



Asociatividad, Capital Social y Redes Sociales

Andrés Aguirre

Sociólogo, Universidad de Chile
andrestxt@hotmail.com

Mónica Pinto

Socióloga, Universidad de Chile
monicapinto@gmail.com

Resumen

Este trabajo indaga en la percepción de los actores sociales, las relaciones interpersonales, los significados asociados y las redes sociales autogeneradas en las prácticas asociativas que se desarrollan en este ámbito de sociabilidad compartida.

Nuestro análisis se sustenta en la teoría de los campos de Pierre Bourdieu, la que opera como corpus articulador de los aspectos asociativos directos encontrados, incorporando de igual forma aspectos de la teoría del capital social, y el enfoque de redes sociales, aplicado al contexto de esta organización social.

Para obtener el conocimiento así planteado, nos aproximamos al discurso, a los relatos que respecto a su asociatividad, enuncian los propios miembros del club de fútbol amateur. En este sentido, elaboramos un diseño de investigación cualitativo cuya técnica de observación y captación del sentido se basó en una serie de entrevistas semi-estructuradas.

Al concluir, se desarrolla y presenta un análisis de los resultados obtenidos, entre los cuales destaca la riqueza de la vida asociativa, espacios de sociabilidad, redes de ayuda mutua, convivencia intergeneracional conformadora de identidad social, así como el potencial de capital social subyacente.

Introducción

Entre la amplia gama de disciplinas deportivas existentes en las sociedades contemporáneas, el Fútbol se ha constituido en la actividad deportiva de mayor interés y masividad.

En efecto, observando este ámbito de realidad, percibimos que la extensión del fútbol traspasa fronteras políticas, sistemas sociales o culturales, convirtiéndose en multitudinario objeto de interés, pasión y práctica. Así, se determina que el fútbol se ha transformado en un hecho social total (Oliven y Damo 2001), sustentado en una amplia profesionalización y organización a nivel global. De tal forma, que en el panorama del fútbol, hallamos a los grandes clubes que acuerdan competencias nacionales e internacionales, movilizandando amplios recursos en materia de inversiones y contratos. Otra arista de aproximación a este deporte, lo evidencia su función de vínculo social y canalización de energías e identificaciones colectivas referidas, por ejemplo, a los seleccionados nacionales, componente ideológico-político concomitante con su amplitud de alcance universal.

Sin embargo, el fútbol como fenómeno social, no circunscribe su influjo y relevancia al contexto sistémico de la “industria” deportiva o de alto rendimiento. Junto a esta dimensión de mayor visibilidad e impacto, coexiste un ámbito menos publicitado por los medios de comunicación; heredero de los orígenes de este deporte en cuanto práctica de asociatividad, situada en el mundo de vida popular. Nos referimos al fútbol de base, expresión de sociabilidad en el ámbito del espacio urbano (barrios y canchas); entorno voluntario

de interacción asociativa, lugar de significados y actos compartidos, cuyas implicancias sociales se relacionan con la participación sociocultural de los sectores menos privilegiados.

Ahora bien, en la etapa de revisión bibliográfica, detectamos que si bien existen una serie de estudios abocados al fenómeno del fútbol en su aspecto económico-organizativo, se observa la ausencia de investigaciones sobre el fútbol amateur en cuanto actividad asociativa. En efecto, el conocimiento de este espacio social en sus dimensiones de significados compartidos o de emergencia de redes e intercambios de ayuda mutua a partir del contacto habitual del “juego”, es un campo de análisis prácticamente inexplorado. Si bien se menciona en algunos artículos e investigaciones la característica participacional y las consecuencias virtuosas de su práctica en espacios sociales carenciados (el fútbol como lugar deportivo y masivo de sociabilidad, o en su rol de mitigación de ciertos problemas sociales como el consumo droga en jóvenes); apreciamos la inexistencia de estudios que con un enfoque micro social se orienten a investigar y comprender la especificidad sociocultural o el habitus asociativo en el fútbol, acompañado de la trama de redes sociales que de este compartir recreativo y social pudiesen emerger.

La Organización del Fútbol Amateur

El amauterismo futbolístico es una actividad masiva y de extensión nacional. La organización que coordina este espacio deportivo lo constituye la Asociación Nacional de Fútbol Amateur. Según los datos recabados del sitio web de esta entidad; ANFA pone especial acento en el fútbol local. Los clubes a su vez, se relacionan entre sí para efectos de la preparación y competencia dentro de las diversas asociaciones locales, agrupaciones reunidas en una instancia mayor de carácter regional.

En el marco de acción de ANFA, su declaración institucional señala como objetivo el “representar al conjunto de Asociaciones Locales (...) las funciones principales son: Fiscalizar, Controlar e Informar al Directorio Nacional de la marcha de sus Asociaciones, en el aspecto deportivo y administrativo. En gran medida el financiamiento de sus actividades depende de los recursos económicos que obtienen de las respectivas Regiones, a través de una tributación anual de las Asociaciones y de los aportes que les transfiere ANFA”. Cada Asociación Regional, realizan anualmente campeonatos en categoría seniors, adultos juveniles e infantiles, así como las eliminatorias de los diversos campeonatos.

El Club de Fútbol de Base

Para ANFA, el club es la organización encargada de realizar la actividad deportiva en beneficio de sus socios, dentro del marco reglamentario de esta organización. Cada club funciona de forma independiente, relacionándose con su asociación sólo para efectos competitivos. Es requisito fundamental para que un club a una asociación se incorpore a ANFA, contar con la Personería Jurídica vigente.

En pos de apreciar las magnitudes de la amplia instancia de participación que conlleva el fútbol amateur, presentamos los siguientes datos proporcionados por la entidad deportiva de mayor convocatoria del país (ANFA 2003):

- Asociaciones Regionales: 13
- Asociaciones Locales: 345
- Clubes Deportivos de Base: 4.690
- Futbolistas Varones y Damas: 659.254 (no se presentan datos desagregados según género)
- Clubes: 4.690
- Encuentros: 2.176
- Partidos de Fútbol por semana: 15.232
- Convocatoria 100 personas/partido. Mercado potencial activo: 1.523.200

Finalmente, ANFA en busca de resaltar su convocatoria y potencial económico en cuanto mercado “cautivo”, concluye que al multiplicar a cada afiliado por un grupo familiar estándar de 4 miembros, el fútbol amateur alcanza en el desarrollo de su actividad de manera indirecta, a un entorno cercano a las 2.800.000 personas.

Marco Teórico Conceptual

Teoría de los Campos de Pierre Bourdieu

En primer lugar, utilizaremos los planteamientos teóricos de Pierre Bourdieu (1992). El núcleo de la teoría de Bourdieu reside en la relación dialéctica entre los conceptos de habitus y campo. De esta manera, el autor visualiza a la sociedad como un sistema relacional de diferencias en el que se dan una serie de campos con sus reglas de juego particulares. Es decir, la sociedad se constituye por medio de espacios de relaciones sociales estructuralmente diferenciados y relativamente autónomos, que son los campos en donde los actores sociales insertan sus historias o trayectorias sociales.

Las sociedades se presentan como espacios sociales o campos, es decir: “...estructuras de diferencias que sólo cabe comprender verdaderamente si se elabora el principio generador que fundamenta estas diferencias en la objetividad. Principio que no es más que la estructura de la distribución de las formas de poder o de las especies de capital eficiente en el universo social considerado, y que por lo tanto varían según los lugares y los momentos” (Bourdieu 1992:34).

