



## Aguante Vélez

Een onderzoek naar  
gemeenschapsbehoefte onder voetbalfans

Iris Klapwijk

Augustus 2011

---

**Coverfoto:** Tribune *popular* van het José Amalfitani stadion tijdens de laatste wedstrijd van Vélez Sarsfield op 19 juni 2011. Foto van Gonzalo Mena. Overige foto's zijn uitsneden van foto's van de website [www.dalefortin.com.ar](http://www.dalefortin.com.ar) en eigen materiaal

## AGUANTE VÉLEZ

Een onderzoek naar gemeenschapsbehoefte onder voetbalfans



**Universiteit Utrecht**

Deze Masterthesis is ingediend ter afronding van de Master Culturele Antropologie:

Multiculturalisme in vergelijkend perspectief

**Naam:** Iris Klapwijk  
**Studentnummer:** 3441385  
**Email:** [irisklapwijk@gmail.com](mailto:irisklapwijk@gmail.com)  
**Telefoon:** +31 (6) 51 31 73 89  
**Begeleider:** Prof. Martijn Oosterbaan  
**Instelling:** Universiteit Utrecht  
**Datum:** 15 augustus 2011

## Voorwoord

Deze scriptie is gebaseerd op vier maanden veldwerk in Buenos Aires. Ik had nooit gedacht dat ik ooit lid zou worden van een voetbalclub en dat een voetbalwedstrijd het hoogtepunt van mijn week zou zijn. Dit heb ik te danken aan mijn onderzoeksgroep, de jongens van Vélez. Zij gaven mij een kijkje in hun leven, vertelden prachtige verhalen en zorgden dat mij niets overkwam tijdens de wedstrijden. *Gracias por todo!* Ik zal de kampioenswedstrijd nooit vergeten, *aguante Vélez!*

De tijd in Buenos Aires was een andere ervaring geweest zonder mijn studiemaatjes Niki en Jonne. Bedankt voor een super leuke tijd! Het is toch fijn om af en toe lekker in het Nederlands over koetjes en kalfjes te kunnen praten. Uiteraard wil ik ook Martijn Oosterbaan bedanken. In eerste plaats voor alle feedback en academische begeleiding, maar ook voor je bezoek in Buenos Aires, je positieve insteek en de bemoedigende woorden met humor. Jammer dat je voor Ajax bent.

Het veldwerk en deze scriptie waren nooit tot stand gekomen zonder de hulp, steun en liefde van mijn ouders en broertje. Lieve papa, mama en Thom: bedankt voor alles!

Tot slot wil ik Ilona en Kiek bedanken. Lieve Iloon: bedankt voor al je adviezen, slimme opmerkingen en het samen studeren de afgelopen twee jaar. Vanaf nu kom ik alleen nog maar langs voor de gezelligheid! Bedankt lieve Kiek voor je scherpe blik, je kritische feedback en je geweldige vriendschap!

Iris

Augustus 2011

A large crowd of people, mostly young men, are gathered at night. They are holding large Mexican flags (green, white, and red horizontal stripes) and banners. The scene is illuminated by bright lights, possibly from a stage or stadium. The text "DE OPSTELLING" is overlaid in white on a dark grey background in the upper center of the image.

# DE OPSTELLING

## Inhoudsopgave

Glossarium.....	7
VOORBESCHOUWING	
Inleiding .....	9
Voetbal en gemeenschap.....	11
Voetbal: een laatkomer binnen de sociale wetenschappen.....	12
Veldwerk en methoden .....	14
Structuur .....	15
DE AFTRAP	
1 - In den beginne was de bal.....	16
Een korte geschiedenis van het Argentijns voetbal .....	18
Een kennismaking met de onderzoeksgroep .....	20
Op zoek naar een groep .....	23
Denkbeelden.....	24
Leven rond Vélez.....	25
Een korte clubgeschiedenis .....	26
616061: Persoonlijke invloed.....	28
Conclusie.....	29
EERSTE HELFT	
2 – Fandom en identiteit.....	30
Identificatie in de moderniteit.....	32
Simpatizante, hinchas en barrabrava.....	33
Supporters, followers, fans en flâneurs .....	34
Supporter .....	37
Aguante .....	39
Conclusie.....	44
TWEEDE HELFT	
3 - Gemeenschappen.....	45
Orde in de chaos.....	47
Voetbal en gemeenschap.....	48
Verlies van gemeenschap? .....	49
‘Tussentmomenten’ .....	52
Lokaliteit.....	53
Conclusie.....	56
NABESCHOUWING	
Conclusie.....	58
Discussie .....	61
Bibliografie.....	63
Bijlage I.....	66
Bijlage II.....	67

## Glossarium

<i>Aguantar</i>	Standhouden, volhouden
<i>Aguante</i>	Uithoudingsvermogen
<i>Apertura</i>	Letterlijk: opening. Hier: opening competitie
<i>Asado</i>	Argentijnse barbecue
<i>Barrabrava</i>	Hooligans
<i>Barrio(s)</i>	Buurt(en)
<i>Cancha</i>	Stadion
<i>Charmusa</i>	Kletser
<i>Chico(s)</i>	Jongen(s)
<i>Clausura</i>	Letterlijk: sluiting. Hier: afsluitende competitie
<i>Copa Libertadores</i>	Letterlijk: vrijheidscup. Hier: Zuid-Amerikaans voetbaltoernooi
<i>Fernet</i>	Alcoholische kruidendrank
<i>Fortín</i>	Fort
<i>Fútbol</i>	Voetbal
<i>Hincha(s)</i>	Fan(s)
<i>Maricon</i>	Watje
<i>Maté</i>	Argentijnse thee
<i>Para-avalanche(s)</i>	Letterlijk: antilawine. Hier: hekken in het stadion
<i>Pibe(s)</i>	Jongen(s)
<i>Platea</i>	Zitgedeelte in een stadion
<i>Previa</i>	Letterlijk: vorig. Hier: voordrinken
<i>Primera División</i>	Eredivisie
<i>Popular</i>	Goedkoopste staanplaatsen in een stadion
<i>Puto</i>	Scheldwoord; eikel.
<i>Selección (la)</i>	Letterlijk: selectie. Hier: verwijzing naar nationaal Argentijns elftal
<i>Simpatizante</i>	Sympathisant
<i>Socio(s)</i>	Lid, leden
<i>Torneo(s)</i>	Competitie(s)
<i>Valiente</i>	Moedig
<i>V azulada</i>	Blauwe V, symbool van Vélez

A large, dense crowd of people, likely fans at a sports event, is shown from the chest up. Many individuals have their arms raised in the air, some clapping and others holding up phones to record. The crowd is diverse in age and appearance, with many wearing white and blue clothing. The overall atmosphere is one of high energy and excitement. A semi-transparent grey banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'VOORBESCHOUWING' in white, bold, uppercase letters.

**VOORBESCHOUWING**



## Inleiding

*Een gewone zondagmiddag in het westen van Buenos Aires.*

*Zodra je het spoor bent overgestoken kun je er niet meer omheen: dit is de buurt van Vélez. Fans met witblauwe of rood-wit-groene outfits vullen de buurt Liniers. Vier blokken van het treinstation vandaan staat het José Amalfitani stadion, de thuisbasis van Club Atlético Vélez Sarsfield. Vélez logo's sieren de gevels van winkels en grote muurschilderingen markeren de buurt. Het parkje voor het stadion is gevuld met groepen jongens in blauwe trainingspakken met het clublogo. Coca-Cola flessen van 2.5 liter worden op driekwart opengescheurd en bijgevuld met Fernet<sup>1</sup>. Lege literflessen bier liggen her en der op de grond, naast de lege zakken van ijsblokjes. Rond iedere groep hangt de geur van sigaretten en marihuana. Uit mobiele telefoons klinkt het raspande geluid van cumbia-muziek<sup>2</sup>. Af en toe wordt een van de clubliederen ingezet die als een soort wave wordt overgenomen door de andere groepen in het park. Opgetogen jongensstemmen en veel gelach. Steeds meer jongens verzamelen zich, kussen elkaar gedag en begroeten elkaar met 'aguante Vélez<sup>3</sup>'. Naarmate het uur van de wedstrijd dichterbij komt, vertrekken de jongens naar de poorten van het stadion. Ouders lopen hand in hand met jonge kinderen in minishirts, verkopers van vlaggen en armbandjes schreeuwen om de aandacht van de aanwezigen en vooral grote groepen jongens lopen stapje voor stapje richting de lange rij die zich voor de politiecontroles gevormd heeft. De controle stelt weinig voor, iedereen wordt even vluchtig doorzocht, maar het moet niet al te moeilijk zijn om iets mee naar binnen te nemen. Onder het stadion verzamelen zich de trommelaars, een groep van ongeveer twintig mannen met dikke buiken en veel tatoeages. Zij komen samen met de barrabrava<sup>4</sup> later binnen, enkele minuten na de aftrap. Als vanzelfsprekend wordt het centrum van de popular<sup>5</sup> tribune vrijgehouden voor de barrabrava. Iedereen heeft zijn vaste plek in het stadion, zonder dat dit afgesproken is. Rood-wit-groene vlaggen zijn van boven naar beneden gespannen over de tribune. De barrabrava staan met hun rug naar het veld toe, op witte para-avalanches<sup>6</sup> die ervoor moeten zorgen dat er geen menselijke lawine ontstaat op de steile trappen van het stadion. Ze houden zich vast aan blauwwitte vlaggen die horizontaal over de andere vlaggen gespannen staan. Het zicht op het veld vanaf het centrum van de tribune is slecht; de vele vlaggen belemmeren het uitzicht over een deel van het veld.*

<sup>1</sup> Van oorsprong Italiaanse alcoholische drank, gemaakt van verschillende kruiden en specerijen. Het is de populairste drank in Argentinië, meestal gemixt met cola en wordt vaak als de nationale drank aangeduid.

<sup>2</sup> Cumbia is een Colombiaanse muziek- en dansstijl, het is een mix van Spaanse en Afrikaanse muziek.

<sup>3</sup> *Aguante* is een soort volhouding. Hoofdstuk 3 gaat hier verder op in.

<sup>4</sup> *Barrabrava* is de Latijns-Amerikaanse benaming voor een georganiseerde groep voetbalfans. Met *barrabrava* wordt in Argentinië 'hooligans' bedoeld.

<sup>5</sup> *Popular* is de korte kant van het stadion. De *popular* bestaat uit staanplaatsen, hier staat ook de *barrabrava*,

<sup>6</sup> *Para-avalanches*, letterlijk: antilawine. Witte ijzeren hekken in het stadion, die op verschillende plaatsen in het stadion staan om er voor te zorgen dat slechts een deel van de mensen kan vallen.

*De platea<sup>7</sup>, het zitgedeelte van het stadion is half gevuld in tegenstelling tot de popular, die propvol is. Op het moment dat de spelers door een opgeblazen plastic tunnel het veld op komen rennen, worden duizenden papieren snippers de lucht ingegooid. Door de schittering van de ondergaande zon lijkt het alsof de hemel bezaaid is met schitterende vuurvliegjes. Fans hangen in de hekken die het veld van de tribune scheiden. Zodra de trommelaars binnen komen en het opzweepende gedrum over de tribune klinkt, wordt er zonder uitzondering gezongen door iedereen die op de tribune staat. Het springen van alle fans zorgt voor een lichte trilling van de trappen en zal alleen kort stoppen in de rust. 'Hijo de puta' en 'La concha de tu madre'<sup>8</sup> zijn de meest geschreeuwde scheldwoorden in het stadion, en ze worden op bijna iedere situatie toegepast. Vooral de fans van de tegenpartij moeten het ontgelden. De gehele wedstrijd lijkt een strijd om wie het hardst kan zingen en het meest uitbundig zijn team kan aanmoedigen. Op het moment dat er gescoord wordt klinkt er uit de monden van de duizenden aanwezigen in het stadion 'GOOOOOOAL' als een echo door het stadion. Mannen met bezwete half ontblote lichamen vol tatoeages van het clublogo rennen de trappen van de tribune af, onbekenden omhelzen elkaar alsof het de beste vrienden van elkaar zijn en mensen springen van blijdschap boven op elkaar.*

Argentinië staat bekend als voetballand. Naast de internationale successen van het nationale elftal en de Argentijnse voetbalgrootheden als Maradona en Messi, is het vooral de passie die Argentijnen hebben voor het spel dat Argentinië een opvallend land maakt binnen de voetbalwereld. Journalisten Erik Brouwer en Rop Zoutberg schrijven over de 'bijna fysieke liefde die veel Argentijnen koesteren voor de bal' (2003:11). Maar Argentijnen voelen niet alleen liefde voor het spel en de bal, het gaat verder dan dat. Ze voelen vooral een onvoorwaardelijke liefde voor de eigen lokale club.

Voetbal is de meest beoefende en meest gevolgde sport ter wereld. Met meer dan 250 miljoen voetbalspelers en ruim 1.4 biljoen geïnteresseerden lijkt het erop dat voetbal niet meer weg is te denken uit het dagelijks leven van miljoenen mensen wereldwijd. Op de vraag waarom juist voetbal zoveel populariteit geniet, is geen eenduidig antwoord te geven. Een van de redenen die vaak wordt genoemd is dat voetbal een gemakkelijk spel is; de regels zijn simpel en er is alleen een bal nodig om het spel te spelen. Dit maakt voetbal toegankelijk voor iedereen, arm en rijk, groot en klein. Niet enkel voor degenen die voetbal beoefenen als sport, maar ook voor de fans.

<sup>7</sup>Platea is de lange kant van het stadion. De platea bestaat uit zitplaatsen.

<sup>8</sup> Meest gebruikte Argentijnse scheldwoorden, zowel in het stadion als daarbuiten. *Hijo de puta* betekent hoerenzoen, *La concha de tu madre* letterlijk: de schelp van je moeder.

Argentinië staat bekend om haar tango, wijn en steak, maar is vooral beroemd door de passie voor het spel. Het is dus een perfecte locatie voor onderzoek naar het bestaan van gemeenschapsbehoefte bij voetbalfans in de moderne samenleving.

## Voetbal en gemeenschap

Gemeenschap is een *hot item* in veel moderniteitliteratuur. Brown et al. spreken van een 'buzz-woord' dat gebruikt wordt als klaagzang in onzekere tijden (Brown et al. 2008:303).

Volgens academici (Bauman 2001; Duyvendak 2004) zijn vaste, onveranderlijke, traditionele gemeenschappen aan het verdwijnen in de huidige moderne samenleving en worden deze vervangen door fluïde en open gemeenschappen. Afname van traditionele gemeenschappen wordt vaak gezien als de oorzaak van veel huidige problemen in de maatschappij, zoals toename van criminaliteit.

In 1887 schreef Ferdinand Tönnies over de verschuiving van *Gemeinschaft* in de premoderne tijd naar *Gesellschaft* in de moderniteit, waarmee hij wilde aantonen dat de binding die mensen met elkaar hebben in de moderne tijd niet meer zo sterk is als daarvoor (Tönnies in Nadel 1998). Zygmunt Bauman (2001) stelt dat mensen in de moderne tijd veroordeeld zijn tot het maken van keuzes. Door urbanisatie, industrialisatie en *time-spacecompression* zijn mensen meer individualistisch geworden. Deze individualisering van de samenleving heeft volgens Bauman geleid tot vluchtige vormen van gemeenschap. Mensen zouden geen behoefte meer hebben aan langdurige, vaste en verplichte vormen van gemeenschap.

Maar is dit wel zo? De vraag is of je wel kunt stellen dat mensen in de huidige moderne tijd geen behoefte meer hebben aan traditionele vormen van gemeenschap en alleen in *cloakroom*gemeenschappen (Bauman 2001) of lichte gemeenschappen (Duyvendak 2004) samenkomen. Wanneer we kijken naar Argentijnse voetbalfans, lijken zij wel degelijk hechte en vaste gemeenschapsbanden te vormen rondom voetbalclubs. Dit is de aanleiding voor dit onderzoek naar gemeenschapsgevoel en identiteit en dit heeft geleid tot de volgende onderzoeksvraag: *In hoeverre is er sprake van gemeenschapsbehoefte onder Vélez supporters en hoe wordt er aan deze behoefte vorm gegeven?*

Deze scriptie draagt bij aan de antropologische discussie over gemeenschappen. Voetbalsupporters lijken ergens bij te willen horen. Waar komt die behoefte vandaan?

Kun je spreken van fangemeenschappen? Aan de hand van voetbalfans in Argentinië wil ik wil meer duidelijkheid geven over gemeenschappen in de huidige moderne tijd en welke rol zij innemen in het dagelijks leven. Fandom gaat over identiteit. Wie ben ik? Waar hoor ik bij? En waar niet? Voetbalfandom biedt daarbij een houvast; het creëert processen van in- en uitsluiting en geeft mensen een gevoel van verbondenheid.

### **Voetbal: een laatkomer binnen de sociale wetenschappen**

Binnen de sociale wetenschappen zijn de academici relatief laat begonnen met het onderzoek naar sport. Tot twintig jaar geleden werd sport in het algemeen - en voetbal in het bijzonder - gezien als een minderwaardig onderzoeksveld. Voetbal werd beschouwd als *opium of the people*; een middel om het volk rustig te houden en academici lieten het onderwerp liggen. Slechts een aantal journalisten en schrijvers gingen in op de diepere sociale betekenis van voetbal. De afgelopen decennia is het onderwerp echter wel opgepakt door de sociale wetenschappen. Er is meer onderzoek gedaan naar het sociale belang van sport op zowel microniveau: de invloed op het leven van fans, als op macroniveau: de effecten voor de samenleving (Gibson et al. 2002).

Veel onderzoeken richten zich op de meest extreme vorm van fandom: het hooliganisme. Ook in Argentinië is dit het geval. Bijna alle aandacht van zowel academische onderzoeken als de media gaat uit naar de meest extreme fans: de *barrabrava*. Deze groep fans is misschien de meest in het oog springende groep, maar zij vertegenwoordigt slechts een klein deel van de voetbalsupporters in Argentinië (Albarces 2002; Garriga 2007). Je kunt je bovendien afvragen of je wel kunt spreken van fans aangezien deze groepen meer gelijkenissen vertonen met *gangs* of maffia dan voetbalfans: de 'leden' van de *barrabrava* winnen inkomsten uit het hooligan zijn door bijvoorbeeld het verkopen van toegangskaartjes. Naast de *barrabrava* zijn er vele miljoenen voetbalfans die alles in hun leven geven voor hun club, zonder dat zij daar economisch voordeel uit halen. Zij investeren zowel geld als tijd om hun club te kunnen zien spelen en hun liefde voor de club te kunnen uiten.

De onderzoeken naar fandom op microniveau hebben zich voornamelijk gericht op fandom in een westerse context. In academische teksten wordt voetbal vaak geassocieerd met nationaliteit (Lechner 2007; Albarces 2001; King 2000). Archetti heeft laten zien dat voetbal in Argentinië heeft bijgedragen aan een nationale geschiedenis en deels heeft geleid tot een nationale identiteit. Het nationale elftal, '*la selección*', heeft

**Een onderzoek naar gemeenschapsbehoefte onder voetbalfans**

echter lang niet zoveel fanatieke volgers als de lokale clubs (Archetti 1999). Sterker nog: de identificatie met de club is vaak veel sterker dan de identificatie die supporters voelen met het nationale elftal (Garriga 2007).

