

ESTUDIOS
AHILA
DE HISTORIA
LATINOAMERICANA



El fútbol es mucho más que un deporte. Es un modo de ejercitar el cuerpo, un producto de consumo masivo, un espectáculo, un negocio, un tema de conversación, un tópico literario y mediático, un fenómeno global, un modo de control social, una expresión popular mas o menos autónoma, un maleable recurso en la articulación de identidades sociales, étnico-raciales, nacionales y de género...

Del football al fútbol/futebol: historias argentinas, brasileras y uruguayas en el siglo xx estudia la popularización y criollización del *football*, su transformación en fútbol en Argentina y Uruguay, y en *futebol* en Brasil, su consolidación como deporte profesional y de masas, y como espectáculo y fuente de perdurables pasiones.

DIEGO ARMUS es profesor de Historia Latinoamericana en Swarthmore College (EE UU).

STEFAN RINKE es profesor en el Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Freie Universität Berlin (Alemania).



IBEROAMERICANA
VERVUERT

Del *football* al fútbol/*futebol*: historias argentinas, brasileras y uruguayas en el siglo xx

Diego Armus | Stefan Rinke (eds.)

11

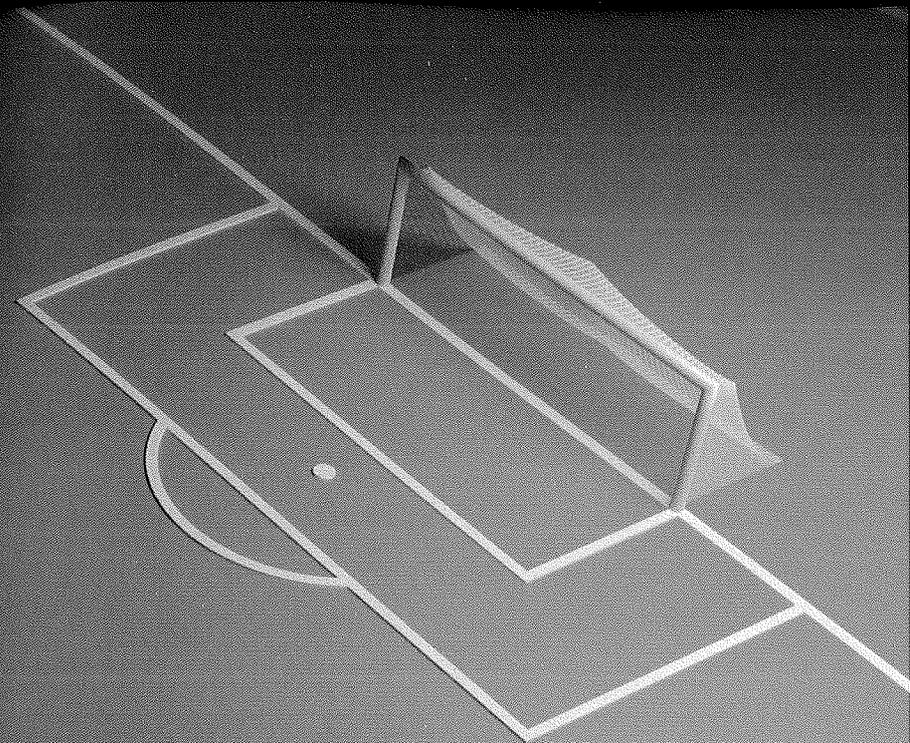


IBEROAMERICANA
VERVUERT

Del *football* al fútbol/*futebol*: historias argentinas, brasileras y uruguayas en el siglo xx

Diego Armus
Stefan Rinke (eds.)

ESTUDIOS
AHILA
DE HISTORIA
LATINOAMERICANA



SOCIEDAD, CIUDAD Y FÚTBOL EN LA BUENOS AIRES
DE 1920-1930¹

Julio D. Frydenberg

Durante la segunda mitad del siglo XIX, la colonia británica en Buenos Aires llevó y desarrolló este deporte a dicha ciudad, de manera similar a lo sucedido en buena parte del planeta. Hacia fin de siglo ya existía la liga oficial local de fútbol, y desde los inicios del siglo XX fue adoptado por los sectores populares, en especial por los jóvenes.²

En la década de 1920 el fútbol había dejado de ser una moda juvenil para pasar a integrar la vida de casi todas las instituciones sociales y las corporaciones, que organizaban sus propios torneos. Simultáneamente, el espectáculo, incipiente durante la primera década y espasmódico en la concentración de grandes multitudes, fue enriqueciéndose y ampliándose. Pero también la ciudad crecía y se desarrollaba en este momento.

Paralelamente a la formación de los barrios fue estructurándose el gran espectáculo futbolístico tal como se lo conoció durante décadas, con decenas de miles de espectadores concurrendo a grandes estadios capaces de contenerlos, sumado a la acción de los grandes medios de comunicación de masas. Nos detendremos en las novedades asociadas a la ciudad, y muy especialmente

¹ El presente trabajo es una versión revisada del sexto capítulo de Frydenberg (2011).

² Se puede ver el proceso de popularización y de génesis del espectáculo en Frydenberg (2011).

en la edificación de los barrios porteños, para luego rescatar el papel que le cupo al fútbol en este proceso íntimamente asociado a la cultura de los sectores populares. Centraremos la atención en el proceso de formación de las identificaciones barriales partiendo de la hipótesis de que el fútbol fue un elemento insoslayable y, en ciertas instancias, central. Pero antes de introducirnos de lleno en la temática, revisaremos la situación general y los cambios ocurridos tanto en la ciudad como en la sociedad.

En las primeras décadas del siglo xx, el modelo de desarrollo del país no se modificó sustancialmente. Hacia 1900 la Argentina se había incorporado plenamente al mercado internacional como exportadora de productos agro-ganaderos, había fomentado la llegada de millones de inmigrantes, había constituido un Estado hegemónico por los grupos conectados con el modelo de integración al mundo que dominaba los mercados planetarios. Ese Estado estaba desarrollando la educación pública, la fuerza militar (con el servicio militar obligatorio) y demás condimentos como para que se pudiera cimentar el ciudadano argentino, fruto en buena medida de familias llegadas desde el exterior.

Luego de la Primera Guerra Mundial la economía local comenzó a exhibir cierta bonanza, que se expresó con la recomposición del poder salarial y la inserción de nuevos sectores en el mercado de consumo. Fueron años de constitución de los grupos medios urbanos, compuestos fundamentalmente por profesionales, cuentapropistas (industrias, comercio, servicios) y empleados. La educación pública, en todos sus niveles, ocupó un lugar central en su formación. Así, fue surgiendo una sociedad que se caracterizaba por una importante movilidad ascendente. En la década de 1920 la mayor parte de la sociedad estaba formada por grupos ya argentinizados, fruto del relevo generacional y la acción estatal. Pero eso no obturó la continuidad de las tradiciones asociacionistas de la que la fundación de los clubes deportivos formó parte.