Bourdieu sostiene que esta estructura no es inmutable y en este contexto, al referirse al espacio social como un campo, es decir, “a la vez como un campo de fuerzas, cuya necesidad se impone a los agentes que se han adentrado en él, y como un campo de luchas dentro del cual los agentes se enfrentan, con medios y fines diferenciados según su posición en la estructura del campo de fuerzas, contribuyendo de este modo a conservar o transformar su estructura” (Bourdieu 1992:37).

Bourdieu se refiere a los campos como universos sociales relativamente autónomos. En este sentido, es en esos campos de fuerzas en donde se objetivan las luchas y/o conflictos específicos entre los actores sociales involucrados. De este modo, intelectuales, religiosos, futbolistas, científicos, mineros, artistas, etc. son campos específicos, es decir, están estructurados conforme a ciertos conflictos en los que se enfrentan distintas visiones que luchan por imponerse.

En cada uno de estos campos -visualizados como espacios de lucha- los grupos intentan apropiarse de las posiciones dominantes, debido a que en tales posiciones de privilegio se pueden obtener los beneficios inmediatos que trae aparejado el campo, para lo cual se invierten recursos y crean estrategias que son los capitales. El campo es un tipo de mercado competitivo en el que se emplean y despliegan varios tipos de capital (económico, cultural, social, simbólico). Las posiciones de los diversos agentes dentro del campo dependen de la cantidad y peso relativo del capital que poseen.

En este sentido, Bourdieu distingue algunos tipos de capital: capital simbólico, capital cultural, capital económico, capital social, etc.

“El capital simbólico es una propiedad cualquiera, fuerza física, valor guerrero, que, percibida por unos agentes sociales dotados de las categorías de percepción y de valoración que permiten percibirla, conocerla y reconocerla, se vuelve simbólicamente eficiente, como una verdadera fuerza mágica: una

propiedad que, porque responde a unas 'expectativas colectivas', socialmente constituidas, a unas creencias, ejerce una especie de acción a distancia, sin contacto físico (Bourdieu 1997:143).

Para Bourdieu el capital simbólico sólo existe en la medida en que es percibido por los otros como un valor. No tiene existencia real, sino un valor efectivo que se basa en el reconocimiento por parte de los demás de un poder a ese valor. Tiene que haber un consenso social para el reconocimiento de dicho valor. El capital cultural puede adquirirse de diversas formas, educación formal, exposición a medios de comunicación, relación con otras personas o categorías sociales y en cualquier situación que signifique un contenido en la experiencia del sujeto. Así, cualquier escenario de interacción permitirá la acumulación de capital cultural debido a los distintos aspectos presentes en instancias comunicativas: cada palabra e imagen puede generar cambios en la subjetividad en el marco de la vida cotidiana, en el contexto de que el sujeto se percibe en un mundo frágil con cambios de referentes y consecuente acumulación de los mismos. Así, el capital cultural se acumula, ya que constituye una solución transitoria hasta que aparece una forma de aprehensión exitosa a situaciones nuevas.

El capital económico se refiere a la posición o lugar que ocupa el individuo en el mecanismo social de la distribución del ingreso.

Por otro lado, el concepto de *Habitus*¹ es importante dentro de los planteamientos teóricos de Bourdieu. Dentro de la sociedad no existe una vivencia independiente de la sociedad misma y sus reglas; las experiencias están mediatizadas por las configuraciones de los diferentes campos: si el campo es el marco, el *habitus* es su interiorización. De esta forma, el *habitus* corresponde al conjunto de esquemas generativos a partir de los cuales los actores sociales perciben el mundo y actúan en él. Estos esquemas generativos están socialmente estructurados, pero al mismo tiempo son estructurantes. Es decir, han sido conformados a lo largo de las trayectorias sociales de cada sujeto y suponen la interiorización de la estructura social, del campo concreto de relaciones sociales en el que el sujeto se ha conformado como tal, pero al mismo tiempo corresponden a las estructuras a partir de las cuales se producen los pensamientos, percepciones y acciones del actor social.

“El *habitus* se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir” (Bourdieu 1972: 178).

El *habitus* corresponde a la forma cómo las estructuras sociales se internalizan en nuestra cabeza, en nuestro cuerpo para interiorizar lo exterior. Por ende, será a partir del *habitus* que los agentes sociales formarán un conjunto de esquemas prácticos de percepción (división del mundo en categorías -distinción entre lo adecuado e inadecuado, entre lo bello y lo feo, entre lo apropiado y lo inapropiado), a partir de los cuales se generarán las prácticas, las elecciones de los agentes. Por lo tanto, en base al *habitus* los sujetos producirán sus prácticas.

De esta forma, ni los agentes son libres en sus elecciones -el *habitus* es el principio no elegido de todas las elecciones-, ni están simplemente determinados -el *habitus* es una disposición, que se puede reactivar en conjuntos de relaciones distintas y dar lugar a un abanico de prácticas distintas.

¹ Esta idea no fue creada por Bourdieu, sino que corresponde a una idea tradicional filosófica que él ha reformulado.

El habitus nos explica por qué las prácticas de los sujetos no puedan comprenderse únicamente en referencia a su posición actual en la estructura social. Porque el habitus, como principio generador de las prácticas, ha sido adquirido fundamentalmente en la “socialización primaria”, mediante la familiarización con unas prácticas y unos espacios que son producidos siguiendo los mismos esquemas generativos y en los que se hayan inscritas las divisiones del mundo social: “Es todo el grupo el que se interpone entre el niño y el mundo, no sólo por sus llamadas de atención (‘warnings’) destinadas a inculcar el miedo de los miedos sobrenaturales, sino por todo el universo de prácticas rituales y de discursos, que lo pueblan de significaciones estructuradas conforme a los principios del habitus conforme” (Bourdieu 1992: 129-130). Por ende, si las primeras experiencias poseen un peso fuerte, es debido a que el habitus tiende a asegurar su propia constancia, un mecanismo de defensa contra el cambio. Así, operará una selección sistemática de las nuevas informaciones, rechazando aquellas que lo cuestionen y limitando la exposición del agente a aquellas experiencias sociales, a aquellos grupos sociales en los cuales su habitus no sea adecuado.

Así, para comprender las prácticas de los agentes sociales, no basta solamente con remitirnos a su situación presente debido a que el habitus reintroduce la dimensión histórica en el análisis de la acción de los agentes, mediante esta estructura generativa que asegura la presencia del pasado en el presente:

“el habitus produce prácticas (...) conforme a los esquemas engendrados por la historia, asegura la presencia activa de las experiencias pasadas que, depositadas en cada organismo bajo la forma de esquemas de percepción, de pensamiento y de acción, tienden, de forma más segura que todas las reglas formales y todas las normas explícitas, a garantizar la conformidad de las prácticas y su constancia en el tiempo” (Bourdieu 1992: 91).

Por otro lado, resulta importante mencionar que es fundamental la relación del habitus con el cuerpo. El habitus se aprende mediante el cuerpo, se incorpora a través de un proceso de familiarización práctica que no pasa por la conciencia: “El cuerpo cree en lo que juega: llora si mima la tristeza. No representa lo que juega, no memoriza el pasado, él actúa el pasado, así anulado en cuento tal, lo revive. Lo que se aprende por el cuerpo no es algo que se posee como un saber que se domina. Es lo que se es” (Bourdieu 1992:123).

