

Lo que el estado no da, el fútbol no lo presta:
los discursos nacionalistas deportivos en contextos de
exclusión social

PABLO ALABARCES

Universidad de Buenos Aires

CONICET

(mirpa@clacso.edu.ar)

Prepared for delivery at the 1998 meeting of the
Latin America Studies Association,
The Palmer House Hilton Hotel, Chicago, Illinois,
September 24-26, 1998

LO QUE EL ESTADO NO DA, EL FÚTBOL NO LO PRESTA: LOS DISCURSOS NACIONALISTAS DEPORTIVOS
EN CONTEXTOS DE EXCLUSIÓN SOCIAL

El neoconservadorismo argentino ha significado la transferencia de funciones desempeñadas por las instituciones estatales al mercado. Sin embargo, el rol estatal en la producción de prácticas y discursos integradores es aun hoy imprescindible. Parece que los massmedia llenan ese vacío, y en torno de los discursos nacionales, su objeto privilegiado es el deporte. Este trabajo discute si el fútbol puede relevar la función integradora tradicionalmente estatal, o si se limita a la reproducción de las xenofobias.

What State doesn't give, football doesn't loan it: nationalist sportive discourses in social exclusion contexts

The argentine neo-conservatism has meant the transference of functions from the state's institutions to the market. However, the state's rol in production of including practices and discourses is indispensable yet. It seems that mass media fill this void, and that sports are their privileged object around national discourses. This work discusses if football can replace the traditionally state's inclusion function, or if it reduces to xenophobia's reproduction.

1. El fútbol como máquina cultural

Cuando propuse el título y el tema de mi trabajo, en noviembre de 1997, las preocupaciones que intentaba señalar se vinculaban con las desarrolladas en otro artículo, presentado en esos días en la Conferencia de la NASSS en Toronto y que escribimos junto con María Graciela Rodríguez: la vinculación entre el fútbol argentino y lo que llamábamos los “argumentos nacionales”.¹ En ese

¹ Se trata de “Fútbol y Patria...”, Alabarces y Rodríguez (1997). A su vez, este núcleo de ideas derivaba de su primer tratamiento, con la inestimable mediación de lo que llamábamos “el caso Maradona”, en Alabarces y Rodríguez, 1996. Las tesis principales se las debo a Rodríguez, que estaba entonces duramente concentrada en las repercusiones de la saga maradoniana; yo agregué, en ese momento, algunas apostillas. Significativamente,

paper, muchos de cuyos trazos recupero en éste, intentamos discutir esa relación entre fútbol y representaciones nacionales a través de una línea argumentativa de tipo fundamentalmente histórico, que arrancara de la llamada “fundación mitológica” del fútbol argentino y que concluyera, sin demasiada minuciosidad para cada período delimitable, en un cuadro contemporáneo.² En él encontrábamos, a través de interpretaciones teóricas surgidas de lectura de medios y de un primer trabajo de entrevistas a informantes, la debilidad de la selección argentina en la etapa pre-mundial para investirse de los significados de la patria. Aposté entonces a que en el lapso entre la formulación de mi propuesta para esta ponencia y su escritura, el trabajo de investigación produjera nueva empiria que permitiera reforzar —o refutar— esas primeras hipótesis. Por otra parte, recuperaba una preocupación surgida en las discusiones de aquel trabajo con distintos colegas: dónde quedaba en nuestra escena la discusión por lo nacional, si ni siquiera el fútbol era capaz de formularla eficazmente. Más: necesariamente la discusión debía desplazarse hacia las funciones relevadas por este tipo de instituciones asistemáticas, estas formaciones culturales que tienden a asumir en etapas posmodernas los roles que las instituciones de la modernidad parecen dejar vacantes.

En ese intervalo, y ya cuando el Mundial desplegaba todas sus pompas, sus chauvinismos, sus espectacularismos, su televisibilidad, apareció en el diario *Perfil* de Buenos Aires una columna de Beatriz Sarlo titulada “Una comunidad llamada Nación” (Sarlo, 1998a). En él Sarlo retomaba, pero en realidad anticipaba, algunos de los argumentos centrales que mi abstract había propuesto: básicamente, esa función de relevo que el fútbol parecía cumplir respecto de las mitologías e instituciones que habían construido, históricamente, una “identidad nacional” argentina —siempre recordando el grado de provisoriedad, inestabilidad, no-esencialidad de esa construcción discursiva—. Sarlo recuerda que, trabajosa y muchas veces autoritariamente, nuestra sociedad

Rodríguez tituló su trabajo “El fútbol no es la patria (pero se le parece)”. Las referencias evocan ese enunciado, que por otra parte provenía de la voz indignada de un periodista de actualidad.

² La periodización del fútbol argentino ha sido hasta hoy una tarea sólo periodística. En tanto no existen trabajos formulados desde la historiografía (a excepción marcada de Julio Frydenberg, que se concentra exahustivamente en el período de formación del llamado “fútbol criollo”), las periodizaciones remiten más a series arbitrarias que a una reflexión sobre los posibles ciclos a establecer desde el punto de vista de sus significaciones sociales, culturales o económicas. Sobre el trabajo de Frydenberg, ver 1997 y 1998.

había construido la “comunidad imaginada” de la que habla Anderson (1993) en torno de ciertas mitologías básicas:

“Como sea, había Nación. Los argentinos se identificaban con una serie de proposiciones que tenían mucho de mitológico pero también eficacia aglutinadora: frente a la Europa de posguerra, éste era el país de la abundancia, donde se comía como en ningún otro lugar de la tierra; frente al resto de América Latina, éste era el país de la clase obrera industrial, de las capas medias cultas, del consumo más alto de diarios y libros, de la plena alfabetización y del pleno empleo” (Sarlo, 1998a: 3).

Pero a mediados de los sesenta, ese imaginario comienza a deteriorarse aceleradamente, por el fin del proyecto industrialista —y especialmente, por el surgimiento de Brasil como potencia industrial latinoamericana—; por el desprestigio institucional, producto de los golpes de Estado y de la debilidad de nuestras democracias; por la violación sistemática de los derechos ciudadanos, hasta el atropello masivo de los derechos humanos más elementales durante la última dictadura. Y especialmente por la crisis de la escuela pública “...que es una crisis cultural y de financiamiento, puso en discusión nuestro lugar como nación culta” (*ibídem*); finalmente, “el último giro neoliberal liquida las bases de la ciudadanía social universal y garantizada por el Estado” (*ibídem*).

El cierre del artículo de Sarlo retoma la argumentación sobre el fútbol, en la clave que habíamos propuesto: la precisión de su formulación, su centralidad respecto de mis propios argumentos, exige la longitud de la cita:

“Queda bastante poco de lo que la Argentina fue como nación. Las instituciones que producían nacionalidad se han deteriorado o han perdido todo sentido. Pasan a primer plano otras formas de nacionalidad, que existieron antes, pero que nunca como hoy cubren todos los vacíos de creencia. En el estallido de identidades que algunos llaman posmodernidad, el fútbol opera como aglutinante: es fácil, universal y televisivo. No es la nación, sino su supervivencia pulsátil. O, quizás, la forma en que la nación incluye hoy a quienes, de otro modo, abandona” (*ibídem*).

En este mismo 1998, la aparición de un nuevo libro de Sarlo impulsó una nueva línea de argumentación. El libro se titula *La máquina cultural* (Sarlo, 1998b), y en él se revisan tres instancias de lo que, según la autora, constituyen distintas “máquinas culturales” que han funcionado, con mayor o menor eficacia a lo largo de la historia argentina, con mayor o menor intensidad o explicitación, como operadores de nacionalidad. La revisión del caso de una directora de escuela pública argentina en los años 20, de la gigantesca operación de traducción de Victoria Ocampo entre los 30 y los 50 en la revista y editorial *Sur*, y de una experiencia de cine de vanguardia en los 60, le permite postular los variados funcionamientos que en distintos momentos de la cultura adquieren operadores clásicos de producción –imposición, consolidación, reproducción— de imaginarios.