Por otro lado, a diferencia de lo que ocurría en otras urbes modernas, la ciudad no estuvo escindida en guetos ni en barrios "obreros" cerrados y, por el contrario, tendió a homogeneizar a grupos relativamente diferentes en lo social y lo cultural en áreas residenciales alejadas del centro, donde convivían empleados y profesionales, obreros cualificados y comerciantes. La llamada "modernización urbana plena" significó la transformación de los vecindarios, que eran áreas urbanizadas descentralizadas y solamente conectadas por las redes ferroviarias. Con la llegada del tranvía y los loteos en cuotas, las zonas intersticiales que separaban a los vecindarios entre sí se fueron convirtiendo

en poco tiempo en áreas por completo urbanizadas mediante el formato de la grilla, la cuadrícula diagramada por la acción estatal. De este modo se fue cristalizando un centro denso y renovado, con áreas periféricas de límites difusos y fuerte identidad vivencial. A partir de 1910 fue generándose infinidad de núcleos urbanos con sus plazas, escuelas, iglesias, cafés, comisarías, clubes, asociaciones de fomento, bibliotecas populares y ferias. Sumadas a las ya trazadas líneas de ferrocarriles y tranvías, se diseñaron nuevas calles y avenidas que poco a poco devinieron en ejes viales y comerciales. Desde mediados de los años veinte los llamados taxis-colectivo —y desde 1928 el colectivo propiamente dicho— permitieron conectar más fácilmente los barrios entre sí. La ciudad siguió creciendo en el marco de un ideal reformista que promovía la equidad y la homogeneización social y cultural bajo el dominio de una comunidad de pequeños propietarios, como marca de ciudadanización: la propiedad del lote y el logro de la casa propia. Lentamente fueron ampliándose los servicios públicos, muchas veces como consecuencia directa de la acción estatal y otras como efecto de las demandas de los vecinos reunidos en sus asociaciones.

Paralelamente, durante estas décadas también hubo grandes cambios en la cantidad y el uso del tiempo libre. En líneas generales, disminuyeron las horas de trabajo y las ofertas para aprovechar el ocio aumentaron proporcionalmente a la aparición de un número cada vez mayor de consumidores de este tipo de bienes, en el contexto de cierto desahogo económico que imperó hasta la crisis. En ese contexto prosperó la práctica deportiva, considerada sumamente saludable en consonancia con la concepción higienista por entonces vigente. Las virtudes emanadas del deporte eran asumidas por los medios de comunicación, que difundían el ideal de una vida activa y al aire libre.

Buena parte del público porteño que asistía a los espectáculos deportivos estaba constituida por la población ya alfabetizada y plenamente integrada. Ese fue también el caso del fútbol, formado por sectores trabajadores y de los sectores medios. En ese sentido, el fútbol y su público, a diferencia de lo que podría parecer a primera vista, no desentonaban con la generalidad social y cultural de las mayorías del momento. Pero el fútbol añadió la fragmentación étnica y de género, y además se constituyó en uno de los ejes homogeneizadores de la ciudad junto al tango, la cultura "mediática" y el imaginario nacional.

Uno de los fenómenos más notables ocurridos en la ciudad de Buenos Aires fue la aparición de los barrios porteños³. Durante los años de entreguerras

³ La estructuración de los barrios fue tratada en los trabajos de Gutiérrez/Romero 1989, Korn 1975, Gorelik 1998.

surgió este nuevo espacio público, y en ellos se generaron las formas y contenidos del sentido común, es decir, los nuevos contenidos de la cultura de los sectores populares⁴. Los barrios se configuraron, en el contexto de las nuevas sociabilidades populares, en nuevos escenarios (la calle, la esquina, el café y el club), también a través de nuevas asociaciones locales, como las sociedades de fomento vecinal, las bibliotecas populares y los clubes deportivos, donde anidaron y prosperaron las nuevas modalidades del uso del tiempo libre y las nuevas prácticas políticas.

El barrio puede ser considerado como el componente básico de la vida porteña, edificado desde las formas de la vida cotidiana hasta por los imaginarios sociales. En este sentido, fue un ámbito de igualación social, de participación y de solidaridad, pero también, escenario de distinción social y de edificación de una "ideología barrial", construida sobre la base de la "diferencia y la otredad amenazante"⁵.

Aquí lo llamaremos "pequeño barrio" (PB) para diferenciarlo de otro nivel, al que denominaremos "gran barrio" (GB). Varios PB formaban parte de un mismo GB. Por ejemplo, el barrio de Boedo ocupaba numerosos pequeños territorios de la vida cotidiana, pero poseía un solo eje territorial simbólico congregante y un club representativo, San Lorenzo de Almagro. El PB tenía sus espacios propios de sociabilidad, mientras el GB era producto de las representaciones del conjunto, de sus imaginarios, de la vida de algunas asociaciones y, fundamentalmente, del fútbol⁶. Los imaginarios barriales fijaban los límites propios y ajenos, delimitaban las imágenes que integraban el "nosotros y los otros" como material de identificación territorial. El PB era el espacio de la vida cotidiana que cubría unas pocas manzanas, con sus esquinas donde paraban los muchachones, con los medios de transporte más o menos cercanos que lo conectaban con el resto de la ciudad, y también era el territorio de los juegos infantiles, de la escuela y de la plaza, y de ciertas experiencias culturales —como las representaciones del tango y la literatura— y deportivas, concretamente ligadas al espectáculo del fútbol. El GB, como representación, era un espacio propio que requería ser defendido, además de unir a individuos que no necesariamente se conocían entre sí.

⁴ Con respecto al concepto de "espacio público", pueden verse los trabajos de Cohen y Arato 2000, Bobbio 1996, Fraser 1994.

⁵ Véanse los trabajos de Gutiérrez/Romero 1989, González Leandri 2001, Gravano 2003.

⁶ Con respecto al concepto de imaginario, véase Baczkó (1991: 28).

CRISTALIZACIÓN DEL RITUAL DEL FÚTBOL Y SU ESCENARIO, EL ESTADIO

Uno de los atractivos del espectáculo futbolístico radica en edificar una suerte de "contexto ritual"⁷. En el caso de la ciudad de Buenos Aires, el fútbol y el desarrollo de su contexto ritual fueron parte del proceso de génesis de las identificaciones barriales.