Esto nos permite comprender que las prácticas sociales no se explican en función de la conciencia de los actores, alude a un sistema de relaciones que se escapa a su aprehensión. El habitus se aprende con el cuerpo más allá de la conciencia y al involucrar la interiorización de esquemas cognitivos y perceptivos del grupo social en donde el sujeto fue educado, resulta lógico que el agente reproduce estos esquemas de forma involuntaria y no consciente. Los agentes están sujetos por el grupo social donde se formaron debido a los esquemas que incorporaron.

Los habitus, por otra parte, se encuentran relacionados con la racionalidad práctica, más bien con las diferentes racionalidades prácticas de los sujetos, que son función de sus esquemas de acción y percepción -de sus habitus- formados en condiciones sociales y materiales específicas. Así, es este sentido práctico, esta racionalidad particular y práctica la que permite responder en urgencia de tiempo (aquí y ahora) a partir de los esquemas incorporados.

El habitus no supone solamente la apropiación práctica de los esquemas que utilizamos para producir las prácticas adecuadas a alguna situación, sino también supone un interés en esa situación, en vivirla. Si los actores sociales “juegan los diversos juegos” de apropiación de capital -económico, científico, simbólico, cultural, etc.- es debido a que han incorporado ese interés a través de la inmersión en un universo de prácticas que define lo que está en juego: porque han incorporado en su habitus y por ende, más allá de su reflexión y conciencia, unos esquemas apreciativos, perceptivos y evaluativos particulares.

En este contexto, visualizamos al campo futbolístico como un campo social relativamente autónomo, estructurado de acuerdo a un sistema de reglas propias tanto formales como informales situadas en el contexto del devenir futbolístico y por ende, derivado de su devenir en el tiempo. De esta forma, apreciamos al campo como una red de relaciones objetivas entre posiciones, es un espacio donde los agentes pueden actuar pero a su vez se encuentran limitados por las mismas reglas que conforman el campo. El campo futbolístico existe desde que existe la práctica del fútbol, es decir, desde fines del siglo XIX, pero lógicamente se han generado nuevas prácticas sociales y un nuevo modo de vincularse con la esfera social. El habitus asociativo futbolístico se ha constituido en una estructura estructurante capaz de generar y moldear prácticas, así como de hábitos asociados a formas de organización y participación, transmitidos de generación en generación en muchos casos y a través de las instituciones de socialización (como la escuela y la familia por ejemplo).

Bourdieu propone el ejemplo del “juego”, en el que los jugadores, una vez que han interiorizado sus reglas, actúan conforme a ellas sin reflexionar sobre las mismas ni cuestionárselas. De alguna medida, se ponen al servicio del propio juego en sí. Esa interiorización y automatismo de las reglas del juego, que son las que determinan la capacidad de acción de los jugadores, se corresponden con ese “cuerpo socializado”, con el habitus generado en los diversos campos sociales. De esta forma, podemos ver que los sujetos ejercen sus prácticas condicionados por un sistema de disposiciones adquiridas a través de su trayectoria social, orientadas por su propio habitus o “estructura estructurante generadora de prácticas”².

El habitus es generado por las estructuras objetivas y éste a su vez, genera las prácticas individuales dando a la conducta esquemas de percepción, pensamiento y acción. El habitus sistematiza las prácticas y garantiza su coherencia con el desarrollo social. A su vez, tiende a reproducir las condiciones objetivas que le dieron origen, pero ante contextos diferentes puede reorganizar las prácticas adquiridas y producir acciones transformadoras, más allá de la reflexión y de la conciencia.

Capital Social y Comunidad

Las propiedades del capital social se generan a partir de la estructura de relaciones sociales que existe en todo grupo o colectivo, y hasta el capital social vinculado a individuos nace por relaciones interpersonales entre los demandantes y las fuentes, lo que lleva a poner al sujeto poseedor en las instituciones y redes sociales por donde cruza. El capital social por consiguiente es parte integrante de las comunidades, las empresas y organizaciones colectivas. Autores como Bourdieu, Coleman y Durston subrayan el carácter colectivo del capital social, como un atributo de comunidades, grupos y organizaciones sociales, en donde existe confianza y compromiso con las normas, por ejemplo. En este sentido, el capital social es una propiedad de la estructura social, incluso al tratarse de una forma de capital es ya una constitución social (si somos rigurosos a la definición de Marx de capital).

Durston (2000) postula que existen dos especies de capital social: uno individual y otro comunitario (o colectivo). Ambos tipos de capital social nacen y se desarrollan en el seno de relaciones entre personas, lo que lleva a cuestionar el hecho que el capital social pueda ser visto por algunos autores como una forma de propiedad privada, siendo más bien una propiedad estructural. Para Durston el capital social individual “consta del crédito que ha acumulado la persona en la forma de reciprocidad difusa que puede reclamar en momentos de necesidad, a otras personas para las cuales ha realizado, en forma directa o indirecta,

² Al respecto Giddens señala que si bien las personas están determinadas por las estructuras sociales externas, a la vez, estas mismas personas construyen estas estructuras a partir de sus propias prácticas (acción estructurante). Para más información ver Giddens, Anthony. 1986. La Constitución de la Sociedad: Bases para la Teoría de la Estructuración. Ed. Amorrortu.

servicios o favores en cualquier momento en el pasado”. En cambio, el capital social comunitario “consta de las normas y estructuras que conforman las instituciones de cooperación grupal. Reside, no en las relaciones interpersonales diádicas, sino en estos sistemas complejos, en sus estructuras normativas gestionadoras y sancionadoras” (Durston 2000:21).

Entonces, el capital social es una propiedad de las estructuras sociales, en su forma individual toma la forma de redes interpersonales que permiten al individuo vincularse con los otros en intercambios sociales, contactos y favores, pero en su sentido colectivo se refiere a la institucionalización de las relaciones de cooperación y ayuda recíproca en el marco de organizaciones, empresas, comunidades locales y grupos que conforman la sociedad civil.

Bajo esta lógica, el capital social comunitario es más que las redes sociales que componen la malla de relaciones interpersonales, conformando instituciones colectivas que reproducen modelos de comportamiento. Durston señala que las instituciones “son sistemas de normas y de relaciones sociales estables que resultan de las interacciones en un grupo de personas, y que tienden a producir la satisfacción de necesidades de algunos o de todos ellos (beneficios para) a un costo menor que en forma individual, o que sería imposible de producir de otra manera” (Durston 2000:22).

El capital social colectivo, por tanto, se basa en instituciones comunitarias para su desarrollo, es decir, forma parte de sistemas complejos de relaciones sociales.

Durston (2000) señala que tanto los fundadores como los ampliadores del enfoque del capital social han identificado una serie de características institucionales y funcionales del capital social comunitario:

- a) el control social a través de la imposición de normas compartidas por el grupo por oprobio o castigo de individuos transgresores;
- b) la creación de confianza entre los miembros de un grupo;
- c) la cooperación coordinada en tareas que exceden las capacidades de una red;
- d) la resolución de conflictos por líderes o por una judicatura institucionalizada;
- e) la movilización y gestión de recursos comunitarios;
- f) la legitimación de líderes y ejecutivos con funciones de gestión y administración;
- g) la generación de ámbitos y estructuras de trabajo en equipo;
- h) la prevención y sanción de "polizontes" (individuos que quieren beneficiarse del capital social sin aportar esfuerzo o recursos propios a su fortalecimiento)
- i) la producción de bienes públicos creados por estas formas colectivas de capital social, como prevención del delito, sistemas de riego, fondos rotatorios, resolución del conflicto, empresas asociativas más rentables, etc.