Onderzoek op macroniveau is vooral uitgevoerd in relatie tot Europese voetbalclubs met een grote internationale bekendheid. De fangemeenschappen van deze clubs zijn verspreid over de hele wereld. Door de toename van kabeltelevisie en internet is het gemakkelijker geworden om voetbal te 'consumeren'. Voetbal is niet meer direct gebonden aan de plaats waar het stadion staat en de wedstrijden gespeeld worden, zoals dat vroeger vaak het geval was. Mensen kunnen vanuit de hele wereld voetbalwedstrijden volgen. Het is vooral deze internationalisering en commodificatie van het voetbal binnen een Europese context waar veel over is geschreven. De Argentijnse televisie kent tientallen nationale en internationale (sport)zenders, waarop voetbalwedstrijden vanuit alle uithoeken van de wereld uitgezonden worden. Dit lijkt echter geen invloed te hebben op de plaats waar fandom in Argentinië zich afspeelt. De buurt en lokaliteit zijn in Argentinië heel belangrijk bij het vormen van fangemeenschappen. Dit is tegenstrijdig met de huidige opvatting over gemeenschappen in de moderne samenleving.

Dat sport geen voor de hand liggend onderwerp is binnen de sociale wetenschappen komt waarschijnlijk doordat sport veel minder gewaardeerd wordt als een uiting van persoonlijke expressie dan andere gebieden die daarmee geassocieerd worden, zoals kunst (Tielser en Coelho 2007). Daarbij is binnen de voetbalwereld vooral onderzoek gedaan naar klassieke antropologische thema's zoals geweld. *'The anthropological relevance of football is related to its strong affinity with a series of classic themes in the discipline: ritual, sacrifice, violence, symbolic communication, etc.'* (Fabei Dei in Feixa en Juris 2000). De laatste vijftien jaar is zowel de populaire als de academische interesse op het gebied van voetbal verschoven naar een ander terrein. Professionele voetbalclubs worden beschouwd als plaatsen voor de uiting van gemeenschappelijke identiteit en worden geassocieerd met gemeenschappen (Brown et al. 2008).

Voetbal wordt vaak beschouwd als een mannensport en ook de meeste fans zijn mannen. Doordat voetbal een grote rol speelt in het leven van veel mensen, heeft voetbal ook invloed op de samenleving in zijn geheel. Direct en indirect worden alle mensen in Argentinië beïnvloed door het voetbal. Voetbal is uitgegroeid tot een sociaal fenomeen dat niet meer weg is te denken uit de samenleving (Tiesler en Coelho 2007). Dit maakt de

voetbalfanwereld een interessant onderzoeksveld naar gemeenschapsbehoefte in de moderne tijd.

## Veldwerk en methoden

Het veldwerk voor deze scriptie heeft plaatsgevonden in Buenos Aires (*Capital Federal Buenos Aires*). Buenos Aires is als grootste stad van Argentinië, met ruim tweeënhalf miljoen inwoners<sup>9</sup> in de stad zelf en tien miljoen inwoners in de directe buitenwijken, ook de voetbalhoofdstad van het land. Van de twintig voetbalclubs die op dit moment in *Primera División*<sup>10</sup> spelen, komen er zeven clubs uit Capital Federal en negen clubs uit de provincie Buenos Aires (zie bijlage I). Behalve de professionele clubs in de eredivisie, zijn er in Buenos Aires nog honderden andere professionele- en amateurvoetbalclubs. Gaffney stelt dat het bezoeken van een voetbalwedstrijd in een van de negenenzestig professionele voetbalstadions in Buenos Aires 'een van de meest spectaculaire en levendige stadservaringen' is ter wereld (Gaffney 2009:160).

De empirische kern van dit onderzoek is gebaseerd op het leven van een groep fans van Club Atlético Vélez Sarsfield. Deze groep bestaat uit ongeveer twintig jongens tussen de zeventien en drieëntwintig jaar oud. Gezien hun leeftijd zou het misschien logisch zijn om naar hen te verwijzen als mannen of jonge mannen. In deze scriptie noem ik hen echter 'de jongens', omdat zij zichzelf beschouwen als jongens. Ze gebruiken het Spaanse woord *los chicos* (de jongens) of het Argentijnse woord *los pibes*<sup>11</sup> dat dezelfde betekenis heeft. Vélez is een middelgrote club die zijn meeste (internationale) titels won in de jaren '90, maar die ook in de afgelopen vijf jaar nog drie keer landskampioen is geworden. Vélez Sarsfield is een Argentijnse club met voornamelijk Argentijnse fans, waarvan de meeste in de directe omgeving van het stadion wonen.

Het veldwerk voor deze scriptie is uitgevoerd tussen februari en juni 2011. Participerende observatie tijdens de wedstrijden en de voorafgaande *previas*<sup>12</sup> vormen de belangrijkste methode van dataverzameling voor deze scriptie. Daarnaast zijn ook informele gesprekken op dagelijkse basis en meer gestructureerde interviews van grote waarde geweest bij het vergaren van informatie. Ik kwam bij de jongens thuis, ging met

<sup>9</sup> Census 2010: <http://www.censo2010.indec.gov.ar>

<sup>10</sup> De hoogste voetbalcompetitie van Argentinië

<sup>11</sup> *Pibes* is een typisch Argentijns woord dat alleen in Buenos Aires gebruikt wordt. Het is een aanspreekvorm voor een groep jongens. Als jongens over hun vriendengroep spreken dan zeggen ze ook meestal *los pibes*.

<sup>12</sup> Argentijnse gewoonte, het is een soort 'voordrinken' voor het uitgaan of voor een voetbalwedstrijd. De letterlijke vertaling is 'voorafgaand'.

hen mee naar voetbalwedstrijden en samen keken we naar voetbalwedstrijden op televisie. In de periode dat ik in Argentinië was, heb ik naast de dagelijkse face-to-face gesprekken ook dagelijks contact gehad met de jongens van Vélez via MSN, facebook en sms. Met een aantal van de jongens heb ik lange diepte-interviews gehouden, terwijl ik anderen elke week slechts kort sprak bij de *previas* voor de wedstrijden. In de periode van het veldwerk ben ik bij alle thuis- en uitwedstrijden geweest voor zowel de competitie als voor de Copa Libertadores<sup>13</sup>. In hoofdstuk 2 kom ik nog uitgebreider terug op de onderzoeksgroep en de methode van onderzoek.

## Structuur

Deze scriptie bestaat uit drie hoofdstukken waarin ik laat zien welke rol voetbal speelt in het dagelijks leven van de onderzoeksgroep. In hoofdstuk 1 wordt de geschiedenis van het Argentijnse voetbal, het dagelijks leven van de onderzoeksgroep en de clubgeschiedenis uitgebreid beschreven. Dit zijn drie belangrijke onderwerpen die ten grondslag liggen aan deze scriptie. Veel gewoontes die bestaan in het Argentijnse voetbal zijn te herleiden naar het ontstaan van het voetbal in Argentinië aan het eind van de negentiende eeuw.

Hoofdstuk 2 gaat vervolgens in op de verschillende vormen van voetbalfandom en identiteit. Het 'toeschouwers schema' van Richard Giulianotti (2002) bestaat uit vier categorieën toeschouwers: *supporters*, *fans*, *followers* en *flâneurs*. Deze indeling is gebaseerd op de mate van toewijding en loyaliteit aan de club en de 'soliditeit' van identiteit. Dit speelt een rol bij het vormen van fangemeenschappen. Een sterk gevoel van identiteit met de club kan leiden tot hechte fangemeenschappen.

Hoofdstuk 3 gaat over gemeenschap. Veel mondialiseringauteurs stellen dat gemeenschap niet meer van toepassing zou zijn in de huidige moderne samenleving. Uit de theorie wordt vaak gesproken over een afname van gemeenschappen, maar de empirie laat zien dat gemeenschappen nog wel degelijk bestaan en dat daar ook een behoefte aan is vanuit de samenleving.

Hierna volgt een conclusie waarin de onderwerpen van de voorgaande hoofdstukken –fandom, identiteit en gemeenschap- samenkomen. Tot slot volgen een korte discussie en aanbevelingen voor verder onderzoek.

---

<sup>13</sup> Jaarlijks voetbaltoernooi voor clubs uit Latijns-Amerika. Copa Libertadores betekent letterlijk 'bevrijders cup'

# DE AFTRAP





## 1 - In den beginne was de bal<sup>14</sup>

*“Vélez y nada más”<sup>15</sup>*

Dit hoofdstuk gaat in op de achtergronden en geschiedenis van zowel het Argentijnse voetbal als de club Vélez Sarsfield. Het vormt de basis voor het begrijpen van de rest van deze scriptie. Veel gewoontes en gebruiken in het Argentijnse voetbal en in het leven van de fans zijn lang geleden ontstaan. De geschiedenis van de stad Buenos Aires gaat hand in hand met de geschiedenis van het voetbal in Argentinië. Voetbal heeft niet alleen een belangrijke rol in de sociale samenleving, ook op het gebied van economie en politiek heeft voetbal in Argentinië invloed. Zo is het managen van een voetbalclub vaak een opstap naar een politieke carrière. Het meest recente voorbeeld hiervan is de huidige burgemeester van Buenos Aires, Mauricio Macri. Voordat hij tot burgemeester werd benoemd, was hij president van voetbalclub Boca Juniors. Politici gebruiken voetbalclubs om stemmen te winnen tijdens hun verkiezingscampagne. Dit is geen nieuw verschijnsel. Juan Péron, president van Argentinië van 1946 tot 1955 en van 1973 tot 1974, gebruikte voetbal om aan populariteit te winnen. Zo hingen in de stadions spandoeken met slogans als “Péron, dé sportman van Argentinië” om het volk te laten zien dat hij van voetbal en sport hield.

Het eerste deel van dit hoofdstuk geeft een beschrijving van de geschiedenis van het voetbal in Buenos Aires; zowel van het spel zelf als van het ontstaan van clubs in verschillende wijken en het vormen van clubgemeenschappen. Belangrijk hierbij is vooral het grote aantal migranten dat in de twintigste eeuw naar Buenos Aires kwam. Voetbal was (en is) een manier om samen te komen met gelijkgestemden en zich af te zetten tegen andere groepen. Daarna volgt een introductie van de onderzoeksgroep. Omdat het onderzoek zich heeft afgespeeld onder een vrij afgebakende groep, is een kennismaking met de jongens van Vélez een goed begin voor het vervolg van deze scriptie. Vervolgens volgt een korte beschrijving van de geschiedenis van Vélez Sarsfield. Omdat de club voor mijn onderzoeksgroep het belangrijkste is in hun leven, is het goed om te weten hoe de club is ontstaan. Bovendien refereren een aantal van hen vaak aan gebeurtenissen uit het verleden om zaken te verduidelijken.

---

<sup>14</sup> Overgenomen van de titel van het boek van Erik Brouwer en Rop Zoutberg ‘In den beginne was de bal’

<sup>15</sup> Vélez en verder niets

Tot slot volgt een korte reflectie op de persoonlijke invloed die ik gehad heb op de onderzoeksgroep. Antropologen hebben door de onderzoeksmethode participerende observatie ook zelf invloed op de onderzoekssituatie.

### **Een korte geschiedenis van het Argentijns voetbal**

Voetbal is een Engelse uitvinding, net zoals de meeste andere bekende sporten. Het spel zoals dat nu nog gespeeld wordt, kent zijn oorsprong halverwege de negentiende eeuw. Het waren de Engelsen die de sport rond die tijd 'meenamen' naar Argentinië. *Los Ingleses locos* (de gekke Engelsen) waren zeemannen die als eerste het spel in de havens van Buenos Aires speelden. Spoorwerkers verspreidden het spel naar andere delen van Argentinië (Archetti 1999). De eerste voetbalclubs in Argentinië zijn bijna allemaal opgezet door Engelse spoormedewerkers, en de clubs kregen dan ook Engelse namen (River Plate, Newells Old Boys en Quilmes Athletic Club zijn voorbeelden van clubs die nu nog in de *Primera División* spelen). De eerste officiële Argentijnse voetbalclub stamt uit 1867: Buenos Aires Football Club. Het was een afsplitsing van de Buenos Aires Cricketclub. In die tijd waren het vooral Engelsen die de sport beoefenden; rond 1890 woonden er rond de 45.000 Engelsen in Buenos Aires. Langzaamaan werd de sport ook overgenomen door lokale inwoners. Buenos Aires kent een grote migrantengeschiedenis. Behalve de Engelsen die in Argentinië woonden, kwamen de meeste migranten voornamelijk uit Italië en Spanje. Zij vestigden zich in enclaves in de stad. Door bij elkaar te gaan wonen in groepen probeerden zij hun eigen taal en cultuur vast te houden (Duke en Crolley 2001).

In deze gescheiden buurten ontstonden sportclubs, die voornamelijk opgezet werden door groepen vrienden en burens. Het was een manier voor mensen om zich sociaal te kunnen binden. De buurt hielp bij het vormen van identiteit en het markeren van grenzen in een totaal nieuwe omgeving. Deze sportclubs brachten individuen en families vanuit verschillende achtergronden samen. Doordat de sportclubs een belangrijk ontmoetingspunt vormden voor de buurtbewoners, raakte de identiteit die de bewoners hadden ontwikkeld met de buurt, langzaam verweven met een identiteit die verbonden was aan de sportclubs, het voetbalteam en het stadion (Gaffney 2007).

Buenos Aires breidde zich snel uit. In 1854 woonden er 90.000 mensen: één jaar later waren dat er al 670.000. In 1914 had Buenos Aires maar liefst 1.567.000 inwoners. Rond dezelfde tijd werd een metrolijn aangelegd die verschillende buurten met elkaar in

verbinding bracht. Volgens de Argentijn Julio Frydenberg heeft het voetbal in de negentiende en twintigste eeuw er mede toe geleid dat verschillende delen van de stad in Buenos Aires integreerden (Frydenberg in Archetti 1999:54). Meer afgelegen buurten werden door lokale voetbalteams voor wedstrijden bezocht en door de reizen die zij maakten, raakten deze buurten meer betrokken bij het centrale deel van de stad (Archetti 1999).

In het begin van de twintigste eeuw werden de meeste voetbalclubs opgericht. In 1907 waren er meer dan driehonderd voetbalclubs in Buenos Aires. Vélez Sarsfield is opgericht in 1910. De meeste clubs groeiden in de loop der tijd uit tot een vast sociaal onderdeel van de buurt, waarbij het stadion het 'hart' van de club en de buurt was. De opkomst van stadions zorgde ervoor dat buurtbewoners bijeenkwamen op een vaste plek in de buurt, wat leidde tot de ontwikkeling van een buurtspecifieke identiteit. De meeste teams ontstonden in het eerste decennium van de twintigste eeuw. Zij namen vaak de naam *Argentinos* aan om zich af te zetten tegen de Engelsen. Teams namen ook vaak de naam van de buurt aan. De teams werden opgericht met de intentie tot confrontatie met andere teams; voetbal is immers een spel met een directe tegenstander. Het stadion groeide daardoor uit tot een ruimte voor confrontatie tussen verschillende groepen en buurten (Gaffney 2009).

Voetbal werd steeds populairder en daardoor ook belangrijker in de samenleving. Stadions kregen een grotere betekenis en werden onderdeel van de buurt en daarmee ook van de buurtgeschiedenis. Het stadion werd letterlijk en figuurlijk '*home of the collective*' (Gaffney 2007:140). De economische en politieke macht die voetbalclubs in Argentinië hebben, stamt uit deze periode. De club had een prominente positie in de buurt en had hierdoor ook invloed op de buurt in politiek opzicht. Door de sociale functie, kon een club met veel leden en fans een grote controle op de buurt uitoefenen. Hoe succesvoller het team, hoe meer fans het kreeg in de buurt en hoe groter de macht werd op sociaal en politiek niveau. Teams verdedigden daardoor niet alleen hun positie binnen de competitie, maar ook de positie van hun stadion, de buurt en het collectief. Vanaf het begin van het ontstaan van sportclubs en de bijbehorende stadions, spelen beiden een belangrijke rol in het sociale en politieke leven in de buurt waarin ze zich bevinden (Gaffney 2007; Archetti 1999).

Inmiddels zijn er 69 voetbalstadions in Buenos Aires, meer dan in welke andere stad ter wereld. Tussen 1930 en 1960 werden de meeste stadions in de stad gebouwd. In

veel steden in Latijns-Amerika is het niet gebruikelijk dat iedere club zijn eigen stadion heeft, vaak is er per stad één stadion en is dit de thuisbasis voor meerdere clubs.<sup>16</sup> Doordat de clubs in Buenos Aires wel ieder hun eigen speelveld of stadion hadden - dat geassocieerd werd met de buurt waarin het stond - werd de rol die het stadion in het buurtleven had steeds groter. Niet alleen in Buenos Aires, maar ook op nationaal en internationaal niveau breidde de sport zich uit. Clubs kregen een steeds grotere invloed op de buurt en de lokale identiteit raakte hierdoor verweven met het team en het stadion van de club. Argentijnse clubs zijn geen privé eigendom. Alle *socios* (leden) van de clubs hebben medezeggenschap in grote beslissingen die genomen moeten worden. Net als in politieke verkiezingen wordt de president van de voetbalclub gekozen door de *socios*. Tijdens de militaire dictatuur in Argentinië (1976-1983) was de enige vorm van democratie die het land kende te vinden binnen sportclubs (Gaffney 2007).

In 1990 raakte de vanuit de historie ontwikkelde clubidentiteit in crisis. De verhoging van de toegangsprijzen, het toenemende geweld van de *barrabrava* en de economische crisis in 2001 zorgden ervoor dat er steeds minder mensen naar het stadion kwamen. Ondanks dat bleef de club een ontmoetingsplek voor een krachtige identiteitsconstructie voor miljoenen mensen in Argentinië (Gaffney 2007).

De geschiedenis van het Argentijnse voetbal laat dus zien dat voetbalclubs vaak werden opgericht door mensen die zich met elkaar verbonden voelden, zoals buurtbewoners, arbeiders, Italianen of Spanjaarden. Voetbal was behalve een opwindende vrijetijdsbesteding vooral een manier om samen te komen met gelijkgestemden. Door de verbintenis die de club met de buurt kreeg, raakten buurten sterk verbonden met de clubs. In het huidige voetbalfandom is er veel veranderd, maar veel van de hierboven beschreven ontwikkelingen zijn ook nu nog terug te zien bij supportergemeenschappen in Argentinië. Hoofdstuk 2 gaat hier verder op in.

## Een kennismaking met de onderzoeksgroep

*We staan voor het stadion van Vélez Sarsfield, Emiliano en ik. Iets verderop zitten zijn vrienden, allemaal in trainingspak van Vélez of met een Vélezshirt aan. Wat ik dan nog niet weet, is dat bijna al hun kleding van Vélez is. Wat ik op dat moment ook nog niet weet is dat ik vanaf die dag vier en een halve maand met een groep van twintig jongens door heel Argentinië zal reizen om voetbalwedstrijden te zien. Emiliano wil me het stadion laten zien, maar ik mag*

<sup>16</sup> Informatie uit interview met Gabriel Noël (05-04-2011), Professor binnen het Centrum voor Sociale Studies over Moraal, verbonden aan het Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.