Desde sus inicios, el espectáculo futbolístico formó parte de los llamados espectáculos de masas modernos, y fue desarrollándose conforme la sociedad iba alcanzando un mínimo umbral en su nivel de vida, a la par del aumento del tiempo libre, la ampliación de la red de medios de transporte, la construcción de grandes estadios y el despliegue de los medios de comunicación masivos. Además, implicó el entrenamiento en el hábito de participación en grandes grupos, un proceso de aprendizaje colectivo que suponía el conocimiento de determinadas ceremonias asociadas a las reglas de la competencia y a las maneras de entrar, permanecer y retirarse del estadio. Supuso, en este sentido, la formación de costumbres, ritmos y cadencias en cuanto a lo que podía o no hacerse en condición de hinchas o simpatizante.

Otro de los atractivos del fútbol fue su plasticidad, dado que articulaba magistralmente el instante y la excepcionalidad del ritual dominguero con la regularidad y la cotidianeidad de la vida diaria. En el marco de una fluida relación entre el espectáculo y el mundo ordinario del barrio y la vida cotidiana, y entre el GB y el PB, desempeñaron un papel central los ámbitos de sociabilidad masculina, tales como los cafés, las esquinas o "paradas", y los propios clubes.

Los estadios fueron y continúan siendo el escenario del ritual del fútbol. Es necesario tener en cuenta que el estadio, en tanto tal escenario, debía contener tribunas lo suficientemente altas como para que el público simpatizante fuera visible para los jugadores desde el campo de juego y también para los espectadores ubicados en el resto de las tribunas; de este modo, los hinchas de un equipo podían ver a los otros hinchas, observar sus gestos, sus cuerpos en movimiento.

Sin embargo, sin los medios de transporte apropiados, estos espacios no eran nada. A la red ferroviaria que ya cruzaba la ciudad se le sumó en 1910 una red tranviaria electrificada que extendió sus rieles hacia el Gran Buenos Aires y, desde 1913, la primera línea de subterráneo. Conviene destacar que los medios de transporte asociados más estrechamente con el fútbol, el llama-

⁷ Sobre los estadios de fútbol y su papel en el contexto ritual, véase Bromberger 1992.

do "colectivo" (o bus) y el camión, recién comenzaron a funcionar a fines de la década de 1920. Así, en 1930 el público que quería asistir a un partido de fútbol contaba con una amplia oferta de transporte que iba desde el tren y el tranvía hasta el camión y el colectivo.

Los clubes tomaron la costumbre de allanarles el camino a sus simpatizantes para que pudieran llegar sin mayores dificultades a los estadios de otros clubes en calidad de visitantes. Así, en septiembre de 1932, el club Independiente habilitó un servicio de colectivos a 1 \$ el boleto para que los hinchas rojos pudieran arribar a Caballito desde Avellaneda.

Hacia los inicios de la segunda década del siglo xx unos pocos estadios que tenían la mayor capacidad (aproximadamente unos 15.000 espectadores) habían quedado chicos. Así, la novedad más importante fue la inauguración del estadio de Sportivo Barracas en 1920, que tenía una capacidad para albergar a unos 25.000 espectadores. Allí se jugaron los campeonatos sudamericanos de 1921 y 1925, y el partido contra los uruguayos ganadores de la medalla de oro en las Olimpiadas de 1924. También fueron importantes la edificación de los estadios de Atlanta, en 1922; el nuevo estadio de River Plate, en 1923, el de Independiente (de cemento y no de madera como el resto) y el de Boca Juniors en 1928, y especialmente por su gran tamaño el de San Lorenzo, también en 1928, donde se jugó el campeonato sudamericano en 1929.

Según el matutino *La Nación*, en 1931 los estadios con mayor asistencia de público fueron: San Lorenzo (73.000 espectadores), River (58.000), Boca (55.000), Huracán (41.000), Sportivo Barracas (33.000), Almagro (19.000), Vélez (16.000), Platense (14.000), Argentinos Juniors. (10.000), Excursionistas (8.000); Chacarita Juniors. (8.000), Ferrocarril (8.000), Barracas Central (7.000), Defensores de Belgrano (6.000) y Atlanta (5.000). Un año más tarde, los estadios con mayor afluencia de público, según el periodista de *El Gráfico* conocido como Chantecler Julio Planisi, fueron los de San Lorenzo e Independiente, que llegaron a albergar a unos 70.000 espectadores. Si bien estas estimaciones parecen sobredimensionar el tamaño de los estadios, es importante recalcar la evidente diferencia entre los clubes grandes y los chicos⁸. El primer partido nocturno se jugó en el estadio de Vélez Sarsfield el 7 de diciembre de 1928, entre el equipo olímpico de 1928 y un combinado de la asociación. Fue un evento exitoso y muy recordado.

En la mayoría de los estadios un pequeño muro prevenía las invasiones del público (todavía no existía el alambrado olímpico, que data de 1924). La

⁸ *El Gráfico* 1° de agosto de 1931, p. 42.

ausencia de alambrados perimetrales en los campos de juego fue cuestionada por el periódico *Crítica*, que exigía la colocación de "un tejido de alambre perimetral" en todas las canchas para evitar las "cascadas" o avalanchas, que terminaban con el público dentro del campo de juego. Sin embargo, hacia fines de los años veinte, muchas canchas todavía demoraban la colocación de alambrados olímpicos o fosos perimetrales.

Quienes han estudiado los estadios como escenarios del ritual han destacado que la posterior presencia del alambrado produjo una clara demarcación de espacios, un límite que hasta ese momento era frecuentemente violado. La introducción del alambrado otorgó un carácter sacralizado más fuerte al campo de juego, espacio que de ahí en más pasó a ser ocupado exclusivamente por los actores principales. Esa uniformidad no lograba disimular la segregación social del público: existía un palco oficial, las mejores ubicaciones se habían transformado en "plateas" (con asientos numerados), y para el vulgo quedaban las tribunas generales o populares.

Los códigos y dinámicas propios del ritual estaban ya firmemente establecidos hacia mediados de los años veinte. Esos hábitos se hacían visibles cuando, por alguna razón, se rompían. Por ejemplo cuando los altoparlantes sonaban durante los partidos y eran acallados por el rumor del público, o cuando las demoras en el inicio del juego eran reprobadas desde las tribunas, o cuando los partidos eran suspendidos por condiciones climáticas adversas.

