al Hura y que se dejen de joder”*

- *“Vamo Huracán te vengo a ver hoy no podemos perder vamo Huracán te vengo a ver hoy nos vamos de la C”*

- *“Aunque ganes o pierdas te vengo a alentar aunque ganes o pierdas te vengo alentar, estos pibes se la bancan de verdad”.*

La colaboración, el aliento y las acciones con el fin de beneficiar al club son los principales ejes de la gente en la identificación con el club. Las redes digitales implican un compromiso para lograr llegar determinados mensajes y poder mantener el amor al equipo. En comparación con las cosas que ocurren en el estadio, en muy pocos casos se dieron polémicas en los grupos sobre algún encuentro, a pesar de que en los partidos que he presenciado sucedieron bastantes hechos como determinadas jugadas (Offsides, penales, goles anulados) que según la hinchada no lo cobraron o la decisión fue para el equipo contrario, otros hechos fueron partidos donde al terminar el tiempo los jugadores se dirigían a reclamar al juez o a jugadores rivales por alguna jugada y la hinchada al mismo tiempo discutiendo con la otra hinchada, siempre fueron discusiones verbales.

La historia del club es un factor de importancia de la mayoría de la gente que lo vivió para transmitirlo a las siguientes generaciones. Las anécdotas son muy diversas. Que ganaron, que perdieron, pero por sobre todas las cosas, alentar a un equipo de barrio en el ascenso del fútbol uruguayo.

A lo largo del trabajo, han pasado situaciones ocurridas que permiten poder empezar a tomar en cuenta si lo que nos hemos planteado al principio del trabajo tiene alguna conclusión que nos pueda sorprender o reafirmar.

9- LA MANIFESTACIÓN DE LA IDENTIDAD FUTBOLERA EN LAS REDES SOCIO DIGITALES

El topo Gigio es uno de los símbolos más importantes de la identidad del Club. Esta mascota fue parte del “Boom” ocurrido en el partido contra Bella Vista hace más de 5 décadas. El segundo elemento se centra en los colores de la bandera y el tercero son lugares emblemáticos del barrio, el Castillo Brena, que hoy en día es un complejo de viviendas pero que siempre fue un elemento muy importante en el relato de la hinchada, este castillo se desempeñaba como la sede social y deportiva del club, fue un emblema de la identidad funebrera hasta su demolición a mediados de la década de los 90.

Otro eje importante para la identidad del club es el valor social. Huracán es considerado como una familia y en ella pasan miles de situaciones, pero lo importante es la unión entre las personas por un mismo fin, el bien del club. Y el último elemento identitario clave es la historia que viene de la mano de la nostalgia, que es uno de los factores más importantes para que una persona entienda que es Huracán Buceo. Esto se aprecia no solo en las redes, sino también en las tres entrevistas realizadas:

“Todo lo que voy sabiendo transferirlo a todos los que quieran escuchar, no de ahora de toda la vida porque después de tantos años vas generando anécdotas tuyas pero vas heredando anécdotas de gente que se va muriendo y te la contó y pasa a ser tuya” ... “Eso es una cosa positiva de las redes porque ahí vos tenes una recopilación de un montón de cosas que si no se iría perdiendo”. Ricardo

No es que el sentido de pertenencia haya disminuido o aumentado con las redes, el tema es que no se puede establecer una división entre redes digitales y redes tradicionales en el relato de los hinchas. Del trabajo de observación se desprende que no hay una diferencia entre estos dos elementos, de hecho, son complementarios. El sentimiento de pertenencia no aumenta ni disminuye debido a las redes, lo que cambia es desde donde se establece. Antes los medios principales eran en la radio, por los diarios, por la misma gente vía teléfono o en el boliche como centro de encuentro. Actualmente eso no ha desaparecido, pero ha cambiado las formas como se manifiesta. Las redes tienen ahora una importancia central no solo en la comunicación entre los hinchas, sino en la difusión de los relatos cohesionadores de su identidad:

“La única forma que tenías que enterarte era por intermedio de la radio”...“(Sobre las redes) En un ratito me entero de todas las novedades y comento yo si hay algo para comentar o algo pero no, más bien yo para informarme de lo que está pasando, porque si no en este momento estaría muerto”. (Ramón, 62)

10- CONCLUSIONES

Las diversas manifestaciones de la identidad futbolera del club Huracán Buceo en la red social Facebook, son claves para mantener la cohesión de sus miembros. Los comentarios de aliento hacia el equipo, la evocación de los símbolos y la apelación a la nostalgia de las glorias pasadas que se comparten en las redes sociales, constituyen recursos para recrear y fortalecer la identidad del Club, tan importantes como vestir el uniforme, adoptar los colores o elementos simbólicos y mostrarlos con orgullo.

Los relatos de identidad más recurridos por los hinchas de Huracán Buceo refieren al origen del club en el barrio buceo, los colores, además de los triunfos históricos como el partido contra Bella Vista llenando el Estadio Centenario o los ascensos. A su vez, estas expresiones de identidad son reforzadas, como señala Bayce (2003), por las narrativas de la prensa, que generan relatos heroicos y epopéyicos. En general estos discursos se basan en mantener el valor de lo conquistado en el pasado para mantenerlo en el presente y también proyectarlo al futuro.

Respecto al sentido de pertenencia de los hinchas de Huracán Buceo en las redes digitales, se pudo establecer que este no aumenta ni disminuye con las interacciones virtuales, sino que las redes constituyen un recurso más para promover la cohesión del grupo. Uno de los elementos narrativos más utilizados es el de la nostalgia como signo vital, todos los hinchas incluso en las entrevistas, constantemente hablaban de los hechos ocurridos hace décadas. Las redes también juegan un papel importante para compartir hechos de la historia del club y facilitar el diálogo generacional entre las personas de más edad con los más jóvenes. Lo interesante es que los medios tradicionales de relatos con las digitales conviven en plena armonía, no hay una brecha radical, ya que la gente que toma el relato de este sentido de pertenencia son adultos mayores y son ellos los que mantienen la armonía entre lo digital y los lugares tradicionales, las redes socio digitales cumplen un rol de fortalecer la identidad del club. Esta identidad está muy unida a la historia del barrio y de sus personajes que dialogan constantemente con los hechos emblemáticos del pasado, sin los cuales no se entiende el sentido de pertenencia que han conseguido establecer dentro y fuera de las redes sociales.

La recreación constante de la historia del Club es un elemento de unión de una determinada sociedad, la labor de los hinchas es mostrar la historia para no ser olvidada en el tiempo, una forma de identificación por el entorno tanto espiritual como material. Principalmente son expresiones de aliento al equipo para dar su apoyo incondicional en todo momento, son

demostraciones de amor no solo al conjunto deportivo sino al barrio que lo vio nacer. La pasión en las redes la mantienen mostrando hechos y relatos presentes y pasados sobre el club que también circulan en los entornos cotidianos y en la cancha. En las redes socio digitales el relato se magnifica por la rapidez, todos los hinchas pertenecientes a la comunidad pueden compartir sus experiencias en el momento o preguntar sobre ciertas cosas. Esto contribuye a fortalecer la comunidad y nuevas formas colectivas de participación.

Respecto a la eficacia de las redes socio digitales para la cohesión de los integrantes del Club, estas juegan un doble rol: Por un lado, es el medio más cercano y por ende más usado por los hinchas para la comunicación, por otro lado, contribuyen a controlar la conducta entre los mismos a través de los moderadores del grupo. Las redes forman parte de la vida cotidiana de los hinchas, para entender su impacto no se las puede aislar arbitrariamente, son un elemento complementario del diálogo entre los mismos hinchas que van al estadio o se encuentran en otros lugares.