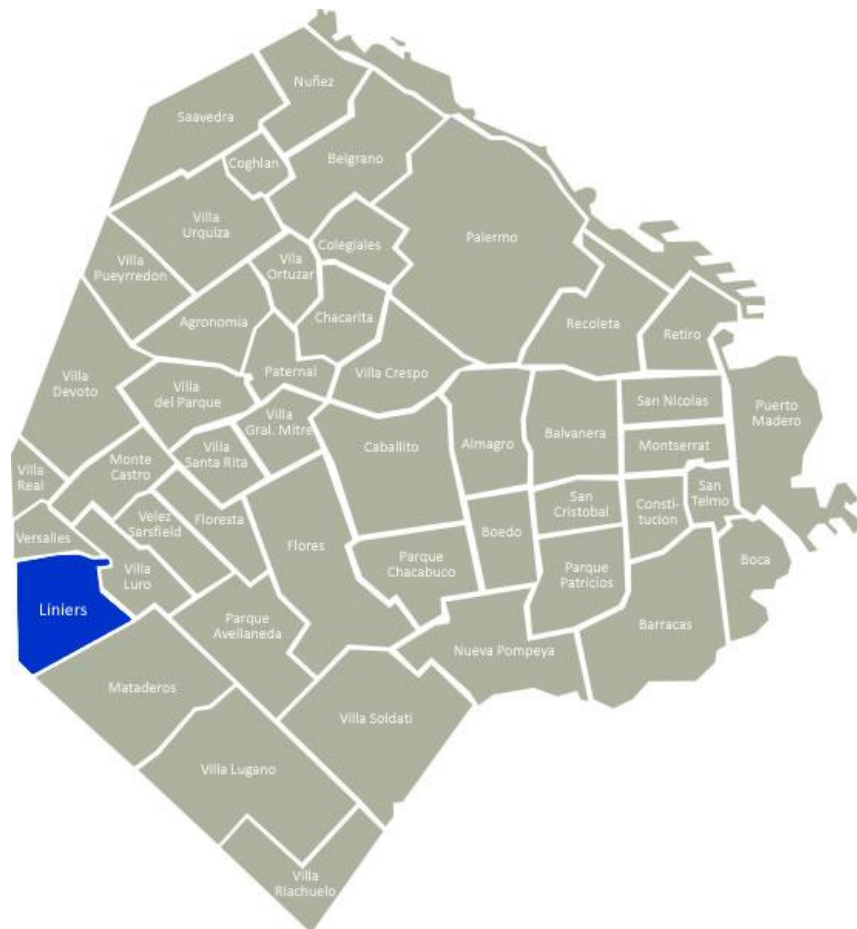
**Een onderzoek naar gemeenschapsbehoefte onder voetbalfans**

*niet naar binnen omdat ik geen lid van de club ben en geen paspoort bij me heb. "Gelukkig is dit Argentinië", zegt Emiliano terwijl hij grijnst, "hier is alles mogelijk waarvan men zegt dat het niet mag." Ik loop achter hem aan langs het grote sportcomplex; een zwembad, atletiekbaan en hockeyvelden liggen naast het stadion. Aan de achterzijde van het complex is nog een ingang. "Zeg maar niks en lach vriendelijk". Emiliano vertelt de mannen dat we naar een hockeywedstrijd van zijn zus gaan kijken en nu mogen we wel naar binnen. "Geen enkele club heeft zo'n mooi en uitgebreid sportcomplex als Vélez". Trots kijkt hij over de velden heen. Het hockeyveld laten we links liggen en via de parkeergarage van het stadion komen we dan toch binnen. Emiliano laat me het hele stadion zien. We zitten twee uur lang op de trappen van de tribune in het lege stadion. Vol passie vertelt hij over de rol die Vélez in zijn leven in neemt. Hoe hij vanaf jongs af aan naar het stadion gaat, zijn contract met zijn baas, de problemen met zijn vriendin die voor een andere club is, de relatie met zijn familie. Alles wat hij in zijn leven doet, staat in het teken van Vélez en wordt beschouwd in het licht van Vélez.*

*De volgende dag neemt hij mij voor het eerst mee naar een wedstrijd. Hij stelt mij voor aan zijn vrienden, mijn toekomstige onderzoeksgroep. Een groep van twintig jongens met allemaal dezelfde passie: Vélez. Op het eerste gezicht lijkt het gewoon een groep vrienden die eens per week naar een voetbalwedstrijd kijkt, maar niets is minder waar. De liefde voor de club is groter, veel groter dan dat. Iets wat ik op deze eerste ontmoeting nog niet kan beseffen. Het is niet alleen Emiliano die zijn leven inricht om Vélez heen, alle jongens gaan ten koste van alles naar het stadion.*

De groep bestaat uit ongeveer twintig jongens, tussen de 17 en 23 jaar. Alle jongens werken. Een aantal is gestopt met de middelbare school en werkt fulltime in een winkel of een fabriek. Anderen studeren parttime en werken parttime. De meeste van hen gaan naar Vélez sinds ze klein zijn. Ze werden meegenomen door hun ouders, broer, oom of neef. Dit gebeurt vaak bij voetbalsupporters. Voor veel jongens is het een deel van de opvoeding geweest, je bent geboren en getogen Vélez. In Argentinië is deze ontwikkeling heel sterk. Maar ook studies naar voetbalfandom in Zimbabwe en Canada hebben aangetoond dat de meeste voetbalfans door hun familie, vooral vaders, ooms, broers of neven, bij de voetbalclub betrokken raken (Chiweshee 2011; Gibson et al. 2002).

Liniers is de thuisbasis van Vélez, maar slechts een paar jongens uit de groep wonen daar ook daadwerkelijk. Het merendeel woont in buurten vlakbij Liniers zoals Villa Luro, Floresta, Versalles. Een enkeling woont aan de andere kant van de stad: in Boca of San Telmo (zie figuur 1).



Figuur1 Kaart van Capital Federal Buenos Aires

De ontmoetingsplaats is vaak het park voor het stadion: Paris. Daar verzamelen zich niet alleen deze jongens, ook jongens uit andere groepen ontmoeten elkaar daar op wedstrijddagen. Op niet-wedstrijddagen zien de jongens elkaar ook, ze gaan samen stappen, eten of een film kijken. Soms komen ze bij elkaar thuis, soms gaan ze naar de club. Behalve sportfaciliteiten zijn op het clubterrein ook mogelijkheden om *asados*<sup>17</sup> te maken, is er een clubhuis en een bar. Het maakt niet uit of het een uit- of een thuiswedstrijd is. Ook al speelt Vélez in een stad die duizenden kilometers van Buenos

<sup>17</sup> Argentijnse barbecue

Aires af ligt, deze jongens gaan altijd. Ze zijn geen lid van de *barrabrava*, maar de passie voor de club is groot.

In deze scriptie gebruik ik gefingeerde namen voor de jongens om de privacy van mijn informanten te waarborgen. De namen die ik aan de jongens heb gegeven, komen overeen met de voornamen van spelers uit het kampioensteam van Vélez.

### Op zoek naar een groep

De jongens uit de groep kennen elkaar via een forum voor Vélezfans op internet. Het idee om op internet naar gelijkgestemden te zoeken, komt uit de behoefte om samen te zijn met mensen die dezelfde opvattingen hebben over het leven.

“Ik was op zoek naar een groep jongens om mee naar het stadion te gaan. Kijk, mijn ouders, tantes, opa’s en oma’s gaan allemaal naar het stadion en zijn Vélezfan in hart en nieren. Maar zij willen niet naar de *popular* en al helemaal niet naar uitwedstrijden. Een jointje roken of bier en Fernet drinken is met jongens van dezelfde leeftijd een stuk gezelliger. Ik breng iedere wedstrijd eerst mijn opa en oma naar het stadion, maar daarna sluit ik me direct bij de jongens aan.” – **Maximiliano**

“Het internet was de ideale manier om jongens te vinden om mee naar het stadion te gaan. Na eerst wat gepraat te hebben met verschillende jongens, besloten we om met z’n allen af te spreken. Dat beviel zo goed, dat we vanaf die tijd altijd samen zijn gegaan. Je deelt toch het belangrijkste uit het leven met elkaar, daardoor voel je je meteen met elkaar verbonden. We zijn een *banda*, een groep. Daar komt niets tussen. *Somos todos de Vélez*, we zijn allemaal voor Vélez, we zijn hetzelfde, we zijn als broers.” – **Juan Manuel**

Beide jongens laten hetzelfde zien: een behoefte aan gelijkgestemden om hun passie mee te delen. Dat het niet alleen om het spel gaat, laat Maximiliano zien. Naar het stadion gaan om de wedstrijd te kunnen zien zou hij ook met zijn familie kunnen doen. Maar de momenten voor de wedstrijd, waarop de jongens samenkomen om te drinken zijn belangrijk en ook de mogelijkheid om samen te komen op dagen dat Vélez niet speelt. Juan Manuel laat zien dat de jongens al snel een band met elkaar hadden, en dat dit komt omdat ze dezelfde passie delen. Het laat een behoefte zien om ergens bij te horen en een groep te vormen. In hoofdstuk 3 over gemeenschappen kom ik hier op terug.

De intentie was om een groep te vormen via het forum. Inmiddels worden er geen ‘nieuwe leden’ meer gezocht, maar het forum bestaat nog steeds om nieuws uit te wisselen, kaartjes voor uitwedstrijden te regelen en afspraken te maken om te gaan stappen. Vier jaar geleden gingen de jongens voor het eerst als groep naar het stadion en

sinds die tijd zijn ze altijd samen gegaan. De vriendinnen van de jongens zijn bijna allemaal voor Vélez maar op een enkele uitzondering na, gaat geen van de meisjes mee naar de *popular* van het stadion. Ik schrijf hier bewust dat de meisjes ‘mee’ gaan. Ze horen niet bij de vaste groep, maar worden gezien als een gast. Naar uitwedstrijden binnen Capital Federal gaan ze af en toe mee, maar nooit naar de wedstrijden buiten de provincie. Meestal gaan zij met hun ouders of vriendinnen naar de *platea*. Zoals in de inleiding al genoemd bestaat de onderzoeksgroep alleen jongens. Hierdoor had ik als (enige) vrouw een bijzondere positie binnen de groep. Ondanks dat werd ik – na verloop van tijd- volledig geaccepteerd door de jongens en maakte ik deel uit van de groep. Aan het eind van dit hoofdstuk wordt nog kort gereflecteerd op de positie die ik in de groep had.

### **Denkbeelden**

Zonder uitzondering is het eerste wat de jongens doen als ze ‘s morgens opstaan het checken van de website van Vélez. Vervolgens kijken ze op de websites van de sportkranten en vervolgens in de gewone krant, maar vaak alleen in het sportkatern. De overige voetbaluitslagen worden in de gaten gehouden en de jongens zijn op de hoogte van wat er gebeurt binnen de competitie, maar zij houden dit niet bij uit interesse in andere clubs. Het is puur om te weten wat de concurrent doet en op welke manier dit eventueel de positie van Vélez zou kunnen beïnvloeden.

Er is vanuit de jongens veel kritiek op de media. Zij beweren dat de clubs die geld betalen aan de krant op een prominentere plaats in de krant komen. Een voorbeeld dat zij hiervan geven is de krant *Olé* van twintig juni, de dag nadat Vélez kampioen werd. Op de voorpagina stond niet het bericht dat Vélez een week eerder dan iedereen had verwacht kampioen was geworden, maar het afscheid van een speler van Boca Juniors. Dit bewijst voor hen dat de media corrupt is en niet onafhankelijk bericht. “*Aunque el periodismo nunca lo aceptó, que Vélez es grande, ya se demostró*” (Hoewel de journalistiek het nooit heeft geaccepteerd, is Vélez groot en dat heeft het al laten zien) is een regel uit een lied dat veel in het stadion gezongen wordt. “*Ze denken dat wij nog steeds een klein clubje zijn, en dat alleen grote clubs als River, Boca en Independiente mee tellen. Maar tijden zijn veranderd. Wij staan op de tiende plaats in de wereldranglijst voor clubs, ver boven Boca en River. Het wordt tijd dat dat ook door de media geaccepteerd wordt*”, vertelt Ricardo me verontwaardigd tijdens een van de *previas*.



In het denkbeeld van de jongens is iedereen altijd tegen Vélez en vóór andere clubs. De voorbeelden uit de clubliederen over de media laten de denkwereld van de jongens goed zien. Ze voelen zich in hun persoonlijke trots aangetast op het moment dat de media het succes van Vélez niet erkennen. Behalve voor de media, hebben de jongens ook geen goed woord over voor de politie en de AFA, omdat deze ook vaak beslissingen nemen die zij beschouwen als anti-Vélez.

### Leven rond Vélez

Studie en werk zijn voor de jongens geen reden om niet naar een wedstrijd te gaan. Ernesto heeft in zijn contract laten opnemen dat hij als Vélez speelt hij niet hoeft te werken. *“Ik ben heel flexibel, ik werk zestig uur per week als het moet, ook in het weekend. Alleen niet als Vélez speelt. Als Vélez in Jujuy<sup>18</sup> speelt, ben ik daar drie dagen mee kwijt. Dat is jammer voor mijn baas, maar ik ben erbij. Ik zou nooit een baan accepteren waarbij het mij onmogelijk gemaakt wordt om naar Vélez te gaan.”* Ernesto plaatst Vélez boven zijn werk. Dit laat zien dat hij zijn leven inricht om Vélez heen, ook als dat zijn arbeidsmogelijkheden beïnvloedt: niet iedere werkgever is zo flexibel als de zijne.

Ook de studie van de jongens die naar de universiteit gaan, heeft nog wel eens te lijden onder de club, niet alleen door het missen van colleges of tentamens, maar ook het studeren zelf. Wanneer Vélez speelt, gaan de gedachten uit naar de club, en niet naar het leren. Dit gebeurt vooral op momenten voor belangrijke wedstrijden, zoals de halve finale van de Copa Libertadores. Een aantal van de jongens zat op dat moment in hun tentamenweek, maar kwam niet aan leren toe.

*“Het enige waar ik aan kan denken is Vélez, welke opstelling er zal zijn, welke spelers er geblesseerd zijn, we móeten winnen. Ik kijk continu of er al meer nieuws is. Het is een soort zenuwachtig gevoel, haast verliefdheid, waardoor ik me niet kan concentreren op wat ik moet leren. Tsja en dan is er de dag van de wedstrijd, dan kan ik niks doen, en als we winnen moet dat gevierd worden. De dag erna denk ik alleen maar terug, en beginnen de kriebels voor de volgende wedstrijd. Eigenlijk zou het het beste zijn als er alleen examens waren in de zomer en de winterstop.”* – **Ricardo**

Vélez is van dusdanig belang voor de jongens dat het invloed heeft op alles wat zij denken en doen. Er gaat geen dag voorbij zonder Vélez. Persoonlijke relaties, werk en school staan altijd in de schaduw van de club. Vaak wordt er verzucht ‘was ik er maar bij in ‘94’, waarmee wordt gerefereerd aan het jaar dat Vélez het wereldkampioenschap voor clubs won. Niet alleen de huidige wedstrijduitslagen, kampioenschappen en

<sup>18</sup> Plaats in Argentinië, meer dan 1500 kilometer van Buenos Aires Capital Federal vandaan.

opstellingen zijn bekend, ook die uit het verleden. De volgende paragraaf beschrijft de geschiedenis van de club in het kort om een beeld te geven van het onderwerp waar de jongens hun leven op aanpassen.

### **Een korte clubgeschiedenis**

Club Atlético Vélez Sarsfield werd op 1 januari 1910 opgericht als Club Atlético Argentinos de Vélez Sarsfield. De naam van de club komt van een nabij gelegen metrostation dat de naam had van de schrijver van het Argentijns burgerlijk wetboek: Vélez Sarsfield. In eerste instantie had de club twee teams, één dat in de derde divisie en één dat in de vierde divisie speelde. In 1913 kreeg de club tien nieuwe *socios*, onder wie José Amalfitani. In datzelfde jaar werd tijdens een bijeenkomst besloten de naam van de club te veranderen in de huidige naam: Club Atlético Vélez Sarsfield. Het clubterrein bevond zich in die tijd in Villa Luro. Het stadion had de bijnaam *El fortín* (het fort). Deze naam was bedacht door een sportjournalist van de meest bekende voetbalkrant, *Crítica*, omdat de thuiswedstrijden in het stadion bijna altijd gewonnen werden door Vélez. In 1931 was Vélez Sarsfield één van de achttien Argentijnse clubs die samen de professionele competitie van Argentinië opzetten. Sinds die tijd, met uitzondering van de periode 1941-1943, heeft Vélez Sarsfield altijd in de *Primera División* gespeeld.<sup>19</sup>

De *Primera División* (eredivisie) bestaat uit één seizoen. Per kalenderjaar worden er twee *torneos* (competities) gespeeld: de *apertura* (opening) en de *clausura* (sluiting). Ieder kalenderjaar zijn er dus twee kampioenen. Inmiddels spelen er twintig teams in de *Primera División*, die per seizoen allemaal één keer tegen elkaar spelen. Per competitie worden er dus door iedere club negentien wedstrijden gespeeld.

Vélez Sarsfield speelde oorspronkelijk in het wit, omdat het voor iedereen gemakkelijk was om een shirt in die kleur te kopen. Later speelden ze ook in de driekleur rood-wit-groen, naar de Italiaanse vlag, omdat de oprichters van de club van Italiaanse afkomst zijn. Het huidige shirt, een wit shirt met een ‘*V azulada*’ (blauwe ‘V’) op de borst, is per toeval ontstaan. Oorspronkelijk waren de shirts ontworpen en gedrukt voor een rugbyclub, maar die shirts zijn nooit opgehaald bij de drukkerij. De drukkerij bood de shirts tegen een goedkope prijs aan Vélez Sarsfield aan. Op die manier werd in 1938 de huidige outfit van de club geboren. De “*V azulada*” is behalve een blauwe V op het shirt ook uitgegroeid tot een symbool van Vélez.

---

<sup>19</sup> [www.velezsarsfield.com.ar](http://www.velezsarsfield.com.ar)

In 1940 werd het huidige José Amalfitani stadion gebouwd. Amalfitani heeft veel geld en moeite gestoken in het herbouwen van het stadion. De houten tribunes van het oude stadion zijn één voor één overgezet in het huidige stadion. In 1978 werd het stadion uitgebreid en verbouwd volgens de regels van de FIFA, voor het Wereldkampioenschap dat in dat jaar in Argentinië gehouden werd. Het stadion biedt plaats aan vijftigduizend toeschouwers. De bijnaam van de fans van Vélez Sarsfield is *los fortineros*, (zij van het fort), verwijzend naar het oude stadion. Het nieuwe stadion wordt soms aangeduid met *nuevo fortín* (het nieuwe fort) maar gebruikelijk is *El fortín*, net als het oude stadion. Met *El fortín* wordt behalve het stadion, ook het team aangeduid. Na elke wedstrijd bedanken de supporters de spelers door 'El fortín, el fortín, el fortín' te roepen.

Vélez was het meest succesvol in de jaren negentig. Tussen 1994 en 1997 won Vélez vijf internationale toernooien (1994 *Copa Libertadores* en *Intercontinental Cup*, 1996 *Supercopa Sudamericana*, 1996 *Copa Interamericana*, 1997 *Recopa Sudamericana*). In 1968 werd de club voor het eerst landelijk kampioen en herhaalde dat daarna nog zeven keer (1993 *clausura*, 1995 *apertura*, 1996 *clausura*, 1998 *clausura*, 2005 *clausura*, 2009 *clausura*, 2011 *clausura*). Het meest belangrijke jaar voor de club was 1994, omdat het in dat jaar met 2-0 van AC Milaan won in de finale van de Intercontinental cup. Ondanks dat de meeste jongens in 1994 tussen de vier en acht jaar oud waren, is dit jaartal ook voor hen heel belangrijk. De overwinning op een grote, succesvolle Europese club geeft hen het gevoel dat hun club meetelt op wereldniveau: een kleine, lokale Argentijnse club die het grote AC Milaan verslaat geeft de jongens een enorm trots gevoel, ook al waren zij er zelf niet bij en hebben ze het moment niet bewust meegemaakt.