A pesar del constante crecimiento en cantidad y capacidad de las tribunas, durante esos años hubo quejas sistemáticas por la falta de estadios aptos para cubrir la creciente demanda. Efectivamente, según las crónicas, se podía ver público trepado a los postes telefónicos y los árboles o colgada del cableado para ver el partido desde las inmediaciones de la cancha. Los espacios dentro de las tribunas estaban completos y muchos espectadores quedaron fuera; a raíz de ello los aficionados sin entradas rompieron los alambrados para ingresar en el estadio.

Algunos periodistas, deseosos de transformarse en voceros de los sin voz, expusieron la necesidad de brindar mayores comodidades al público. Los inconvenientes a la hora de comprar un tique, entrar en el estadio o encontrar una ubicación decorosa eran flagrantes cuando dos clubes grandes jugaban un "clásico". Los estadios quedaban chicos cuando se enfrentaban los clubes más grandes, llamados desde fines de la segunda década "los cinco grandes" (River Plate, Boca Juniors, Independiente, San Lorenzo y Racing).

Sin embargo, las diferencias de convocatoria eran enormes, ya que los clubes grandes atraían a decenas de miles de simpatizantes, mientras que los

chicos apenas llevaban a algunos cientos. Ya desde los años veinte los organizadores de los calendarios buscaban evitar la superposición de grandes partidos en barrios próximos; por otro lado, los cálculos de buenas recaudaciones potenciales provocaban constantes cambios de canchas.

Se puede decir que hacia fines de la década de 1910 ya existía el hábito de ir a la cancha en determinados sectores sociales; sin embargo, desde la década de 1920 “ir a la cancha” se transformó en un fenómeno casi universal, casi unánime para los varones, especialmente de los sectores populares, fuertemente asociado a la posesión de cualidades y códigos de la cultura masculina. El hinchismo nació con la misma popularización del fútbol y el desarrollo del espectáculo y también fue una de las bases sobre las que se estructuró el ritual y, con él, las identificaciones futbolísticas y barriales en los años veinte.

Otros índices del desarrollo del espectáculo fue la ampliación del mercado de bienes deportivos como las pelotas, botines, casacas, banderas, banderines, medias, figuritas. La atracción multitudinaria provocó una enorme expansión de pequeños cuentapropistas que los domingos instalaban sus improvisados puestos en las inmediaciones de los estadios, donde vendían pizza, frutas, helados, caramelos y bebidas sin alcohol.

Sin duda, el universo general del deporte, y especialmente del fútbol, modificó enormemente sus dimensiones en los años veinte a raíz de la especialización de los actores, sobre todo de los jugadores, y de los enormes cambios ocurridos en las competencias internacionales —por ejemplo, el Mundial de Fútbol de Uruguay en 1930 y las Olimpiadas de 1928, donde hubo fútbol y la Argentina tuvo un lugar destacado—. A ello se añade la gira internacional de Boca en 1925, considerada un hito por haber sido la primera gira de envergadura realizada por un equipo argentino.

La organización institucional de la competencia futbolística fue imprescindible para la construcción del contexto ritual. Las asociaciones diseñaban los fixtures, que eran difundidos por la prensa popular, la que a su vez contaba con una notable adhesión pública. En rigor, desde mediados de los años veinte, *Crítica* y *El Gráfico* encabezaron los índices de ventas y adhesión mayoritaria.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS Y EL FÚTBOL

En el proceso de surgimiento de los barrios, la incidencia del fútbol estuvo asociada a su plástica posición de mediador y nexo entre la vida cotidiana y el ritual del espectáculo. Pero nada de eso hubiese sido posible sin la presencia y

los cambios ocurridos en la prensa popular. Los medios ayudaron a visibilizar y a la vez influyeron sobre la cristalización de las identificaciones barriales, y especialmente la de los clubes de fútbol.

Desde principios de siglo la prensa venía presentando las rivalidades entre clubes-equipos como uno de los mayores atractivos del fútbol, pero a partir de los años veinte ese mecanismo se volvió la norma. Las asociaciones cuya identificación estaba asociada a la pertenencia territorial se fueron transformando en una referencia en el proceso de constitución de los barrios como ejes identitarios. En ese fenómeno, el periodismo cumplió un papel central.

Esta importante industria cultural estaba plenamente desarrollada hacia mediados de los años veinte y formaba un verdadero campo periodístico dirigido por periodistas profesionales. Los diarios pretendían masividad y su lógica básica era mercantil. El periodismo masivo intentó conectarse con la realidad social y política estableciendo un diálogo con el referente real, algo que le infundía verosimilitud. Comenzó a trabajar además con hipótesis sobre los gustos de sus lectores y fue descubriendo sintonías con sus destinatarios. Por aquellos años *Crítica* fue el diario de mayor tirada en lengua castellana. Sus cronistas empleaban la ironía y el sarcasmo para comunicarse frontalmente con sus lectores. Irreverentes, privilegiaban el guiño, el comentario al margen y la picardía a la información lisa y llana, la sátira a la primicia.

El periodismo deportivo desempeñó un papel central en el desarrollo del nuevo estilo grandilocuente, de grandes titulares, de búsqueda de héroes y éxitos o derrotas formidables. Los periodistas deportivos abandonaron el estilo tradicional de la prensa escrita y tendieron a mezclarse con los actores del fenómeno buscando conocer su vida privada y empleando, a veces, recursos agresivos y de mal gusto. La prensa cumplió un rol central en el desarrollo del espectáculo futbolístico, no solo como medio de difusión y de formación del público, sino como partícipe activo en la evolución concreta de la organización del espectáculo.

En los años veinte los medios de comunicación de masas tuvieron una expansión notable, y en el mundo de la prensa deportiva el diario *Crítica* y la revista *El Gráfico* dominaron el mercado editorial popular. En un nivel de menor importancia en cuanto a su inserción en el mercado se ubicaron el diario *Última Hora* (continuador en alguna medida de *La Argentina* y *La Mañana*) y, desde fines de los años veinte, la revista semanal *La Cancha*⁹.

⁹ Saïtta 1998 ha estudiado el fenómeno de *Crítica* y Archetti 1995 se interesó en analizar la revista *El Gráfico*.

Hacia mediados de la tercera década *Crítica* abrió un juego más permeable a la experiencia del fútbol que se vivía en las barriadas, involucrándose activamente en el mundo local y recreando y potenciando esos fenómenos.

La revista *El Gráfico*, en ciertos aspectos similar a los medios tradicionales, se dirigía a un público mayoritario y deseaba cumplir una función pedagógica haciendo hincapié en la sensibilidad criollista e intentando asociarla al deporte. Sumado a eso, si la comparamos con los nuevos métodos y medios, no se interesaba en dar visibilidad a los costados más conflictivos ni tampoco a las identidades locales adheridas al fútbol, mientras estimulaba explícitamente la articulación de un discurso sobre la aparición y el desarrollo del estilo criollo de juego nacional y/o rioplatense. *La Cancha* también publicaba notas en ese sentido y, siempre afín con *El Gráfico*, no podía dejar de lado una visión pedagógica del deporte.