No me interesa revisar aquí la manera en que Sarlo analiza esos funcionamientos, la performatividad de esas operaciones (más fuertes o más débiles según el caso). Sí quiero retomar la metáfora: ¿puede proponerse al fútbol, en la línea que estoy sugiriendo, como una *máquina cultural posmoderna*? En los ejemplos de Sarlo, la escuela, la traducción cultural y la vanguardia trabajan como instituciones modernas; se podría agregar el sindicalismo, la política, el universo del trabajo, la clase. En los nuestros, se puede postular la posibilidad de una operación de homología, un desplazamiento que es de grado y es temporal. Como analizaremos más adelante, la utilización del fútbol como máquina cultural productora de nacionalidad no es reciente sino arcaica, arranca en los años 20, de manera contemporánea a la máquina escolar. Pero la diferencia de grado radica en su centralidad: el fútbol no constituye, en ese entonces, ciudadanos nacionales con la misma eficacia, intensidad y prevalencia simbólica que la escuela pública –se podría agregar: también con menos autoritarismo—. ¿Hasta hoy? ¿Se puede afirmar que esa relación se ha invertido exactamente? Incluso: ¿puede afirmarse que la capacidad del fútbol para imponer los significados nacionales trabaja, a su vez, con similar autoritarismo al de la vieja escuela pública, gracias a su mediación/imposición televisiva, a su expansionismo indetenible que parece no dejar resquicios en la superficie discursiva de nuestra sociedad?

Sobre esa metáfora, o sobre esa doble posibilidad metafórica/homológica, trabajan estos argumentos.

2. La fundación mitológica

La Argentina es un país inventado. Como toda América, en la ficción de su “descubrimiento” y en la violencia de su conquista y ocupación; pero también, en una nominación que supone, imaginariamente, un territorio de riquezas y sólo las encuentra en el bautismo: “tierra de la plata”. Y además, en su dificultosa construcción como Estado Moderno durante el siglo XIX, la Argentina es objeto ya no de una, sino de varias invenciones: las guerras civiles que marcan la historia entre 1810 y 1880 no son sólo intercambios bélicos, sino también furiosas y encontradas batallas discursivas donde se dirime una hegemonía; lo que las guerras deciden, finalmente, es la capacidad de un sector para imponer de manera definitiva un sentido a toda la Nación. Ese proceso es el que le permite a Nicolas Shumway hablar de la invención de la Argentina como la “historia de una idea” (Shumway, 1993); antes que el relato del establecimiento de un Estado, de un espacio geográfico, de un corpus legal, la historia argentina es un juego de discurso.

Pero además, el fin de siglo y el comienzo de la nueva centuria puso en crisis esa trabajosa construcción: la Argentina se transformó en país inmigratorio, y el aluvión de migrantes europeos supuso la fractura de un modelo económico y social, pero también narrativo. Si hasta ese momento el paradigma explicativo hegemónico hablaba del triunfo de la civilización sobre la barbarie, de la cultura europea sobre el salvajismo americano, la modernización acelerada de la sociedad argentina necesitó echar mano de nuevos discursos que, al mismo tiempo, disolvieran los peligros que acarreaban la formación de las nuevas clases populares urbanas —sensibles a la interpelación socialista y anarquista—; y constituyeran una identidad nacional unitaria que la modificación aguda del mapa demográfico ponía en suspenso, fragmentaba en identidades heterogéneas. La respuesta de las clases dominantes, con diferencias y contradicciones, tendió a trabajar en un sentido: la construcción de un nacionalismo de elites que produjo, especialmente a partir de 1910, los mitos unificadores de mayor importancia. Un panteón heroico; una narrativa histórica, oficial y coercitiva sobre todo discurso alternativo; el modelo del *melting pot* como política frente a la inmigración, y un subsecuente mito de unidad étnica; y un relato de origen que instituyó la figura del *gaucho* como modelo de argentinidad y figura épica.

Como dice Rosana Guber, “aunque no sin conflictos, el Estado argentino fue sumamente eficaz en su compulsión asimilacionista” (Guber, 1997: 61). Y la eficacia residió en dos mecanismos: la

escuela pública, por un lado, como aparato fundamental del Estado, se convirtió en el principal agente de construcción de esta nueva identidad entre los sectores populares.³ Por el otro, una temprana industria cultural favorecida por la modernización tecnológica argentina de comienzos de siglo y por la urbanización acelerada, que sumada a la creciente alfabetización de las clases populares construyó un público de masas ya en los primeros años del siglo XX. En esa cultura de masas, primero gráfica y desde 1920 también radial y cinematográfica, la narración de la identidad nacional encontró un amplio y eficaz territorio donde manifestarse. A pesar de su carácter privado —el Estado no intervendrá en la política de medios hasta los años cuarenta—, la cultura de masas participa de los relatos hegemónicos, especialmente en torno del peso de la mitología *gauchesca*.

Pero en esta producción aparecen ciertos desvíos. Aunque partícipes de la narrativa hegemónica del nacionalismo de las elites, los nuevos productores de los medios masivos, tempranamente profesionalizados, provenían de las clases medias urbanas constituidas en ese proceso modernizador. Y sus públicos, masivos y heterogéneos, presentaban otro sistema de expectativas: trabajados por la retórica nacionalista de la escuela, atienden también a otras prácticas de lo cotidiano. Junto a los arquetipos nacionalistas, las clases populares estaban construyendo otro panteón: junto a los *gauchos* de Leopoldo Lugones y Ricardo Rojas, o los *compadritos* de Jorge Luis Borges, aparecen héroes populares y reales: los deportistas. Como señala Archetti (especialmente, 1995), en la discusión sobre la identidad nacional los periodistas deportivos, intelectuales doblemente periféricos —en el sentido de Bourdieu: periféricos en el campo periodístico, que es periférico en el campo intelectual— intervinieron con una construcción identitaria no legítima (porque el lugar legítimo es la literatura o el ensayo), pero pregnante en el universo de sus públicos. Así, el fútbol se transformó en la revista deportiva *El gráfico*, soporte hegemónico de esta práctica desde los años 20, en “un texto cultural, en una narrativa que sirve para reflexionar sobre lo nacional y lo masculino” (Archetti, 1995: 440).

Ese proceso, como describe Archetti, recorre distintos caminos. Necesita de ritos de pasaje: si lo nacional se construye en el fútbol, hay que explicar el tránsito de la invención inglesa a la

³ Lejos estamos de suponer que la imposición de este relato hegemónico fue el único resultado de la escuela pública argentina. También fue un magnífico agente modernizador, en la rápida alfabetización de las clases populares y en la movilidad social que generó. Incluso, buena parte del éxito de la fundación mitológica de la nacionalidad entre esos sectores radica en el elevado prestigio que la escuela adquirió entre ellos.

criollización —tránsito que se resuelve en el *melting pot* y en la naturalización de un proceso que combina lo cultural, lo económico y lo social—. Necesita de una práctica de diferenciación: el par nosotros/ellos encuentra su expresión imaginaria en un *estilo de juego*, más narrado que vivido, pero de una gran capacidad productora de sentido.⁴ Necesita del éxito deportivo (Arbena, 1996) que vuelva eficaz la representación de lo nacional: allí están la gira europea de Boca Juniors en 1925, la medalla de plata en las Olimpiadas de Amsterdam de 1928, el subcampeonato mundial de 1930 en Uruguay. Y necesita de los héroes que soporten la épica de la fundación: Tesorieri, Monti, Orsi, Seoane, por señalar sólo algunos. Pero también, si en este caso la nación se construía desde las clases medias y no desde las dominantes, aparecen los desvíos: frente a una idea de nación que remitía a lo pastoril (en el doble juego del mito *gauchesco* y de la propiedad de la tierra, modo de producción dominante), la nación que se construye en el fútbol asumía un tiempo y un espacio urbano. Frente a una idea de nación anclada en el panteón heroico de las familias patricias y en la tradición hispánica, el fútbol reponía una nación representada en sujetos populares. Frente a un arquetipo gauchesco construido sobre las clases populares suprimidas por la organización económica agropecuaria, los héroes nacionales que los intelectuales orgánicos del fútbol propusieron eran miembros de las clases populares realmente existentes, urbanizadas, alfabetizadas recientemente, que presionaban a través del primer populismo argentino (el partido Radical de Yrigoyen) por instalarse en la esfera cultural y política. Y allí, entonces, radicó su eficacia interpeladora.