Vélez Sarsfield behoort tot een van de grotere clubs in Argentinië en heeft ongeveer 27.500 *socios*. In de 'all-time table' van Argentinië staat de club op de vijfde plek (tot 2010)<sup>20</sup> en op de wereldclubranglijst die de IFFHS (International Federation of Football History and Statistics) jaarlijks bijhoudt van de vierhonderd beste clubs ter wereld, staat Vélez Sarsfield op nummer tien (1 juni 2010 tot 31 mei 2011).<sup>21</sup>

<sup>20</sup> <http://www.rsssf.com> geraadpleegd op 27-05-2011

<sup>21</sup> <http://www.iffhs.de> geraadpleegd op 27-05-2011

**616061<sup>22</sup>: Persoonlijke invloed**

Als antropoloog heb je meestal een dubbele rol, aan de ene kant hoor je bij een groep, aan de andere kant hoor je er nooit echt bij. Bovendien observeer je de mensen met wie je omgaat, iets wat je bij je eigen vrienden niet doet. Als enige vrouw in een groep van twintig jongens, die gewend zijn om met ‘jongens onder elkaar’ te zijn, viel ik op en was ik een absolute buitenstaander. Daarbij was ik de enige met blond haar, de enige buitenlander en de nieuweling binnen de groep. Dit maakte mij interessant en vreemd tegelijk. Vanaf het begin zijn alle jongens aardig tegen me, beleefd. Sommigen kijken raar op dat ik iedere wedstrijd weer kom, week in, week uit. Bovendien weet ik weinig van het voetbalspel zelf, en deel ik niet dezelfde passie als zij. Veel wordt me uitgelegd, met veel geduld en met gepaste afstand vertellen de jongens mij dingen over hun leven. Dit verandert nadat ik mijn eerste verre uitwedstrijd meemaak. Tien uur in de bus naar Bahía Blanca om een wedstrijd te zien, om vervolgens direct weer terug te gaan naar Buenos Aires. Voor deze reizen heb je *aguante* nodig (soort van uithoudingsvermogen, zie volgend hoofdstuk). Door mee te gaan, word ik pas echt geaccepteerd in de groep. *La Holandesa* is mijn bijnaam. “Dit is Iris uit Nederland, onze vriendin, ze is *socia* én ze is mee geweest naar Bahía Blanca” is vanaf dat moment de manier waarop ik word voorgesteld aan iedereen die ik nog niet ken. Hieruit blijkt de meerwaarde van participatie in dit onderzoek. Zonder mee te gaan naar deze uitwedstrijden, had ik nooit het vertrouwen van de jongens kunnen winnen en daarmee zoveel informatie over de jongens kunnen verzamelen. “*Sos valiente*<sup>23</sup>” (je bent moedig) wordt me verteld, en dat is wat een fan ‘nodig’ heeft. Het is de ‘tol’ die ik moet betalen om opgenomen te worden in de groep, maar om in de groep te blijven moet je constant laten zien dat je ‘moedig’ bent. Niet alleen ik, maar ook de jongens. Er wordt vanuit de groep verwacht dat je meegaat, meedoet. Je moet aan de groep laten zien dat je voor de club staat, onder andere door mee te gaan naar alle uitwedstrijden. Vanaf het moment dat ik echt door de groep opgenomen werd, was het standaard *somos todos de Vélez* (we zijn allemaal van Vélez).

---

<sup>22</sup> Mijn persoonlijke ‘*numero socio*’ clublidmaatschapnummer

<sup>23</sup> *Sos* komt van *ser*, Argentijnse manier van vervoegen. In plaats van ‘*tu eres*’ gebruikt men in Argentinië ‘*vos sos*’.

## Conclusie

Dit hoofdstuk heeft laten zien dat voetbal aan het begin van de twintigste eeuw gezorgd heeft voor samenhang in de buurt. Het stadion werd behalve een mogelijkheid om naar voetbalwedstrijden te kijken, ook een ontmoetingsplek. Nu is voetbal nog steeds verbonden met sociale bijeenkomsten. De jongens van Vélez hebben elkaar bewust opgezocht via een internetforum vanuit de behoefte om met gelijkgestemden samen te komen. De grootste gemeenschappelijke deler is de liefde voor Vélez. Vanuit die basis heeft zich een hechte groep gevormd, die ook samenkomt als er geen voetbalwedstrijden zijn. Vélez heeft een centrale plaats in het dagelijks leven. Het volgende hoofdstuk gaat hier verder op in door te kijken naar de manier waarop voetbalfans zich identificeren met de club, de verschillende vormen van fandom en de interactie tussen de onderzoeksgroep en andere fangroepen.

# EERSTE HELFT



## 2 – Fandom en identiteit

*En su vida, un hombre puede cambiar de mujer,  
partido político o de religión,  
pero no puede cambiar de equipo de fútbol<sup>24</sup>*

Fan zijn van een voetbalclub is een deel van je wie je bent, het is een onderdeel van je identiteit. Voetbal is voor haar volgers niet alleen ‘maar een spelletje’, zoals vaak gesuggereerd wordt. Voetbal is meer dan dat, het is vast onderdeel in het bestaan. De beroemde uitspraak van de Engelse voetbalmanager Bill Shankly “*Some people believe football is a matter of life and death. I am very disappointed with that attitude. I can assure you it is much, much more important than that*”, illustreert het belang van voetbal voor fans. Voetbal maakt emoties los; angst, blijdschap, verdriet, spanning, daadkracht, vernedering en overwinning zijn gevoelens die mensen ervaren tijdens wedstrijden.

Maar voor sommige fans gaat de voetbalervaring verder dan alleen de wedstrijden. Het is een manier van zijn, biedt een thuisgevoel en het gevoel ergens bij te horen (Stone 2007). Veel fans ontlenen hun identiteit aan de voetbalclub die zij supporten. Een collectieve identiteit kan zorgen voor een gemeenschappelijk gevoel. Door facetten van vluchtigheid die horen bij de moderniteit is de soliditeit van identiteit veranderd.

Dit hoofdstuk gaat in op deze verandering van identiteit omdat dit van invloed is op de huidige ideeën over gemeenschappen die in hoofdstuk 3 aan bod zullen komen. Iedere gemeenschap of sociale identiteit is exclusief in die zin dat niet iedereen deel kan nemen. Identiteit en groepen worden opgebouwd in relatie tot anderen. Dit zorgt voor een wij-zij gevoel. Voetbalfans hebben dit gevoel ook, niet alleen tegen fans van een andere club, maar ook binnen de club zelf. Dit wordt duidelijk aan de hand van het toeschouwerschema van Giulianotti (2002). Dit schema helpt zowel om de aard van de onderzoeksgroep te duiden, als om verschillende typen supporters en hun identiteitsbinding ten opzichte van de club te illustreren.

Tot slot wordt aan de hand van *aguante* getoond dat de fangemeenschap geen vrijblijvende gemeenschap is.

---

<sup>24</sup> Argentijns gezegde. Vertaling: In het leven kan men veranderen van vrouw, politieke partij of religie, maar niet van voetbalclub.

## Identificatie in de moderniteit

Identiteit is onderwerp van veel debatten in zowel het populaire als wetenschappelijke discours. Identiteit wordt door de Oxford Dictionary beschreven als “wie of wat een persoon is” en “eigenschappen die daar bij horen”. Stuart Hall concludeerde in 1996 dat er de laatste jaren “een ware discursieve explosie” was ontstaan rond het concept van identiteit. Dit is inmiddels meer dan vijftien jaar geleden, maar de discussie met betrekking tot identiteit is nog steeds gaande. Geen enkel ander aspect van het hedendaagse leven krijgt zoveel aandacht van academici, volgens Bauman. Dit komt volgens hem doordat de notie van identiteit is veranderd (Bauman 2001:121).

Deze verandering is begonnen in de vroegmoderne tijd. Voorheen werd identiteit gezien als een duurzame en niet onderhandelbare erfenis van een goddelijke schepping. In traditionele samenlevingen hoorden mensen vanzelfsprekend bij een groep of gemeenschap en wisten ze wat er van hen verwacht werd. Inmiddels wordt identiteit niet langer beschouwd als een vaststaand gegeven, maar wordt het gezien als veranderlijk. Jenkins (2008) beschrijft identiteit als een proces. Zij ziet het niet als iets dat je hebt of bent, maar als iets dat je doet.

Individen in moderne samenlevingen zijn belast met de plicht om hun identiteit vorm te geven. Identiteit is maakbaar en reflexief. Het is een open proces doordat de moderne man of vrouw niet alleen een identiteit moet ‘kiezen’, ze moeten ook continu reflecteren of het pad dat zij willen kiezen het juiste pad is. Bauman pleit ervoor om te spreken over identificatie in plaats van identiteit, aangezien identiteit een nooit afgelopen, altijd incomplete, niet voltooide activiteit is, met een open einde, waarbij iedereen - of hij wil of niet - betrokken is (Bauman 2001).

Veel postmoderne auteurs beargumenteren dat individuen in de huidige samenleving minder geïntegreerd zijn in gemeenschappen en zich vrijer kunnen bewegen in vergelijking tot de premoderne samenleving (Turner in Eriksen 1993:163, Lash en Friedman in Eriksen 1993:63, Bauman in Eriksen 1993:163). Dit heeft geleid tot meer vrijheid en keuzes voor individuen en een individualisering van de samenleving.

Gaffney (2007; 2009) verbindt voetbal en identiteit met elkaar en stelt dat voetbalclubs in Argentinië een krachtige identiteitsconstructie creëren voor miljoenen mensen in Buenos Aires. Voetbal is, volgens sportonderzoeker Chris Stone (2007), in feite zo’n onderdeel van de hedendaagse *Zeitgeist* geworden, dat het doordringt in instituties, culturele praktijken en persoonlijke interactie. Clubloyaliteit is een integraal



onderdeel van de persoonlijke identiteit in Argentinië. Maar zoals hierboven beschreven, wordt identiteit gezien als een proces, een activiteit met een open einde.

De vier supporterscategorieën die Richard Giulianotti heeft onderscheiden, laten de verschillende mate van verbondenheid met de club zien, maar ook het verschil in soliditeit van de identiteit. De open, fluïde identiteit –of identificatie naar Baumans voorstel- in de moderne samenleving geldt niet voor al deze vier supporterscategorieën. De volgende paragrafen gaan hier verder op in.

### **Simpatizante, hincha en barrabrava**

De woorden ‘fan’ en ‘fandom’ zijn afkortingen van het Engelse woord *fanatic* (fanatiekeling). Dit stamt af van het Latijnse woord *fanaticus*, waarmee leden en aanbidders van tempels werden aangeduid. Het Engelse woord *fanatic* betekent volgens de Oxford Dictionary: “Een persoon met een obsessieve interesse in en enthousiasme voor iets, voornamelijk een activiteit.” Eind negentiende eeuw werd het woord ‘fan’ voor het eerst gebruikt in de sportcontext waarin het nu gebruikt wordt: enthousiaste liefhebber of bewonderaar.

Het woord ‘fan’ heeft vaak een negatieve bijklank. In de media wordt vooral geschreven en gepraat over fans in relatie met geweld. ‘Emotioneel onstabiel’, ‘sociaal slecht aangepast’ en ‘gevaarlijk uit balans met de werkelijkheid’ zijn termen waarmee Jenkins (2008) voetbalsupporters beschrijft. Ook Jensen gebruikt een stereotiep concept van fans. Hij beschrijft ze als ‘irrationeel’ en ‘*out of controll*’ (Jensen in Sandvoss 2003). Ook de Argentijnse media hebben nauwelijks een goed woord over voor voetbalfans. Dit komt omdat zij vaak geassocieerd worden met de gewelddadige *barrabrava*. Zij zijn verantwoordelijk voor meer dan driehonderd dodelijke, aan voetbalgeweld gerelateerde, slachtoffers in Argentinië. Zoals ook in de inleiding al genoemd, zijn de *barrabrava* echter niet representatief voor alle fans in Argentinië. Zij zijn wel de meest in het oog springende groep, maar in aantal een absolute minderheid.

Ondanks dat de media weinig onderscheid maken en de gevolgen van de daden van de *barrabrava* vaak ook aan de andere fangroepen toewijzen, wordt er in de wetenschappelijke literatuur en de praktijk wel een onderscheid gemaakt in typen fans: *simpatizante* (sympathisant), *hincha* (fan) en *barrabrava*. De *simpatizante* gaat af en toe naar het stadion, maar (bijna) nooit naar een uitwedstrijd. Hij of zij is over het algemeen

geen lid van de club en zal ook niet snel de clubkleuren dragen buiten het stadion uit angst voor vergelding van rivaliserende teams.

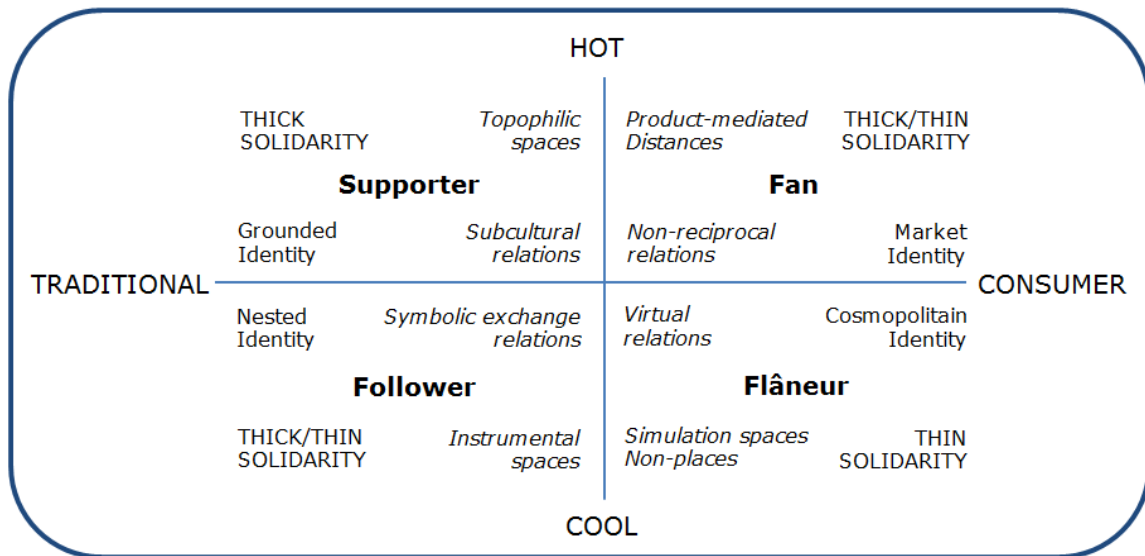
De *hincha* is *socio* van de club, gaat naar alle thuiswedstrijden en gaat naar de meeste uitwedstrijden binnen de stad. Afhankelijk van de toewijding van de *hincha* zal hij ook buiten de stad reizen om het team te zien spelen en aan te moedigen. Het grootste deel van de aanwezigen in een voetbalstadion is *hincha*. De meest fanatieke *hinchas* bevinden zich op de *popular* tribune aan beide kanten van de *barrabrava*. De jongens van Vélez die onderdeel uitmaken van de onderzoeksgroep zijn aan te merken als zeer fanatieke *hinchas*.

De laatste groep die onderscheiden wordt binnen het Argentijnse voetbal is de *barrabrava*. Een groep waar men niet omheen kan, wanneer er geschreven wordt over Argentijns voetbal. De *barrabrava* kregen voor het eerst aandacht midden jaren '60, in de tijd dat Argentinië gebukt ging onder veel politiek geweld. Gemarginaliseerde jeugd voelde zich aangetrokken tot deze groepen en sloot zich bij hen aan. De *barrabrava* ontwikkelden relaties met hun eigen clubs en er ontstonden intra- en interclubrelaties. Ze staan voornamelijk bekend om hun gewelddadige ontmoetingen met *barrabrava* van andere clubs. Ze zijn de opvallendste sociale groep binnen het stadion en het is deze groep die voornamelijk zorgt voor de sfeer in het stadion (Gaffney 2009).

### **Supporters, followers, fans en flâneurs**

Richard Giulianotti (1994; 1999; 2002) heeft de identiteiten van verschillende voetbalsupporters in kaart gebracht, naar aanleiding van geobserveerde veranderingen in de manier waarop voetbal geconsumeerd wordt. Verdeeld door twee assen, kunnen toeschouwers geplaatst worden in een van de vier kwadranten die gelijkgesteld zijn aan de vier ideaaltypes: *supporters*, *followers*, *fans* en *flâneurs* (respectievelijk: supporters, volgers, fans en flaneurs). In deze scriptie gebruik ik de woorden fan en supporter door elkaar. Mijn onderzoeksgroep valt onder wat Giulianotti 'supporters' noemt. Ik gebruik echter bij voorkeur het woord 'fan', omdat deze scriptie over fandom gaat. Mijns inziens dekt het Nederlandse woord fan de lading beter dan het Nederlandse woord supporter. Fan heeft een meer fanatieke betekenis dan supporter. Bovendien noemen de jongens zichzelf *hincha* of *fanático*, wat Spaans is voor fan.

## Een onderzoek naar gemeenschapsbehoefte onder voetbalfans

**Figuur 2**

De assen in figuur 2 laten de twee basistegenstellingen zien: ‘*traditional – consumer*’ en ‘*hot – cool*’. De horizontale as (*traditional – consumer*) meet de individuele investering van een supporter in zijn club. De verticale as (*hot – cool*) meet de mate waarin de club centraal staat in het leven van het individu en de loyaliteit naar de club toe, kortom de zelfformatie door identiteit met de club.

Traditionele *supporters* hebben een langdurige, meer lokale en populaire culturele identificatie met de club. Daartegenover staan ‘consumenten’ *fans* die een meer marktgerichte relatie met de club hebben. *Hot* houdt een hoge mate van loyaliteit, intense vormen van identificatie en solidariteit met de club in, *cold* precies het tegenovergestelde. In de onderstaande paragrafen worden de vier categorieën kort uiteengezet.

*Followers* zijn volgers van een club, maar ook van spelers, managers en andere voetbalgerelateerde personen. *Followers* zijn zich bewust van de identiteit die bij specifieke clubs horen, maar bereiken deze identificatie meestal via elektronische media. Ze kunnen een diepe verbondenheid voelen (*thick solidarity* in het schema) met de club. Dit ontstaat bijvoorbeeld door vriendschapsrelaties die zij hebben met traditionele *supporters*. Maar *followers* kunnen ook een minder diepe verbondenheid met de club voelen (*thin solidarity* in het schema). Dit ontstaat door historische achtergronden van een club, zoals politiek of religie. *Followers* missen de toewijding die *supporters* wel hebben. Giulianotti maakt hierbij gebruik van het begrip *nested identities* van Cohen (1978). *Followers* integreren verschillende identiteiten door elkaar heen, er is

geen favoriet. Het ligt aan de omstandigheden welke club of persoon op dat moment favoriet is, hoewel een *follower* waarschijnlijk geen steun zal betuigen aan rivaliserende clubs. Doordat de *follower* altijd kan veranderen van favoriet, zijn de keuzes die hij of zij maakt niet blijvend. Als een favoriete club op een bepaald moment wat minder presteert, kan de *follower* een andere club volgen die beter presteert. Dit is volgens de manier waarop Bauman naar identiteit kijkt in de moderne wereld niet vreemd, hij beschrijft dat dit exact is wat de moderne mens zou moeten doen: opties open houden voor wanneer andere beoogde identiteiten wegvallen. Giulianotti geeft ook aan dat *fans*, *followers* en *flâneurs* moderne vormen van supporterschap zijn. Door mondialisering zijn deze nieuwe vormen van toeschouwerschap ontstaan.

*Followers* hebben, volgens de definitie van Giulianotti, een gebrek aan besef van de symbolische ruimte die bijvoorbeeld een stadion inneemt. Zij beschouwen een stadion als een praktische plaats om een wedstrijd live te kunnen volgen en hechten geen symbolische waarde aan het stadion in tegenstelling tot *supporters*.