En realidad, estos medios fueron tributarios de la tradición moral que consideraba al deporte como un valioso medio para transmitir valores universales, de allí que sus crónicas tendieron a opacar los conflictos y los aspectos menos “éticos” del fútbol. La única revista a contramano de esta tendencia era *Última Hora*, que jamás vacilaba en poner en evidencia las rivalidades entre los contendientes:

Ferrocarril Oeste y Atlanta es un buen partido. Pero (hay) perspectivas de intervención policial. Defensores de Belgrano y Platense suelen mostrarse los dientes cuando están frente a frente¹⁰.

El éxito comercial de *Crítica* estuvo naturalmente asociado a las nuevas formas y contenidos del periódico, a las nuevas tecnologías incorporadas y a sus políticas mercantiles. La conexión y el desarrollo de los deportes en general, y del fútbol en particular, tuvieron una enorme incidencia en su despegue. En 1922 editaba 145.000 ejemplares; en 1924, 166.000. Durante la gira de Boca Juniors por Europa en 1925 la cantidad de ejemplares alcanzó los 300.000 por día, y en septiembre de 1930, con el golpe de Estado, llegó a 440.000¹¹.

En este contexto, una de las improntas de *Crítica* fue la utilización metódica del nuevo recurso de hacer visible la rivalidad entre los equipos y la expectativa creada fuera de las canchas, en las barriadas. Si bien, como hemos

¹⁰ *Última Hora*, 10 de abril de 1920, p. 10.

¹¹ Los diarios de mayor tirada, como *La Prensa* y *La Nación*, habían vendido ese mismo año 230.000 y 188.000 ejemplares diarios. Véanse Páez de la Torre 2002 y Saítta 1998.

mencionado, la referencia a las rivalidades existía desde principios de siglo, *Crítica* potenció este aspecto del fútbol. Por otro lado se embarcó en apuestas fuertes como las denuncias contra la dirigencia del fútbol, a la que tildaba sin preámbulos de indolente y despreocupada, con la intención indisimulada de ganarse al público lector y futbolero.

No parece descabellado ubicar a *Crítica* como uno de los principales agentes de la construcción de una uniformidad de mercado, de integración cultural, que necesariamente requería un paso previo: la construcción de un perfil de consumidor. *Crítica* apuntó a la cristalización de dos contextos rituales: la lectura cotidiana del diario y la asistencia semanal a los estadios.

Los dos medios más importantes –*Crítica* y *El Gráfico*– potenciaron el desarrollo del espectáculo deportivo de manera diferente. Mientras *El Gráfico* se apegaba a la construcción de imaginarios nacionales y criollos, *Crítica*, si bien apuntalaba el ideario nacional, apuntaba directamente a los lazos locales, a las barriadas. Y por esa razón era más permeable a las rivalidades locales expresadas en el fútbol y originadas entre las distintas barras, con la clara intención de “tocar” una zona sensible para sus lectores. Sin embargo, al hacerse eco de esa sensibilidad, (necesariamente) fue modificándola. Los hinchas que poblaban las tribunas contenían elementos “inaceptables” y *Crítica* intentó mostrarse neutral reflejándolos como elementos exóticos, esencializándolos sin dejar por ello de objetar aquellos aspectos que suponía inmorales.

Crítica también fue permeable a los gustos e intereses de los sectores populares en cuanto a temas y lenguaje. *El Gráfico*, por su parte, se abocó de lleno a la pedagogía de lo criollo y lo nacional¹². Hacia 1928 apareció en *El Gráfico* un certero bosquejo de lo que más tarde sería el “mito acerca del estilo de juego del fútbol criollo”¹³.

La incorporación de la radio fue consecuencia de una serie de novedades técnicas y del desarrollo de la publicidad comercial. Además, fue causa y efecto de un cambio significativo en los gustos populares¹⁴. La primera transmisión radial de un partido de fútbol se produjo el 27 de agosto de 1920 en la ciudad de Buenos Aires. Pero tuvieron que pasar algunos años para que el fútbol ocupara un lugar relevante en ese medio. Entre 1926 y 1927 el medio tuvo

¹² Este tema ha sido suficientemente estudiado por Archetti 1995, quien indagó la narrativa que posteriormente teñiría el resto de la historia del fútbol argentino.

¹³ Véanse Archetti 1995, Bergel y Palomino 1999. *El Gráfico* cumplió un papel pedagógico en cuanto al buen uso de la ciudad, la vida saludable y la calidad de vida según los cánones higienistas.

¹⁴ Sobre la evolución de la radio, véanse Acevedo 2002 y Ulanovsky 1995.

un relanzamiento debido a la gran cantidad de aparatos vendidos —hacia 1929 se habían vendido más de medio millón de aparatos en los hogares porteños—. En los años treinta, la radio se transformó en un medio plenamente incorporado a la vida cotidiana, y por lo tanto más cercano al fútbol. En el año de la llegada del profesionalismo, las entrevistas radiales a jugadores eran habituales.

La difusión de la radio no perjudicó el hábito de lectura de periódicos y revistas. Por ejemplo, la revista *La Cancha* intentaba ser portavoz de las llamadas “muchachadas futboleras”, pero su estilo era mucho más moralista y cuestionador que el de *Crítica*. Casi exclusivamente dedicada al fútbol, se publicó en forma semanal desde 1928 hasta junio de 1956, y su primer director fue José López Pájaro. López Pájaro empleaba frecuentemente términos lunfardos, un léxico difícil de hallar en las páginas de *El Gráfico*.

La prensa popular fue construyendo la narrativa del pasado del juego, de sus instituciones y sus actores. Hacia fines de la década de 1920 y durante los años treinta abundaban las notas de ex jugadores que apelaban a la nostalgia, los artículos que se hacían eco de los aniversarios de los clubes, las entrevistas a sus fundadores, etc. Fue así como aparecieron, por esos años, las primeras “historias de clubes”.

La emisión de opiniones sobre el juego propiamente dicho, sobre la justicia y sobre la moral de los participantes, así como la confección de estadísticas, fueron parte integral de su papel. Una de las intervenciones periodísticas más contundentes fue el intento indisimulado de influir sobre las decisiones de la dirigencia, territorio en el que *Crítica* llevó la delantera encabezando una feroz campaña contra el aumento en el precio de las entradas en abril de 1927. Sus argumentos fueron claros: si se incrementaba el valor de la entrada se arriesgaba la lógica mercantil del espectáculo y la gente no concurriría a los estadios ni compraría periódicos.

