



Facultad de
**Información y
Comunicación**



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

Trabajo final de grado - Investigación periodística

¿Hincha se hace o se nace?

Licenciatura en comunicación

Nicolás Ruffine - 5.337.568-0

Brian Rzesztykowski - 5.043.929-1

Mathías García – 5.017.578-0

Tutor: Facundo Franco

Facultad de Información y Comunicación

Universidad de la República

Agosto 2025

Índice

Presentación de la Investigación.....	3
Justificación y antecedentes.....	3
Contexto histórico.....	4
Objetivos e hipótesis.....	5
Reflexiones Individuales.....	6
Una pasión que no entiende de razón.....	12
Bibliografía.....	21

Presentación del tema

Este trabajo final de grado procura investigar las motivaciones que le generan a los ciudadanos de este país en convertirse en fieles seguidores o simpatizantes de los distintos clubes de fútbol de este lugar en el mundo y las problemáticas que esto conlleva. Buscaremos indagar, a través de entrevistas, diálogos y conversaciones los motivos por los cuales en algún momento decidieron tomar la decisión de ser hinchas de su equipo y concurrir a los distintos escenarios deportivos, guiados por la pasión que los commueve. Investigaremos al hincha desde lo individual y los sentimientos propios, así como también lo que se genera en las masas sociales.

Es sabido que el fútbol es el deporte más importante en nuestro país y del mundo, “según la Bundesliga más de 240 millones de personas practican este deporte a nivel global. Su alcance va más allá de lo deportivo, convirtiéndose en un fenómeno cultural y económico de gran envergadura”, (Gestiópolis, 2024). es por ello que nos propusimos investigar cómo se manifiesta esa pasión, se expresa tanto positiva, como negativamente.

Desde el lado positivo, investigaremos de dónde nace la pasión por el club de los amores de cada uno, si es tradición familiar o qué provoca que se generen nuevos seguidores de algo que objetivamente no te da nada. También el hecho de que “22 personas corriendo detrás de una pelota”, como se suele decir, pueden llegar a ser tan influyentes y afectar el estado de ánimo de las personas.

Del lado negativo ahondaremos en las consecuencias que conlleva ser hincha o seguidor de un club de fútbol. Las cosas que las personas deben dejar de lado, las frustraciones que traen las derrotas, los malos actos que realizan los simpatizantes, el arraigo cultural y familiar, entre otros.

Justificación de la investigación y antecedentes

Los motivos por cuáles nos decidimos a estudiar este fenómeno son varios, partiendo de la base de que los tres integrantes del equipo de investigación somos seguidores de nuestro fútbol uruguayo y también del fútbol mundial. La cuestión que se nos presenta en cada discusión e intercambio por desarrollar este tema están referidas a cuál es el precio a pagar por ser hincha y hasta dónde los fanáticos pueden disociarse de una derrota o una victoria de su club.

La información y los antecedentes tienen la mirada puesta en los principales protagonistas de esta investigación: los hinchas. Los datos obtenidos se recopilaron de libros, diarios, documentales fílmicos y trabajos académicos. Pero el grueso de la información se extrajo de entrevistas a profesionales de la comunicación, simpatizantes de los diferentes clubes de nuestro país, profesionales de la sociología y psicología con una vasta trayectoria en el tema a desarrollar.

Además, es sabido que a lo largo de los años se fue formando un dicho popular en el territorio uruguayo donde es usual escuchar que la gente va menos que antes a los estadios,

que la familia ya no concurre más. El equipo se detuvo en esta problemática y se propuso investigar si esto era mito o realidad.

Según el sociólogo Leonardo Mendiondo, “lejos de que la gente deje de ir, va mucho más que antes. Incluso después de una muerte, los números no han bajado. Hay cosas que se dicen que no tienen ningún asidero en la realidad”.

Contexto histórico

Los parciales de Nacional hablan de que el primer hincha fue Prudencio Reyes y, según ellos, fue quien acuñó la terminología por inflar las pelotas, acción a la que en ese entonces se le llamaba “hinchar”. Este, a su vez, era muy fervoroso hacia su club, por ende, le llamaron “el hincha”, debido a que los propios jugadores se acostumbraron a su aliento. La veracidad de esta historia, de todas formas, generó controversias en nuestro fútbol y en simpatizantes de otros cuadros.

Pero para entender cómo surge la pasión en masas por un determinado club, hay que saber que comienza a partir de defender lo propio ante lo ajeno. Eso fue lo que empezó a suceder en el siglo XIX, donde apareció el enfrentamiento de “nosotros contra ellos”, con la rivalidad que se empezó a gestar en los años 1880 y 1900, entre equipos de Montevideo y de Buenos Aires.

Desde esos enfrentamientos nacen los primeros espectadores, que en un principio fueron los familiares de jugadores británicos y criollos de clase alta. “El fútbol era un lugar social, eso hacía que la gente concurriera a observar como si fuera una carrera de caballos. Las personas que iban a mirar eran novias, familiares o amigos de los primeros jugadores, como afirmó el historiador Juan Luzuriaga. Los primeros simpatizantes fueron los integrantes del club Albion y luego los del club del ferrocarril (obreros del barrio Villa Peñarol).

Uruguay encontró en el fútbol una forma de reafirmar una identidad nacional, en otros ámbitos no se podía competir con las potencias europeas, pero con el fútbol esto empezó a cambiar. Los criollos se dieron cuenta de que en este deporte sí se los podía enfrentar de igual a igual. Es por eso que el Club Nacional de Football se formó como una sumatoria de varios clubes para poder competir contra los británicos y demás países.

El fútbol se empezó a ver como un vehículo en el cual las personas se podían empoderar. La pasión que transmite el fútbol hoy en día también se transmitía hace más de 100 años. Los hinchas y jugadores se podían descargar en contra de otras personas a través de este juego, por ejemplo, los obreros del club del ferrocarril (Peñarol) se descargaban en contra de los criollos de clase alta (Nacional) y viceversa.