⁴ La idea de un estilo *criollo*, que combina distintos elementos tácticos con prácticas individuales originales, se [conjugane](#) con la fundación de ciertos lugares míticos, como el *potrero*, y figuras populares, como el *pibe* (Archetti, 1997). Pero cierta evidencia señala que esta construcción imaginaria trabaja de manera extendida en la nueva sociedad urbana: ya en 1919, el primer número de la revista infantil *Billiken* presenta en su tapa la figura de “El campeón de la temporada”, la imagen de un niño con vestimenta futbolística, desgredado, con las huellas de una ardorosa batalla —un *pibe*—; todo lo contrario a la imagen “oficial” de un niño pulcro, obediente y escolarizado que es hegemónica en esos años (y por muchos más). De manera larvada, las imágenes alternativas a los discursos de las clases dirigentes circulan por los medios. De manera incluso contradictoria: la empresa editora de *Billiken*, que también lo es de *El Gráfico*, responde a los sectores más conservadores y católicos de la sociedad argentina. [Cfr. Varela, 1994a](#). En el trabajo de Varela sobre *Billiken* puede leerse también un magnífico análisis sobre la construcción de un procerato a través del género biográfico.

Dice Renato Ortiz (1991) que la preocupación por la construcción de una identidad nacional fue una constante en toda América Latina “pues se trataba de construir un Estado y una nación modernos”, y “que fue la tradición quien acabó proporcionando los símbolos principales con los cuales la nación terminaría identificándose” (*ídem*: 96), que en el caso brasileño pasaron a ser el samba, el carnaval, el fútbol. Agrega Ortiz:

“No tengo dudas de que esta elección entre símbolos diversos en gran medida se produjo merced a la actuación del Estado. (...) Fue la necesidad del Estado de presentarse como popular la que implicó la revalorización de estas prácticas que comenzaban, cada vez más, a poseer características masivas. Finalmente, la formación de una nación pasaba por una cuestión preliminar: la construcción de su ‘pueblo’” (*ibídem*).

Es el Estado el que produce este pasaje entre “memoria colectiva” —vivencial y cotidiana— y “memoria nacional” —virtual e ideológica—. ⁵ O, con más precisión, los intelectuales del Estado, mediadores que construyen ese discurso de segundo orden que es el discurso de lo nacional. En la Argentina, la temprana modernidad de su sistema de educación popular, de su industria cultural, de sus públicos masivos, permitió la aparición de un conjunto de intelectuales profesionales de los medios que elaboraron este discurso de la nacionalidad, de mayor eficacia entre las clases populares, al mismo tiempo que los intelectuales oficiales del Estado construyeron otro, en muchos sentidos divergente, pero dominante.

El fenómeno no es sólo argentino. Todavía nos debemos en América Latina un trabajo que ponga en contacto, de manera comparada, los modos de construcción de la nacionalidad moderna. La preocupación por lo nacional está omnipresente en todo el continente —producto de la herencia colonial, de las migraciones, de la polietnicidad que todavía no se llama multiculturalismo—; pero los modos de su resolución varían fuertemente entre, para citar sólo algunos ejemplos, los devaneos del mestizaje pos-esclavista del caso brasileño, el indigenismo andino, el estatalismo mexicano, la asimilación integracionista argentina. De la misma manera, varían —y necesitan su puesta en comparación— los organismos actuantes: instituciones estatales o paraestatales, la

⁵ Usamos las categorías propuestas por Ortiz, 1985.

educación, el ejército, los medios masivos de comunicación (fuertes operadores de nacionalidad, desde la radio a la televisión, pasando por el cine; volveremos más adelante sobre esto).⁶

Volviendo a nuestro objeto: podemos proponer que es esa aparición temprana del discurso de la nacionalidad relacionado con el fútbol, difundido eficazmente entre las clases populares desde los años 20, lo que permitirá que dos décadas más tarde su mitología se vuelva ritual celebratorio de la *patria*, alcance su condición hegemónica. Para ese clímax, un escenario más propicio será suministrado por la experiencia populista del peronismo.

3. La patria deportiva⁷

El período que va de 1945 a 1955 es un momento central para dar cuenta de las relaciones entre el deporte, los sectores populares y las operaciones político-culturales del Estado. La incorporación al proyecto de industrialización de los sectores populares requirió de mecanismos culturales para reelaborar un nuevo significado comunitario de nación: la utilización de los aparatos del Estado para generar una idea de comunidad, entre ellos la educación elemental, obligatoria y masiva, la propaganda estatal, el militarismo y otras acciones tendientes a la afirmación de la identidad nacional. No escapa esto a lo que puede considerarse “clásicamente” un populismo: en él, la asociación entre Pueblo y Nación aparece como principio constructivo, y las tendencias a constituir “momentos fundacionales” son recurrentes.

El populismo en la Argentina puede considerarse como un proceso de inclusión de las grandes masas populares en la cultura urbana, destinadas a ser beneficiarias de la redistribución del ingreso. Sectores hasta ese momento ilegítimos, vieron ampliada la esfera de su participación política en función de la ampliación de sus derechos y de la construcción social de su representación massmediática. Lo que aparece como central en la argumentación que quiero desarrollar es el despliegue de mecanismos inclusivos: el populismo peronista incorpora sujetos de manera masiva, discursiva, ideológica y económicamente. La nación aparece como un enorme continente, que escamotea su carácter de clase para exhibirse (¿para percibirse?) como una construcción común.

⁶ Puede verse al respecto Martín-Barbero, 1987.

⁷ Parte de estos argumentos los debo a María Graciela Rodríguez, a su trabajo y a su discusión.

En síntesis, la importancia que tiene este período para indagar en la relación entre deporte y nacionalismo, reside en tres aspectos que aparecen como datos fuertes de estos años: la expansión deportiva —ya sea desde el punto de vista comunitario como el de alto rendimiento—; el auge y la consolidación de una industria cultural de sólido rasgo intervencionista; y la irrupción en la esfera política de un nuevo actor social, las clases populares, llamadas a ser imaginariamente protagonistas y destinatarias de las políticas de Estado. Esta aparición en escena de las clases populares y su nominación como "pueblo", al tiempo que define, como dijimos, la interpelación populista al convertir a las masas en pueblo y al pueblo en Nación, colocó al deporte como un dispositivo eficaz en la construcción de una nueva referencialidad nacional.

Al mismo tiempo el espectáculo deportivo se inaugura como un nuevo ritual nacional posible —hasta ese momento prácticamente inimaginable por la sociedad política— ampliando el repertorio simbólico común (García Canclini, 1991). El deporte operó así sobre la articulación de las modalidades y los mecanismos de consenso civil y político porque se trata de un conjunto de emociones, necesidades y subjetividades relacionadas con las modalidades narrativas de un sentimiento patriótico. Lo que me interesa aquí es que el espectáculo deportivo aparecía por primera vez como válido para integrar el repertorio nacional y que su legitimidad estaba dada por su vínculo con lo popular.