En su permanente exploración del contacto con el público, los periodistas deportivos intentaban manejar los mismos códigos y conocimientos de sus lectores. Especialmente *Crítica* trataba de no violentar la sensibilidad básica del supuesto modelo del simpatizante de fútbol, sus conocimientos o su experiencia como hincha. En este sentido resulta interesante reparar en un episodio ocurrido cuando *Crítica* organizó un partido en el estadio de Sportivo Barracas entre los combinados de las dos asociaciones (divididas en ese momento) en agosto de 1926. El objetivo explícito era promover la unidad de las ligas. En el anuncio se comentaba que el diario sabía que la mayoría de los hinchas eran habituales de las canchas y que por lo tanto no era necesario informarles de cómo llegar a ellas. A pesar de eso, pedía disculpas por incluir

información sobre las líneas de tranvías que podrían acercarlos a la cancha. Según *Crítica*, lo hacía por si existía algún desprevenido que deseara llegar y no supiera cómo hacerlo. Sin duda, el periódico era muy cuidadoso; trataba de no herir susceptibilidades y de informar a la vez: para lograrlo, enviaba un leve guiño de complicidad a un público al que suponía conocedor.

LA PRENSA Y EL PÚBLICO: LAS “MUCHACHADAS” Y LAS “BARRAS”

Crítica y *La Cancha* prestaban mucha atención a lo que sucedía en las tribunas y en las calles, y percibían y exhibían las actitudes del público de fútbol en esos ámbitos. Si bien *Crítica* intentaba mostrarse distante a la hora de juzgar, la apelación a la moral resultaba inevitable.

A veces reproducían pequeños gestos o expresiones verbales de la muchedumbre que desentonaban o disgustaban al cronista. También daban visibilidad en sus escritos o en alguna imagen a los grandes gestos del público, como ocurrió cuando el equipo italiano de Bolonia, por entonces en gira, formó militarmente para ingresar en la cancha e hizo el saludo fascista y la silbatina fue generalizada, según narra *La Cancha* del 3 de agosto de 1929.

En esta misma dirección, los medios detectaban a los grupos de hinchas y les daban entidad, les ponían nombre. Podían ser “muchachadas” o “barras”. Y, además de evaluar sus actitudes, trataban de percibir sus estados de ánimo.

Una de las novedades de los años veinte fue la presencia habitual de muchachos y hombres en los bares, en las esquinas, en los clubes, en la calle; es decir, en los distintos ámbitos de sociabilidad masculina. Hábito al que la prensa, en especial *Crítica*, otorgó marcada visibilidad. El barrio era mostrado como un espacio de la vida cotidiana donde se desarrollaban prácticas concretas y se renovaban las tradiciones¹⁵.

Desde 1920 *Última Hora* mencionaba a las muchachadas asociadas al fútbol haciendo referencia a los jugadores o los seguidores de algún club. Se hablaba de “la muchachada del (modesto club) Blanco y Negro” y de la del San Isidro para mencionar a los socios que practicaban distintos deportes en esos clubes, o de la “entusiasta muchachada” del club Sportivo Avellaneda, que preparaba una velada familiar¹⁶. En *Última Hora* ese sustantivo se aplicaba, en líneas generales, a los grupos vinculados a una actividad, ya fuera integrando un

¹⁵ Sobre las relaciones entre la prensa, la ciudad y la sociedad, véase Fritzsche 2008.

¹⁶ *Última Hora*, 9 de septiembre de 1920, p. 8; 13 de septiembre de 1920, p. 8; 1° de octubre de 1920, p. 8.

equipo o como socios de un club. Sin embargo, hacia fines de los años veinte, las muchachadas anónimas pasaron a ser, para *Crítica* y *La Cancha*, muchachadas futboleras habitantes de los barrios. En principio, el apelativo intentaba denotar algo distante y exótico; pero lo que subyacía a las estrategias de estos medios era la intención de seducir al público hablándole directamente y exhibiéndolo en fotos.

Y así aparecieron múltiples y variados usos de la palabra: por ejemplo, la muchachada del bar, que era a la vez hincha de un club y habitante de una barriada. Por otro lado, muchas veces se hacía mención a la de Platense, del barrio de Núñez, o a alguna otra muchachada simpatizante de algún club, pero sin ninguna especificación territorial. La calle del barrio fue transformándose en un espacio de uso y posesión, y ya desde la década de 1910 se consideraba “natural” utilizarla para jugar al fútbol. Los nuevos ámbitos de sociabilidad masculina, como las esquinas o las así llamadas “paradas”, fueron espacios visibles para la prensa popular, que los recreaba para su público. La parada, que solía ser una esquina o una cuadra, fue apropiada como el hábitat de la barra. Así, la muchachada ocupaba un espacio físico y daba significado a aquello que a su vez implicaba la construcción de una otredad (la rivalidad con otra barra o con la policía).

Sabemos que después de alguna victoria de Boca hubo corsos espontáneos por la avenida Patricios, eventos que muchos comentaron como frecuentes y que *Crítica* se encargó de “filtrar” presentando a las “muchachadas futboleras” que frecuentaban los bares conectadas con las hinchadas de algunos clubes. Algunos jugadores eran habituales de esos cafés, como Alfredo “el Vasco” Carricaberry, a quien un cronista de *La Cancha* encontró en mayo de 1929 reunido junto a otros jugadores de San Lorenzo en el bar “El Dante”, charlando y jugando a los naipes.

Hacia fines del siglo XIX los almacenes de ramos generales de los suburbios, donde se servían bebidas espirituosas en el mostrador o en las mesas (a la manera de las tradicionales tabernas rurales), habían ido transformándose en cafés. Estos ambientes de conversación, de interminables partidos de billar, generala, mus, tute y brisca, sin presencia femenina y frecuentados por grupos de amigos, fueron ámbitos de sociabilidad masculina, regiones donde se disputaba el honor asociado a la virilidad y a los rituales del buen beber¹⁷. Hacia el centenario se contabilizaban más de mil de estos cafés, de distinta índole y tamaño,

¹⁷ Sobre los cafés de Buenos Aires de la época véanse Carretero 2000, Gayol 1999 y 2000, Puccia 1997.

en la ciudad de Buenos Aires. Los habitantes de los cafés fueron sumando el fútbol a la vida de café, junto a temas recurrentes como el turf, el tango, la política y los chismes sobre vecinos y conocidos. Antes de cada partido, los socios de All Boys se reunían en el bar “4 Billares”, ubicado en la intersección de las avenidas Rivadavia y Seguro. Según *La Cancha* de octubre de 1928, el café “Atenas”, ubicado en la esquina de la avenida Rivadavia y Esperanza, era el cuartel general de “la hinchada más caracterizada de los albos de All Boys”. Los de Huracán se encontraban en “El Café de Benigno”, en la avenida Caseros, considerado por *Crítica* como “el cuartel general de los hinchas del globito”.