Esta rivalidad entre criollos y obreros fue instantánea y a pesar de que otros clubes de la época empezaban a surgir y a ganar, la gente de ese entonces se empezó a decantar por uno de estos dos clubes. Es de esta manera que a lo largo de los años se fue gestando la rivalidad entre la sociedad de la época del 1900 y tuvo por consecuencia la particularidad de que los hoy llamados Nacional y Peñarol se fueron convirtiendo hasta el día de hoy en los

dos clubes más importantes de nuestro país.

Objetivos de la investigación e hipótesis

Objetivo general

Investigar cuáles son los principales motivos por los que el hincha de fútbol se apasiona con un club en Uruguay.

En este trabajo final de grado tenemos como objetivo investigar sobre el “amor” a los clubes de fútbol de parte de sus hinchas. La popular frase “Hincha se nace, no se hace” es muy repetida por los simpatizantes y nos da el puntapié para investigar sobre este tema en los diversos clubes deportivos.

Objetivos específicos

- Indagar en la influencia que tiene el fútbol en la vida de las personas.
- Profundizar en la relación familia-fútbol de los hinchas.
- Investigar de la mano de historiadores y sociólogos la construcción y consolidación del fútbol como deporte madre de nuestro país.

Hipótesis

Las personas encuentran en el fútbol un vehículo para romper la rutina diaria y muchas veces descargarse a través de este deporte.

Los hinchas simpatizan con cierto club por un mandato familiar.

La gloria de un club es determinante para captar y conquistar más hinchas a lo largo del tiempo.

Metodología y dificultades

El equipo que integra este trabajo final de grado mantuvo a lo largo de la investigación y redacción un camino a seguir que implicaba detenerse a analizar detalladamente la diversidad de antecedentes sobre el tema en cuestión.

En el medio del camino parecía que la información estudiada por el grupo no se adecuaba plenamente a lo que nosotros queríamos abarcar. Por ese motivo decidimos tomar un nuevo rumbo, enfocado en seleccionar diferentes especialistas e hinchas, para posteriormente capitalizar una serie de entrevistas que lograra abarcar los temas que como equipo deseábamos alcanzar.

Desde ese momento el panorama se concentró en lo que nosotros pretendíamos investigar. La diversidad de entrevistados y la gran cantidad de preguntas que realizamos hizo que el trabajo fuera teniendo un sentido al cual podíamos aferrarnos para lograr nuestro objetivo.

De esta manera pudimos sobrepasar la exigencia de no tomar un camino en el cual lo recabado sea repetitivo en cuanto al material y otros trabajos de grado ya existentes.

En este trabajo final de grado buscaremos abordar punto por punto temas referidos a hinchas, hinchadas, sentido de pertenencia, entre otras cosas que da y quita el fútbol tanto a la población de nuestro país, como también a nivel mundial.

En el presente trabajo, optamos por la realización de entrevistas que ayudaron a darle forma a nuestra investigación periodística, así como también utilizamos diferentes tesis o materiales documentales que nos sirvieron como sustento a nuestro trabajo.

Se realizaron 13 entrevistas entre hinchas, periodistas, sociólogos e historiadores

- Nahuel Torti - Hincha de Danubio
- Mathias Torres - Hincha de Danubio
- Claudio González - Dirigente e hincha de Wanderers
- Lucas García - Hincha de Fénix
- Nicolás Musetti - Periodista e hincha de Defensor Sporting
- Valentín Canale - Periodista e hincha de Nacional
- Fernando Ruibal - Hincha de Peñarol e integrante de “Los Pibes del Palacio”
- Wilson Méndez - Periodista e hincha de Peñarol
- Dayana Ravello - Fotógrafa e hincha de Nacional
- Gabriel Pérez - Hincha de Liverpool
- Juan Luzuriaga - Historiador del fútbol uruguayo
- Bruno Mora – Sociólogo
- Leonardo Mendiondo - Sociólogo y especializado en fútbol uruguayo

Reflexiones Individuales

Nicolás Ruffine

Durante el transcurso recorrido en este trabajo final de grado, nos sucedió que, si bien como equipo teníamos claro que íbamos a investigar una temática referida al deporte y sobre todo al fútbol, no teníamos la certeza exacta sobre cuál iba a ser el abordaje en cuestión.

En una primera instancia optamos por investigar a las barras bravas de nuestro fútbol local, pero encontramos varias piedras en el camino y los obstáculos fueron difíciles de superar. La principal desventaja fue no poder llegar a la barra brava propiamente dicha, a la persona que es paga por la institución y que se encarga de manejar diversos negocios. Si bien logramos conseguir testimonios de personas que van al sector donde se encuentra la barra para ver los partidos y acompañar con cánticos, no logramos entrevistar a los individuos que trabajan exclusivamente de eso.

Después de un largo proceso de investigar, informarnos y cuestionarnos a nosotros mismos sobre por dónde íbamos a encarar el trabajo final de grado, nos fuimos dando

cuenta que no existen muchos trabajos académicos y por ende demasiada información a nivel general de lo que nosotros al fin de cuentas terminamos abordando.

Eso en un comienzo se presentaba como un arma de doble filo, por un lado, porque presentaba la particularidad de que investigar sobre el hincha uruguayo, sobre aquella persona que vive y respira a través del mundo fútbol, y la cual se encuentra intrínsecamente atravesado por herencias familiares, culturales, barriales, prometía un recorrido lindo de investigar. Pero la contraparte de todo esto era la incertidumbre de encontrar el rumbo correcto debido a la escasez de información que se presentaba en una primera instancia frente a nosotros.

Debido a lo expuesto en el párrafo anterior, tomamos el desafío de encarar un tema amplio como el fútbol, pero, a la misma vez, de una forma muy llamativa y peculiar, entrando en la parte que rodea al ser humano, tratando de llegar a la fibra más íntima a través de una serie de entrevistas con preguntas muy personales. Abordando temas familiares, pasionales, culturales, en fin, adentrándonos en la rica historia de nuestra sociedad y del fútbol como un estilo de vida que está presente en el Río de la Plata y que lo hace tan diferente a otras partes del mundo.