Es importante señalar que muchas veces la división entre capital social individual y capital social comunitario es meramente analítica, puesto que las relaciones comunitarias están basadas en relaciones entre personas y toda comunidad se compone de individuos, entonces, al igual que el capital social individual, los que se benefician del capital social comunitario son los individuos: “Gran parte de la riqueza del ideario del capital social radica justamente en lo que aclara sobre la manera en que el capital social individual interactúa, a veces en contra pero en general para reforzar, las instituciones del capital social comunitario” (Durston 2000: 20).

En la producción de capital social los aspectos individuales y colectivos se interpenetran. Todo capital social comunitario se produce por mecanismos que provienen de ciertos “precursores” y éstos abarcan tanto estrategias individuales como normas colectivas. Las instituciones generan las normas; las normas, a

su vez, orientan el comportamiento del individuo para fortalecer la institución como sistema. En este circuito sistema-norma-individuo pueden emerger las instituciones del capital social comunitario, Durston (2000) señala por lo menos cuatro procesos diferentes que, producto de la interacción de individuo y sociedad, podrían producir institucionalidad de capital social comunitario:

- a) la coevolución de las estrategias de las personas, su confluencia.
- b) las decisiones racionales y conscientes de los individuos que componen una comunidad.
- c) la socialización de las normas relevantes de una cultura cooperativa en la infancia y la niñez.
- d) O bien puede ser inducida por una agencia externa que aplica una metodología de desarrollo de las capacidades de gestión comunitaria.

El surgimiento de capital social comunitario es sostenida por dos enfoques teóricos distintos: el que postula la cooperación como resultado de las decisiones racionales de los agentes económicos y otra que postula que estos arreglos surgen como consecuencia no planificada de la coevolución de las relaciones de reciprocidad (directa o difusa) entre múltiples agentes. Durston indica que en la mayoría de los casos reales la institucionalidad de capital social ya existe en las comunidades y se reproduce y fortalece por diferentes medios culturales, económicos, políticos y simbólicos. Es además por medio del aprendizaje temprano que los niños internalizan estas normas y valores, ya sea que son transmitidos por la madre, la escuela y la comunidad, o que las relaciones entre adultos son observadas e imitadas en la sociabilidad infantil y juvenil. Así Durston resalta el valor de la socialización temprana en la integración del capital social en la personalidad y los proyectos de vida, porque “no es tanto el resultado de decisiones conscientes ni de cambios en estrategias personales, sino que éstas prácticas y los valores que las apoyan son transmitidos de generaciones anteriores en la socialización” (Durston 2000:25).

En muchas situaciones donde el capital social no existe por una realidad sociocultural que no lo permite, es posible aplicar metodologías de desarrollo comunitario, así pueden ser creadas por agentes externos que “reparen” el tejido social.

El aumento de escala en las relaciones sociales estables pasa de un contrato diádico entre dos individuos (precursor de capital social), a redes egocentradas (capital social individual o micro), de las cuales a veces emergen instituciones comunitarias de capital social (nivel meso). El nivel macro lo representaría el Estado o la estructura social. La existencia de capital social a nivel micro no garantiza que surja el capital social meso o macro. No hay que olvidar tampoco que la existencia de capital social de cualquier tipo no garantiza la aparición de beneficios en todas las situaciones. Por lo general, el capital social individual de las redes y el comunitario de las instituciones son simbióticos y sinérgicos, reforzándose y complementándose.

También las instituciones de capital social resaltan por su dimensión territorial, lo que quedaría demostrado en las formas que toma el capital social en comunidades campesinas, donde coincide el espacio de las relaciones sociales con el espacio geográfico. Esta característica de las comunidades rurales permitiría que el debate sobre capital social encontrara allí un espacio privilegiado para su esclarecimiento en general. En las comunidades locales el capital social tendría unas instituciones normativas más nítidas y relaciones sociales territorialmente circunscritas, en comparación a las difusas redes informales urbanas. Pero en las comunidades locales los faccionalismos también son un problema asociado a la destrucción del tejido social, por lo que no se debe perder de vista una visión realista de los poderes locales.

Se define el capital social como un “contenido de confianza y cooperación” de las relaciones sociales, es un recurso que contienen las relaciones entre las personas, y algunas veces se ha dicho que estas redes de capital social logran articular instituciones normativas que reproducen un capital social comunitario,

siendo mucho más fácil que el capital social coincida con el espacio geográfico produciendo una “clausura” del espacio social. Toda manifestación del capital social, ya sea contratos diádicos, redes o comunidades, requiere, según Durston, que existan ciertos “precursores”, que son experiencias sociales y culturales que están a la base para que surja la realidad del capital social.

Para Durston estas experiencias precursoras son las siguientes: memoria social e histórica; identidad y etnicidad; religiosidad compartida; vecindad y cercanía geográfica; amistad y compañerismo; relaciones de parentesco; principios y prácticas de reciprocidad. Cada una de estas experiencias propicia el surgimiento de la confianza y la cooperación como elementos articuladores de capital social. En todo caso, las experiencias precursoras están cruzadas por un nivel subyacente que tiene que ver con la estructura cultural de los grupos sociales, es decir, existe un campo cultural de prácticas y representaciones que va ha desempeñar un lugar destacado en los significados que se le asignan al imbricamiento de las relaciones sociales, prefigurando las relaciones interpersonales.

Para Bourdieu y Coleman las relaciones sociales pueden traer consigo el recurso del capital social, es decir, que un conjunto de relaciones sociales o de instituciones pueda significar redes de beneficios, contactos o ayuda recíproca para los que participan de dichas estructuras sociales. En este sentido, la posibilidad que una estructura social tenga que ver con relaciones recíprocas, cooperativas y beneficiosas se relaciona directamente con lo que llamamos campo cultural, es decir, con las experiencias precursoras de Durston. Existe sinergia entre estructura social y cultura. Por tanto las normas culturales, los valores, las historias colectivas y los símbolos son fundamentales para producir relaciones sociales con alto contenido recíproco y cooperativo “insertas” en redes interpersonales, equipos de trabajo, sistemas institucionales y comunidades locales.

Entonces, lo interesante de resaltar es la alta relación existente entre estructura social y estructura cultural en la producción de capital social comunitario, fenómeno que ha sido estudiado de diferentes modos, como es el tema de los precursores en Durston, también Bourdieu señala que existe una coproducción del capital cultural y las condiciones sociales de vida. Se reconocen dos formas centrales de capital cultural, uno individual (capital escolar, por ejemplo) y otro colectivo (capital lingüístico, por ejemplo). Es en este último caso cómo podrían pensarse la sinergia entre capital social y capital cultural, ya que ahí estamos hablando de condiciones culturales compartidas que producen identificación social y apoyo a las actividades colectivas. La idea de capital cultural colectivo está relacionada con el concepto de *Habitus*, aunque esta noción articuladora en Bourdieu tiene que ver con las prácticas que se desarrollan en todos los campos sociales donde el sujeto inserta sus trayectorias sociales, produciendo y reproduciendo un conjunto de comportamientos, representaciones y bienes: “El habitus es ese principio generador y unificador que retraduce las características intrínsecas y relacionales de una posición en un estilo de vida unitario, es decir un conjunto unitario de elección de personas, de bienes y de prácticas” (Bourdieu 1997: 19). La hipótesis que se deja planteada, entonces, tiene que ver con ciertos habitus que facilitarían la emergencia del capital social como práctica comunitaria, y esto tendrá que ver con situaciones compartidas, como es un capital cultural colectivo que genere identidad local y valores comunes, por ejemplo.³

³ De allí la importancia del capital lingüístico en la conformación de identidades locales como precursores de capital social, pensemos en el peso cultural asignado a las pronunciaciones regionales, al reconocimiento de los dialectos del español y al resguardo de las tradiciones idiomáticas de los indígenas.