Un buen lugar para analizar esto es el cine. De la (escasa) serie de filmes argentinos que trabajan —directa o indirectamente— el tema del deporte, un porcentaje superior al treinta por ciento se produjeron durante este período (apenas diez años sobre más de sesenta de historia del cine argentino), lo que señala, provisoriamente, el peso de la temática en las expectativas de consumo. Por otro lado, los filmes deportivos durante el peronismo no fueron documentales propagandísticos, e inclusive escaparon a las referencias explícitas o laudatorias propias del aparato mediático estatal. En tanto operación de reinterpretación del nacionalismo algunos productos audiovisuales de ficción permiten aproximaciones interesantes. En una de las últimas escenas de *Pelota de trapo* (1948), quizás la más importante película de la serie tanto por su calidad como por su repercusión, se produce un diálogo curioso: el personaje central de Comeñías (Armando Bó), futbolista estrella que debe retirarse por una afección cardíaca, es reclamado por el público presente en una final sudamericana entre Argentina-Brasil. En el vestuario, su amigo y descubridor le reprocha su presencia y se niega a autorizarlo a jugar el tiempo suplementario

definitorio. Sin embargo, el personaje de Bó, mirando a la bandera argentina que flamea en el campo de juego, le insiste a su amigo con este argumento:

"-Hay muchas formas de dar la vida por la patria. Y ésta es una de ellas."

Frente a tamaño alegato, el amigo consiente, y Comeuñas entra a la cancha. Previsiblemente, convierte los tantos definitorios, sufre dolores en el pecho, pero resiste y no muere. ¿La patria acepta su esfuerzo pero no le exige su inmolación? Más allá de las lógicas del melodrama, el fragmento remite (por primera vez en las películas deportivas argentinas) a una interpelación que vincula, explícitamente, las actuaciones deportivas con los argumentos nacionales. En el contexto populista, la asociación Pueblo-Nación permite que los sujetos populares participen en la construcción de la nacionalidad desde roles, hasta ahí, descentrados e ilegítimos. *Pelota de trapo* supone la posibilidad de un nuevo procerato, de carácter popular: los héroes que la fundación mitológica había construido se están transformando, ahora, en decididas encarnaciones de la patria.

Por su parte, *Escuela de campeones* (1950) relata la historia de Alexander Watson Hutton, profesor escocés considerado el gran impulsor del fútbol en la Argentina, y el club Alumni, el equipo fundador. Pero el filme se integra en una serie mayor: *Escuela de campeones* participa de la lista de películas producidas por la empresa Artistas Argentinos Asociados con guión de Homero Manzi (connotado intelectual orgánico del peronismo) que en esos años diseña una historia pedagógica para consumo de masas⁸. De este modo, podemos entender que el fútbol fue considerado un componente necesario en la narrativa de la nacionalidad, junto a, por ejemplo, la vida del prócer Domingo Faustino Sarmiento filmada en *Su mejor alumno*.

Anticipando el (mal) modelo del cine histórico norteamericano contemporáneo,⁹ la narración de *Escuela de Campeones* insiste pedagógicamente en vincular lo narrado (inicialmente, una banalidad) con nombres y procesos legítimos de la historia argentina. Así, de manera "casual", desfilan el Dr. Ignacio Pirovano o el poeta Carlos Guido y Spano. Pero el momento cumbre llega cuando Watson Hutton, necesitado de apoyo para su escuela, va en busca del mismísimo Domingo

⁸ La historia argentina es narrada a través de *La guerra gaucha*, *Su mejor alumno*, *El último payador*.

F. Sarmiento, quien lo recibe en su despacho. Economía de recursos: por un lado, la escena marca el clímax de este intento de situar el universo narrado fuera de la banalidad deportiva, vinculándolo a una serie histórica de legitimidad indiscutible; por el otro, al interior de los mecanismos de producción, Sarmiento está personificado por Enrique Muiño, que acababa de componer el mismo personaje para *Su mejor alumno*, con el mismo equipo de producción.

Lo más interesante, sin embargo, está en el tratamiento de una mítica “argentinidad” del club Alumni. En tanto texto didáctico, el film no se propone un simple relato histórico de base realista, sino que quiere enseñar el proceso de nacionalización de la sociedad argentina, la manera en que el *melting pot* funcionara eficazmente como mecanismo asimilatorio (compulsivo). De esa manera, Watson Hutton muere en la Argentina siendo un “lindo gringo” (ese origen no puede desmentirse), pero el Alumni se convierte, de último equipo inglés, en primer equipo argentino. Este desplazamiento no es menor, y contradice toda empiria histórica: la criollización definitiva del fútbol argentino se produce exactamente con la desaparición del Alumni, no con su apogeo. En la narrativa del film, en cambio, la transformación –objeto argumentativo de toda la película, como dijimos— debe producirse al interior de lo narrado. Así, cuando un padre acerque sus hijos y sobrinos al colegio de Hutton para que los eduque –y los transforme en futbolistas—, estos milagrosos futuros deportistas son presentados como la familia Brown, “todos criollazos” –aunque la documentación histórica nos hable exactamente de otra cosa—.

Estos productos audiovisuales de ficción exponían las esperanzas de un sector para el cual el deporte (en especial el fútbol, ya profesionalizado) se convertía en una posible ruta hacia el éxito económico y/o la fama. Los héroes deportivos, en tanto íconos del concepto republicano de igualitarismo propio de las sociedades modernas, interpelan a los ciudadanos, en su condición de simples mortales, a reconocerse en la idea de meritocracia que supone la igualdad formal de oportunidades y de acceso a los recursos (Ehrenberg, 1992). Dicho en otras palabras y parafraseando a Gellner (1993), los "héroes populares" no son distintos a nosotros: sólo poseen más dinero¹⁰. Y los medios de comunicación son el vehículo ideal de las sociedades de masas para

⁹ Pienso, con saña y alevosía, en el pedagogismo arrogante de Oliver Stone.

¹⁰ Esta es una diferencia esencial observada por Vittorio Dini entre los héroes mitológicos y los modernos héroes deportivos: "Cuanto más baja es la condición social y cultural de origen, mayor es su capacidad de ser representativo como héroe" (Dini, 1991: 46).

escenificar las epopeyas de los héroes deportivos como una reafirmación de la creencia en la igualdad. Un buen ejemplo del período es la glorificación que se hiciera de las grandes hazañas deportivas de uno de los exponentes más mitificados: el boxeador José María Gatica, el "Mono". O en la ya citada *Pelota de trapo*: el futbolista Comeuñas saca a su madre del conventillo y financia la carrera universitaria de su hermano menor: el “sueño del pibe” en su mejor manifestación.

4. Fútbol en escenarios globales: el pos-maradonismo

En un reciente trabajo Archetti radica parte de la eficacia de la epicidad nacional de Diego Maradona en su continuidad con la tradición mitológica. Allí señala que “en una escena global donde la producción de territorios e identidades locales se supone difícil porque los mundos vividos de los sujetos locales tienden a devenir desterritorializados, diaspóricos y transnacionales” (Archetti, 1996: 15), la continuidad del mito del estilo argentino encarnada en Maradona permitía la supervivencia de una identidad. Sin embargo, la *localización* en escenarios globales con la mediación del héroe, investido de representación nacional, entra en crisis con la salida de Maradona de la escena. La exclusión del Mundial '94 coincidió con la eliminación del equipo argentino en octavos de final, proponiendo una relación causa-efecto temporal que también fue leída en lo factual. Maradona, expulsado del Mundial, arrastra a la Nación toda; a partir de allí, la única mercancía argentina exitosa, simbólica y corporal, se depreció en el mercado global para devolver a la Argentina a su tradicional —y poco relevante— lugar de productor de alimentos y débil exportador de bienes con bajo valor agregado. El relato mitológico del fútbol argentino, mezcla de éxitos y héroes, de estilos originales y sabias apropiaciones, se vió, de improviso, desprovisto de toda referencialidad.