En el proceso de trabajo, personalmente me llamó mucho la atención y me atrapó lo referido a la historia de nuestro fútbol y de nuestra sociedad. En particular, cómo el fútbol se fue transformando en un lugar de encuentro, donde conviven diferentes clases sociales. También el hecho de que los primeros enfrentamientos entre clubes no eran otra cosa que una disputa entre diferentes tipos de estatus sociales que existían por la década del 1900. Leonardo Mendiondo analizó: “el hombre vive inserto en tramas de significación que él mismo construye. Tales construcciones están sustentadas en los distintos elementos o formas de significar de que dispone cada quien, en base al ‘universo social accesible’ a cada uno” (Mendiondo, 2003).

Si bien en sus comienzos se daban conflictos entre la clase social alta y los sectores obreros, el fútbol no hizo más que agrupar en masas a personas de diferente índole. Este deporte tiene la distinción entre otras cosas, de integrar y cohesionar a lo largo de toda la historia a personas con características socioculturales muy diversas entre sí, hasta el punto de lograr un arraigo cultural más importante que otros aspectos constitutivos de la sociedad uruguaya.

“Qué raro mecanismo acciona sobre el espectador; los ricos, los pobres, la clase media, los ingenieros, los obreros, los profesionales, todos unidos; es allí donde explota el corazón, donde todos son iguales, todos gritan por esos 11 futbolistas que salen a la cancha y le dan una demostración semejante y tan importante”. Así se refería el periodista argentino, Fernando Niembro sobre los hinchas rioplatenses.

Con el pasar de los años, el fútbol uruguayo se fue tornando muy pasional, desde aquellos primeros enfrentamientos entre criollos y británicos de clase alta hasta llegar a nuestros días, este deporte siempre estuvo marcado por rivalidades que generan en el propio sentir de las personas una especie de antipatía hacia los adversarios.

Por esos motivos, analizar profundamente el grado de influencia que este deporte tiene en la vida cotidiana de las personas y las consecuencias que conlleva estar comprometido con un club de fútbol nos pareció un factor preponderante en entender aspectos como el dolor, la angustia, la felicidad y por ende las diferentes emociones que atraviesan los hinchas a raíz de esta disciplina denominada fútbol.

Analizar de esta manera los aspectos del fútbol local implicó investigar y dar a conocer las características propias de la identidad social de los uruguayos. El antropólogo y filósofo Roberto da Matta sostiene que "el fútbol practicado, vivido, teorizado y discutido, es una de las vías por las cuales una sociedad habla de sí misma, se presenta y se deja descubrir".

Finalmente, y citando al sociólogo Leonardo Mendiondo en su tesis llamada "Fútbol, una identidad colectiva tradicional operativa y su dimensión presente en el Uruguay de hoy", compartimos que "el hincha cuando asiste a la cancha va en busca de una experiencia profunda que, en caso de éxito, opera una transformación sustantiva de orden emocional; el hincha de algún modo se va renovado, y por consiguiente creernos que al igual que la religión, el fútbol ayuda a vivir" (Mendiondo, 2003)

Brian Rzesztykowski

En mis reflexiones personales voy a hacer consideraciones respecto a lo que fue mi trayectoria en la carrera y lo que me motivó desde lo personal a hacer un trabajo final de grado sobre el fútbol y en particular sobre los hinchas.

Ingresé como estudiante de comunicación en la Facultad de Información y Comunicación en el año 2019, cuando realmente no sabía bien lo que quería hacer de mi vida. En lo personal era un apasionado por el fútbol y el básquetbol (siendo el segundo de ellos un deporte practicado por mí en categorías formativas).

Es por ello que en la disyuntiva que tenía entre hacer abogacía y comunicación, como una persona de letras opté por la FIC. En dicho proceso hice una cantidad de amigos, algunos que piensan como yo y otros que no, así como también algunos a quienes les gusta el deporte y otros que tienen intereses diferentes.

De todo eso me empecé a nutrir y ello fue acompañado del interés en otras áreas, tanto en la política, como el cine y el arte o también el rubro publicitario (que es donde actualmente trabajo y me resulta muy interesante). De la carrera me llevo un montón de aprendizajes y mucho enriquecimiento intelectual en lo que a la cultura general refiere. Además, adquirí herramientas para los trabajos que tuve hasta el momento (uno en una labor comunitaria y otro en la planificación de medios).

Como todo proceso, el mío en particular tuvo momentos muy buenos, así como también otros que no lo fueron tanto. Dentro del mismo me tocó atravesar una pandemia donde tuve que rediseñar mis rutinas y adaptarme a tener clases 100% online, que fue algo que me costó la adaptación e incluso me llevó a entrar en un principio de depresión y me

hizo vivir momentos de mucha incertidumbre.

Ese momento generó que me retrase en la carrera y en algunas materias cierta desatención, un poco de desinterés y hasta procrastinación. Fue un momento complicado de mi vida y hasta me cuestioné si lo que estaba estudiando era lo que quería para mi futuro, por lo que opté por realizar distintos cursos (Marketing Digital, Photoshop y hasta alguno de programación o diseño web). Allí realmente ninguno me terminó de llenar y me sentía un tanto frustrado por ello.

Pero luego de la pandemia, primero empecé a hacer coberturas de básquetbol, más precisamente en el equipo de redacción de Básquet Total -donde para ello considero que la facultad me brindó muchas herramientas para hacerlo de buena manera- y luego conseguí trabajo. Más allá de distintos aprendizajes y capacitaciones en diferentes herramientas, la facultad me hizo sentir que no los afronté sin ninguna preparación, sino con bases mínimas que me ayudaron a afrontar los cargos.

Con ello, logré aprobar las últimas materias restantes y en 2023 arrancar el proceso del Trabajo Final de Grado, en el que opté por el periodismo como orientación y donde aprobé los dos seminarios para así luego empezar a trabajar con nuestro tutor seleccionado como lo fue el profesor y periodista Facundo Franco que nos brindó asesorías y muchos consejos.

Proceso largo y arduo de la tesis

Primeramente, en el seminario optamos por hacer de la temática de las barras bravas, donde el profesor Samuel Blixen nos advirtió de las dificultades que el proceso podía tener y la dificultad para conseguir fuentes. Pese a ello al principio seguimos de largo con la temática hasta que en un punto tuvimos que optar por cambiar porque nos estaba complicando demasiado y generando un estrés innecesario. Cabe recalcar que en dicho proceso un compañero se bajó por asuntos personales, por lo que de ser cuatro pasamos a ser tres y eso fue un cambio para el grupo.