Las redes también son un recurso muy importante para enviar mensajes de aliento hacia el equipo, ya sea cuando gana o pierde. Sin embargo, los resultados de los partidos siguen siendo un termómetro importante, cuando ganan hay más interacciones, cuando pierden hay menos. De todas formas, la armonía sigue estando presente liderada por la vieja guardia del club, comentando constantemente las novedades e iniciativas para compartir con los hinchas. Además, en esta investigación se descubrió que el silencio (evitar hacer comentarios negativos) es un elemento muy importante para sostener la cohesión del grupo. Necesitan estar unidos por el bien del club, más en la situación que se encuentra actualmente, de lucha tanto adentro como afuera de la cancha, es por eso que evitan el conflicto en las redes para mantener la armonía del club.

Por otra parte, no se observaron diferencias importantes en el comportamiento de los hinchas entre las redes sociales y las redes presenciales en el estadio respecto a su sentido de pertenencia y valores compartidos, pero sí respecto a las formas de comportamiento. En las redes socio digitales se cuidan mucho las formas para evitar enfrentamientos y conflictos.

Finalmente, pudimos comprobar que las diferencias en el uso de las tecnologías entre las diversas generaciones del Club, no afectan el sentido de comunión entre los miembros del club. Por el contrario, son los hinchas de mayor edad quienes usan más profusamente las redes sociales y de ese modo contribuyen a fortalecer los símbolos y relatos de identidad como portadores y conocedores de la historia.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Alabarces, Pablo (2003). *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina. (p. 85-98, 101-121, 123-143, 163-177)
- Andalucía es Digital (2018). *Bots: Claves para detectar seguidores falsos en redes sociales*.

Recuperado de <https://www.blog.andaluciaesdigital.es/bots-claves-para-detectar-seguidores-falsos-en-redes-sociales/>

- Antezana J., Luis H. (2003). Fútbol: espectáculo e identidad. En Pablo Alabarces *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires, Argentina. (p. 85-100)
- Araya, Rodrigo; Bravo, Loreto y Corrales, Osvaldo (2000). Entre glorias y agonías: fútbol e identidad nacional en la prensa. Comunicación y Medios, Universidad de Chile, Santiago, Chile. (p. 67-73)
- Batthyány, Karina y Cabrera Mariana (2011). Metodología de la investigación en ciencias sociales: apuntes para un curso inicial. Ediciones Universitarias. Montevideo, Uruguay. (p. 85-93)
- Baycé, Rafael (2003). Cultura, identidades, subjetividades y estereotipos: Preguntas generales y apuntes específicos en el caso del fútbol uruguayo. En Pablo Alabarces. *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires, Argentina. (p. 163-177)
- Bundido, Sebastián Javier (2018). La construcción del otro en el fútbol. Identidad y alteridad en los cantos de las hinchadas argentinas; Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1809/180955946012/index.html>
- Carrión, Fernando y Pérez Torres, Raúl (2006). Área de candela. Fútbol y literatura. Editorial Flacso, Quito, Ecuador (p. 177-183)
- [Castillo Brena, Barrio Buceo, Montevideo, Uruguay, ex sede Huracán Buceo](#) (Publicación: 2013) Recuperado de <https://www.facebook.com/pages/category/Community/Castillo-BRENA-Barrio-Buceo-Montevideo-Uruguay-ex-sede-Hurac%C3%A1n-Buceo-136803766483859/>
- Club Social y Deportivo Huracán Buceo (s.f). Historia del club. Montevideo, Uruguay. Recuperado de: <http://www.huracanbuceo.com.uy/historia/>
- Dávila L., Andrés y Londoño, Catalina (2003). La nación bajo un uniforme. Fútbol e identidad nacional en Colombia, 1985-2000. En Pablo Alabarces *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires, Argentina. (p. 123-143)