Redes Sociales

En el ámbito latinoamericano de las ciencias sociales, el concepto de “red social”, presenta una especificidad propia. Esta se remonta al trabajo teórico de la antropóloga Larissa Lomnitz, en su clásico estudio sobre el compadrazgo y los intercambios de favores dentro de la clase media chilena, texto seminal en el análisis de redes sociales.

Para esta autora, los elementos conceptuales claves, que componen el análisis de redes corresponden a: los vínculos sociales mismos; algún objeto de vínculo social; estrategias sociales; composición real del tejido social, la toma de decisiones organizacionales y el tipo de estructura social.

Para Lomnitz, las áreas o líneas de investigación, vinculadas al concepto de red social, dicen relación con las estrategias sociales de sobrevivencia de los sectores populares, subrayando la importancia de la diversidad de recursos que llegan al individuo a través de sus relaciones (parentesco, vecindario, colegas de trabajo), constituidas a lo largo de un itinerario geográfico y social.

Más adelante, otro autor vinculado a este enfoque de investigación, plantea que el análisis de redes reviste un potencial de aplicación que se conecta con una vasta gama de temas. Entre los que destaca a la acción colectiva y movilización política, redes de poder, sistemas mundiales, intercambio y poder en grupos, relaciones entre organizaciones y movilidad ocupacional (Espinoza, en Mideplan 2001).

Dentro de la extensa gama de tipos de relaciones sociales posibles: desplazamientos (movilidad social, geográfica), conexión física, relación formal de autoridad, relación de parentesco, contacto entre personas; nos proponemos indagar en torno a dos formas de relaciones al interior del espacio asociativo del fútbol, esencialmente, las prácticas de transferencia de recursos (prestar o pedir prestado) y a los apoyos sociales y afectivos que pudieran compartirse. Dimensiones instrumentales y significativo-afectivas de la red.

En este sentido, como sabemos, el estudio contemporáneo de redes se apoya en una serie de modelos relacionales de tipo matemático, cuyo producto se visualiza en una trama de imbricaciones, ramales o bucles de interrelación. Nuestro empleo del concepto de redes al interior de una organización asociativa se propone orientar la indagación en el intercambio recíproco al interior de la vida asociativa del club de fútbol, coincidiendo con una perspectiva de análisis que se plantea conocer el contenido de los procesos de intercambio recurrentes, en el plano interactivo, de los integrantes del club amateur.

Como señala Lomnitz, “las redes sociales son construcciones abstractas que el investigador define de acuerdo al criterio que le interese; es decir, estas relaciones se determinan por algún criterio subyacente, lo que permite identificar estructuras sociales que generalmente no están formalmente definidas por la sociedad y que de otra manera no serían identificables” (Lomnitz 1998:2).

Convengamos entonces que la teoría de redes sociales, más que un corpus acabado y cerrado, es una propuesta metodológica de análisis e identificación de problemáticas relacionales con distintos niveles y complejidades. Debido a este rasgo, sustenta la flexibilidad necesaria y la inclusividad como para encontrar más de una modalidad de aplicación.

La definición anterior, es aplicable al estudio de una forma asociativa concreta. En efecto, como sostiene Lomnitz, depende del investigador la construcción y aproximación a la existencia de la red social en determinado espacio de relaciones sociales, según los criterios por éste prefijados. Lo importante es observar cómo estas redes se generan y cuáles son sus sentidos y características para los sujetos involucrados.

Ahora bien, definiendo el concepto a emplear, entendemos la red social como “un conjunto de relaciones específicas (por ejemplo colaboración, apoyo, consejo, control o también influencia) entre un número limitado de actores” (Lazega, en Barozet 2004:6).

En este sentido, Lomnitz formula que “...en toda sociedad se dan redes sociales horizontales y verticales que establecen intercambios simétricos o asimétricos, las que se articulan entre sí conformando el tejido social” (Lomnitz 1998:1). Los intercambios que se transmiten a través de tres tipos de redes: “intercambios recíprocos (entre individuos con recursos y carencias similares que se dan en un contexto de sociabilidad y confianza), b) de tipo redistributivo (patrón-cliente) que se dan en un contexto de individuos con diferentes jerarquías con recursos desiguales, siendo éstas típicas relaciones de poder inmersas en relaciones personales en las cuales se intercambia lealtad por protección, y c) intercambios de mercado en las cuales la circulación de bienes y servicios se intercambia a través del mercado y sus leyes” (Lomnitz 1998:3).

La reciprocidad y la redistribución representan formas de intercambio social informales y culturalmente normadas, las que se remontan a los orígenes de las sociedades humanas. Estas relaciones varían de cultura en cultura, tanto en la definición de quienes son los “partners” en el intercambio, como de lo que es susceptible de ser intercambiado y en las formas socialmente aceptadas de hacer. Existe por tanto, una estructura social en el interior de la cual se dan estos intercambios (las redes sociales horizontales y verticales), los objetos de intercambio (materiales y morales) y un sistema simbólico que refuerza la estructura de la red y simultáneamente de la sociedad en la que se desenvuelve.

Ahora bien, una conceptualización más operativa de la red social, que se vincula con el enfoque que sustentamos, es el formulado por el Ministerio de Planificación y Cooperación en el documento: “Estrategias de Intervención Integral a favor de Familias de Extrema Pobreza” (Mideplan 2001).

En este documento se indica que “las redes sociales básicamente son sistemas de vínculos (conversaciones y acciones) entre personas, o grupos de personas, orientados hacia el intercambio de apoyos sociales. Éstos pueden incluir dimensiones emocionales o afectivas, ayuda material, monetaria o financiera, e información, entre otras” (Mideplan 2001:20).

En efecto, desde una perspectiva sociocomunitaria, se plantea que “las acciones que se generan en una red, están referidas a intercambios de apoyo social. Esto no implica necesariamente que la red sea equivalente al apoyo social que ahí se intercambia. La red se refiere más bien a la estructura y dinámica de las relaciones sociales -cómo están constituidas y cómo operan-, mientras que el apoyo social, por su parte, está referido a la dimensión funcional de una red -para qué sirve. Lo importante de esta definición es que pone de relieve el tema de la reciprocidad, toda vez que una red es un sistema de interacciones donde la cooperación es mutua y recurrente” (Mideplan 2001:21).

El texto distingue dos tipos de red social. En primer lugar, se refiere a redes sociales focales, las que constituyen sistemas de conversaciones y acciones estructuradas en torno a una persona, una familia, un grupo, una institución u organización. La especificidad de los apoyos logrados dependerá en buena medida de las necesidades del sujeto o los “sujetos foco” en torno a los cuales se articula la red. En segundo lugar, las redes sociales abiertas. Éstas constituyen un sistema de conversación-acción, de mayor extensión y flexibilidad en lo que se refiere a las articulaciones que se establecen entre las organizaciones, asociaciones, grupos y personas que participan en ella. Aquí los involucrados y el sistema de relaciones a los que dan lugar, se estructuran en torno a un foco difuso, y el interés de sus integrantes es común o se concentra principalmente en torno a un tema que comparten. En las redes sociales abiertas, interesa el

intercambio recíproco, en la medida que los apoyos que se transan, se articulan en torno a objetos de interés y significación comunes.