Luego de aprobado el seminario hubo un tiempo en el que no sabíamos para donde agarrar y tuvimos una cantidad de reuniones, pero no avanzamos demasiado, lo que personalmente me despertaba cierta frustración y enojo. Pero eso cambió un poco a medida que fuimos avanzando y concretando entrevistas, algo que como grupo nos fortaleció y luego empezamos a repartir de mejor manera las tareas.

De esa manera fuimos avanzando y motivándonos mutuamente. Pese a demorar un poco más de lo que habitualmente tardan estos procesos, fuimos puliendo y mejorando el texto final hasta llegar a poder entregarlo luego de un lindo, pero también duro proceso.

Reflexión final

Si bien es ya conocida la dificultad que existe para poder trabajar y vivir del periodismo deportivo, la selección del tema y cómo lo fuimos llevando me gustó mucho.

Además de disfrutarlo, me pude nutrir de conocimientos tanto para mi futuro lejano como para la actualidad y mi hobby de seguir el deporte uruguayo como aficionado y también como periodista.

Con todo el proceso realizado me siento muy orgulloso tanto de mí como de todos los equipos que integré y el grupo de amigos que generé, que quedarán para mi vida personal. Fue un camino complicado pero que a la larga terminé disfrutando y valoro haberlo finalizado.

Mathías García

Este Trabajo de Grado, más allá de la dificultad, me presentó en un principio la disyuntiva del tema a trabajar. En la materia Periodismo Investigativo, conformado por otro grupo que luego tuvo que desarmarse, trabajamos la salud mental de los médicos. Ya en ese tema, nos había generado muchos problemas conseguir fuentes, debido que hasta los propios involucrados evitaban hablar, ya sea por desconocimiento como por miedos al gremio o autoridades.

Luego, en la materia Seminario Trabajo Final de Grado en Periodismo primero tuvimos la idea de trabajar sobre el deporte femenino, pero nos encontramos con la problemática de que ya venía siendo tema de cada año en los trabajos de grado. Por esto y debido a incidentes que ocurrieron en días previos, es que decidimos investigar sobre la violencia en el deporte.

Entendíamos al igual que Walter Lippmann (1920), que el periodismo busca proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y gobernarse a sí mismos. Por esto, entendíamos pertinente trabajar un tema que no es de los habituales en los distintos medios de comunicación. A pesar que en la opinión pública sí lo era.

Esto nos presentó un gran desafío. Como tema novedoso cumplía con todos los estándares, pero poco a poco nos fuimos encontrando con una problemática: no teníamos las herramientas para enfrentar un tema en el que no solo hay violencia, sino también existe delincuencia y tráfico de drogas. Esto fue generando que lo que en un principio queríamos investigar se fuera diluyendo ante las negativas de las posibles fuentes.

“Las más importantes y confiables suelen ser los testigos presenciales, esto es, personas con experiencia de primera mano o que están de alguna u otra manera involucrada en forma directa en una historia” (Nazakat, 2018). Seguramente nos faltó mayor experiencia y/o confianza para conseguir mejores fuentes para finalizar el proyecto.

En la actualidad, el periodista se enfrenta a nuevos desafíos y retos, como la expansión de las redes sociales y la información falsa. En este sentido es fundamental que el periodista sea capaz de adaptarse a los cambios y seguir cumpliendo con su rol de informar. Pero, en esta oportunidad entendimos que nos faltaba tiempo y experiencia en este tipo de temas, para realizar la investigación de forma excelente.

En Uruguay, el fútbol es un reflejo de la sociedad, un espacio donde se cruzan identidades, emociones y dinámicas sociales. Por este motivo, cambiamos el tema y nos llamó la atención las hinchadas y cómo se genera esa pasión. En particular, nos preguntamos cómo se llega a esa obsesión, casi enfermedad. En mi caso, nunca llegué a sentir a ese extremo, por lo que me generaba curiosidad conocer las historias de diferentes hinchas de distintos clubes.

En un país donde la gran mayoría de las personas son hinchas de Nacional o Peñarol, este Trabajo de Grado, no solo se enfoca en ellos, sino también en los simpatizantes de los clubes con menos apego de personas. Eso es lo que se destaca, principalmente por el amor que fuimos descubriendo a lo largo de la investigación de esos simpatizantes de clubes como el caso de Montevideo Wanderers, Liverpool, Danubio, Defensor Sporting y muchos más que no llegamos a poder entrevistar. Esa pasión que va más allá de los títulos que tenga cada club y que no cambia así su equipo pierda la categoría.

Con todo esto, entiendo pertinente hacer referencia al rol que cumple el periodista, el cual más allá de informar, muchas veces se encuentra con problemáticas que no son fáciles de superar y ahí es donde importa tanto las fuentes como la cintura del profesional para poder sacar adelante la investigación.

Ser periodista en la actualidad ser periodista no es una tarea sencilla y seguramente se encuentren muchos “no”, pero por ello no deja de ser atractiva y complaciente.

Una pasión que no entiende de razón

Los hinchas de los clubes del fútbol uruguayo: la polarización entre los grandes, la violencia y el sentimiento más allá de los resultados

En nuestro país y en varios donde existe mucha pasión por el deporte rey, se da -como si fuera con el apellido- algo hereditario con el club del cual las personas son hinchas. En muchos casos, basado en “amenazas”, el fanatismo por un club de fútbol se va moldeando, lo que incluso se visualiza como algo más importante que los pensamientos políticos o estilos de vida, y lo convierte en algo completamente irracional y digno de estudio.

En casos como el de Wilson Méndez, periodista partidario e hincha de Peñarol, la tradición y sutiles amenazas lo llevaron a hacerse simpatizante del conjunto aurinegro: “Me hice de Peñarol por tradición familiar sin opción a otra cosa. Cuando quise quedar bien y decir ‘soy de Uruguay’, mi padre me dijo ‘el que no es de Peñarol no sube al auto’”, contó en forma jocosa, como si ese recuerdo hubiera sido hace poco tiempo.