*Fans* hebben een liefde voor een club of speler ontwikkeld, maar de relatie die een *fan* heeft met die club of spelers is afstandelijker dan de relatie die een *supporter* heeft. *Fans* hebben een favoriete club of speler, voornamelijk de sterspelers. Door hypercommodificatie zijn spelers en clubs in het professionele voetbal verder verwijderd van toeschouwers. Het gevoel van intimiteit met de club is echter groot, het is een sleutelement van zijn of haar persoonlijkheid. De identiteit van *fans* wordt vooral gevormd door de consumptie van clubgerelateerde producten, van kranten, tijdschriften en het kijken naar televisie. Als een club succesvol is en veel geld te besteden heeft, voelen *fans* zich vaak meer betrokken. Dit komt door de vele media-aandacht. Hierdoor lijkt de club dichtbij en voelen *fans* zich verbonden. Als ze zich om welke reden dan ook niet meer verbonden voelen met de club of speler zal de *fan* zeer waarschijnlijk een andere club volgen. Ook in deze situatie is het onwaarschijnlijk dat dit een directe rivaal van de oude club zal zijn. *Fans* hebben over het algemeen een sterke affectie met de club en bevinden zich geografisch gezien verder weg van de club.

*Flâneurs* zijn postmoderne toeschouwers die zich identificeren met clubs door gedepersonaliseerde, marktgedomineerde, virtuele relaties. Ze hebben een afstandelijke relatie met de club, ook als zij een favoriete club hebben. *Flâneurs* kunnen gemakkelijk wisselen van club, bijvoorbeeld als het team wisselt van shirt in het nieuwe seizoen en

de *flâneur* vindt het niet mooi. Er is weinig tot geen solidariteit met andere supporters of de club. De *flâneur* is volgens Giulianotti de meest afstandelijke toeschouwer.

## Supporter

De *supporter* is de klassieke supporter van een club. In deze categorie valt de onderzoeksgroep. Hij of zij (hoewel in de praktijk meestal een hij) heeft een langdurige, diepgaande, persoonlijke en emotionele band met de club. Het uiten van steun aan de club is een eerste prioriteit voor een *supporter*, het wordt gezien als een verplichting naar zichzelf en de club toe. *Supporters* voelen de band die zij hebben met de club op dezelfde manier als de manier waarop zij de band met familie of vrienden ervaren. Ernesto, één van de Vélezjongens, plaatst de club zelfs boven zijn familie. “*Als ik moet kiezen tussen mijn familie en de club, kies ik voor Vélez. Daar hoef ik niet over na te denken. Je familie krijg je, daar moet je het mee doen of je wilt of niet. Maar voor Vélez heb ik gekozen omdat ik ervan hou. Dat was en blijft mijn eigen keuze.*” Ernesto houdt van de club en beschrijft het alsof hij er een relatie mee heeft. De club voelt voor hem als thuis. Hij zegt zich zelfs meer thuis te voelen in het stadion, dan in zijn eigen huis. “*Sommige mensen noemen het stadion hun tweede huis. Dit is niet mijn tweede huis, dit is mijn thuis.*” De clubgrond zien als ‘thuis’ is ook een van de kenmerken die door Giulianotti wordt gezien als typisch voor *supporters*.

Een *supporter* zal nooit wisselen van club, zoals ook het gezegde aan het begin van dit hoofdstuk aangeeft: je kunt van alles verruilen in het leven, huis, vrouw of politieke partij, maar nooit je voetbalclub. De *supporter* voelt zich cultureel gecontracteerd met de club, waardoor hij nooit een overstap zal maken naar een andere club. In Argentinië is de keuze voor een voetbalclub dus een fundamentele keuze. Dit uit zich ook in de manier waarop gesproken wordt over de club. Argentijnen zeggen niet ‘ik ben fan van Vélez’, ze zeggen ‘*soy de Vélez*’ (Ik ben van Vélez). In het Spaans bestaan er twee werkwoorden voor ‘zijn’. Het eerste woord is *estar*, het tweede *ser*. De vorm *estar* wordt gebruikt in situaties die veranderlijk zijn, bijvoorbeeld ‘*estoy enfermo*’ (ik ben ziek). Dit geeft aan dat een persoon nu ziek is, maar weer beter zal worden. De situatie is dus veranderlijk. Het woord *ser* wordt gebruikt in onveranderlijke situaties en voor blijvende eigenschappen. ‘*Soy mujer*’ (Ik ben vrouw), ‘*Soy de Holanda*’ (Ik ben Nederlands) en ‘*Soy médico*’ (Ik ben dokter) zijn daar voorbeelden van. In Argentinië wordt het werkwoord *ser* ook gebruikt om aan te geven voor welke voetbalclub iemand

is. Het gebruik van het werkwoord *ser* op die manier impliceert dat de clubidentiteit net zo vaststaand is als geslacht, etniciteit of nationaliteit.

Het lichaam is voor de *supporter* een manier van communiceren, zowel met tatoeages, kleding als lichaamstaal. De jongens uit de onderzoeksgroep hebben nauwelijks kleding zonder het clublogo en dragen de clubkleding dagelijks. Het is een belangrijke manier om de liefde voor de club te uiten en om de eigen identiteit te benadrukken. Het weerspiegelt de persoonlijke relatie van de *supporter* met de club. *Supporters* voelen zich sterk verbonden met zowel de club als de medesupporters. Thuiswedstrijden structureren het leven van de *supporter*. Dit blijkt ook uit het voorbeeld dat in het vorige hoofdstuk werd gegeven met betrekking tot het dagelijks leven van de jongens. School, werk en persoonlijke relaties worden allemaal beïnvloed door de liefde voor Vélez.

Relaties zijn gebaseerd op het reciprociteitsprincipe voor *supporters*. De *supporter* moedigt de club aan, de club probeert de wedstrijd en het kampioenschap te winnen (Giulianotti 2002). Ook als het team verliest hebben *supporters* het gevoel dat ze iets terugkrijgen van de club. Bijvoorbeeld door een aanvallende speelstijl of een mooie tackle. Dus ook bij het uitblijven van overwinningen blijft de *supporter* achter het team staan. “*Ganes o pierdas a mi me da igual siempre te voy a alentar*” (Of je wint of verliest maakt mij niet uit, ik zal je altijd steunen) en “*La banda siempre estara alentando, si vas perdiendo si vas ganando*” (de groep steunt je altijd, of je verliest of als je wint) zijn regels uit liederen die regelmatig gezongen worden op de tribunes van Vélez. Beiden hebben eenzelfde betekenis: we blijven je steunen, of je nu verliest of wint. De club wordt dus gesteund in voor- en tegenspoed.

*Supporters* hebben dus, zoals Giulianotti ook aangeeft, een meer traditionele manier om hun identiteit te vormen. Het is een vastere vorm van identiteit dan de open en fluïde vorm van de overige drie categorieën. Ook in de moderne tijd kunnen mensen zich zo sterk verbonden voelen met een club of gemeenschap, dat zij niet de behoefte hebben om dit continu aan te passen. Dit heeft ook gevolgen voor de manier waarop de gemeenschappen rondom voetbalclubs gevormd worden. Door de sterke binding die de jongens van Vélez voelen met de club, verwachten zij van de jongens die tot hun gemeenschap behoren ook een sterke toewijding. De liefde voor en identificatie met de club is zo sterk dat het geen ruimte overlaat voor begrip voor andere clubs. Door middel

van wat ze in Argentinië *aguante* noemen, kunnen fans hun toewijding aan de club laten zien aan medefans.

## Aguante

De mate van fandom wordt aangeduid met de Argentijnse term *aguante*. Er bestaat geen letterlijke vertaling van dit woord, maar het komt van het werkwoord *aguantar*, wat 'volhouden' betekent. *Aguante* betekent dan een soort van volharding of uithoudingsvermogen.

*Aguante* heeft vooral betrekking op de *barrabrava*, maar komt in lichtere mate ook voor bij de *fánaticos*. *Barrabrava* hebben een bijzondere positie in het Argentijnse voetbal. Aan de ene kant worden ze geschuwd en gehaat; ze zorgen er vaak voor dat het stadion geen veilige plaats is. In het verleden zorgde dit ervoor dat er steeds minder families naar het stadion kwamen, zij werden afgeschrikt door het geweld. Aan de andere kant zijn clubs ook trots op hun *barrabrava*, een club zonder deze groep stelt weinig voor. Bovendien zorgen de *barrabrava* ook voor spektakel in het stadion. Vuurwerk, vlaggen, papierkanonnen, trommels, paraplu's: het stadion wordt opgezweept door de aanwezigheid van de continu schreeuwende en zingende *barrabrava*.

Journalisten in Argentinië laten *aguante* overkomen alsof het alleen in de voetbalwereld voorkomt en het heeft vaak een negatieve toon. Vijftien jaar geleden was *aguante* echt iets wat bij het voetbal hoorde, maar inmiddels is het veel meer verweven in de samenleving. Zo gebruikte presidente Christina Kirchner in het parlement het woord *aguante* om aan te geven dat zij beschikt over uithoudingsvermogen: als één van de weinige vrouwen in het parlement tegenover een meerderheid van mannen, heeft Kirchner het volgens zichzelf vaak zwaar te verduren. Omdat zij niet opgeeft, heeft ze dus *aguante*.<sup>25</sup>

*Aguante* bestaat uit drie lagen. Als eerste wordt met *aguante* een mix van 'toewijding' en 'waardigheid' bedoeld. Dit houdt vooral in dat je je team volgt en support op alle momenten dat het kan. Het volgen van een voetbalclub, soms duizenden kilometers verderop, vraagt om toewijding en uithoudingsvermogen. Niet alleen in de goede tijden, maar ook op het moment dat het team slecht speelt en wedstrijd na wedstrijd verliest. Juist dan heeft het team de steun het meest nodig. Uithoudingsvermogen en het opofferen van je eigen luxe en behoeften, getuigt van *aguante*.

---

<sup>25</sup> Interview met Garriga

*De reis naar Bahía Blanca duurt tien uur. Zaterdagochtend rond een uur of twee verzamelen zich de eerste fans rond het Vélezstadion. Binnen een half uur staat het plein voor het stadion vol met jongens in blauwe trainingspakken. Waar je bij een thuiswedstrijd nog vrouwen en kinderen ziet, zijn die bij verre uitwedstrijden op één hand te tellen. Koelboxen van een meter bij een meter gevuld met ijsblokjes worden de touringcars in getild. Nog voordat de bussen vertrekken worden de eerste joints opgestoken en bierflessen geopend. Coca-Cola wordt gemengd met Fernet, eerst Fernet, dan Coca-Cola en het schuim dat ontstaat wordt weer afgegoten met Fernet. Altijd in die volgorde, en altijd met ijsblokjes. Er wordt gedronken, veel gedronken. En gerookt. Niet lang nadat de bus vertrokken is ligt de vloer bezaaid met sigarettenpeuken en hangt er een blauwachtige walm boven in de bus. Halverwege de reis is de wc beneden in de bus niet meer om aan te zien en het stinkt naar de urine die op de vloer ligt. In de gangpaden boven en beneden in de bus vormt zich langzaam een zompig laagje van bier en Fernet. Voortdurend wordt er gezongen, getrommeld op en met alles wat er voor handen is. De jongens die slapen worden wakker gemaakt en door hun vrienden uitgelachen. De bedoeling is dat je wakker blijft, moe zijn is voor ‘maricones’, watjes.*

Urenlang ongemakkelijk in een vieze bus zitten om je team te kunnen zien spelen een aanmoedigen; op die manier laat je zien waar je voor staat. Dit zijn niet zomaar supporters die *aguante* hebben, het zijn *diehard* fans. Mensen die ‘fan’ zijn van een club, maar niet naar het stadion komen en niet naar uitwedstrijden gaan hebben weinig emotionele betrokkenheid en al helemaal geen *aguante*. Deze *aguante* onderscheidt de ‘echte’ fans van degenen die slechts sporadisch of nooit naar het stadion komen. Ook het aanmoedigen van het team in slechte tijden is een onderdeel van *aguante*. Op het moment dat Vélez thuis de halve finale van Copa Libertadores tegen Peñarol<sup>26</sup> speelt, zit het stadion tot de nok toe vol. Alle plaatsen zijn bezet, zowel in de *popular* als beide *plateas*. Aan de ene kant wordt er positief gereageerd, het ziet er indrukwekkend uit en dat maakt de jongens trots. Maar tegelijkertijd word ik er op gewezen dat dit geen echte fans zijn. “*Als je alleen komt voor de grote wedstrijden, dan ben je geen fan in hart en nieren. Je moet er altijd zijn. In goede en in slechte tijden, in voor- en tegenspoed.*” Ricardo kijkt er serieus bij als hij het zegt, en de andere jongens knikken instemmend.

Uit dit citaat van Ricardo wordt duidelijk dat de ‘categorieën’ van Giulianotti ook voor de fans zelf een rol spelen. Het is niet vrijblijvend om naar de wedstrijden en bijeenkomsten te komen. Je móet gaan als je een ‘echte’ fan bent. Doordat de jongens zelf

<sup>26</sup> De wedstrijd tegen de club Peñarol uit Uruguay werd gespeeld op 2 juni 2011.



ook onderscheid maken tussen ‘echte’ fans en mensen die zo nu en dan naar het stadion komen, verdedigen zij als het ware hun eigen grens. Zij vormen met hun groep een hechte gemeenschap waaraan zij hun identiteit ontlenen. Het is een soort deelgemeenschap binnen een grotere gemeenschap, namelijk die van alle fans van Vélez. Groepen en collectieve identiteiten worden altijd gevormd in relatie met anderen. Mensen kennen gradaties toe aan de verschillen tussen henzelf en anderen. Dit is te vergelijken met de manier waarop verschillende etnische groepen met elkaar omgaan. Eriksen beschrijft verschillen van ‘bijna net zoals wijzelf’ tot ‘extreem anders dan wij’ (Eriksen 1993:66). Dit is ook te zien bij de jongens van Vélez. Bezoekers van Vélez die af en toe komen, zien de jongens als ‘bijna net zoals wijzelf’. Ze zijn wel voor Vélez, maar zijn toch anders, ze hebben geen *aguante* en hebben lang niet zoveel over voor de club als de jongens. Fans van andere clubs worden gezien als ‘extreem anders dan wij’. Doordat zij zich niet met hen kunnen identificeren (“*Wie is er nou voor River? Dat zijn allemaal pechofrios*<sup>27</sup>!”) kunnen ze ook geen respect voor hen opbrengen.

Dit speelde ook een rol bij mijn eigen ‘toelating’ tot de groep. Ik werd pas volledig in de groep opgenomen toen ik had bewezen dat ik het serieus meende met de club. Dit kon ik laten zien door mee te gaan naar verre uitwedstrijden en naar iedere bijeenkomst voor de thuiswedstrijden te gaan. De vrijblijvendheid in de moderniteit, waar Zygmunt Bauman over spreekt, de identiteit met een altijd open einde en het altijd kunnen veranderen van identiteit, lijkt dus niet op te gaan voor de jongens. Je kunt niet zomaar in de groep van de jongens stappen. Je moet voortdurend aan jezelf en aan elkaar blijven bewijzen dat je voor Vélez bent. Natuurlijk hebben de jongens wel de keuze om uit de groep te stappen, of niet meer naar de wedstrijden te komen als zij dit zouden willen. Maar je wordt dan wel ‘ter verantwoording’ geroepen. “*Sos anti Vélez*” (Je bent tegen Vélez, anti-Vélez) is een veel gemaakte grap van de jongens tegenover elkaar, als iemand om welke reden dan ook een wedstrijd mist. Je bent ook ‘anti-Vélez’ als je niet mee drinkt of niet bij de *previas* komt. Eén van de jongens, Maximiliano, was ontslagen op zijn werk en had dus geen inkomen en ook geen geld om naar de uitwedstrijden te gaan. Ik, als vrouw, ging wel mee en dat kreeg hij continu te horen van de andere jongens. “*Sos un cagón* (je bent een mietje), Iris gaat nog vaker mee dan jij, je hoort er niet meer bij”, werd hem vaak plagerig verteld. Ondanks dat dit een grapje was, had het wel een serieuze ondertoon: het laat zien dat je je moet blijven bewijzen om bij de groep te

<sup>27</sup> *Pechofrio* letterlijk koudborstig. Hier: gevoelloze mensen.

horen. Het is alles of niets; je kunt niet alleen maar komen wanneer je zin hebt. De scheiding die op papier bestaat binnen het schema van Giulianotti, speelt dus in de praktijk ook een rol. De gemeenschappelijk gecreëerde identiteit laat dus een proces van in- en uitsluiting zien.

De tweede diepere laag van *aguante* is het laten zien dat je in staat bent om te vechten voor je club. Dit gaat vooral om eer en respect. Het gaat er hierbij niet alleen om dat je je team support, maar dat je face-to-face bereid bent om te vechten. *Aguante* laat zien dat je niet bang bent om te lijden. Je vecht niet alleen maar om te winnen, het vechten op zichzelf is eervol en verleent je status. Je moet niet weglopen voor pijn. Vluchten is uit den boze, je moet altijd bereid zijn om te vechten, dat hoort erbij. Een ander aspect van dit vechten, is dat de politie een gemeenschappelijke vijand is van iedereen, het maakt niet uit van welke club je bent, de politie is de vijand van iedereen. Vaak draaien rellen uit op ruzie met de politie en keren fans zich opeens samen tegen de politie. Dit laat ook *aguante* zien, niet bang zijn voor georganiseerde, gewapende tegenstanders (Garriga 2007; Albarces 2002).

De derde laag van *aguante* gaat over het uithoudingsvermogen van het lichaam. Je moet niet alleen bestand zijn tegen het vechten, maar ook tegen drugs en drank kunnen. Drugs en drank worden vaak gezien als beschadigend en immoreel, en door veel te gebruiken willen de *barrabrava* laten zien dat zij hun lichaam hieraan kunnen blootstellen en dat ze in staat zijn dit te overleven. *Barrabrava* zijn vaak dik, dikke bierbuiken, veel vlees. Dit zijn letterlijke tekenen van *aguante*, net zoals de littekens die ze oplopen tijdens de vechtpartijen. Dit is belangrijk om te laten zien dat je geen *charmusa* (kletser) bent. Je moet kunnen laten zien dat het waar gebeurd is en er niet alleen over praten.<sup>28</sup>

Deze laatste twee vormen van *aguante* zie je bij de jongens uit mijn onderzoeksgroep terug in mildere vorm. Waar de *barrabrava* georganiseerde gevechten houden om hun doorzettingsvermogen te kunnen laten zien, wordt er bij de jongens nauwelijks gevochten. De meeste van hen zijn uit principe tegen het geweld dat voorkomt bij het voetbal, maar geven toe dat ze zullen vechten 'als het moet'. Voorbeelden hiervan zijn het verdedigen van een vriend of zelfverdediging bij een

---

<sup>28</sup> *Aguante* komt terug in literatuur over voetbal in Argentinië. Deze uitleg komt uit een interview met Dr. Gabriel Noël, antropoloog verbonden aan Flasco (universiteit in Buenos Aires) op 05-04-2011.

directe aanval door een tegenstander. In 2008 heeft een fan van Club Atlético San Lorenzo de Almagro een Vélezfan in de bus neergeschoten. Dit voorbeeld wordt vaak gegeven wanneer er gevraagd wordt naar het geweld. *“Kijk, zoiets kun je niet vermijden. Dit had mij ook kunnen overkomen, of één van mijn vrienden. Dit kan ons allemaal overkomen. Het is een risico dat altijd aanwezig is. Mocht zoiets gebeuren bij één van mijn vrienden, dan vecht ik uiteraard.”*

In veel clubliederen komt het gebruik van drank en drugs naar voren. De strekking van deze liederen is vaak: *“Ik weet niet wat ik heb genomen, maar ik ben onder invloed.”* Ook de jongens drinken veel alcohol. De *previas* in het Parispark voor de thuiswedstrijden staan in het teken van drinken. Als je niet mee doet, word je raar aangekeken. Bij verre uitwedstrijden zie je een uur voor het vertrek van de bussen groepen jongens zich verzamelen met koelboxen vol literflessen bier, flessen Fernet, Cola en ijsblokjes. Hun enige zorg op dat moment is of er genoeg alcohol is gekocht. Vlak voor de bussen vertrekken worden er vaak toch nog wat extra flessen ingeslagen en de koelbox wordt met de grootst mogelijke zorg behandeld.