- Decaux, Marcelo (2019). Sentimiento del hincha, Gustaf: "Cuando nos salvamos del descenso con Fénix me puse a llorar". Suplemento Referí, El Observador. Recuperado de <https://www.elobservador.com.uy/nota/gustaf-cuando-nos-salvamos-del-descenso-con-fenix-me-puse-a-llorar--201945184045>
- Echeverría, Javier (2008). Apropriación de las tecnologías de información y la comunicación. Universidad del País Vasco, España. (p- 171- 182)
- El Observador (2018). Cómo detectar un “Bot” o un “Seguidor fantasma” en Twitter o Facebook en tres pasos. Recuperado de: <https://www.elobservador.com.uy/nota/como-detectar-un-bot-o-un-seguidor-fantasma-en-twitter-o-facebook-en-tres-pasos-2018667530>
- Gil, Gastón Julián (2006). Te sigo a todas partes. Pasión y aguante en una hinchada de fútbol en un club del interior; Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179514531024> (p. 333-348)
- Gomes, Rui y Freitas, Marisa. *A construção da identidade nacional na imprensa desportiva portuguesa: análise do discurso jornalístico durante o Euro 2000 de futebol* (2002). Revista Efdeportes recuperado de: <http://arquivo.ufv.br/des/futebol/artigos/A%20constru%C3%A7%C3%A3o%20da%20identidade%20nacional.pdf>
- Hasicic, Germán (2016). Hinchas e identidad, alcances y limitaciones de la ética del aguante. Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Argentina. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5257/525754432002/index.html> (p. 17-43)
- Kawulich, Barbara B (2005). La observación participante como método de recolección de datos. Forum Qualitative Sozialforschung. Berlín, Alemania.
- Linné, Walter Joaquín (2018). Las órbitas de contactos en Facebook. Intimidad, sociabilidad y amistad en adolescentes de sectores populares en Buenos Aires. Conicet, Universidad de Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2018000200171&lang=es
- Lozano Castro, Alexander John (2013). El aguante en una barra brava: apuntes para la construcción de su identidad. Revista Folios. Bogotá, Colombia. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=345932041012> (p. 167-184)

- Meneses Cárdenas, José Alberto (2008). El fútbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al fútbol. Universidad Autónoma de Baja California, México. (p. 101-140)

- Morales, Andrés (2013). Fútbol, política y sociedad: Las relaciones entre el poder político, la identidad nacional y el fútbol en el Uruguay 1916-1930. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Udelar, Montevideo, Uruguay. Recuperado de <http://www.fhuce.edu.uy/index.php/noticias/7864-el-futbol-su-relacion-con-la-politica-y-con-la-identidad-uruguaya>.

- Opción consultores (2018). Uso de redes sociales. Montevideo, Uruguay. Recuperado de <http://www.opcion.com.uy/opinion-publica/?p=2110>

- Ortíz, Júnia (2013). Futebol televisionado e recepção no twitter (Fútbol televisado y la recepción en Twitter). Universidade Tuiuti. Paraná, Brasil. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504450768003> (p. 19-34)

- Pereira, Victor (2012). Os futebolistas invisíveis: os portugueses em França e o futebol. Centro em Rede de Investigação em Antropologia, Lisboa, Portugal (p. 97-115)

- Polis, Santiago (2013). Comunidades virtuales, nuevos ambientes, mismas inquietudes : el caso de Taringa. Universidad de Guadalajara, México. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-65682013000100025&lang=es

- Ramírez Gallegos (2003). Fútbol e identidad regional en el Ecuador. En Pablo Alabarces *Futbologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires, Argentina. (p. 101-121)

- Sánchez Duarte, Esmeralda (2008). Las tecnologías de información y comunicación (TIC) desde una perspectiva social. Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica. (p. 155-162)

- Schettini, Patricia y Cortazzo, Inés (2016). Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa. Facultad de trabajo social. Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Argentina.

- Serrano Sánchez, Rolando (2013). La observación participante como escenario y configuración de la diversidad de significados. Editorial FLACSO. Ciudad de México, México. (p. 93-123)