En el interior la asistencia continua a los estadios se torna más complicada. Dayana Ravello, quien, siendo oriunda de San Ramón, Canelones, pudo ir a la cancha a ver a Nacional recién de grande, recibió su fanatismo a través de la herencia familiar. “Mi viejo es hincha fanático. Mirábamos todos los partidos. Me faltaba ir a la cancha, de hecho, fui yo quien lo llevó”, recordó.

Ello no solo se da en cuadros grandes, debido a la bipolaridad que reina en nuestro país a nivel futbolístico, sino que también se ve en cuadros llamados menores. Ese es el caso de Gabriel Pérez, quien siendo del barrio Belvedere y con su familia instalada allí no solo comparte pasión con todos, sino que es asiduo concurrente a la cancha sin importar la situación en la que esté el equipo: “Mis familiares me llevaron a la cancha desde muy chico. Yo no tengo recuerdos que hayan sido no siendo hincha de Liverpool. En el ascenso del 2002 me metieron a la cancha y yo tenía dos años”, comentó.

Por otro lado, y para contrastar, también están las personas que no se hicieron hinchas por tradición familiar, sino por gustos propios. Así fue el caso de Claudio González, con una familia compuesta por hinchas de Peñarol: “Mis padres son manyas los dos, pero en mi familia siempre primó la libertad de elección”. Por ello y luego de ir a un partido del bohemio es que se hizo hincha de Wanderers, por el cual cada vez fue incrementando su fanatismo. Hoy en día es dirigente del club y muy cercano al plantel femenino de la institución.

El periodista e hincha de Defensor Sporting Nicolás Musetti también contó con la libertad de elección pese a que su padre es hincha del equipo del Parque Rodó: “Mi padre me dio la opción de elegir entre Nacional o Peñarol, como mi hermano, que es de Peñarol, o de seguir su camino; él se hizo de Defensor de grande”.

También el hecho de ir a la cancha terminó incrementando su pasión por la institución.

“Ir a la cancha me fue llevando a ser de Defensor. Además, creo que genera otro vínculo con el club, a diferencia de clubes tan masivos como Peñarol o Nacional”, dijo en referencia a que una de las cosas que lo enamoró fue el vínculo familiar que existe en la tribuna.

“NOSOTROS SOMOS ENFERMOS POR LA INSTITUCIÓN”

En Uruguay un gran promedio de los simpatizantes es de los clubes grandes, Peñarol y Nacional. Hay un porcentaje menor que se divide entre los clubes en desarrollo o con menos logros obtenidos a lo largo de su historia, como es el caso de González, quien es hincha del Montevideo Wanderers y para él “es el equipo más grande del país”.

Según una encuesta realizada por la Facultad de Ciencias Sociales en 2018, solo el 5% de la población es hincha de otros clubes que no son Peñarol y Nacional. Por tanto, ser simpatizante de un club en desarrollo en algunos casos se da para “no ser como la mayoría”, como expresó Mathías Torres, quien se hizo hincha de Danubio un poco por un tema familiar y otro poco para ser diferente en la escuela.

La pasión y amor por sus clubes, en muchos casos, es hasta más sacrificado y más pasional que en los clubes grandes. El amor por el cuadro no se genera por títulos obtenidos, sino por sentido de pertenencia, ya que, como explicó González, en muchos casos “hemos sufrido derrotas, descensos, el olvido de jugadores surgidos en el club y las injusticias de los jueces. Por eso digo que nosotros somos enfermos por la institución y la única cura es ir a ver a Wanderers todos los fines de semana”.

La historia indica que de los más de 100 campeonatos uruguayanos que se han disputado, organizados por AUF, más del 80% los han ganado entre Nacional y Peñarol, por lo que las alegrías para los equipos en desarrollo han sido escasas. Sin embargo, en las últimas décadas han comenzado a obtener mayores triunfos, como son los casos de Defensor Sporting, Danubio y Liverpool.

Pero, a pesar de dichos títulos, también en el último tiempo han sufrido las tristezas de los descensos. “Fue un golpe muy duro. Estuve las primeras dos semanas sin salir de casa, soy una persona que llora muy poco, pero ese día lloré como un niño por lo menos 15 o 20 minutos”, contó Musetti sobre cuando su club, Defensor Sporting, perdió la categoría en el 2021.

PRIMEROS HINCHAS Y UNA RIVALIDAD ENTRE DOS CLUBES

Entre 1880 y 1900 se comenzaron a avistar los primeros simpatizantes en partidos de fútbol. Fueron en enfrentamientos entre equipos de Montevideo, como el caso de Albion, ante conjuntos de Buenos Aires.

El historiador Juan Carlos Luzuriaga contó que esto comenzó a desarrollarse cuando los familiares de jugadores británicos de clase alta y también criollos empezaron a concurrir a encuentros deportivos porque encontraban en este último un lugar social.

Los simpatizantes del club del ferrocarril (CURCC, hoy Peñarol) tenían en ese entonces la masa crítica suficiente para poder unirse y enfrentar a Albión. El detalle de clases sociales que se gestaba en la época tenía la particularidad de que los simpatizantes del club Villa Peñarol eran obreros, no eran personas con una formación destacada. Del otro lado, los caballeros británicos eran de una clase social más alta en la época.

Según Luzuriaga, “el club del ferrocarril era llamado ‘el público grueso’, haciendo referencia a un público vulgar y ordinario para la época, compuesto por un grupo de hinchas pendencieros. Por otra parte, Albion tenía la particularidad de que generaba admiración, pero no cariño”.

A partir del siglo XIX, en Uruguay se empezó a buscar héroes nacionales, personas de referencia o figuras patrióticas. En esa búsqueda de formar una identidad nacional, los criollos vieron que en el campo de juego se podía enfrentar a los británicos, ganarles y hasta llegar a humillarlos, algo que no era posible en otras áreas.

“Nacional surge como una sumatoria de varios clubes y empieza a enfrentar a los británicos. A través de Nacional se forma otro grupo de simpatizantes, esas personas eran emigrantes del mundo rural. Por el contrario, los inmigrantes que llegaban, se sentían identificados con el club del ferrocarril”, explicó Luzuriaga.