Los años que siguen ejemplifican ese cuadro. Maradona se transformó en un jugador asistemático; su erraticidad semántica abandonó las líneas políticas progresistas y pareció encontrar un lugar más estable junto a los repertorios del neoconservadurismo populista; pero además, al descender a la escena local, su estatura mítica se redujo, desapareciendo como núcleo de representación de la nacionalidad (Alabarces y Rodríguez, 1996). Los jugadores argentinos, si bien continúan siendo exportados masivamente al fútbol europeo, ya no son figuras excluyentes, ni

revistan, con contadas excepciones, en equipos de primera línea. El acceso masivo a la programación deportiva internacional, por la extensión explosiva de los servicios de televisión por cable, permite a los públicos argentinos constatar cotidianamente la exclusión del fútbol nacional de los nuevos estadios globales. El fútbol argentino, entonces, se coloca en una situación de crisis similar a la vivida luego del Mundial de Suecia en 1958, cuando la derrota por seis goles frente a Checoslovaquia motivara una fractura de todos los relatos míticos.

Pero, en este caso, la crisis no es sólo futbolística, no consiste únicamente en la comprobación del fracaso de un esquema táctico. Es toda la serie que hemos presentado hasta aquí la que parece fracturarse: la fundación mitológica —del fútbol y de la nación—, la asunción estatal de la relación deporte-nación en la etapa populista. La ruptura es, en síntesis, de la capacidad acumulada del fútbol argentino para señalar la nación. Porque esa caída del héroe no se produce en cualquier momento, sino en la etapa global del capitalismo occidental. A la pregunta ¿cómo entrar a la globalización?, ¿cómo marcar la colocación local, como imprimir una marca de sentido propio al flujo de discursos transnacionalizados?, la Argentina no puede responder adecuadamente.

Renato Ortiz señala que la globalización desvía el peso tradicional de los discursos (y las mercancías) basadas sobre el imaginario de lo nacional-popular, hacia la constitución de un imaginario *internacional-popular*. En ese nuevo marco, los símbolos tradicionales de la fundación del Estado-Nación brasileño —samba, carnaval, fútbol— dejan su lugar a las nuevas mercancías globalizadas: la publicidad, los melodramas televisivos, la Fórmula 1 (Ortiz, 1991). Es interesante que en esa serie, que reemplaza bienes fuertemente marcados por las clases populares por bienes básicamente massmediáticos, reaparezca el deporte y la heroicidad: Ayrton Senna, tricampeón mundial, mártir del automovilismo global, héroe patrio en Brasil. La cultura brasileña parece haber hallado su modo particular de globalizarse: la continuidad de un modelo de penetración en los mercados universales a través de la producción de bienes simbólicos con ventajas comparativas: Ronaldinho, antes que el mejor, el jugador más caro del mundo. Pero también este ejemplo es buena prueba de hasta qué punto las nuevas condiciones del capitalismo global, del deporte hiperspectacularizado y principalmente televisivo, se transforman en gramáticas de producción: Ronaldo es un héroe televisivo y televisable, pero en tanto mercancía —porque ese es su primer registro— se ve sujeto a las leyes económicas antes que a las deportivas. Su fracaso mundialista a la vez que las exigencias comerciales de Nike apuntan en esa dirección.

Por el contrario, en la Argentina se produce una colisión de discursos: un neoconservadurismo político y económico hegemónico que proclama el ingreso argentino al Primer Mundo, coexiste diariamente con la experiencia cotidiana, entre las clases populares y también en las clases medias, del deterioro agudo de las condiciones de vida, de la pauperización, de la ineficacia para incorporarse exitosamente a un mercado global, del que se reciben sus perjuicios —depreciación del valor de las mercaderías, desocupación como fenómeno mundializado, narcotráfico— pero no sus beneficios. Para colmo, bienes tradicionales como el fútbol —como saldo exportable, pero también como capital simbólico— también desaparecen del mercado.

El fútbol argentino no puede gestar nuevos héroes globales: y en la argumentación que he desarrollado, sin héroes que lo soporten, no hay relato épico posible. El vacío post-Maradona es demasiado grande. Lo que predominan, en consecuencia, son intentos de épicas pequeñas, domésticas, de alcance latinoamericano, que —por la exacerbación de un nacionalismo de vuelo bajo, desprovisto del tinte antiimperialista que reponía, por ejemplo, el clásico enfrentamiento con Inglaterra—¹¹ generan chauvinismos, racismos refugiados en la mítica unidad étnica argentina frente a la polietnicidad latinoamericana, paranoias massmediáticas que suponen, en cada derrota, complots planetarios. La explosión industrial de las telecomunicaciones globales y del espectáculo deportivo como mayor fenómeno de audiencias encuentra a la Argentina en condiciones de debilidad para imponer “naturalmente” sus actores, por lo que los discursos massmediáticos deben fabricarlos, desplazar las estrategias estrictamente deportivas por las de marketing —como señalara respecto de Ronaldo—. El caso del jugador Ariel Ortega es, en ese sentido, paradigmático: se lo celebra como un nuevo Maradona, se le concede la camiseta número 10 en el equipo nacional, se promociona su venta a España e Italia (a equipos de segundo nivel) como prueba de la continuidad del relato, se remarca el juego brusco al que es sometido por las defensas contrarias (la prueba de todo héroe). Y se destaca su extracción de clase: proveniente de las clases pobres del interior de la Argentina, Ortega (llamado Orteguita, es decir, un *pibe*, un nuevo niño que transgreda el mundo adulto hiper-profesionalizado con su desparpajo)¹² aparece como el último representante de la clásica procedencia de los jugadores argentinos. Sin origen humilde, reza el mito, no hay épica del

¹¹ [En 1953, luego de la primera victoria futbolística ante Inglaterra, algún periodista exaltado exclamó: “Primero nacionalizamos los ferrocarriles, ahora nacionalizamos el fútbol”. En Bayer, 1990.](#)

ascenso social. Y hoy el hiperprofesionalismo del deporte global expulsa a las clases populares argentinas, sometidas a condiciones deplorables de nutrición y escolaridad en la niñez, de la práctica de alto rendimiento. Construcción massmediática y marketinera, Ortega, como Ronaldo, no puede superar la prueba, y constituye otro fracaso mundialista.

Pero al mismo tiempo que expulsa sectores de su práctica profesional, el fútbol incluye todo lo que toca. Ninguna superficie discursiva en la sociedad argentina le es ajena: la agenda cotidiana padece de *futbolitis*¹³; las minucias del fútbol doméstico inundan las primeras planas de la prensa sensacionalista, pero también de la “seria”; los discursos intelectuales profesionales también ceden al atractivo de un balón en movimiento. La tradicional sobrerrepresentación de las clases populares en el fútbol argentino ha sido desplazada por un policlasismo expansivo que disuelve (parece disolver) todo tipo de apropiación diferencial. Y en esa expansión, el fútbol practica, también, un imperialismo de género, que consiste en la incorporación acelerada de los públicos femeninos, televisivos pero también en los estadios, y en la aparición de una importante cantidad de mujeres trabajando como periodistas deportivas.