Nuevamente recurrimos a *Crítica*, donde el 2 de septiembre de 1932 se relata que San Lorenzo venció a Tigre y que la barriada reunida en los bares estaba contenta, no solo en el tradicional café “El Dante” (en la avenida Boedo), sino también en otros bares de la zona, como “El Aeroplano”, todo lo cual evidenciaba que “el barrio de Boedo ofrecía un aspecto de alegre fiesta”. El mismo periódico publicó dos fotografías de la muchachada que se reunía habitualmente en un café de Núñez. En los epígrafes identificaba a esos niños, jóvenes y adultos reunidos como hinchas de Platense.

Comentaba *Última Hora*, en junio de 1920, que “los parciales [los hinchas] de Vélez Sarsfield se reúnen en el café de Pérsico” y según el libro que narra la historia de Vélez, hacia comienzos de 1932, la llamada barra de Villa Luro, identificada como “la hinchada”, solía concurrir al de la avenida Rivadavia, el 8100.

Un cronista de *La Cancha*, el 6 de octubre de 1928, al revelar el clima que se vivía en estos lugares, no pudo resistir la tentación de señalar que eran ámbitos muy alejados de los que frecuentaba la mayoría de quienes dirigían el fútbol, supuestamente desconocedores de la vida de los “comunes”.

Los espacios de sociabilidad masculina en los barrios, las esquinas y los cafés fueron escenario de la vigencia de los códigos del honor: cuando el equipo jugaba, el honor masculino era puesto en juego¹⁸. Tanto *Crítica* como *La Cancha* hicieron visible y potenciaron este fenómeno, marcándolo con sus propios códigos periodísticos.

Es preciso señalar que ese tipo de menciones mediáticas intentaban normativizar y direccionalizar la opinión de los lectores. En este sentido, en las páginas de ese mismo diario podían leerse críticas a esos mismos “muchachones” en el sentido de catalogarlos de más o menos violentos en las canchas,

¹⁸ En la esquina, en el café, el hombre es actor y debe “exhibir el honor”, o defenderlo cuando es cuestionado, lo cual es necesario tanto para la identidad social como para la existencia y la afirmación individual. “El honor es un bien privado que necesita de un público” (Gayol 1999: 65).

pero sin mencionarlos directamente o identificándolos bajo el genérico “barras bravas”. En definitiva, se los llamaba “muchachadas” en el ámbito del café y del barrio, y “barras” cuando asistían a los estadios.

HOSTILIDAD FUTBOLERA, IMAGINARIOS BARRIALES

Como hemos visto, la rivalidad fue un condimento necesario en la vivencia del fútbol. La identidad territorial se construyó sobre la base de la diferencia con el otro, y en muchos casos sobre la hostilidad hacia el vecino. La rivalidad en el fútbol, tal como fue incorporada en el proceso de popularización desde principios del siglo xx, fue plenamente funcional al nacimiento de los imaginarios barriales.

Otros elementos influyeron en la cristalización de ese estilo que asociaba rivalidad con enemistad y que hacia principios del siglo xx solo era una actitud juvenil. Esa corriente se sumó al desarrollo del contexto ritual del espectáculo a través de la acción de la prensa popular, que hacía hincapié en la rivalidad entre barrios vecinos para volver más atrayente el espectáculo.

Desde fines de la década de 1910 algunos periódicos comenzaron a emplear este argumento como una (real o supuesta) manera de atraer público a los estadios. Esa sensibilidad, que unía enemistad y fútbol, se cristalizó en los años veinte y fue un elemento constitutivo de la identificación territorial. A mediados de la década siguiente *Crítica* tematizó esta doble rivalidad (futbolística y territorial) más o menos sistemáticamente. Desde sus páginas promovía el honor de haber sido el mejor de dos vecinos como una circunstancia no solo atractiva sino estimuladora de emociones y hasta de un juego más eficaz. Así, por ejemplo, cuando en 1925 se enfrentaron Defensores de Belgrano y Platense, cuya rivalidad se sustentaba en su vecindad territorial en el norte de la ciudad, el cronista de *Crítica* comentaba que

Estos dos clásicos rivales, dada la afinidad de sus barrios de acción, pues como es sabido ambos tienen sentados sus reales en el lejano Núñez (...) Lo único que debemos recomendar a los aficionados es que el enfrentamiento sea pacífico.

Cuando volvieron a jugar entre sí, un año más tarde, el 7 de agosto se anunció el encuentro entre

rivales de barrio. Platense y Defensores de Belgrano. Estos dos viejos ‘amici’ disputando en esta ocasión los dos puntos del campeonato y la superioridad de

barrio. [...] Muchas veces hubo extralimitaciones y bailes entre los hinchas de esos clubes.

Crítica señalaba antagonismos extremos al hablar de los enfrentamientos entre San Lorenzo y Almagro; Racing y Lanús; Argentinos Juniors y Chacarita; Sportivo Barracas y Boca Juniors; Argentinos Juniors y Colegiales, y así terminaba por conformar una lista interminable de pares de enemigos. La rivalidad no solo surgía por razones de proximidad territorial, por razones meramente competitivas o nacidas en consideraciones acerca del honor mancillado después de algún partido, sino también, y muy especialmente, cuando se enfrentaban entre sí los cinco clubes grandes.

Otra estrategia para relevar el estado de ánimo del público y el peso de las rivalidades, o de darles entidad para hacer más atractivo al periódico, era evaluar los festejos o tristezas percibidos en las barriadas después de los resultados futbolísticos. Todas estas menciones periodísticas suponen la existencia de una íntima asociación entre club de fútbol y territorios. El vínculo cristalizó en *Crítica* en la segunda mitad de los años veinte. Sin embargo, no existió una regla que uniera un barrio a un club. De hecho, hubo barrios (céntricos) sin clubes y barrios con más de un club. La instalación de la representación que asociaba un equipo a un barrio dependía de las características de este último, de las formas adquiridas por el nuevo espacio público, de la preexistencia del fútbol en ese espacio y de la acción de la prensa. No era una regla sistemática: en algunas áreas del norte de la ciudad hubo y continúan habiendo varios clubes, y lo mismo sucedía en las del sur.