Por ende, la rivalidad que se fue gestando surge del enfrentamiento entre británicos de clase alta y los trabajadores. A través del fútbol, los trabajadores podían enfrentarse a sus patrones sin tener que hacerlo en otro ámbito que hiciera peligrar sus puestos de trabajo.

Esa era una rivalidad muy potente para la época y por ese motivo Peñarol y Nacional sacaron de concurso a cualquier otro equipo. Clubes como Wanderers, River o Albion no lograron alcanzar una masa crítica importante para poder consolidarse como equipos poderosos.

Diferente es el caso de Cerro y Rampla Juniors, cuyo enfrentamiento no se da por clases sociales, sino por una rivalidad barrial que creció luego de que el conjunto Picapiedra se mudó de la Aduana para el Cerro.

El caso de Defensor Sporting y Danubio comenzó en las juveniles y se llevó a mayores por ser los dos equipos más laureados después de Nacional y Peñarol. También jugó su rol la prensa, que, en muchos casos, de acuerdo a Luzuriaga, “los periodistas crean rivalidades, excluyendo las clases sociales”.

SENTIDO DE PERTENENCIA: UN ARRAIGO CULTURAL, PASIONAL Y LLENO DE RIVALIDAD

Para poder construir y por ende entender el arraigo de los uruguayos para con el fútbol es necesario aclarar que, por diversas razones históricas, la sociedad del Río de la Plata en el siglo XIX no presentaba grandes identidades tradicionales y mucho menos en el

Uruguay. Por eso la sociedad uruguaya encontró alrededor de los cuadros de fútbol, sobre todo en Nacional y Peñarol, lugares de cohesión social y de identidades fuertes que van a jugar el rol de unir a la sociedad.

Además de este acontecimiento, se da también que, a principios del siglo XX, el Uruguay se va a convertir en una sociedad hiperintegrada, donde sus habitantes van a empezar a convivir en distintos lugares, por ejemplo, en la rambla o en los parques. Por ende, el fútbol va a ser entendido en ese contexto, en un espacio en donde el público de las distintas clases sociales o de diferentes procedencias va a poder compartir algo en común.

La particularidad que presentaba Uruguay hasta comienzos del siglo XX era que, a diferencia de otros países, no tenía grandes acontecimientos ni grandes héroes de la historia. Por eso el fútbol se fue metiendo con rapidez en la vida de los uruguayos.

Mediante este deporte, los hinchas podían disfrutar de ganarle a otros rivales y, por ende, a personas de otras clases sociales. Encontraban en el fútbol una vía por la cual se podrían “vengar” de otros individuos con características sociales muy diversas.

Pero, como en todo deporte, para que exista sentido de pertenencia y el apego a una institución es necesario que haya un rival al cual el hincha quiera sobreponerse. En sus comienzos, el Río de la Plata fue un fiel reflejo de esa pasión que se fue construyendo y consolidando a lo largo del tiempo. La temprana llegada del fútbol a la región generó que las primeras hinchadas y el fanatismo surgieran en estos lados.

El fenómeno de las hinchadas no se trata del simple aficionado que quiere que gane un equipo o simplemente disfruta del deporte, sino de un vínculo individual y colectivo. Dicho vínculo opera a nivel emocional y allí se construye identidad, se depositan cosas que trascienden al deporte, como aspiraciones sociales. El amor a un club trasciende al propio juego y se lleva a la vida cotidiana.

“El hincha de fútbol tiene mucho que ver con el despliegue de la sociedad de masas en el mundo moderno. Las clases populares van a tomar el espacio público, ese espacio público que en el siglo XIX estaba dividido, donde las sociedades burguesas iban a determinados teatros que a los que no iban las clases populares. Es por eso que el fútbol va a jugar el papel de integrador en la sociedad”, analizó el historiador uruguayo Ramiro García.

Como en todas partes del mundo, para que determinado deporte logre imponerse en una sociedad, es necesario que esté acompañado de triunfos, victorias y campeonatos. Es por eso que la popularidad de las hinchadas de fútbol en Uruguay tiene que ver no solo con la temprana llegada de ese deporte, sino también con los títulos que rápidamente se fueron consiguiendo con grandes méritos los futbolistas uruguayos.

Los Juegos Olímpicos de 1924 y de 1928 y el mundial de 1930 fijaron en el fútbol un sentido de éxito, lo que marcó a los uruguayos de la época, que lo fueron transmitiendo generacionalmente hasta que se fue convirtiendo en parte importante de la cultura.

“Tanto Uruguay como Argentina son pueblos cuyas tradiciones no se remontan a la Edad Media, como en otras partes del mundo, entonces, encuentran en aquellos fenómenos modernos su identidad más fuerte. Esos pueblos se forjaron y cohesionaron alrededor del mundo moderno y, por tanto, del fútbol; es por eso que el fútbol es tan importante en este lugar”, analizó García.

Todo ello fue enlazado y concretado en la hazaña del 1950 en el Maracaná, donde Uruguay se impuso en la final del mundo a Brasil, en un estadio rebosante y esperando la conquista de nuestros vecinos norteños. Eso marcó y formó parte del arraigo cultural e histórico de Uruguay, que quedó marcado por los dorados años 50', cuando era considerado la Suiza de América y el fútbol era algo importante para ello.

EL AMOR Y LA PASIÓN DESAFÍA LA LÓGICA

Dentro de la opinión popular se encuentra la otra cara de la moneda, donde hay personas que están totalmente en desacuerdo con el pensamiento del hincha futbolero. Individuos que no encuentran sentido en seguir a un equipo durante toda una vida o al menos gran parte de ella.

Es por esto que en muchos casos existen las típicas frases como: “el fútbol no te va a dar nada”, “los que se llevan los halagos y un sueldo son los jugadores”, “no entiendo cómo miles de aficionados alientan por 22 personas pateando una pelota”, entre muchas otras. Es cierto que este deporte no tiene lógica. Desde el punto de vista material o tangible ser hincha de un cuadro de fútbol es un tanto irracional, es decir, las personas alientan a 22 jugadores dentro del rectángulo de juego en el que quienes se van a llevar un triunfo, un empate o una derrota son los propios protagonistas.