De lichamelijke tekenen van *aguante*, zoals de littekens, komen in mindere mate voor bij de onderzoeksgroep aangezien er niet gevochten wordt zoals de *barrabrava* dat doen. Maar ook de jongens scheppen op over hun littekens. Enerzijds gebeurt dit op een lacherige manier, anderzijds willen ze hiermee wel laten zien naar welke wedstrijden ze zijn geweest en wat ze ‘overleefd’ hebben om de club te zien spelen. Veelal zijn het littekens van brandwonden die zijn ontstaan door het vuurwerk dat in het stadion wordt afgestoken. Deze littekens worden gezien als herinnering aan of souvenirs van bepaalde wedstrijden. Tegenover elkaar wordt er een beetje over opgeschept, ik heb meerdere malen hetzelfde gesprek gehoord tussen dezelfde personen. De één begint met zijn broekspijp omhoog te trekken en een klein litteken op zijn kuit te laten zien en vervolgens worden er allerlei mouwen opgestroopt en wordt er om het hardst geschreeuwd wie welk litteken tijdens welke wedstrijd heeft opgelopen. Wat ook uitbundig geshowd wordt zijn de tatoeages in de meest uiteenlopende vormen. In het stadion zie je mannen met ontblote bovenlichamen die het gehele stadion op hun rug hebben getatoeëerd, mannen die alle titels van Vélez inclusief jaartallen op hun borst hebben getatoeëerd en allerlei verschillende versies van het clublogo. Littekens en tatoeages zijn uiterlijke kenmerken van identiteit. Het laat aan anderen zien waar toe je

behoort. Je laat zien dat je voor je club staat. Dit is niet alleen een persoonlijke kwestie, maar gaat ook over de groep, de gemeenschap. In hoofdstuk drie ga ik hier verder op in.

### **Conclusie**

De mate van loyaliteit aan de club verschilt per toeschouwer. Giulianotti heeft dit onderverdeeld in vier bruikbare ideaaltypen: *supporters*, *followers*, *fans* en *flâneurs*. De laatste drie categorieën zijn de meest moderne toeschouwers. Moderniteit wordt volgens Bauman gekend door individualisering wat leidt tot een open identiteit. Veel fans ontlene hun identiteit aan de voetbalclub die zij supporten. Collectieve identiteit kan zorgen voor een gemeenschappelijk gevoel, ook in de huidige samenleving. Wanneer de jongens niet regelmatig naar wedstrijden komen, worden zij op hun gedrag aangesproken door de andere leden. Met *aguante* kunnen zij hun lidmaatschap aan de groep bewijzen.

A high-angle, night-time photograph of a massive crowd of people. The scene is filled with numerous bright blue balloons held up by the participants. The crowd is dense, and the lighting is dark, suggesting an outdoor event at night. A semi-transparent grey rectangular box is overlaid across the middle of the image, containing the text 'TWEEDE HELFT' in white, bold, sans-serif capital letters.

# TWEEDE HELFT

### 3 - Gemeenschappen

*Als ik op straat loop en ik zie iemand in een voetbalshirt van een andere club denk ik: 'puto' (eikel). In de bus zit ik liever naast iemand met een Vélezshirt, dan naast iemand waarvan ik niet weet voor welke club hij is. Ik ben trots op het shirt van de club. 'Wij' van Vélez groeten elkaar zonder dat je elkaar echt kent en we wisselen blikken van verstandhouding. Het zijn kleine gebaren die meer waarde lijken te hebben, omdat ze van medefans komen. Iedereen die niet voor Vélez is, vind ik stiekem een beetje stom. Ik merk dat ik na een paar weken een aantal gewoontes van de jongens over neem. Ik voel me op mijn gemak als we met z'n allen bij elkaar zijn. Het voelt lekker om bij een groep te horen en het idee te hebben dat ze altijd voor je klaar zullen staan. De wedstrijden zijn een hoogtepunt. Vooral de uitwedstrijden binnen de provincie. Wij tegen alles en iedereen. Meer dan vijftig afgedankte stadsbussen vertrekken vanaf het José Amalfitani stadion naar het stadion van de tegenpartij. De bussen zitten afgeladen vol. Fans hangen uit de ramen, staan opgepropt op de plaats waar vroeger de deur zat en vlaggen steken vanuit allerlei gaten uit de bus. Met hun handen trommelend op alles was los en vast zit, van het dak tot aan de grond van de bus, begeeft de karavaan zich zingend naar de plaats van bestemming.*

*Vélez is één van de weinige clubs die het vervoer naar uitwedstrijden voor hun fans regelt<sup>29</sup>, waardoor de lange stoet bussen altijd veel bekijks oplevert. Van verre hoor je ze al aankomen. De blauwe zwaailichten van de politieauto's die de bussen escorteren, lijken bijna mee te dansen op het ritme van het getrommel. Vanaf het moment dat de bussen de buurt Liniers verlaten, wordt alles en iedereen die we onderweg tegenkomen uitgescholden: van bejaarden in een rolstoel tot kleine baby's in buggy's. Alles en iedereen die niet voor Vélez is krijgt er van langs. De testosteron en adrenaline lijken de bus uit te knallen. Iedereen moet weten dat wij voor Vélez zijn. En dat we beter zijn dan de rest. Dat vooral.*

Dat ik me thuis zou voelen bij een groep voetbalfans, had ik nooit verwacht. Voetbal zorgt voor een gevoel van thuis, een gevoel van samenzijn. Brown et al. concluderen dat *"Football clubs now, as much as ever, embody many of the collective symbols, identifications and processes of connectivity, which have long been associated with the notion of 'community'"* (Brown et al. 2008:303). Voetbalclubs hebben dus eigenschappen die lange tijd geassocieerd werden met gemeenschap. Brown et al. spreken in de

<sup>29</sup> Uitwedstrijden buiten de provincie, zoals Bahía Blanca of Santa Fé worden als georganiseerde busreizen door de reisafdeling van de club geregeld. Hiervoor moet je je van te voren inschrijven en dan wordt er een stoel voor je gereserveerd. De prijzen hiervoor liggen tussen de 250 en 500 peso (ongeveer tussen de 50 en 100 euro) inclusief entree en busreis. Voor uitwedstrijden binnen de stad en de provincie worden oude stadsbussen ingezet. Voor deze wedstrijden kun je gewoon een uitwedstrijdkaartje kopen en in de bus gaan staan.

verleden tijd over de notie van gemeenschap en dat is niet voor niets. De laatste jaren is er in het publieke, maar vooral ook in het academische discours veel discussie over het wel of niet bestaan van gemeenschappen. Erik Hobsbawm stelt dat het woord gemeenschap nog nooit zo ongepast gebruikt werd. *'Never was the word 'community' used more indiscriminately and emptily than in the decades when communities in the sociological sense became hard to find in real life'* (Hobsbawm 1995:428). Dit citaat van Hobsbawm laat een paradox zien: aan de ene kant neemt het gebruik van het woord gemeenschap toe, maar aan de andere kant nemen volgens Hobsbawm de gemeenschappen in werkelijkheid af. In dit hoofdstuk wordt eerst een uiteenzetting gegeven van de verschillende ideeën die er bestaan over gemeenschap. Vervolgens wordt de discussie over het 'verlies' van gemeenschap uit een gezet en de relatie tussen voetbal en gemeenschap aangegeven en tot slot wordt aan de hand van empirisch materiaal getoond dat mensen in de moderne tijd nog steeds behoefte aan een gemeenschap hebben.

### Orde in de chaos

Het concept gemeenschap kent een langdurige geschiedenis in de sociale wetenschappen. De discussie met betrekking tot gemeenschappen is al lang gaande, omdat er geen sterke consensus is over wat gemeenschap precies is. Er is veel onenigheid over de term (Williams in Andrews 1998). In 1955 deed George Hillary onderzoek naar gemeenschappen en kwam tot de conclusie dat er binnen de sociale wetenschappen meer dan negentig verschillende definities van gemeenschap bestonden met als enige gemeenschappelijke deler de nadruk op mensen. Als gevolg van dit onderzoek waren er veel theoretici, inclusief Hillary, die voorstelden om het concept 'gemeenschap' af te schaffen (Andrews 1998).

Zowel Brown et al. als Andrews zijn hier fel tegen. Zij wijzen er juist op dat het belangrijk is om door te discussiëren over de term, omdat gemeenschap nu nog meer dan vroeger een centraal thema is in sport en sociaal beleid. Ze spreken over *'crisis of community'* maar benadrukken dat *'whiter theorists find the term useful or not, 'community' continues to be an important and defining 'conceptual reality'* (Brown et al. 2008:306).

Zygmunt Bauman kent gemeenschappen niet alleen een betekenis, maar ook een gevoel toe. Volgens hem geeft het hebben van een gemeenschap of het horen bij een

gemeenschap een 'goed gevoel'. Dit heeft te maken met de behoefte om ergens bij te horen. '*Community plays a crucial symbolic role in generating people's sense of belonging*' (Crow en Allen 1994:6). Deze *sense of belonging* waar Crow en Allen over spreken, staat in direct verband met gemeenschappen. Gemeenschap is een plek waar je je thuis kunt voelen. Bauman ziet gemeenschappen echter als een verloren paradijs, dat we nog altijd proberen te vinden (Crow en Allen 2001:1). Volgens Bauman komt dat onder andere door de in het vorige hoofdstuk al besproken 'individualisering' van de samenleving.

Om enigszins een orde te scheppen in de 'gemeenschapschaos', heeft Andrews een raamwerk opgezet waaronder verschillende concepties van gemeenschap geschaard kunnen worden. Dit doet hij door vier categorieën aan te merken: gemeenschap als geografisch toneel, gemeenschap als sociaal systeem, gemeenschap als een gevoel van identiteit en gemeenschap als ideologie. Gemeenschap heeft niet één betekenis, maar meerdere (Andrews 1998:110-113).

### **Voetbal en gemeenschap**

Het wordt als bijna vanzelfsprekend geacht dat professionele voetbalclubs diepe wortels hebben in hun gemeenschap. Dit is ook niet zo vreemd, aangezien de meeste clubs ontstaan zijn uit bestaande sociale groepen zoals kerken, arbeidsverenigingen of buurtclubs, zoals in het tweede hoofdstuk is beschreven. De club heeft daardoor een representatieve rol voor de inwoners van buurten, dorpen en steden gekregen. Richard Holt beschrijft in zijn boek '*Sport and the British: a modern history*' de ontwikkeling van sport in Groot-Brittannië. Hij concludeert daarin dat het voetbal in Engeland zich ontwikkelde in een tijd van snelle urbanisatie. Ook in Buenos Aires kwam het voetbal op in een tijd van snelle urbanisatie door de massa-immigratie. Holt beargumenteert dat deze snelle uitbreiding voor identiteitsproblemen zorgde voor de inwoners van de stad. Voetbalclubs konden een nieuwe focus bieden voor identiteit en collectieve vrije tijd (Holt in Brown et al. 2008). Zoals uit de vorige hoofdstukken is gebleken biedt voetbal voor de jongens van Vélez ook een focus voor identiteit, zij richten hun leven om de club heen in. Dus voetbal bood niet alleen aan het begin van de twintigste eeuw een uiting voor identiteit en gemeenschap, ook in de huidige moderne tijd biedt voetbalfandom die mogelijkheid.

Giulianotti verklaart, in navolging van Durkheim, dat de eerste voetbalclubs zorgden voor '*organic solidarity*' en '*collective consciousness*'. Hij bekritiseert degenen die



beweren dat moderniteit door industrialisatie, versnelde sociale mobiliteit en urbanisatie de traditionele gemeenschappen vernietigd heeft. Hij stelt juist dat *'football may [have] repair[ed] much of this social damage by enhancing the cultural bonding and integration of disparate individuals within modern societies'*. Giulianotti zet dit heel scherp neer, maar komt uiteindelijk op deze uitspraak terug en zwakt het af naar de suggestie dat voetbalclubs sterke connecties hadden met premoderne manieren van *bonding* (Giulianotti 1999). De uitspraak van Giulianotti gaat over de jaren dertig, maar is nog steeds van toepassing op de mondiale samenleving. Voetbalgemeenschappen zijn vaster dan het open en fluïde karakter dat Bauman aan gemeenschappen in de moderne tijd toekent. Kort gezegd stelt hij dat gemeenschappen niet meer dezelfde vorm hebben als voorheen. De fangemeenschap van Vélez laat juist wel een vaste vorm van gemeenschap zien. Je kunt dus stellen dat voetbal nu nog zorgt voor een "reparatie van sociale schade".

Zowel Holt als Giulianotti komen niet los van het idee dat voetbalgemeenschappen primair de directe geografische gemeenschappen zijn. Zij zijn hierin niet de enigen: Brown et al. concluderen dat sociologen en historici altijd gewerkt hebben vanuit de aanname dat voetbalclubs functioneel ontstaan zijn om geografische gemeenschapsbehoeften voor nieuwe of traditionele vormen van sociale en emotionele binding te vervullen. Zij stellen dat vanaf de jaren '30 de fans die bij voetbalgemeenschappen hoorden niet exclusief uit de directe omgeving van de clubs kwamen (Brown et al. 2008).

### **Verlies van gemeenschap?**

Verlies van gemeenschap wordt in de moderne tijd vaak gebruikt als excuus voor de problemen die zijn ontstaan door de snelle urbanisatie en industrialisatie in de moderne samenlevingen. Een van de eerste sociologen die over dit onderwerp schreef was Ferdinand Tönnies. Hij maakte onderscheid tussen *Gemeinschaft* en *Gesellschaft* (Tönnies 1887). *Gemeinschaft* (gemeenschap) werd gezien als een gemeenschap met intieme, blijvende, intrinsieke en betekenisvolle relaties. *Gesellschaft* (samenleving) daarentegen wordt beschreven als een samenleving met onpersoonlijke, vergankelijke en pragmatische relaties. Tönnies idee is dat bij de overgang van de traditionele naar de moderne samenleving ook een verschuiving plaatsvond van *Gemeinschaft* naar

*Gesellschaft*. Hij spreekt over een 'loss of community'. Dit werk van Tönnies stamt uit 1887, maar het idee speelt nog steeds in de huidige tijd bij academici en politici.

De vraag is echter of de gemeenschappen daadwerkelijk verdwijnen. Socioloog Jan Willem Duyvendak (2004) spreekt over 'lichte gemeenschappen' in de moderne samenleving. Hij stelt dat ondanks het individualistische idee van de moderne samenleving, de omgeving altijd een rol speelt. Hij stelt dat we collectief individualistische waarden aanhangen. Ondanks de ruimere keuzevrijheid die mensen in de moderne samenleving hebben ten opzichte van mensen in meer traditionele samenleving, kiezen mensen toch vaak voor hetzelfde. Dat is bijvoorbeeld terug te zien in het soort huizen, kleding of auto's. Hoe modern de huidige mens ook is, hij blijft altijd behoefte houden om onderdeel te zijn van een groep. Het idee dat de samenleving uiteenvalt in allemaal individuen ligt volgens Duyvendak een stuk genuanceerder. De banden met een gemeenschap zijn lossier geworden dan vroeger vandaar dat Duyvendak de term 'lichte gemeenschappen' introduceert (Duyvendak 2004).

De gemeenschap die de jongens rondom Vélez gevormd hebben, is echter veel hechter dan Duyvendaks idee van lichte gemeenschappen. Hij ziet wel behoefte van individuen om onderdeel te zijn van een groep, maar de term lichte gemeenschap impliceert vrijblijvendheid; een gemeenschap met losse banden zonder reciprociteitsprincipe. In de vorige hoofdstukken is al duidelijk gemaakt dat de jongens aan zichzelf, maar ook vooral aan de groep continu hun lidmaatschap moeten blijven bewijzen. Je moet blijven investeren in de gemeenschap door naar alle wedstrijden te komen en de bijeenkomsten daarbuiten. Doe je dit niet, dan beschik je niet over *aguante* en laat je niet zien hoe belangrijk Vélez voor je is. Deze passie is de gemeenschappelijke deler van de groep. Er is geen sprake van vrijblijvendheid en losse banden. De term lichte gemeenschap dekt naar mijn mening niet de vastheid van de groep Vélezfans. Zij hebben zich bewust gebonden aan een hechte groep met sociale verplichtingen.

Tönnies spreekt van een verschuiving van *Gemeinschaft* naar *Gesellschaft*, Bauman beschrijft de toenemende individualisering van de samenleving. De jongens uit mijn onderzoeksgroep blijken helemaal geen behoefte te hebben om alleen te zijn, ze willen juist samen komen en de momenten samen beleven.

“Ik weet dat de *Banda* (groep) er altijd voor me zal zijn. Het doet me goed als ik iemand zie met hetzelfde shirt aan. Je wéét dan gewoon dat je elkaar begrijpt. Daar zijn geen woorden voor nodig. Dat spreekt voor zich. Ik heb vrienden die niet voor Vélez zijn, maar bij hen mis ik altijd dat speciale gevoel, dat je wel deelt met Vélezfans.” – **Fabián**

“Ik ben voor Vélez al zo lang ik mij kan herinneren. Mijn vader nam me als kleine jongen mee naar de club, maar na de scheiding van mijn ouders heb ik geen contact meer met hem. Ik ging daardoor ook niet meer naar het stadion, maar de liefde voor de club bleef. Ik miste mensen om het Vélez gevoel mee te kunnen delen. Als je als fan alleen bent, ben je eigenlijk maar een halve fan. Alleen gaan of met een groep zijn, is niet te vergelijken. Sinds ik de jongens ken, heb ik voor het eerst het gevoel dat mensen mij echt begrijpen.”

– Ricardo

Vooraf Ricardo drukt de behoefte om samen te gaan sterk uit. Hij noemt dit enerzijds onderdeel van het fan zijn ‘anders ben je maar een halve fan’. Tegelijkertijd spreekt hij ook over gevoel. Het gevoel dat hij begrepen wordt door de jongens. Dit laat zien dat de jongens het gevoel hebben dat buitenstaanders de ‘liefde’ die zijzelf hebben voor de club niet snappen. Bauman spreekt in het geval van voetbalgemeenschappen over ‘kleedkamergemeenschappen’. Als voetbalclubs al hebben bijgedragen aan regelmatig sociaal contact, dan kunnen dat alleen maar de vluchtige gemeenschappen zijn, de enige vorm van alledaagse gemeenschappen die bestaan in de moderne *liquid society*. In een samenleving die gemarkeerd wordt door individualisme zullen fans zich alleen maar voegen bij gemeenschappen zonder toewijding om een tijdelijke behoefte aan veiligheid te kunnen bevredigen (Bauman 2001).