5. Tribalismos, Malvinas y mercado

Pese a esta explosión invasiva de territorios tradicionalmente ajenos al fútbol, la ausencia de mitos unificadores deportivos no puede suplantar la debilidad de los relatos nacionales clásicos. El progresivo deterioro de las instituciones modernas —el Estado, la escuela pública, la política, el sindicalismo—, que permitió la apoteosis del deporte como símbolo identitario nacional, no parece hallar, a corto plazo, nuevos discursos que ocupen esa función. Porque el fútbol, entre tanto, se sumerge en una etapa de tribalización exacerbada (Maffesoli, 1990), donde las oposiciones locales —enfrentamientos entre equipos rivales clásicos, el eje de oposición Buenos Aires-provincias, las rivalidades barriales al interior de una misma ciudad— se radicalizan hasta configurar identidades primarias. Más: se sobreimpusieron en el equipo nacional, acusado de faccioso. Durante este

¹² Nuevamente, la referencia es al trabajo de Archetti (1998).

¹³ ~~Tomamos~~ [La palabra procede del nombre de una obra de teatro presentada en Buenos Aires, donde el fútbol es visto como una patología psicológica, que afecta a cualquier habitante. El protagonista es un clásico miembro de las clases medias urbanas. La obra tuvo una importante repercusión de crítica y público.](#)

Mundial y en su etapa previa, la selección nacional, otrora mito de unidad, se leyó como atravesada por la lógica tribal. La opinión de mis informantes fue concluyente: antes que esta selección, es muchísimo más importante cualquier avatar de mi equipo.

Como señala Hobsbawm (1991), el nacionalismo de fin de siglo es divisivo, fragmentario; si el nacionalismo de la modernidad tendió a aglutinar sujetos, éste tiende a desmembrarlos. No se trata aquí de nacionalismos en sentido estricto, sino de tribalismos contruidos al interior de un conjunto que no se percibe como tal, porque no hay, insisto, quien lo reponga. Se trata más bien de *comunidades interpretativas de consumidores*, como las califica García Canclini (1995). Pero aquí también la teoría significa un repliegue: como acertadamente señala Mirta Varela, el concepto de comunidad interpretativa es una categoría que produce sujetos infinitamente fragmentados, a pesar de que originalmente era el concepto que permitía superar la atomización *ad-infinitum* de las subjetividades lectoras (Varela, 1998). El tribalismo describe el retorno a la atomización, a la celebración de los fragmentos.

En consecuencia, la nacionalidad futbolística se soporta en discursos parciales y segmentados, mutuamente excluyentes, donde la totalidad del relato unificador está ausente. Fuertemente dependiente del Estado, el discurso unitario de la nacionalidad se ausenta, en el mismo movimiento en que el Estado neoconservador se ausenta de la vida cotidiana. Mi argumentación aquí debe ser necesariamente política: estos procesos se producen en el fútbol porque se producen con virulencia en la sociedad. Como señalan Calderón y Szmukler (1997), asistimos a la ruptura de los procesos de integración social de las sociedades dependientes, fundamentalmente por el doble juego de la multiplicación de las desigualdades —que erosiona el sentido de pertenencia y las identidades sociales— y el relevo de las funciones estatales por parte del mercado, que sin embargo no se plantea la inclusión de ciudadanos, sino exclusivamente de consumidores:

“El rol preponderante que viene cumpliendo el mercado debilita aún más los mecanismos de representación política y social de las demandas de los ciudadanos que al mismo tiempo se retrotraen cada vez con más fuerza al ámbito privado, alejándose de las organizaciones sociales politizadas u orientadas a la actividad partidaria, al mismo tiempo que aumenta la importancia de su rol en tanto consumidores, al menos en el plano simbólico, en desmedro de su papel de ciudadanos” (*ídem*: 77).

Por eso es que, como símbolo de los tiempos, el emblema de unidad nacional debió ser suministrado por la industria cultural. Durante el reciente Mundial de Francia, esta tensión entre “comunidad interpretativa tribal” y “comunidad imaginada nacional” se exhibió en toda su plenitud, y fueron los medios de comunicación los que trataron de soldar la fisura. Durante la etapa previa y la primera ronda, los textos periodísticos (audiovisuales, radiales, gráficos) insistieron en la asunción enunciativa de un nosotros inclusivo que suponía, metonímicamente, la defensa de la selección nacional como un deber patriótico. Sin embargo, hasta el partido de octavos contra Inglaterra el clima reinante daba cuenta de una sensación de distancia; ese equipo, por razones futbolísticas pero también culturales (la tribalización antes señalada) no despertaba entusiasmos desbordantes, demostrando las dificultades que venimos describiendo para asumir su condición de ícono patriótico –son relevantes para ello las cifras de rating, importantes pero no abusivas; el poco impacto en la vida cotidiana; la baja presencia de hinchas en los festejos en el centro de Buenos Aires, convocados sólo por la presencia de cámaras de televisión dispuestas a registrarlos. Frente a esa apatía hegemónica,¹⁴ el contraste con el registro massmediático era fuerte: de guiarse por los textos televisivos, la Argentina era un país en armas dispuesto a vencer. Si bien esta afirmación requiere aún de nueva empiria, creo que la asimetría entre los textos massmediáticos y sus consumidores se volvió máxima; los espectadores rechazaron de manera notoria un cúmulo de textualidades paralelas (nuevas ofertas gráficas, programas televisivos de análisis –altos exponentes de la cháchara deportiva en el sentido de Eco) que fracasaron en su propuesta de imponer un discurso clásico de asociación fútbol-nación.¹⁵ La cobertura de los

¹⁴ Pero asumiendo una debilidad de mi argumentación: mi trabajo se desarrolla en Buenos Aires. Cuando la selección jugó partidos preparatorios en el interior de la Argentina, la respuesta del público ofreció algunas otras posibilidades. Fue notorio, por ejemplo, la adhesión que la figura de Claudio López producía en Córdoba, su lugar de origen, adhesión que repercutía sobre todo el conjunto. Sin embargo, este dato también puede reforzar mis hipótesis, en tanto remite a una afiliación segmentada y localista.

¹⁵ La escena política argentina ofreció en esos días un caso interesante para el análisis: una serie de hechos de envergadura –especialmente, la detención del dictador Videla— desplazaron fácilmente de la agenda al fútbol. El chiste consistió en imaginar que todos esos fenómenos se desarrollaban conspirativamente para escamotear el fracaso de Pasarella, a la inversa de lo que clásicamente se sostiene (el fútbol escamoteando conspirativamente lo político).

medios –aún en etapa de análisis— se asemejó a lo descrito por Crolley, Hand y Jetter para el caso europeo:

“El fútbol es reflejado por las crónicas estudiadas de los partidos franceses, alemanes y españoles como una extensión de la sociedad en la que muchas de las imágenes y metáforas usadas para describirlos derivan de construcciones de identidad colectiva francesas, alemanas y españolas” (Crolley, Hand y Jeutters, 1998: 184).

Al llegar el partido contra Inglaterra, todo el panorama cambió. Allí, las invocaciones massmediáticas en torno de una guerra simbólica encontraron plena adhesión; las cifras de rating treparon, la suspensión de la vida cotidiana se manifestó en su plenitud, y la ocupación del centro de la ciudad en los festejos posteriores adquirió carácter masivo (y violento, produciéndose serios incidentes). Los públicos parecieron suspender su distancia inicial, sus afiliaciones tribales, para sumergirse con plenitud en los pliegues de un discurso nacionalista que había reencontrado su *otro* más apropiado. Las Malvinas irredentas y la *mano de Dios* sin venganza chocaban furiosamente.¹⁶ Sin apelaciones antiimperialistas, fuera de contexto en situaciones globalizadas; apenas, la persistente sombra de un drama real que sólo podía ser vengado simbólicamente. Pero este fenómeno, que parece contradecir mis tesis, pronto encontró su límite: pocos días después, la derrota con Holanda excluía definitivamente a la selección del Mundial, y ante la imposibilidad de –el rechazo a— sumergirse en la humillación colectiva, los públicos prefirieron retornar a sus tribus; nada había ocurrido digno de mención. No había nuevos mitos ni nuevas épicas. Los medios, desprovistos entonces de toda referencialidad patriótica, abandonaron la escena (sólo la futbolística).