Sin embargo, los hinchas ven al fútbol desde otro punto. Ese es el caso de Claudio González, para quien Wanderers es sanador de heridas en su vida personal. “Uno viene al club también para escapar un poco de la realidad y tratar de despejarse un poco”, es decir, que lo utiliza como vía de escape.

Lo ilógico de este deporte no le quita para nada el valor sentimental y las cosas positivas que se pueden encontrar en esta disciplina deportiva. “Si gana mi equipo yo me pongo feliz y no todo en la vida me da felicidad, eso ya me parece un montón”, dijo el actor y escritor Sebastián Wainraich en un debate sobre la pasión futbolera en el programa argentino “El Planeta Urbano” de Canal 9.

No todo pasa por llevarnos algo tangible o material como premio, sino por algo mucho más lindo y provechoso que eso. El fútbol te acerca a las personas más queridas, te hace reír, llorar, alegrarte o angustiarte, te ilusiona, te hace olvidar al menos por un tiempo de un mal momento, te reencuentra con esa persona que no ves hace tiempo o que quisieras ver más seguido.

El hincha encuentra en el fútbol una forma de sentir y vivir donde la lógica y lo material no están sobre la mesa, donde el amor hacia un club está mucho más allá de lo que

podamos obtener a cambio. En definitiva, se encuentra con que de alguna manera el fútbol le da vida, aunque también a veces se la quita o entristece.

Para Fernando Ruibal, "Peñarol significa muchísimo. Te cambia el estado de ánimo según lo que pasa el fin de semana y te marca en cómo arrancas la semana. Empezás bien o mal según el resultado".

El fútbol también maneja la agenda de quien lo sigue, ya que al ser hincha y estar tan compenetrado con el club está toda la semana esperando el día del partido. Claro ejemplo de ello es Valentín Canale, hincha de Nacional, que expresó: "Para mí es todo, es lo que me mueve la aguja en todo sentido, a nivel de humor y de sentimiento. Estoy toda la semana esperando a que llegue el partido, pendiente de las cosas que pasan día a día, me importan hasta las cosas más mínimas de todo lo que pasa en Nacional. Cualquier cosa me alimenta la ansiedad de querer que llegue el fin de semana para ver al club, por eso digo que para mí es todo".

Para el individuo, el equipo del cual es hincha trasciende el sentido común y como expresó el personaje caracterizado por Guillermo Francella en la película "El secreto de sus ojos", "el tipo puede cambiar de todo, de cara, de casa, de familia, de novia, de religión, de Dios, pero hay una cosa que no puede cambiar, no puede cambiar de pasión".

UN RESULTADO DEPORTIVO CAMBIA LA SEMANA

El fútbol despierta alegrías y, por supuesto, tristezas, angustias y frustraciones. Logra llegar a la fibra más íntima del ser humano, provocando en este último sentimientos que para algunos solo este deporte puede generar.

Para Gabriel Pérez, "el resultado del domingo realmente te golpea, te cambia el estado de ánimo de la semana", lo que deja expuesto que a través del fútbol los individuos viven desde los momentos más alegres y positivos hasta los más angustiantes y difíciles de su vida.

Quizás a veces suene desmedido, disparatado y hasta se roce lo absurdo, pero lo cierto, es que este deporte despierta en las personas emociones que hasta algunos comparan con el nacimiento de un hijo, o la contraparte, con el fallecimiento de un ser querido. "Ir al descenso con Wanderers fue lo peor que me sucedió en la vida", indicó Claudio González.

Otro claro ejemplo fue el que vivió Valentín Canale, hincha de Nacional quien viajó a Paraguay para ver a su club, pero el resultado no fue el que esperaba: "Me afectó demasiado. No es una calentura del momento, estoy toda la semana entregado".

El fútbol es un transformador de emociones, las personas viven en constantes ilusiones, anhelos, sueños, que no son más que una demostración de vida, un claro reflejo de que a través de esta disciplina los seres humanos atraviesan diferentes etapas alrededor del fútbol. "Es un estilo de vida, porque marca mis decisiones, mi filosofía de vida, maneja mi

calendario”, aseguró Dayana Ravelo, hincha de Nacional.

VIOLENCIA EN LAS CANCHAS: ¿ALEJA A LA GENTE?

A raíz de los hechos violentos que han sucedido a lo largo de la historia del fútbol uruguayo, se suele decir que cada vez son menos las personas que concurren a eventos deportivos. Una de las frases más escuchadas por los uruguayos es “la familia no va más a la cancha”. Es usual escuchar a cualquier ciudadano promedio decir que la familia como tal se está alejando de los partidos de fútbol. Sin embargo, se puede demostrar lo contrario.

Para los sociólogos Leonardo Mendiondo y Bruno Mora no es real que las personas y sobre todo las familias asisten con menor frecuencia a los estadios de fútbol.

Según Mora, “pese a que la violencia ha aumentado, la presencia de gente ha incrementado y cada vez se ven más familias. La violencia no echa a la gente de las canchas” expresó.

Para certificar lo anterior, Mendiondo expresó: “dicen que la gente deja de ir a la cancha y eso es mentira. Se muere uno y va más gente. El periodismo amplifica esa realidad. Cuando le metemos miedo a la gente se pierde la noción de la realidad”.

De acuerdo al Anuario Estadístico Nacional 2023 que desarrolla el Instituto Nacional de Estadística (INE), se vendieron más de 1 millón de entradas para partidos del Campeonato Uruguayo de Primera División, por lo que el hincha continúa haciéndose presente en los estadios y la pasión no cesa.

LA PRENSA: ¿AMIGA O ENEMIGA DEL HINCHA?

“Los medios de comunicación a veces son atrevidos y hay periodistas que tendrían que ser suspendidos ante algunas cosas que dicen”, expresa Claudio González.

Como en todo, la relación de los hinchas con los periodistas depende de la opinión de cada uno. Los simpatizantes de equipos menores critican a la prensa uruguaya, ya sea por darle poca visibilidad a su cuadro o por señalar cosas negativas sobre su club. “Te choca que les quiten los méritos a los cuadros chicos para criticar al grande. Pero es normal que se hable más de Peñarol y Nacional. Muchas veces se habla de cosas que no tienen nada que ver y no les dan mérito a los cuadros en desarrollo”, sostiene Mathías Torres, de Danubio.