Brown et al. zijn het hier fundamenteel niet mee eens, zij zien wel degelijk hechte vriendschapsbanden ontstaan die ook buiten het raamwerk van het spel blijven bestaan (Brown et al. 2008). Dit is ook terug te zien bij de jongens van Vélez. Zij hebben vier jaar geleden bewust een groep gevormd en ervoor gekozen om met elkaar de voetbalmomenten te delen. Er zijn diepgaande vriendschappen en een hechte groep ontstaan. Op het moment dat de moeder van een van de jongens overleed, werd hij direct opgevangen. Iedere avond ging één van hen bij hem langs om te koken en te zorgen dat hij de eerste nachten niet alleen in het huis was. De hele groep ging naar de begrafenis en in de weken daarna hebben de jongens zich over hem ontfermd. De onderlinge band tussen de jongens is te beschrijven als blijvend, intrinsiek en betekenisvol, wat meer overeenkomt met de *Gemeinschaft* dan de *Gesellschaft* van Tönnies. Dat individuen een keuze hebben met betrekking tot identiteit (zie hoofdstuk 2) en ook gemeenschappen in de moderne samenleving betekent niet automatisch dat de gemeenschappen die zij vormen dan vluchtig en ‘onecht’ zijn.

De conclusie die Bauman trekt uit de verandering van gemeenschap – namelijk dat gemeenschappen in de huidige samenleving enkel nog bestaan uit vluchtige banden – doet naar mijn mening geen recht aan de hechte gemeenschap die de jongens hebben gevormd. Je moet blijven komen om bij de gemeenschap te blijven horen, van vluchtige banden is dus overduidelijk geen sprake.

### **‘Tussenmomenten’**

Wanneer voetbalgemeenschappen worden bekeken vanuit de theorie van Victor Turner (1967) over liminaliteit, moet de conclusie getrokken worden dat voetbalgemeenschappen niet gezien kunnen worden als langdurige vormen van gemeenschap. Turner beschrijft *‘between moments’* (tussenmomenten) waarin de verplichtingen van het dagelijks leven tijdelijk worden uitgesteld. Voorbeelden van zulke tussenmomenten zijn rituelen, carnavals of pelgrimages. Voetbalwedstrijden kunnen ook gezien als een tussenmoment. Turner bekeek de rol die deze momenten hebben bij het ontstaan van *communitas* (tijdelijke gemeenschappen waarbij saamhorigheid belangrijk is en sociale status er even niet toe doet). De binding die supporters voelen zou volgens Turners theorie een antistructurele vorm van binding zijn die tijdelijk verschillen uitwist. Je zou inderdaad kunnen stellen dat de voetbalwedstrijden tussenmomenten zijn. In het stadion is iedereen blij en vliegt elkaar om de nek en lijken de verschillen tussen de zeventwintig duizend aanwezigen er niet toe te doen (Turner in Brown et al. 2008). Het probleem met deze theorie van Turner is dat hij deze ‘tussenmomenten’ tegenover het dagelijks leven zet. Voor de jongens van Vélez is voetbal echter zo een centraal onderdeel van hun dagelijks leven dat dit niet kan worden afgeschreven als slechts een ‘tussenmoment’. Chris Stone stelt dat het juist het dagelijkse leven is waarin voetbalcultuur wordt uitgedrukt, in stand wordt gehouden en wordt ervaren (Stone 2007:170). De jongens zelf benadrukken dit ook vaak. *“Het is heel simpel. Vélez is onderdeel van ons leven. We hebben het nodig, als een basisbehoefte. We drinken, we eten, we ademen en we hebben Vélez”*, is wat Guillermo mij meerdere keren heeft verteld. Vélez is dus voor hem even belangrijk als essentiële levensbehoeften zoals eten en drinken.

Vélez is ook een belangrijk onderdeel voor de jongens, zij halen er troost uit op het moment dat er dingen tegen zitten. Zo vertelde Ricardo mij op een gegeven moment vol trots dat zijn zus zwanger was. Hij fantaseerde er op los over zijn rol als toekomstige

oom en het eerste wat hij zou doen is een Vélezshirt voor de baby kopen en het kindje meenemen naar de wedstrijden....

*Tien minuten voor het eindsignaal krijgt Santiago Silva (speler van Vélez) een penalty mee. We staan 2-1 voor en hebben nog één doelpunt nodig om door te gaan naar de finale van de Copa Libertadores. Het is doodstil in het stadion. Iedereen houdt zijn adem in op het moment dat Silva de bal neerlegt en een paar stappen naar achteren loopt. Op de tribune durven mensen niet te kijken, ze staan met gebogen hoofd naar hun schoenen te staren. De schelle toon van de scheidsrechters fluit gaat en Silva neemt een aanloop. Twee, drie stappen. Hij haalt uit en... schiet over. 'NOOO' klinkt over de tribune. Mensen worden boos, ze schreeuwen. Mensen zakken door hun knieën. Ik weet niet waar ik moet kijken en kijk naast me, naar Ricardo. Tranen lopen over zijn wangen.*

De dag na de wedstrijd wil Ricardo niets. Hij is niet naar zijn werk gegaan en vertelt dat hij zich nog nooit zo rot heeft gevoeld. *Quiero morir* (ik wil dood) is bijna het enige wat hij over zijn lippen krijgt. Een week later spreek ik hem weer. Hij is over zijn verdriet van de penalty heen, maar wil me wat anders vertellen. Zijn zus heeft de ongeboren baby verloren. Zijn moeder en zus zijn vreselijk verdrietig. Ik vraag hem hoe hij zich voelt, of hij verdrietig is. "Nee hoor, ik ben niet verdrietig, ik vind het wel zielig voor mijn zus. Maar ik heb Vélez toch? Ik heb niets anders nodig."

### **Lokaliteit**

Brown et al. concluderen dat in veel artikelen weinig onderscheid gemaakt wordt tussen geografische gemeenschappen en supportergemeenschappen. Zowel sportsociologen als historici hebben voornamelijk gewerkt vanuit de aanname dat voetbalclubs functioneel ontstaan zijn om geografische gemeenschapsbehoeften te vervullen. Zij benoemen wel de historische relatie maar pleiten ervoor om ook naar andere soorten gemeenschappen te kijken, zoals de hierboven beschreven 'tussenmomenten' van Turner. Ik ben het eens met Brown et al. dat men niet automatisch moet aannemen dat de supportersgemeenschap hetzelfde is als de geografische gemeenschap. Toch moet de directe geografische omgeving niet onderschat worden wanneer men kijkt naar supportergemeenschappen. Giulianotti maakt bij zijn indeling ook een onderscheid in geografische afstand. Hij ziet dat *fans* vaak geografisch verder weg wonen dan *supporters* (Giulianotti 2002).

In Buenos Aires is de buurt Liniers (nog steeds) sterk verbonden met de club Vélez. Je kunt mijns inziens dus niet om de geografische gemeenschap heen wanneer gesproken wordt over supportersgemeenschappen in Argentinië. Franklin Foer (2004) schrijft in zijn boek 'De wereld draait om de bal', over mondialisering en voetbal. Ook hij ziet het belang van het plaatselijke:

*'Tijdens mijn omzwervingen langs getikte fans, clubeigenaren uit de onderwereld en verdwaasde Bulgaarse spitsen viel mij op dat de mondialisering er niet in was geslaagd om de streek- en plaatsgebonden rituelen tijdens voetbalwedstrijden op te heffen, de bloedvetes de wereld uit te helpen of zelfs ook maar de corruptie terug te dringen. Daardoor begin ik te vermoeden dat de mondialisering de kracht van het plaatselijke juist had doen toenemen – en niet altijd met positieve gevolgen.'*

Brown et al. concluderen dat vanaf de jaren '30 door opkomst van televisie en auto's voetbalsupporters ook verder weg van de club konden wonen en de club toch blijven volgen. Meer dan driekwart van de jongens uit mijn onderzoeksgroep, komen uit de directe omgeving van het Vélezstadion. De andere jongens komen uit buurten die verder weg gelegen zijn. Dit is geen uitzondering, maar het is wel opvallend. Doordat het voetbal in Buenos Aires erg buurtgerelateerd is, is het in de meeste gevallen wel zo dat mensen fan zijn van de club die in de buurt staat waar ze zijn opgegroeid. Het grootste deel van die buurtbewoners is ook fan van de voetbalclub. Met de honderden clubs die in Buenos Aires bestaan is het bijna op een plattegrond uit te tekenen welke buurt bij welke club hoort. De grenzen zijn letterlijk terug te zien; zoals beschreven in de inleiding wordt het duidelijk dat je in Liniers bent op het moment dat het spoor wordt overgestoken. Ernesto heeft de normaal rood-wit gestreepte spoorwegoverganghekken eigenhandig bijgewerkt met groene verf: het rood-wit-groene hek heeft dezelfde kleuren die Vélez representeren. Ook is er volop Vélezgraffiti in de buurt. Dit is niet enkel in Liniers; in alle buurten vind je tekenen, symbolen, graffiti en clubkleuren van de club waartoe de desbetreffende buurt behoort.

De rivaliteit die tussen clubs bestaat in Buenos Aires is groot. Doordat de buurten en de club met elkaar verbonden zijn en dat dus voor meerdere buurten geldt, kunnen de jongens niet in hun Vélezkleren door bepaalde andere wijken lopen.

## Een onderzoek naar gemeenschapsbehoefte onder voetbalfans

*Het is koud tijdens de wedstrijd en ik heb geen trui bij me. Emiliano leent me zijn trui, door al het springen heeft hij aan enkel een dun shirt met korte mouwen meer dan genoeg. Dit gebeurt ongeveer iedere wedstrijd en meestal neem ik zijn trui mee naar huis. Dus ook deze week vraag ik Emiliano of ik zijn trui nog even aan mag houden. Hij kijkt me een beetje twijfelend aan. 'Iris, het is niet dat ik het koud heb, maar ik moet naar huis fietsen.' Ik snap er niks van en kijk hem niet begrijpend aan. 'Het is gevaarlijk voor mij om in m'n Vélezshirt naar mijn buurt te fietsen. Ik kom in een buurt die van All Boys is, de aartsrivaal. Als ik daar fiets met mijn shirt word ik waarschijnlijk tegengehouden en wordt mijn shirt afgepakt. Daarom heb ik altijd die neutrale trui mee: dan kom ik veilig thuis'*

Andersom wordt ook niemand in Liniers getolereerd met kleding van andere voetbalclubs:

*Op het moment dat er een man met een Bocashirt langs het Parispark loopt, draaien alle jongens direct hun hoofd om. Hem wordt verweten respectloos te zijn: dit is de grond van Vélez, daar loop je alleen met Vélezkleding. Er wordt naar hem geschreeuwd: 'Puto! Puto!'. Vijf jongens lopen op hem af, duwen hem de andere kant op. Op de hoek van de straat kijkt de politie toe. De jongens blijven tegen de man schreeuwen en duwen totdat hij uiteindelijk besluit zijn weg te vervolgen in andere richting.*

Deze twee voorbeelden laten zien dat niet alleen de buurt of de clubgrond belangrijk is als symbool, maar ook dat de buurt verbonden is aan de club. Of in ieder geval, de buurtbewoners claimen dat de buurt bij de club hoort. Fans van andere clubs respecteren dat, of accepteren dat in ieder geval omdat zij hetzelfde doen in hun wijk.

Het grootste gedeelte van de supporters in Buenos Aires is voor de club die staat in de buurt waar zij opgegroeid zijn en vaak nog steeds wonen. Dit heeft niet alleen met de buurt te maken maar ook met familietradities. In het nieuwste clubshirt van Vélez staat aan de binnenkant: "*nacido y criado fortinero*" (geboren en getogen fortinero), wat uitdrukt wat de meeste jongens voelen: Vélez zit in je bloed, je bent geboren en getogen Vélezfan. Vooral de jongens die via hun familie bij Vélez terecht zijn gekomen zijn letterlijk geboren en getogen Vélez, zij weten niet beter dan dat ze voor Vélez zijn. Ook de jongens zelf refereren vaak aan de toekomst en hun kinderen. "*Het is onmogelijk dat mijn kinderen niet voor Vélez zullen zijn*", zegt Emiliano vaak.

"Mijn ouders hebben mij nooit meegenomen naar de club, ik heb zelf voor Vélez gekozen. Maar nu ik weet dat Vélez vooral liefde is, zal ik er alles aan doen om dit ook op mijn kinderen over te brengen. Of ze nou willen of niet. Mijn kinderen zullen voor Vélez zijn, net als ik, dat is onbespreekbaar." – **Emiliano**

Dit lijkt tegenstrijdig met het idee dat individuen in het leven altijd een keuze hebben. Emiliano zegt zijn kinderen te zullen dwingen om voor Vélez te zijn. Keuzes (ook voor clubs) worden dus vaak beïnvloed door de omgeving, dit is wat Duyvendak aangeeft bij het kiezen voor 'lichte gemeenschappen'.

Scott Lash beschrijft de keuzes die betrokken zijn bij het deel uitmaken van een hedendaagse gemeenschap. Een van de centrale onderdelen van zijn 'reflexieve gemeenschap' is dat iemand niet in de gemeenschap geboren wordt, maar zichzelf erin stort (Lash in Brown et al. 2008). Deze keuze lijkt bij de jongens van mijn onderzoeksgroep te liggen in de graad van toewijding aan en enthousiasme voor Vélez. De keuze voor de club is vaak nog wel voorbestemd: je wordt fan van de club uit je buurt of die waar je ouders fan van waren, hoewel er ook uitzonderingen kunnen zijn. Waar het vroeger in veel gemeenschappen onmogelijk was om in of uit een gemeenschap te komen, zijn de gemeenschapsbanden in de huidige samenleving meer fluïde, ook de fangemeenschappen. Maar hieruit moet niet de conclusie getrokken worden dat de gemeenschappen rondom het voetbal geen hechte, reciprociteitsbanden opleveren en de gemeenschap alleen bestaat op het moment van de wedstrijd. De meer open structuur van gemeenschap moet niet verward worden met vrijblijvendheid. Van dit laatste is geen sprake binnen de fangemeenschap, doordat de jongens zich continu moeten blijven bewijzen aan zichzelf en aan de overige leden van de groep.

## **Conclusie**

In de huidige literatuur over gemeenschap komt vaak naar voren dat traditionele vormen van gemeenschappen zouden verdwijnen ten tijde van de moderniteit. Bauman ziet het individualisme van de huidige tijd als een van de oorzaken van de afname van gemeenschap. Gemeenschappen in de moderne samenleving functioneren volgens Bauman alleen om tijdelijke behoefte te vervullen. Een voetbalwedstrijd is een gevoel van samenzijn van negentig minuten, maar niets meer.

In de praktijk blijkt echter dat het gevoel van samenzijn veel langer duurt dan enkel de tijd van een wedstrijd. De behoefte om samen te zijn, hebben de jongens ook op andere, niet voetbalgerelateerde momenten. De theorie van Scott Lash over tussenmomenten kan dus niet toegepast worden op de situatie van de jongens. De band die zij hebben is ontstaan vanuit het voetbal, maar is uitgegroeid tot een hechte vriendschap die verder gaat dan alleen de wedstrijden. Brown et al. zien dit soort vaste



**Een onderzoek naar gemeenschapsbehoefte onder voetbalfans**

gemeenschappen ook in hun onderzoek in Engeland. Zij waarschuwen voor de vanzelfsprekende aanname waar veel academici vanuit gaan: dat supporter gemeenschappen dezelfde gemeenschappen zijn als de geografische gemeenschappen rondom de club. Hoewel deze waarschuwing op zijn plaats is - we moeten verder kijken dan alleen de geografische gemeenschap - is de lokaliteit in het voetbal in Argentinië wel een heel belangrijk onderdeel bij gemeenschapsvorming van voetbalsupporters.

# NABESCHOUWING



## Conclusie

*'Je bent in Argentinië uiterst merkwaardig als je niet van voetbal houdt: je wordt er meteen van verdacht niets van het leven te begrijpen.'* - **Jorge Valdano**<sup>30</sup>

Voetbal is niet meer weg te denken uit de Argentijnse samenleving. Sinds haar intrede aan het eind van de negentiende eeuw heeft voetbal een belangrijke plaats in het politieke en sociale leven veroverd. Fans van voetbalclubs voelen een bijna fysieke liefde voor hun club en doen er alles aan om hun team te kunnen zien spelen. Maar het is niet alleen het spel en de club op zichzelf die belangrijk zijn, het is vooral het samen zijn dat maakt dat fans zich thuis voelen bij hun club. In de antropologie wordt vaak gesproken over het kleine verhaal dat wat zegt over het grote verhaal. De groep jongens van Vélez kun je zien als het kleine verhaal, dat wat zegt over het grote verhaal van gemeenschappen in de moderne tijd.

In de fanwereld bestaan verschillende categorieën gemeenschappen. Richard Giulianotti maakt een onderscheid tussen *supporters*, *fans*, *followers* en *flâneurs*. Hij heeft deze indeling gemaakt op basis van de loyaliteit en toewijding van de voetbaltoeschouwers en de mate waarin zij hun identiteit kunnen ontleenen aan de club. Van deze categorieën zijn de *followers* en *flâneurs* het beste te omschrijven in de termen van de vluchtige gemeenschappen waarover Bauman spreekt. Deze typen toeschouwers gaan af en toe naar een wedstrijd en je kunt dus stellen dat zij hun tijdelijke behoeften vervullen door naar het stadion gaan, zich even één voelen met elkaar en vervolgens weer naar huis gaan. Dit is ook het geval bij het soort gemeenschap dat Victor Turner omschrijft. Een voetbalwedstrijd kan gezien worden als 'tussenmoment' in het normale leven. De *communitas* die in deze momenten gevormd worden zijn slechts van korte duur en de verbondenheid is slechts tijdelijk, vaak alleen zolang als het 'tussenmoment' duurt, in het geval van een voetbalwedstrijd dus negentig minuten. Volgens Turners theorie gaan mensen daarna weer door met hun dagelijks leven en komen zij bij het volgende tussenmoment weer bijeen, zonder in de tussentijd een gemeenschapsgevoel gehad te hebben.

---

<sup>30</sup> Oud Argentijns voetballer, speelde onder andere bij Newell's Old Boys en Real Madrid. Werd in 1986 wereldkampioen met Argentinië.

Zowel de *fans*, *followers* en *flâneurs* zijn categorieën van fans die kenmerkend zijn voor de moderne samenleving: zij hebben geen behoefte aan vaste vormen van gemeenschap met andere voetballiefhebbers. Ik wil me afscheiden van het idee dat er in de huidige tijd geen traditionele, vaste vormen van gemeenschap zouden bestaan. Nog belangrijker is dat er ook, in ieder geval bij de jongens van Vélez, een sterke behoefte aan is. Voor de jongens is voetbal niet slechts een vluchtige ontmoeting of een eenmalige gebeurtenis in de week: het is de basis van hun dagelijks leven. Arbeidscontracten worden ondertekend alleen op voorwaarde dat ze altijd naar de wedstrijden van Vélez kunnen gaan. De jongens steunen elkaar op moeilijke momenten, die niet voetbal gerelateerd zijn, zoals het overlijden van een ouder. Maar ook in privéaangelegenheden wordt er op moeilijke momenten gerefereerd aan Vélez. “Ik ben niet verdrietig, ik heb Vélez, *Vélez y nada mas*”.

De jongens hebben elkaar leren kennen via een forum voor Vélezfans op internet. Hun intentie was om een groep te vormen om naar de wedstrijden te gaan, maar ook om naast de wedstrijden samen te komen. Dit laat zien dat zij heel bewust een groep hebben gevormd. De jongens vertellen ieder een gelijksoortig verhaal over de vorming van de groep: ze wilden samen zijn met jongens die hen begrepen en die dezelfde liefde voor de club voelen als zijzelf. Dit laat duidelijk de behoefte zien die de jongens hadden om bij een groep te horen. Niet een groep willekeurige mensen, maar een groep van mensen die op henzelf lijken, met dezelfde identiteit.

Veel theoretici beweren dat gemeenschappen in de moderniteit een fluïde vorm aannemen omdat er geen behoefte meer is aan vaste gemeenschapsbanden. Bauman is één van deze theoretici. Volgens hem hebben de kenmerken van moderniteit, zoals urbanisatie en industrialisatie, ervoor gezorgd dat de moderne mens steeds individualistischer is geworden.