Esa distancia entre expectativas de los públicos –que tendieron a no “comprar” el chauvinismo massmediático— y de los medios se vio acrecentado por el exceso industrial: si este Mundial fue, según testimonios coincidentes de diversas partes del mundo, el más atravesado por la lógica de

¹⁶ Es muy interesante el análisis del tratamiento que los medios dieron a este partido en ambos países. La memoria de los medios argentinos remitía a Malvinas; la de los ingleses, que prescindieron casi en su totalidad del tema, refería obsesivamente al famoso gol de Maradona con la mano en 1986. La capacidad de Maradona para imponer la agenda cultural inglesa fue realmente sorprendente.

construcción y acumulación económica de la industria cultural, la escena argentina no escapó a ese desborde, constituyendo una de las mayores delegaciones periodísticas del mundo y ofreciendo un escenario saturado de fútbol. Si la apuesta fue que esa saturación encontraría un mercado en disponibilidad, los resultados fueron muy pobres.¹⁷ Por otro lado, la narración massmediática, que se proponía como espacio de representación de lo nacional, ofreció sus gramáticas habituales: sobrerrepresentación de las clases medias urbanas y porteñas, en desmedro de cualquier otro sector de la población, practicando los etnocentrismos clásicos de los discursos espectaculares argentinos.

En suma: abandonados de la mano de Dios y del Estado, fuertemente deudores de una tradición de construcción nacionalista inclusiva, expuestos a mecanismos expulsivos que consagran un creciente panorama de injusticia, buena parte de los argentinos persisten refugiados en comunidades tribales –fútbolísticas, pero también etáreas o localistas—, desde las que la construcción de un discurso unitario es poco menos que imposible. Cuando los medios –es decir, el mecanismo más visible del mercado— intentan reponer el viejo mecanismo inclusivo unificador del fútbol –por su facilidad, su calidez, su televisividad—, reproducen el mapa de la exclusión y la discriminación; señalan que sus consumidores –segregados del mercado económico real— no construyen ciudadanía; revelan su incapacidad de reproducir mitologías que no pueden construirse sin anclaje en lo cotidiano y lo real (el héroe deportivo, la epicidad fútbolística). Detrás de la cháchara chauvinista, muestran la enorme ausencia de proyectos comunes. Las respuestas no son fútbolísticas; son, como siempre, inevitablemente políticas.

6. Cierre digresivo y ficcional

En su segunda novela, *El área 18*, el escritor rosarino Roberto Fontanarrosa incursiona en el mundo del fútbol (Fontanarrosa, 1982). Si bien el registro paródico tradicional de Fontanarrosa domina la escritura –especialmente, en torno de los clichés de la novela de espionaje y los *best-sellers* (justamente, Best Seller es el nombre de su protagonista, un mercenario sirio)—, el principio constructivo de la trama se desplaza hacia una clave metafórica, donde la relación entre

¹⁷ Todos los datos aseguran que las pérdidas fueron millonarias, especialmente por parte de las televisoras.

el fútbol y la construcción de una nacionalidad ocupa un espacio central. En la trama, Best Seller es contratado por una multinacional norteamericana, la Burnett, a los efectos de liderar un equipo de fútbol, reclutado entre jugadores provenientes de diversas partes del mundo –no faltan un argentino, un brasileño, varios europeos, que arrastran tras de sí todos los estereotipos de sus respectivos *estilos nacionales futbolísticos*—. El objetivo de ese combinado variopinto, más parecido a una corte de los milagros, es enfrentar en un desafío al equipo nacional de Congodia, “un pequeño principado entre Kenia y Somalía” (*ídem*: 42).

Congodia es un país joven, independizado de los árabes medio siglo atrás, tras sucesivas dominaciones europeas. Congodia no tiene historia previa a su invención como país: es un conglomerado de tribus y lenguas que se unifica en torno al fútbol. Porque la independencia de Congodia se juega al fútbol, en un partido en que los congodios vencen 4 a 1: el héroe de la independencia es entonces uno de sus jugadores, “Paulo Arigós Brizuela do Botafogo, Mariscal del Área” (*íd.*: 45).

“De esta forma (...) los congodios comprendieron o entendieron cuál era la manera de conseguir cosas. De obtener cosas que no podían conseguir por otros medios. Comenzaron a concretar partidos de fútbol con sus países limítrofes, primero por rebaños de cabras, por partidas de semilla para la agricultura, por permisos para cazar en cotos vedados. Luego por zonas aldeañas, por aldeas fronterizas en litigio. Hasta que hace 15 años le ganaron la salida al mar a Kenya en un partido tremendo que finalizó 2 a 1 y donde Congodia apostó toda su población de leopardos (...) contra un corredor de tierra que la conectara con el Índico” (*ibídem*).

En Congodia no hay torneos internos, a los efectos de galvanizar la unidad nacional, de evitar las controversias y los antagonismos:

“Sólo existe un equipo nacional, adiestrado como un conjunto de astronautas, reverenciado e idolatrado por toda la población. Y por si todo esto fuera poco (...) no sólo se juegan un prestigio y una honra nacional, sino que se juegan la propia subsistencia como país, la propia economía” (*ídem*: 61).

En esta serie, el narrador asegura que los partidos de Congodia no se rigen por la FIFA, sino “por la Convención de Ginebra del 32” y que su himno nacional es “la recopilación musical de la transmisión de todos los goles que ha convertido el equipo nacional hasta el momento” (*íd.*: 63). Ya disparado el efecto desmesurado del relato, el narrador acumula datos isotópicos para la serie: la calle principal de la capital congodia se llama Paulo Naram N° 5, en homenaje a un célebre *centre-half*; el Museo recoge el monumento al juez de línea y a la barrera, óleos (“en la escuela de Delacroix” –*íd.*: 154—) que homenajean partidos históricos, banderas de estadios, hasta una urna conteniendo un fémur. El partido que disputará el equipo de Best Seller se integra en la misma continuidad: la Burnett se juega el permiso para una base de misiles, mientras que Congodia busca la concesión exclusiva de una marca de gaseosas para vender en toda África. Finalmente, después de diversos avatares donde la clave paródica por exceso predomina, el partido se realiza. La acotación final de Fontanarrosa consiste en que, durante el mismo, cada jugador del *team* mercenario se comportará como su estereotipo estilístico lo exija, estereotipo narrado desde una percepción sudamericana: los europeos sólo pueden aportar su rudeza, mientras que el argentino, Garfagnoli –contratado con el argumento de funcionar como “padrillo reproductor” de jugadores de fútbol en el mercado norteamericano para el Play Boy Club—, ratifica corporalmente una identidad indudable:

“Pisó el balón y lo retrotrajo por detrás de su pierna izquierda, lo impulsó apenas hacia delante con la punta del botín y de inmediato lo volvió a sepultar bajo la suela de su zapato diestro para devolverlo al lugar de partida de la misma forma en que un gato podría jugar con un ratón moribundo. La parte superior del torso del argentino se insinuó hacia la derecha como para emprender la carrera pero fue tan solo una finta, la ilusión de un movimiento, el espectro móvil de una intención. La cintura tornó a quebrarse y Garfagnoli salió limpio hacia su propio campo con el balón misteriosamente adosado a la capellada de su botín derecho” (*ídem*: 249-250).

Desplazamiento metafórico: sobreimpreso en la parodia, el principio dominante de buena parte de las ficciones de Fontanarrosa, la novela se organiza en torno de un enunciado apodíctico. *El fútbol es la patria*. El desplazamiento es, por supuesto, hiperbólico: el fútbol, en este caso, inventa

la patria. Frente a toda la teoría sobre el nacionalismo, frente a la multitud de casos analizables donde los factores de integración se revelan complejos y múltiples, Congodia es una nación y un estado sólo porque el fútbol lo permite. El fútbol no refuerza, como en otros casos nacionales, los mecanismos de afirmación identitaria, sino que desplaza a cualquier otro procedimiento para ser, luminosamente, el centro organizador de una *comunidad imaginada*. Doblemente: por ficcional y por nacional.