Además de identificar tipos de red de acuerdo a sus dinámicas de estructuración, es posible distinguir redes según los ámbitos particulares en los que operan. En primer lugar, existen las redes que funcionan en el ámbito institucional y que tienen que ver con las acciones que llevan a cabo las organizaciones formales, tanto públicas como privadas. Estas redes operan, además, en distintos niveles, nacional, regional, comunal y local.

En segundo lugar, están las redes que operan en el ámbito comunitario y al interior de organizaciones - funcionales y territoriales- y otras instancias no formales presentes en el territorio. Dentro de este ámbito es posible identificar organizaciones con mayor grado de estructuración, sistemas psicosociales o microcomunitarios y, sistemas interaccionales, más pequeños en extensión (Mideplan 2001:22).

Siguiendo los planteamientos esbozados, en el sentido de la construcción y observación de la red social como una prerrogativa del investigador; la especificidad asociativa de este espacio deportivo-ciudadano, supone una red focal articulada en un espacio asociativo comunitario.

En suma, estimamos que las redes en el club de fútbol estarían dadas por su contexto local de reproducción del mundo de vida fundamentado en vínculos de parentesco o amistad determinados, que emergen por intermedio de lazos sanguíneos, de cercanía espacial, física o convivencial, que desarrolla un tipo particular de solidaridad, la que podemos denominar como de “ayuda mutua”, en una red de reciprocidad que ha de realizar intercambios de favores (económicos, materiales o afectivos).

Asociatividad

Desde una mirada fenomenológica, la Asociatividad viene a formar parte del mundo de la intersubjetividad y códigos de realidad compartidos por un conjunto de sujetos en un espacio-tiempo común, singular y por ellos reproducido. Los actores sociales se asocian voluntariamente, generan un nosotros y un nivel identitario al momento de co-participar de la realización y satisfacción de un objetivo o necesidad convocante. Empleando una definición contemporánea, del modo de acción vinculante y particular de lo que Habermas reconoce como el “mundo de vida”; podemos señalar que la cualidad asociativa se sustenta en una trama de relaciones internas, y acciones basadas en la existencia de pautas comunicativas con las cuales se negocian reflexivamente las pretensiones de validez de la coordinación de acciones de un modo horizontal, simétrico y libre de coacción, por lo tanto, orientado en pos del entendimiento reflexivo entre los sujetos (Habermas 1989: 136,146).

Entre los rasgos específicos de la asociación entre sujetos, incluimos: la satisfacción de objetivos comunes, cooperación (todos ganan o pierden), apertura, diálogo y confianza mutua.

Estas características, desde un punto de vista del funcionamiento de una organización asociativa, suponen un mayor involucramiento y compromiso por parte de los miembros, lo que permite a la organización el contar con el despliegue de las energías requeridas para sus operaciones; compromiso que en su origen pudiera revestir aspectos instrumentales, de sociabilidad, como de expresividad simbólica, según sea el sentido o los fines de la asociación.

En este sentido, la asociatividad puede ser incorporada como una potencialidad, un recurso de acción organizativo que se plasma en las actividades y objetivos comunes de un colectivo, con mayor o menor

grado de formalización (estructura, roles, etc.) y en los cuales existe una voluntad manifiesta de asociarse para realizar una actividad, que la mera individualidad no podría desarrollar.

Se desprende entonces, que la asociatividad se constituye en uno de los principales recursos, si no el más importante de las organizaciones sociales. Nuestro propósito es explorar y conocer el habitus asociativo constituido en sentido amplio, por los lazos sociales que se generan en la práctica organizativa, expresado en la configuración de redes y la articulación de estas con el componente de capital social a estas subyacentes.

Desde un punto de vista operacional, una organización asociativa es entendida como: “Aquella organización voluntaria y no remunerada de personas o grupos que establecen un vínculo explícito, con el fin de conseguir un objetivo común. La asociatividad así entendida abarca un universo más amplio que el denominado Tercer Sector, restringido por lo general a organizaciones sin fines de lucro (filantrópicas o asistenciales). Incluye a las organizaciones no gubernamentales de promoción y desarrollo, pero también a asociaciones dedicadas principalmente al bienestar de sus propios miembros de agrupaciones juveniles hasta clubes deportivos” (PNUD 2000:110).

En síntesis, en este tipo de organizaciones, una consecuencia previsible de la asociatividad, es el despliegue de la individualidad en ámbitos sociales compartidos de integración social bajo premisas (pautas, valores, identidades) propias del mundo de vida de los participantes, estableciéndose modalidades de convivencia en la que se comparten afectos y experiencias en situaciones de interacción cara a cara, sustentadas en la presencia y los intercambios horizontales.

En relación directa con nuestro objetivo de investigación, la asociatividad de los clubes de fútbol amateur se inserta en el ámbito de lo social - recreativo, produciendo instancias ciudadanas, locales, informales y participacionales de encuentro.

Una descripción estructural que podemos extender a las organizaciones asociativas en general y concretamente a los clubes de fútbol amateur, la detectamos en lo que Arnold (2002), formula en su estudio sobre las modalidades culturales de las juntas de vecinos. Este autor, establece como una de las propiedades de lo que denomina como “organizaciones participacionales”, su rasgo de “cuasi organización”, aludiendo a “organizaciones que intentan funcionar sobre la base de relaciones primarias, es decir, como si fueran interacciones” (Arnold 2002:20). En este ámbito de acción, destaca el personalismo, como base relacional en donde se sustentan las prácticas interactivas.

Apoyándonos en esta conceptualización de las organizaciones asociativas, identificamos por una parte, cierta formalidad organizacional reflejada por ejemplo, en los estatutos jurídicos (cuando éstos existen), y en la estructura diferenciada que se encarna en roles y liderazgos; y por otra, comunicaciones horizontales cercanas al modelo interaccional cara a cara, basado en el involucramiento personal. Convengamos entonces, que las organizaciones asociativas se constituyen como tal, por concentrar en su interior, tanto del componente humanista e identitario del mundo de vida social de los que la integran, con los necesarios aspectos racionales e instrumentales de toda gestión. El modo en que estas organizaciones procesan o resuelven las eventuales tensiones entre ambas modalidades de acción, es un elemento central al momento de pensar en la especificidad y en el desarrollo de este tipo de organizaciones sociales.

Resultados

Habitus y Campo Asociativo Futbolístico

Las acciones de los jugadores o asociados, y lo que tras ellas subyace, se objetivan en un campo específico: el campo futbolístico. Este campo social estructurado de acuerdo a un sistema de reglas propias tanto formales como informales, proviene de su devenir en el tiempo.

Los campos se constituyen a través de un proceso histórico en donde los sujetos interactúan en función de patrones y recursos que son producidos localmente. De este modo, el habitus como interiorización del campo brinda importancia a la dimensión histórica, y por tanto evoca a distintas etapas, que en este caso, se remontan a fines del siglo XIX, donde la disciplina del fútbol comienza a gestarse.

El campo futbolístico característico de las sociedades actuales y su red de relaciones objetivas se encuentra institucionalizado y sujeto a reglas propias “del juego como tal”. Por ende, el fair play y la lucha simbólica normada, se materializa en la conformación de clubes y asociaciones deportivas, que a su vez dan cuenta de nuevas prácticas de vínculo social, así como de una forma creciente de integración, sustentada en la aceptación, adhesión y visión compartida de realidad.