En el caso de los simpatizantes de los equipos grandes o con mayor convocatoria en el país suelen creer que los periodistas operan para los rivales y que por ello en muchos casos no vale la pena escucharlos ni “consumir” sus programas radiales o televisivos, como argumentó Wilson Méndez. “El periodismo responde a muchos intereses y eso a veces se nota mucho”, sostuvo, y agregó: “Yo no pido que no le den mucho palo a Peñarol, me molesta cuando otros equipos hacen algo similar y no lo dicen o lo ocultan”.

La prensa es una parte importante del mundo del fútbol, ya que en buena medida es

formadora de opinión y también mediadora entre los protagonistas y los hinchas, lo que lleva a la construcción de la pasión por el fútbol.

Es por esto, que independientemente de las críticas que pueden recibir constantemente, también se destaca la credibilidad que tienen algunos y ello se refleja en el equilibrio que pueden tener a la hora de analizar los equipos.

En su tesis “Periodismo deportivo: la industria cultural del fútbol uruguayo”, Ignacio De Boni hizo énfasis en estos tópicos. Para ello, lo justificó con una frase del famoso escritor argentino Jorge Luis Borges: “Hoy todo pasa en la televisión y en la radio... El último partido de fútbol se jugó en esta capital el día 24 de junio del 37. Desde aquel preciso momento, el fútbol, al igual que la vasta gama de los deportes, es un género dramático, a cargo de un solo hombre en una cabina o de actores con camiseta ante el cameraman”, dando a entender que ya el fútbol más allá del deporte en sí pasó a ser un reality y los periodistas forman parte activa de ese show.

El fútbol está sin dudas en la identidad nacional de los uruguayos y con ello también en la prensa deportiva, que es la encargada de comunicar. Los periodistas tienen a cargo poner cierto contenido picante a lo que sucede en ese entorno, siendo juez y parte. Así lo manifiesta el sociólogo costarricense Sergio Villena, quien plantea que “no se limita a dar cobertura a estos hechos, sino que su participación es fundamental en la construcción del acontecimiento: según los medios, los campeonatos o partidos considerados importantes, son dramas sociales” (2002, Villena). Para bien o para mal, la prensa afecta al público que la consume y eso lleva a que los hinchas tomen partido y juzguen a los comunicadores según cómo hablen de su club.

Otro aspecto a analizar es cómo los formadores de opinión hablan mayoritariamente de los clubes grandes de nuestro país y muy poco de los que están en desarrollo. Y eso va en la idiosincrasia del “buen varón uruguayo”, que, como indica la tesis de De Boni, “es digno hijo de su padre que lo hizo hincha fanático de Nacional y por antonomasia enemigo acérrimo de Peñarol (y viceversa), debe saber de fútbol. O, mejor dicho, debe ser capaz de hablar sobre fútbol”.

LA CELESTE Y UN AMOR SECUNDARIO

¿Es posible medir y diferenciar como quien mide con un termómetro la pasión que genera un cuadro de fútbol y la propia selección nacional? Para la gran mayoría de los hinchas la respuesta es sí, ya que se emocionan y sienten mucho más cariño y apego con su propia institución que con el seleccionado uruguayo.

Cuando uno habla de fútbol, es imposible no llegar a la comparación propiamente dicha, es imposible no tratar de hacer un paralelismo en cuanto a sentimiento. Lo cierto es que, a partir de investigar y entrevistar a diferentes hinchas, se llega a la conclusión de que no solo las personas se apasionan más por su club, sino que también las generaciones más cercanas en el tiempo han perdido o van perdiendo ese nacionalismo que quizás mucho tiempo antes sí se sentía y era más notorio por la camiseta celeste.

Consultado sobre si prefiere a su club o a la selección, Gabriel Pérez respondió: "Liverpool, por escándalo, y siempre fue así. Prefiero un uruguayo con Liverpool que una Copa del Mundo con Uruguay". "Me decís un campeonato uruguayo o la Copa América y te digo ser campeón uruguayo con mi club", afirmó, en un sentido similar, Nicolás Musseti, en referencia a Defensor Sporting.

De hecho, muchos hinchas ven aspectos positivos en la selección, principalmente cuando los sucesos están protagonizados por jugadores, técnicos o referentes que mantienen relación con la institución por la que ellos simpatizan. También es común criticar a jugadores o técnicos de la selección solo por jugar o haber jugado en el equipo contrario.

Un claro ejemplo de esto es lo dicho por Claudio González: "La selección uruguaya fue creada por Wanderers, la selección uruguaya es Wanderers. La remera celeste fue creada por nosotros. Tenemos glorias de la selección que jugaron en Wanderers, por ejemplo, Obdulio Varela".

Por otra parte, Dayana Ravelo lo deja aún más claro: "En la selección, a veces, cuando el jugador de Peñarol no juega bien, me enoja por demás". Similar es el caso de Mathías Torres: "Es lindo mirar a Uruguay, une a todo el mundo, pero no genera lo mismo que Danubio. De chico le daba para adelante solo a los de Danubio".

Referencias bibliográficas

- Gestiópolis (2024). El fútbol como negocio y su contribución económica. recuperado de:
<https://www.gestiopolis.com/el-futbol-como-negocio-y-su-contribucion-economica/>
- Lippman, W. (1922). Opinión Pública. Cuadernos de Langre. recuperado de:
<https://www.labiblioteca.mx/llyfrgell/2128.pdf>
- Nazakat, S. (2018). Manual de Periodismo Investigativo. Argentina: Fundación Konrad Adenauer recuperado de:
https://www.kas.de/documents/287460/4262432/periodismo_de_investigacion_ESP.pdf
- Villena, S (2002). El fútbol y las identidades. Balance preliminar sobre el estado de la investigación en América Latina)
- Mendiondo, L. (2003). Fútbol, una identidad colectiva tradicional operativa y su dimensión presente en el Uruguay de hoy
- De Boni, I (2016). Periodismo deportivo: la industria cultural del fútbol uruguayo