Dit idee van Bauman staat tegenover de manier waarop de jongens de groep hebben gevormd, zij hebben dit juist gedaan uit een behoefte om samen te zijn.

Duyvendak staat langer stil bij de behoefte van de moderne mens om zich te binden. Deze wil dat volgens hem niet in de vaste vormen zoals die in traditionele samenlevingen bestonden, maar de moderne mens komt bijeen in wat hij ‘lichte gemeenschappen’ noemt. Hiermee bedoelt hij open en fluïde gemeenschappen, waar mensen wel samen komen, maar geen sterke reciprociteitsbanden met elkaar hebben of vaste gemeenschapsbanden ontwikkelen. Hoewel Duyvendaks idee van ‘lichte gemeenschappen’ wel aandacht heeft voor de gemeenschapsbehoefte, komen ook de

lichte gemeenschappen niet overeen met de manier waarop de jongens zich binden aan elkaar en aan de groep. De fangemeenschap is geen gemeenschap waarbij je slechts af en toe naar bijeenkomsten komt, deze groep is een hechte groep. Er wordt van je verwacht dat je naar bijeenkomsten komt. Er is geen ruimte voor vrijblijvendheid, zoals dat wel het geval is bij de lichte gemeenschappen van Duyvendak.

Voetbal is een sterke kapstok waaraan mensen hun identiteit kunnen ophangen. Dit is prettig in een tijdperk waarin de keuzes voor het individu bijna oneindig lijken. Voor Vélez zijn, geeft de jongens van mijn onderzoeksgroep een veilig gevoel. Het is een duidelijk afgebakende groep; het is duidelijk wie er bij horen en wie niet. Het simpelste voorbeeld is de Vélezkleding waarin de jongens dagelijks lopen, andere kleding hebben ze bijna niet. Het is voor de jongens niet alleen belangrijk voor zichzelf om te laten zien voor welke club zij zijn, het wordt ook vanuit de groep verwacht. Dit uit zich door *aguante*. Je hebt moed nodig om het fanschap vol te houden. Fan moet je zijn in voor- en tegenspoed. Ook als de club vreselijk slecht speelt en al de wedstrijden verliest, moet je naar het stadion blijven komen en de longen uit je lijf zingen om de spelers op het veld aan te moedigen. Wat de jongens van Vélez dus hebben laten zien is dat er ook in moderne samenlevingen in de moderne tijd, behoefte bestaat aan vaste vormen van gemeenschap.

## Discussie

In deze laatste paragraaf beschrijf ik kort de eventuele tekortkomingen van dit onderzoek. Het veldwerk voor dit onderzoek is alleen uitgevoerd onder mannen. De voetbalwereld is vooral een mannenwereld, maar heeft wel een grote invloed op de samenleving als geheel. Onderzoek naar vrouwelijke fans of voetbalgemeenschappen vanuit een vrouwelijk perspectief geeft waarschijnlijk nieuwe, interessante inzichten in zowel de samenleving als de voetbalfanwereld.

Een tweede tekortkoming is dat dit onderzoek is uitgevoerd onder relatief jonge jongens. Een aantal heeft de verantwoordelijkheid van een baan, maar allemaal wonen ze nog bij hun ouders. Ik heb wel gesproken met volwassen voetbalfans en hun belevingen kwamen deels overeen met het leven van de jongens uit mijn onderzoeksgroep. Zij konden soms niet naar de wedstrijden komen door andere verplichtingen, zoals werk. Het zou dus heel goed kunnen dat deze jongens als ze ouder

zijn, minder vaak naar het stadion komen en elkaar minder vaak ontmoeten. Drie maanden onderzoek is hier echter veel te kort voor om hier zicht op te krijgen.

Tot slot lijkt het me interessant om een vergelijkend onderzoek te doen naar alle soorten toeschouwers binnen één voetbalclub. Nu heb ik alleen een kleine groep *supporters* uit het schema van Giulianotti gevolgd voor een zeer korte periode. Het zou nieuwe en wellicht verrassende inzichten opleveren wanneer ook vanuit de andere drie categorieën gereflecteerd wordt op gemeenschapszin, de voetbalfanwereld en de onderlinge verhoudingen.

## Bibliografie

Albarces, Pablo, and Maria Graciela Rodríguez

1999 Football and Fatherland: The crisis of national representation in Argentinian soccer. *Culture, Sport, Society* 2(3):118-133.

Anderson, Benedict

2006 *Imagined Communities*. London: Verso.

Andrews, Ian

1998 The Transformation of 'Community' in the Australian Football League. Part One: Towards a Conceptual Framework for Community. *Football Studies* 1(2):103-114.

1999 The Transformation of 'Community' in the Australian Football League. Part Two: Rewarding 'Community' Boundaries in the Post-War AFL. *Football Studies* 1(2):106-124.

Archetti, Eduardo

1999 *Masculinities: Football, Polo and the Tango in Argentina*. Oxford: Berg.

Bauman, Zygmunt

2001 Identity in the globalizing World. *Social Anthropology* 9(2):121-129.

Blackshaw, Tony

2008 Contemporary community theory and football. *Soccer & Society* 9(3):325-345.

Brouwer, Erik, en Rop Zoutberg

2003 *In den beginne was de bal*. Amsterdam: Vassalluci.

Brown, A., T. Crabbe and G. Mellor

2008 Introduction: football and community-practical and theoretical considerations. *Soccer & Society* 9(3):303-438.

Chiweshe, Manasa Kudzai

2011 Understanding the processes of becoming a football team fan in an African context: the case of Dynamos Football Club fans in Zimbabwe. *Soccer & Society* 12(2):174-183.

Dixon, Kevin

2011 A 'third way' for football fandom research: Anthony Giddens and Structuration Theory. *Soccer & Society* 12(2):279-298.

Duke, Vic and Crolley, Liz

1996 Football spectator behavior in Argentina: a case of separate evolution. *The Sociological Review* 44(2):272-293.

2001 Fútbol, Politicians and the People: Populism and Politics in Argentina. *The International Journal of the History of Sport* 18(3):93-116.

Duyvendak, J.

2004 *Kiezen voor de kudde. Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid.* Amsterdam: Van Genneep.

Eriksen, Thomas Hylland

2002 *Ethnicity and Nationalism.* London: Pluto Press.

2007 *Globalization: the key concepts.* Berg: Oxford

Foer, Franklin

2006 *De wereld draait om de bal: over globalisering en voetbal.* Amsterdam: Het Sporthuis.

Gaffney, Chris

2008 *Temples of the Earthbound Gods: Stadiums in the Cultural Landscapes of Rio de Janeiro and Buenos Aires.* Austin: University of Texas Press

2009 Stadiums and society in twenty-first century Buenos Aires. *Soccer & Society* 10(2):160-182.

Garriga Zucal, José

2007 Entre identidades nacionales y locales. Los simpatizantes de un club de fútbol argentina ante los avatars de su selección nacional. *Papeles del CEIC* 2007/2.

Gibson, Heather, Cynthia Wilming and Andrew Holdnak

2002 "We're Gators... Not Just Gator Fans": Serious Leisure and University of Florida Football. *Journal of Leisure Research* 34(4):397-425.

Giulianotti, Richard

1999 *Football: a sociology of the global game.* Cambridge: Polity Press.

2002 Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A taxonomy of Spectator Identities in Football. *Journal of Sport & Social Issues* 26(1):25-46.

2004 *Football, Violence and Social Identity.* London: Routledge.

Giulianotti, Richard and Robertson, Roland

2004 The globalization of football: a study in the glocalization of the 'serious life'. *The British Journal of Sociology* 55(4):545-568.



Jenkins, Richard

2008 *Social Identity*. Oxon: Routledge.

Lechner, F.J.

2007 Imagined Communities in the Global Game: Soccer and the Development of Dutch National Identity. *Global Networks* 7(2):193-229.

Nadel, Dave

1998 What is a football Community? *Football Studies* 1(1):59-68.

Porat, Ben Amir

2010 Football fandom: a bounded identification. *Soccer & Society* 11(3):277-290.

Sandvoss, Cornel

2003 *A Game of Two Halves: Football, Television and Globalization*. London: Routledge.

Sir Norman Chester Centre for Football Research

2002 Why support football?, *Factsheet 3*. Leicester: Sir Norman Chester Centre for Football Research, University of Leicester.

Stone, Chris

2007 The Role of Football in Everyday Life. *Soccer & Society* 8(2/3):169-184.

Tiesler N.C. & J. Coelho

2007 Globalized Football at a Lusocentric Glance: Struggles with Markets and Migration, Traditions and Modernities, the Loss and the Beauty. An Introduction. *Soccer & Society* 8(4):417-439.

Internetbronnen:

[http://www.censo2010.indec.gov.ar/preliminares/cuadro\\_totalpais.asp](http://www.censo2010.indec.gov.ar/preliminares/cuadro_totalpais.asp)

<http://www.rssf.com/tables/arghist-pro2000s.html#a2010>


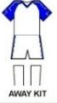








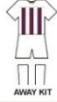

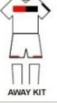





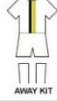



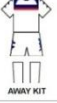

























# Bijlage I

**Primera División de Argentina 2011 Clausura.**  
Map with club locations and club profiles



**Above: The northeast area of Buenos Aires Province**

Bijlage II

<p>Club from MENDOZA PROVINCE</p> <p><b>Godoy Cruz</b> Club Deportivo Godoy Cruz Antonio Tomba. Est. 1921. Godoy Cruz, Mendoza Province. Estadio Feliciano Gambarte, cap. 14,000. 0 Argentine Professional Titles. 0 Copa Libertadores Titles. 1 Copa Libertadores appearance (2011, Second Stage). Current spell in top flight - 2 seasons: were promoted in 2008. 5th place in 2010 Apertura.</p>   	<p>Club from GREATER BUENOS AIRES, EASTERN SUBURBS, B.A. PROVINCE</p> <p><b>Banfield</b> Club Atlético Banfield. Est. 1896. Banfield, Greater Buenos Aires, Buenos Aires Province. Estadio Florencio Sola, cap. 37,245. 1 Argentine Professional Title (2009 Apertura). 0 Copa Libertadores Titles. 3 Copa Libertadores appearances (2010, Round of 16). Current spell in top flight - 10 seasons: were promoted in 2001. 15th place in 2010 Apertura.</p>   
<p>Club from SANTA FE PROVINCE</p> <p><b>Colón</b> Club Atlético Colón. Est. 1905. Santa Fe, Santa Fe Province. Estadio Brigadier General Estanislao López, cap. 32,500. 0 Argentine Professional Titles. 0 Copa Libertadores Titles. 2 Copa Libertadores appearances (2010, 1st Stage). Current spell in top flight - 16 seasons: were promoted in 1995. 10th place in 2010 Apertura.</p>   	<p>Club from GREATER BUENOS AIRES, EASTERN SUBURBS, B.A. PROVINCE</p> <p><b>Lanús</b> Club Atlético Lanús. Est. 1915. Lanús, Greater Buenos Aires, Buenos Aires Province. Estadio Ciudad de Lanús, cap. 46,619. 1 Argentine Professional Title (2007 Apertura). 0 Copa Libertadores Titles. 3 Copa Libertadores appearances (2010, Second Stage). Current spell in top flight - 19 seasons: were promoted in 1992. 7th place in 2010 Apertura.</p>  
<p>Club from SANTA FE PROVINCE</p> <p><b>Newell's All Boys</b> Club Atlético Newell's Old Boys. Est. 1905. Rosario, Santa Fe Province. Estadio Mario Bielso, cap. 38,095. 5 Argentine Professional Titles (2004 Apertura). 0 Copa Libertadores Titles. 6 Copa Libertadores appearances (2010, 1st Stage). Current spell in top flight - 48 seasons: were promoted in 1964. 9th place in 2010 Apertura.</p>   	<p>Club from GREATER BUENOS AIRES, EASTERN SUBURBS, B.A. PROVINCE.</p> <p><b>Quilmes</b> Quilmes Atlético Club. Est. 1887. Quilmes, Greater Buenos Aires, Buenos Aires Province. Estadio Centenario Dr. José Luis Melisner, cap. 30,200. 0 Argentine Professional Titles. 0 Copa Libertadores Titles. 2 Copa Libertadores appearances (2005, Group Stage). Current spell in top flight - 1 season: promoted in 2010. 16th place in 2010 Apertura.</p>   
<p>Club from the southern part of BUENOS AIRES PROVINCE</p> <p><b>Olimpo</b> Club Olimpo. Est. 1910. Bahía Blanca, Buenos Aires Province. Estadio Roberto Natalio Carminatti, cap. 16,000. 0 Argentine Professional Titles. 0 Copa Libertadores Titles. 0 Copa Libertadores appearances. Current spell in top flight - 1 season: were promoted in 2010. 17th place in 2010 Apertura.</p>  	<p><b>Autonomous City of Buenos Aires</b> (City limits shown in brown on map inset)</p> <p>7 CLUBS from AUTONOMOUS CITY OF BUENOS AIRES</p> <p><b>River Plate</b> Club Atlético River Plate. Est. 1901. Belgrano, Autonomous City of Buenos Aires. Estadio Monumental Antonio Vespucio Liberti, cap. 57,921. 33 Argentine Professional Titles (2008 Clausura). 2 Copa Libertadores Titles (1996). 30 Copa Libertadores appearances (2009, Second Stage). Current spell in top flight - 82 seasons: Since 1931/ Never Relegated. 4th place in 2010 Apertura.</p>  
<p>Club from GREATER BUENOS AIRES, WESTERN SUBURBS</p> <p><b>Tigre</b> Club Atlético Tigre. Est. 1902. Victoria, Greater Buenos Aires, Buenos Aires Province. Estadio Coliseo de Victoria, cap. 30,000. 0 Argentine Professional Titles. 0 Copa Libertadores Titles. 0 Copa Libertadores appearances. Current spell in top flight - 4 seasons: were promoted in 2007. 14th place in 2010 Apertura.</p>   	<p><b>Argentinos Juniors</b> Asociación Atlético Argentinos Juniors. Est. 1904. La Paternal, Autonomous City of Buenos Aires. Estadio Diego Armando Maradona, cap. 24,800. 3 Argentine Professional Titles (2010 Clausura). 1 Copa Libertadores Title (1985). 3 Copa Libertadores appearances (2011, Second Stage). Current spell in top flight - 7 seasons: were promoted in 2004. 12th place in 2010 Apertura.</p>   
<p>Club from AVELLANEDA, GREATER BUENOS AIRES, BUENOS AIRES PROVINCE.</p> <p><b>Independiente</b> Club Atlético Independiente. Est. 1905. Avellaneda, Greater Buenos Aires, Buenos Aires Province. Estadio Libertadores de América, cap. 44,000. 14 Argentine Professional Titles (2002 Apertura). 7 Copa Libertadores Titles (1984). 19 Copa Libertadores appearances (2011, Second Stage). Current spell in top flight - 82 seasons: Since 1931/ Never Relegated. 20th place in 2010 Apertura.</p>  	<p><b>All Boys</b> Club Atlético All Boys. Est. 1913. Floresta, Autonomous City of Buenos Aires. Estadio Islas Malvinas, cap. 21,000. 0 Argentine Professional Titles. 0 Copa Libertadores Titles. 0 Copa Libertadores appearances. Current spell in top flight - 1 season: were promoted in 2010. 8th place in 2010 Apertura.</p>   
<p>Club from AVELLANEDA, GREATER BUENOS AIRES, BUENOS AIRES PROVINCE.</p> <p><b>Racing</b> Racing Club. Est. 1903. Avellaneda, Greater Buenos Aires, Buenos Aires Province. Estadio Presidente Juan Domingo Perón, cap. 51,389. 7 Argentine Professional Titles (2001 Apertura). 1 Copa Libertadores Title (1967). 6 Copa Libertadores appearances (2003, Round of 16). Current spell in top flight - 25 seasons: were promoted in 1986. 6th place in 2010 Apertura.</p>  	<p><b>San Lorenzo</b> Club Atlético San Lorenzo de Almagro. Est. 1908. Boedo, Autonomous City of Buenos Aires. Estadio Pedro Bidegain ('El Nuevo Gasómetro'), cap. 43,494. 10 Argentine Professional Titles (2007 Clausura). 0 Copa Libertadores Titles. 11 Copa Libertadores appearance (2009, Second Stage). Current spell in top flight - 29 seasons: were promoted in 1983. 13th place in 2010 Apertura.</p>   
<p>Club from AVELLANEDA, GREATER BUENOS AIRES, BUENOS AIRES PROVINCE.</p> <p><b>Arsenal [de Sarandí]</b> Arsenal Fútbol Club. Est. 1957. Sarandí, Avellaneda, Greater Buenos Aires, Buenos Aires Province. Estadio Julio Humberto Grondona, cap. 16,300. 0 Argentine Professional Titles. 0 Copa Libertadores Titles. 1 Copa Libertadores appearance (2008, Second Stage). Current spell in top flight - 9 seasons: were promoted in 2003. 3rd place in 2010 Apertura.</p>  	<p><b>Huracán</b> Club Atlético Huracán. Est. 1908. Parque Patricios, Autonomous City of Buenos Aires. Estadio Tomás Adolfo Ducó, cap. 48,314. 1 Argentine Professional Title (1973 Metropolitan). 0 Copa Libertadores Titles. 1 Copa Libertadores appearance (1974, Semifinals). Current spell in top flight - 4 seasons: were promoted in 2007. 18th place in 2010 Apertura.</p>   
<p>Club from LA PLATA, BUENOS AIRES PROVINCE</p> <p><b>Estudiantes de La Plata</b> Club Estudiantes de La Plata. Est. 1905. La Plata, Buenos Aires Province. Estadio Jorge Luis Hirschi, cap. ~23,000 (being re-built). (Temporary: Centenario Dr. José Luis Melisner, in Quilmes, cap. 30,200.) 5 Argentine Professional Titles (2010 Apertura). 4 Copa Libertadores Titles (2009). 12 Copa Libertadores appearances (2011, Second Stage). Current spell in top flight - 16 seasons: were promoted in 1995. Argentine Champions in 2010 Apertura.</p>  	<p><b>Boca Juniors</b> Club Atlético Boca Juniors. Est. 1905. La Boca, Autonomous City of Buenos Aires. Estadio Alberto J. Armando ('La Bombonera'), cap. 49,000. 23 Argentine Professional Titles (2008 Apertura). 6 Copa Libertadores Titles (2007). 22 Copa Libertadores appearances (2009, Round of 16). Current spell in top flight - 82 seasons: Since 1931/ Never Relegated. 11th place in 2010 Apertura.</p>  
<p>Club from LA PLATA, BUENOS AIRES PROVINCE</p> <p><b>Gimnasia La Plata</b> Club de Gimnasia y Esgrima La Plata. Est. 1887. La Plata, Buenos Aires Province. Estadio Juan Carlos Zerillo, cap. 24,544. 0 Argentine Professional Titles. 0 Copa Libertadores Titles. 2 Copa Libertadores appearances (2007, 2nd Stage). Current spell in top flight - 22 seasons: were promoted in 1985. 19th place in 2010 Apertura.</p>  	<p><b>Vélez Sarsfield</b> Club Atlético Vélez Sarsfield. Est. 1910. Liniers, Autonomous City of Buenos Aires. Estadio José Amalfitani, cap. 49,540. 8 Argentine Professional Titles (2011 Clausura). 1 Copa Libertadores Title (1994). 12 Copa Libertadores appearance (2011, Second Stage). Current spell in top flight - 66 seasons: were promoted in 1944. 2nd place in 2010 Apertura.</p> 