El habitus asociativo futbolístico propio del Club Juventus, posee antecedentes históricos únicos y diferenciados, ya que el fútbol no sólo se escenifica en grandes estadios o torneos profesionales e internacionales, sino que el fútbol de base, es el espacio donde se objetivan prácticas, que ancladas en el amateurismo y voluntariado, permiten la puesta en marcha del fútbol de barrio, como ámbito asociativo y de interacción social. De esta forma, los jugadores señalan y visualizan su participación en el Juventus como inmerso en el ámbito de su cotidianidad material, social e intergeneracional, por lo que la adhesión al mismo está internalizada en los jugadores formando parte de sus trayectorias individuales y sociales.

Por lo tanto, desde los discursos de los jugadores se desprende que el Juventus es un club esencialmente de base comunitaria y territorial. La mayoría de sus miembros pertenecen al mismo barrio, y por ende, el club forma parte de su cotidianidad. Por este motivo, para los que gustan del fútbol y desean practicarlo, el ingreso se efectúa de forma natural. La inserción se realiza por intermedio de familiares, fundamentalmente de padre a hijo, existiendo, por tanto, una transmisión intergeneracional en la participación al Juventus.

Habitus, Sentido y Asociatividad

Partimos de la base que la sociedad es un conocimiento compartido de realidad. El código del conocimiento distingue lo real de lo no real. Este conocimiento es producto de una convención de observadores, es propio de una visión compartida, que al ser convenida se transforma en verdad.

La sociedad es un modo de hablar, un lenguaje común asentado sobre una definición de realidad -la cual puede variar según los observadores- que provee a los sujetos de respuestas compartidas. De esta forma, lo normal pasa a ser lo cotidiano, el día a día que brinda un significado coherente y subjetivo a los hombres que lo interpretan: la realidad social se origina en los pensamientos y acciones de los sujetos.

Por ende, el habitus asociativo futbolístico del club Juventus, es una producción humana, intersubjetiva, es decir, compartida con otros.

De esta forma, el habitus genera un efecto de realidad a través del saber compartido. La subjetividad tiene que ver con los significados y la interpretación de estos significados. El actor social pertenece a la persona, situado en una interrelación, por lo que la subjetividad es social, es decir, sólo es posible en referencia al otro, en una autoidentificación frente a una identificación generalizada del resto.

Así, la vida social, y en particular la asociatividad involucra acciones, comprensiones y atribución de sentido entre los distintos actores sociales que la constituyen.

Las relaciones sociales entre los jugadores, son posibles porque entre ellos existe una definición compartida de esas relaciones y por ende, de esa realidad, la cual presenta necesidades. Está instituido que entre los actores sociales de esta realidad las cosas son así: existe un código compartido de interpretación de su relación y de representaciones que definen los términos entre ellos, que en el caso del partido de fútbol, se objetivan categóricamente en dos instancias: dentro y fuera de la cancha.

Desprendemos de los discursos de los jugadores que la asociatividad constituye un recurso central, ya que permite la conformación de procesos identificatorios, amparados en trayectorias sociales y materialmente similares, así como en la generación y reproducción de prácticas propias y características del club, que a su vez generan determinados lazos de convivencia social al interior y fuera de la cancha.

Habitus y Relaciones Interpersonales

Los jugadores consideran que mantienen buenas relaciones con sus compañeros de club, asimismo se sienten satisfechos y cómodos con sus compañeros en el ámbito interpersonal, ya que además de vincularse deportivamente, se constituyen instancias de recreación.

Los miembros del club, mantienen relaciones interpersonales más cercanas con sus compañeros fuera del ámbito del partido de fútbol. Esto nos permite concluir que existen vínculos fuertes o sólidos entre los jugadores, ya que la sociabilidad que mantienen con sus compañeros de juegos involucra compartir y recrearse, ya sea compartiendo una cerveza, una buena conversación o la simple compañía de sus pares. En este sentido, podemos señalar que la buena camaradería y el compañerismo entre los miembros del club.

Habitus y Redes Sociales

El habitus asociativo futbolístico característico y propio del Juventus, destaca en primer lugar, por concentrar un concepto de red vinculado con diversas estrategias sociales de comunitarismo y ayuda mutua, específicas de este club de fútbol de origen popular, en cuanto a la importancia de los referentes sociales y de lo experimentado por el sujeto a través de sus relaciones: parentesco, vecindario, colegas de fútbol, constituidas a lo largo de un itinerario geográfico y social.

El concepto de red social visualizado desde el discurso de los jugadores, destaca por el intercambio recíproco característico de este habitus asociativo y en las diversas prácticas vinculadas al mismo, destacando, entre otras, la de ayuda mutua, objetivada en favores o préstamos de dinero para cubrir algún problema o lesión ocurrida al interior de la cancha.

Finalmente, se plasman esfuerzos colectivos a favor de alguna actividad de apoyo social y/o afectivo entre los miembros, ya sea para ayudar a un jugador o a la familia de alguno de ellos.

En suma y siguiendo a Lomnitz (1998), podemos señalar que los intercambios realizados al interior del habitus asociativo futbolístico del Club Juventus, aluden principalmente intercambios recíprocos, ya que corresponden a situaciones que se objetivan entre individuos con recursos similares materializadas en un contexto de sociabilidad y confianza.

Ahora bien, considerando que la reciprocidad puede aludir a una forma de intercambio social informal y culturalmente determinado, desde sus relatos, se vislumbra una estructura social, al interior de la cual se objetivan determinados intercambios, de reciprocidad y donde los recursos de intercambio -materiales y afectivos- se sustentan en un sistema simbólico que refuerza la estructura de la red y del habitus donde se desenvuelve y reproduce.

El habitus configura y reproduce una red social focal articulada en un espacio asociativo comunitario, basada en la reciprocidad, ya que constituye un modo del habla, o mejor dicho, conversaciones y acciones estructuradas en torno a una organización y por ende, a quienes la constituyen en su interacción comunicativa.

Las redes en el habitus asociativo futbolístico, están dadas por su contexto local de reproducción del mundo de la vida cotidiana, objetivada en vínculos de parentesco o amistad determinados, tanto por lazos sanguíneos, de cercanía espacial, física, convivencial y emocional, que configura un tipo particular de solidaridad, que se concretizan en prácticas asociativas, que podemos denominar como de “ayuda mutua”, en una red de reciprocidad que ha de realizar intercambios de favores (económicos, materiales o afectivos). Así, las diversas iniciativas señaladas por los asociados, lógicamente aluden a acciones que fortalecen el sentido de pertenencia al habitus asociativo futbolístico.

Habitus, Capital Cultural y Capital Social

Partimos de la base, y siguiendo a Bourdieu, que existe un acervo de conocimientos similares aprendidos e internalizados a lo largo de la trayectoria individual y social, o capital cultural. En este sentido, las pautas y hábitos de los sujetos son congruentes con las formas de acumulación de capital cultural. En este sentido, a través de una configuración particular y específica de capital cultural y social son visibles ciertas prácticas como susceptibles de participar en el proyecto de constitución subjetiva del sujeto como tal.

De este modo, resulta lógico pensar en que la cristalización particular e irrepetible entre capital social (entendido como un atributo de la estructura social) y capital cultural en este contexto, conlleva a que las prácticas deportivas y el “ser parte de” posean un significado simbólico.