Cabe decir que ya entonces existían muchos más clubes que los mencionadas como abanderados del barrio. En cada barrio había entidades que actuaban en los dos niveles ya citados: el del gran barrio y en el del pequeño. De esta manera, habiendo varios clubes y asociaciones en cada barrio, cada uno solía tener solo un representante en el fútbol o a lo sumo dos. En Mataderos, el Club Atlético Nueva Chicago era el club de fútbol oficial. Pero la mayoría de los hinchas, incluso aquellos que concurrían habitualmente a la cancha, eran socios de otras instituciones, y en el mejor de los casos de Nueva Chicago, en una doble o triple membresía.

A este complejo y aceitado mecanismo dominante en la ciudad de Buenos Aires se sumó la difusión de las fidelidades nacionales a lo largo y ancho del país, gracias a los buenos oficios de la radio y la potencia de los medios escritos. La creciente influencia de estos dos medios hizo surgir hinchas de los cinco grandes en zonas donde nunca se los había visto jugar. Así, un habitante

de Córdoba, Jujuy o Mendoza que jamás había visto jugar a Américo Tesoriere o a Domingo Tarascone podía convertirlos en sus ídolos y transformarse él mismo en simpatizante de Boca Juniors. Además, era hinchista de su club local.

A su vez, el interior comenzó a ser proveedor sistemático de jugadores de fútbol oficial hacia las ciudades de Buenos Aires, La Plata y Rosario. Ese proceso fue paralelo a las giras constantes de los equipos porteños, platenses o rosarinos por el resto del país. También vale mencionar el intento de federalización del fútbol argentino con el Campeonato Argentino, que tuvo cierta trascendencia en los años veinte.

En resumen, el fútbol como práctica y moda entre los jóvenes de los sectores populares y como espectáculo incipiente preexistió en Buenos Aires a la aparición del barrio, y se difundió por los vecindarios gracias a esos jóvenes que aprendieron rápidamente lo que significaban la rivalidad, la enemistad y el hinchismo. En ese movimiento previo, la identidad local, pequeña y vecinal estructuró la mayoría de las iniciativas de los fundadores de clubes que decían defender el honor del lugar y se consideraban sus verdaderos y únicos representantes.

En los años veinte, el fútbol se transformó en una actividad casi universal para los varones. Debido a ello es conveniente destacar la importancia de la constitución del contexto ritual del espectáculo futbolístico. Una de las maneras de inclusión de estos procesos en la cultura de los sectores populares fue a través de las identificaciones barriales construidas con el material del fútbol preexistente. Si prestamos atención a la cronología, veremos sin dificultad alguna que la generación que participó del nacimiento de los barrios supuso al fútbol, en tanto práctica y espectáculo, como algo propio y natural.

BIBLIOGRAFÍA

- ARCHETTI, Eduardo (1995): "Estilos y virtudes masculinas en El Gráfico: la creación del imaginario del fútbol argentino". En: *Desarrollo Económico*, vol. 35, n° 139, pp. 419-442.
- (2001): *El potrero la pista el ring*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BACZKO, Bronislaw (1991): *Los imaginarios sociales*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- BERGEL, Martín/PALOMINO, Pablo (1999): "La revista *El Gráfico* en sus inicios: una pedagogía deportiva para la ciudad moderna". En: <www.efdeportes.com>, año 4, n° 17.
- BOBBIO, Norberto (1996): *Estado, gobierno y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

- BROMBERGER, Christian (1992): "Lo spettacolo delle partite di calcio. Alcune indicazioni di analisi etnologica". En: LANFRANCHI, P. (comp.), *Il calcio e il suo pubblico*. Napoli: Ed. Scientifiche Iteliane, pp. 183-220.
- CARRETERO, Andrés (2000): *Vida cotidiana en Buenos Aires. Desde la sociedad autoritaria hasta la sociedad de masas (1918-1970)*, vols. 2 y 3. Buenos Aires: Planeta.
- COHEN, Jean L./ANDREW, Arato (2000): *Sociedad civil y teoría política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ELIZALDE ACEVEDO, Luciano H. (2002): "Radio y televisión". En: *Nueva historia de la nación argentina*, vol. 9. Buenos Aires: Planeta/Academia Nacional de la Historia, pp. 363-394.
- FRASER, Nancy. (1994): "Reconsiderando la esfera pública: una contribución a la crítica de la democracia realmente existente". En: *Entre pasados, Revista de Historia*, año IV, n° 7, Buenos Aires, pp. 108-120.
- FRITZSCHE, Peter (2008): *Berlín 1900*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- FRYDENBERG, Julio (2011): *Historia social del fútbol, del amateurismo al profesionalismo*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- GAYOL, Sandra (1999): "Conversaciones y desafíos en los cafés de Buenos Aires". En: DEVOTO, Fernando/MADERO, Mirta (comps.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, vol. 2: *La Argentina plural: 1870-1930*. Buenos Aires: Ed. Taurus, pp. 47-71.
- (2000): *Sociabilidad en Buenos Aires*. Buenos Aires: Ed. Del Signo.
- GONZÁLEZ LEANDRI, Ricardo (2001): "La nueva identidad de los sectores populares". En: *Nueva Historia Argentina*, vol. 7. Buenos Aires: Ed. Sudamericana, pp. 201-238.
- GORELIK, Adrián (1998): *La grilla y el parque*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- GRAVANO, Ariel (2003): *Antropología de lo barrial. Estudios sobre producción simbólica de la vida urbana*. Buenos Aires: Ed. Espacio.
- GUTIÉRREZ, Leandro/ROMERO, Luis Alberto (1989): "Sociedades barriales, bibliotecas populares y cultura de los sectores populares: Buenos Aires 1920-1945". En: *Desarrollo Económico*, vol. 29, n° 113, Buenos Aires, pp. 33-62.
- KORN, Francis (1975): *Buenos Aires: los huéspedes del 20*. Buenos Aires: Sudamericana.
- MASON, Anthony (1994): *El deporte en Gran Bretaña*. Madrid: Civitas.
- PÁEZ DE LA TORRE, Carlos (ed.) (2002): "El Periodismo". En: *Nueva historia de la nación argentina*, vol. 9. Buenos Aires: Planeta/Academia Nacional de la Historia, pp. 363-390.
- PUCCIA, Enrique H. (1997): *El Buenos Aires de Ángel G. Villoldo 1860-1919*. Buenos Aires: Corregidor.
- SÁITTA, Sylvia (1998): *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*. Buenos Aires: Sudamericana.
- ULANOVSKY, Carlos et al. (1995): *Días de Radio*. Buenos Aires: Espasa-Calpe.