Pero la Congodia de Fontanarrosa también implica, en la metáfora, una parodia, en este caso no genérica. No es el género deportivo lo parodiado (decía más arriba: el registro es la novela de espionaje y aventuras en claves lejanamente políticas), aunque muchos textos del rosarino cabalgan sobre estos formatos –especial y magistralmente, la serie “Semblanzas deportivas” —. La parodia apunta aquí a una discursividad, o mejor aún, a una formación ideológica: aquella que construye nacionalidades fervorosas a través de las prácticas deportivas, privilegiadamente el fútbol, con un fuerte peso de los estereotipos estilísticos como definidores *per se* de una pertenencia nacional o al menos continental. Y hablo de parodia porque en el desborde, en la desmesura que plantea Fontanarrosa en el universo narrado, puede hablarse de la distancia que el mecanismo paródico exige. La visión de Congodia es ácida y se extiende, a través de marcas diseminadas, a toda glorificación chauvinista: piénsese, por ejemplo, en esa acotación según la cual los óleos del Museo Histórico de Congodia revelan la influencia de Delacroix (podría decirse: del peor Delacroix, o mejor aún de David). Pero el guiño de Fontanarrosa, el gesto que destaca esta novela sobre las otras,¹⁸ es una mirada cómplice a la vez que crítica: detrás de Congodia no está África, sino más ampliamente toda la estructuración nacionalista de las afiliaciones futbolísticas de la periferia. Incluso, evidentemente, la argentina.

Congodia obtiene su independencia, su salida al mar, sus concesiones petrolíferas, en partidos de fútbol. Soluciona sus conflictos limítrofes en partidos de fútbol. Realiza, en suma, en el plano de lo real –historia, política, economía— aquello que la dramaticidad del fútbol repone en el plano

¹⁸ En *Best Seller*, en *La gansada*, y también en *El área 18*, las posibilidades de la parodia revelan también sus límites: cuando el mecanismo se reconoce, el límite de la saturación está cercano. Creo que el mismo Fontanarrosa es consciente de ese límite: sus últimos libros de relatos tienden a suprimirla, a trabajar más acentuadamente el registro costumbrista (para calificar esquemáticamente recursos variados de construcción de un imaginario cultural masculino).

de lo imaginario. El fútbol de Congodia es performativo políticamente, cuando el fútbol real lo es sólo imaginariamente. Cuando Congodia derrota a Kenya 2 a 1, obtiene su salida al Índico; cuando Argentina vence a Inglaterra por penales en Francia 98, las Malvinas persisten, tercamente, Falklands. Aunque en la multitud que se congregó frente al Obelisco las islas hubieran sido, provisoriamente, en la fugacidad de lo simbólico, vengadas. Fontanarrosa señala magistralmente dos direcciones paralelas: que esa eficacia performativa es sólo posible en el plano de la ficción, pero que al mismo tiempo es la tentación permanente de todo imaginario futbolístico.

7. Bibliografía citada:

- Alabarces, P. y Rodríguez, M. G. (1996): *Cuestión de Pelotas. Fútbol. Deporte. Sociedad. Cultura*, Atuel, Buenos Aires.
- Alabarces, P. y Rodríguez, M. G. (1997): "Fútbol y Patria: : la representación de lo nacional en el fútbol argentino" ponencia ante el XVIII Anual Meeting of the NASSS (North American Society for the Sociology of Sport). Toronto, Canadá, noviembre de 1997.
- Anderson, B. (1993): *Comunidades imaginadas*, FCE, Méjico.
- Arbena, J. (1996): "Nationalism and Sport in Latin America, 1850-1990: The Paradox of Promoting and Performing 'European' Sports", en MacClancy, Jerome (1996-ed.): *Sport, Identity and Ethnicity*, Oxford, Berg.
- Archetti, E. (1995): "Estilo y virtudes masculinas en *El Gráfico*: la creación del imaginario del fútbol argentino", en *Desarrollo Económico. Revistas de Ciencias Sociales*, N° 139, Vol. 35, octubre-diciembre, IDES, Buenos Aires.
- (1996): "'And Give Joy to my Heart': Ideology and Emotions in the Argentinean Cult of Maradona", en Armstrong, G. and Giulianotti, R. (eds.): *Entering the Field. New Perspectives on World Football*, New York, Berg.
- (1998): "El potrero y el pibe: territorio y pertenencia en el imaginario del fútbol argentino", en *Nueva Sociedad*, 154, Caracas, marzo-abril.
- Bayer, Osvaldo (1990): *Fútbol Argentino*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Calderón, F. y Szmukler, A. (1997): "La globalización y la crisis de lo popular", en *Nueva Sociedad*, 149, Caracas, mayo-junio.
- Crolley, L.; Hand, D. Y Jeutter, R. (1998): "National obsesions and identities in football match reports", en Brown, A. (ed.): *Fanatics! Power, identity and fandom in football*, Londres, Routledge.
- Dini, V. (1991) (ed.): *Te Diegum, Genio, sregolatezza & baccettoni*, Milano, Leonardo.
- Ehrenberg, A. (1992): "Estadios sin dioses", en *Revista de Occidente*, Nros. 134-135, Madrid, julio-agosto.
- Fontanarrosa, R. (1982): *El área 18*, Buenos Aires, De la Flor.
- Frydenberg, Julio (1997): "Prácticas y valores en el proceso de popularización del fútbol. Buenos Aires 1900-1910" en *Entrepasados, Revista de historia*, N° 12, Buenos Aires.
- (1998) "Redefinición del fútbol aficionado y del fútbol oficial: Buenos Aires, 1912", en Alabarces, P., Di Giano, R. y Frydenberg, J. (eds.): *Deporte y Sociedad*, Buenos Aires, Eudeba.

- García Canclini, N. (1991): *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Méjico, Grijalbo.
- (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo.
- Gellner, E. (1993): *Cultura, identidad y política*, Gedisa, Barcelona.
- Guber, R. (1997): "Reflexiones sobre algunos usos nacionales de la Nación", in *Causas y Azares*, Nº 5, Buenos Aires.
- Hobsbawm, Eric (1991) *Naciones y nacionalismo desde 1780*, Barcelona, Crítica.
- Maffesoli, M. (1990): *El tiempo de las tribus*, Barcelona, Icaria.
- Martín Barbero, J. (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Ortiz, R. (1985): *Cultura brasileira & Identidade nacional*, Brasilense, San Pablo.
- (1991): "Lo actual y la modernidad", en *Nueva Sociedad*, Caracas, noviembre-diciembre.
- Sarlo, Beatriz (1998a) "Una comunidad llamada Nación", en *Perfil*, Buenos Aires, 8 de julio de 1998, p.3.
- (1998b) *La máquina cultural. Maestras, traductores y vanguardistas*, Buenos Aires, Ariel.
- Calderón, Fernando y Szmukler, Alicia: "La pobreza y las nuevas condiciones de desigualdad social", en *Nueva Sociedad*, 149, Caracas, mayo-junio 1997.
- Shumway, N. (1993): *La invención de la Argentina. Historia de una idea*, Buenos Aires, Emecé.
- Varela, M. (1994a): *Los hombres ilustres del Billiken. Héroes de los medios y la escuela*, Buenos Aires, Colihue.
- (1994b): "La creación de una cultura televisiva en la Argentina", mimeo, Buenos Aires.
- (1998): "Las audiencias en los textos. Comunidades interpretativas, forma y cambio" en Grimson, A. y Varela, M.: *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires, en curso de publicación.