Por lo tanto, y considerando que la configuración de redes se configura principalmente en el marco de una estructura social que no está formalmente definida, ya que los apoyos, ayudas y afectos en cuestión derivan de manera espontánea pero legitimada por todos los jugadores, existiría o se objetivaría un capital social individual concretizado en determinadas redes de reciprocidad, sin embargo, no percibimos la presencia de capital social comunitario (en términos de Durston) ya que no existen pautas o formas institucionalizadas del “deber ser”. No obstante, existe un potencial notable de capital social comunitario, como por ejemplo en la construcción del baño de mujeres ya mencionado, o en relación al hecho de que la sede fue pintada por los asociados, en donde cada uno aportó con su oficio o experticia. Esto sin duda, representa una instancia que en base a la confianza y reconocimiento mutuo, coordinó de forma voluntaria, las sinergias apropiadas en pos de un objetivo común.

Habitus y Consecuencias

Si nos preguntamos por las consecuencias de la asociatividad, aludimos a la trama de relaciones sociales que se generan desde la práctica del fútbol. En este sentido, nos referimos al conocimiento de los significados y valoraciones que los propios sujetos tienen en torno a las implicancias de su participación en el fútbol de base, así como a lo que subyace tras estas percepciones.

Los jugadores señalan que el ser parte del club ha incidido positivamente en sus vidas y sobre todo en su valoración personal, ya que se sienten reconocidos y queridos por sus pares futbolísticos y territoriales. Por lo tanto, el ser parte del Juventus connota un aspecto de valoración individual, en donde los actores se sienten “más personas” al ser parte del club, convirtiéndose esta práctica asociativa en un elemento partícipe del amplio proceso de integración social.

Conclusiones

Esta investigación tuvo como finalidad conocer el habitus asociativo futbolístico del Club de fútbol Juventus, ubicado en la comuna de Pudahuel en la Región Metropolitana de Chile, en cuanto a vida, sentido futbolístico y relaciones interpersonales, desde los relatos de los jugadores o asociados.

En otras palabras, intentamos responder las siguientes interrogantes: ¿cuál es el sentido atribuido a su asociatividad por parte de los jugadores del Juventus?, ¿cómo son sus relaciones interpersonales?, ¿cómo perciben su realidad social?, ¿cuáles son sus hábitos o prácticas de compañerismo?, ¿cuáles son las implicancias de su asociatividad?

Introducimos el concepto de “habitus asociativo futbolístico”, donde hicimos referencia al modo de hacer, pensar y de actuar en el mundo social deportivo por parte de los asociados o jugadores, es decir, a las prácticas que imprimen un modo de hacer y ser parte de este club de fútbol amateur.

De esta forma, develamos al habitus asociativo futbolístico, como el lugar donde se producen determinadas prácticas sociales que reestructuran y/o actualizan diversos hábitos cotidianos: forma de organizarse, relacionarse, ayudarse y participar.

Constatamos que este habitus, opera en un ámbito de la sociedad y en una cantidad de relaciones y prácticas sociales particulares. Que en este caso, se objetivan desde redes con base recíproca y de ayuda mutua, hasta un potencial notable de capital social.

En este sentido, apreciamos en el Juventus un discurso generalizado de buenas relaciones interpersonales, en donde el compañerismo y la camaradería se refuerzan constantemente.

Asimismo, las características específicas de las prácticas de ayuda mutua lógicamente se relacionan con el ámbito cultural en donde estos actores están insertos y con el espacio material en donde se objetiva, que en este caso, corresponde a la comuna de Pudahuel en la Región Metropolitana de Chile. Por lo tanto, el desciframiento del sentido de las prácticas o acciones involucra el aprendizaje de un tipo de cultura, que se institucionaliza en las categorías de percepción de los jugadores o asociados.

Observamos que las redes sociales presentes en el habitus asociativo futbolístico corresponden principalmente a un sistema de vínculos -conversaciones y acciones- entre personas, o grupos de personas, orientados hacia el intercambio de apoyos sociales, que a su vez, incluyen dimensiones emocionales o afectivas, materiales y monetarias entre otras. Por ende, la red que se configura en la habitus asociativo

futbolístico alude principalmente a estructura y reproducción de las relaciones sociales, es decir, a cómo se constituyen y operan como habitus, siendo el apoyo social un aspecto funcional de la misma, poniendo énfasis en la reciprocidad, ya que la red es un sistema de interacciones donde la cooperación es mutua y recurrente.

De esta forma, el concepto de red en este habitus, destaca por ser un conjunto de relaciones específicas, tales como colaboración, apoyo, consejo y cooperación entre un grupo limitado de actores.

Ahora bien, definiendo al capital social -y siguiendo a Durston- como un contenido de confianza y cooperación de las relaciones sociales, apreciamos determinadas experiencias sociales y culturales con potencial de surgimiento de capital social comunitario. Entre estas experiencias, destacamos en el habitus asociativo futbolístico determinada memoria social e histórica, así como apego a la misma; vecindad y cercanía geográfica, ya que todos los asociados son del “barrio”; amistad y compañerismo; relaciones de parentesco y lógicamente prácticas de reciprocidad.

Todas estas experiencias estimulan y potencian el surgimiento de la confianza y la cooperación como elementos centrales en la articulación de un potencial capital social, y a su vez están permeadas de un acervo de conocimientos o capital cultural. Es decir, la estructura cultural propia del habitus asociativo futbolístico desempeña un lugar relevante en los significados y valoraciones que los asociados otorgan a sus relaciones sociales.

De esta forma, apreciamos entonces una relación entre estructura social y estructura cultural en las diversas prácticas de los actores en cuestión, es decir, una coproducción del capital cultural y las condiciones sociales y materiales de vida. Nos referimos a las condiciones culturales compartidas entre los asociados, que lógicamente producen identificación social y apoyo real a las actividades colectivas.

El capital cultural colectivo está relacionado con el *Habitus asociativo futbolístico* es decir, con las prácticas que imprimen un modo de ser jugador o asociado, reproduciendo -en forma inconsciente-, un conjunto de comportamiento y representaciones, ya que el habitus es el principio generador y unificador que retraduce las características intrínsecas y relacionales de una posición en un estilo de vida unitario, es decir, un acervo unitario de elección de personas, de bienes y de prácticas.

Al concluir, consideramos que el habitus asociativo futbolístico potenciaría la emergencia del capital social como práctica comunitaria, y esto tendrá que ver con situaciones compartidas, como lo es un capital cultural colectivo que genere identidad local y valores comunes, específicamente en el contexto popular, y en la consecuente fuerza motivacional que tiene para el capital social las experiencias colectivas que nacen desde situaciones compartidas.

Bibliografía

Arnold, M. 2002. *Modelos Culturales en Organizaciones Sociales Participacionales: La Cultura Organizacional Comunitaria*. Santiago: Bravo y Allende Editores.

Barozet, E. 2002. La Teoría de Redes y sus Aplicaciones en Ciencia Política: Una herramienta heurística. *Revista de Ciencia Política* 22(1), 17-38.

Durston, J. 2000. *Qué es el Capital Social Comunitario*. Santiago: CEPAL.

Habermas, J. 1989. *Teoría de la Acción Comunicativa*. Madrid: Taurus.

Lomnitz, L. 1998. Redes Sociales y Partidos Políticos en Chile. *Redes* 3(2): 1-13.

MIDEPLAN. 2001. *Estrategias de Intervención Integral a favor de Familias de Extrema Pobreza*. Santiago: Secretaría Ejecutiva Chile Solidario.

Oliven, R. y DAMO, A. 2001. *Fútbol y Cultura*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

PNUD. 2000. *Informe Desarrollo Humano. Más Sociedad para Gobernar el Futuro*. Santiago: PNUD.

Cómo citar este artículo

Aguirre, A. y Pinto, M. 2006. Asociatividad, Capital Social y Redes Sociales. *Revista Mad* 15: 74-92.