

De los tribalismos a la política: las hinchadas argentinas entre la crisis, el Mundial y el destino de la Patria

PABLO ALABARCES¹

Universidad de Buenos Aires

RESUMEN

Mientras terminaba las conclusiones de mi libro *Fútbol y Patria*, un análisis de las relaciones entre el fútbol y las narrativas nacionales en la Argentina en el siglo XX, el país fue sacudido por una crisis económica y política sin precedentes, que desembocó en una serie de manifestaciones populares en las calles y la renuncia de dos presidentes en quince días. Y esas manifestaciones mostraron la cotidianeidad de una cultura futbolística (cánticos, camisetas de equipos y de la selección nacional, el enfrentamiento con la policía) que parecía politizarse. A los pocos meses, mientras la inestabilidad política y social mostraba la fragmentación aguda de la sociedad, el Campeonato Mundial de Corea-Japón permitió la aparición de discursos contradictorios: por un lado, una publicidad comercial que veía en el fútbol la salida de todos los problemas y la reconciliación definitiva de la sociedad; por otro, pronósticos que aseguraban que una eventual derrota deportiva provocaría un nuevo estallido social. Todos los vaticinios fueron fallidos. Este trabajo pretende analizar ese proceso, postulando algunas hipótesis de interpretación sobre las identidades futbolísticas en la Argentina.

Palabras claves: Argentina, fútbol, nacionalismo, violencia.

ABSTRACT

While I was finishing the conclusions of my book «Football and Patria», an analysis of the relations between football and the narratives of the nation in Argentina in the 20th century, the country was shaken by an economic and political crisis without any precedent in the history, that lead to popular manifestations on the streets and ended with the resignation of two presidents within fifteen days. Those manifestations showed the quotidianity

of a football culture (songs, jerseys of local teams and of the national side, the confrontation against the police) that seemed to become politicized. A few months later, while the political and social instability showed deep fragmentation of the society, the World Cup in Korea-Japan allowed the appearance of contradictory discourses: a commercial publicity that saw in football the possibility of getting out of the crisis and the final reconciliation of the society; and, on the other hand, common prognosis assured that an eventual sportive defeat would cause a new social crack. All the predictions failed. This work aspires to analyze that process, postulating some hypothesis of interpretation of football identities in Argentina.

Keywords: Argentina, football, nationalism, violence.

EL ESTALLIDO: RELATO CON TESIS²

Escribí las últimas líneas de lo que luego sería el libro *Fútbol y Patria* en noviembre de 2001. En ese momento, era sólo mi tesis de doctorado para la University of Brighton; en diciembre estaba terminando de corregir su versión en inglés. El 19 de diciembre a la noche suspendí el trabajo para ver el discurso que el presidente De la Rúa dirigía a todo el país, usando las televisoras y las radios en cadena nacional. El día había pasado vertiginosamente, en medio de noticias que alertaban sobre saqueos a comercios por parte de clases populares empobrecidas hasta la asfixia, y de encendidas protestas por parte de clases medias cuyos ahorros, ficticiamente dolarizados, estaban guardados a cal y canto en bancos insolventes, sin posibilidades para retirarlos (lo que se conoció como el *corralito*). Los rumores acompañaban las noticias: se hablaba de «estado de sitio» (limitación de los derechos constitucionales de reunión y protesta pública), de represión, de muertos por balas policiales.

El presidente habló cerca de las 11 de la noche. Las noticias eran ciertas: había habido saqueos a comercios, había habido represión y muertos (16, hasta esas horas, en todo el país). De la Rúa aseguró que la situación estaba controlada, y que, para evitar nuevos sucesos debido a la acción de «grupos organizados», era preciso decretar el estado de sitio. Quise volver a mi tesis, aunque preocupado por lo que estaba sucediendo. A los pocos minutos, todo empezó.

Vivía en el barrio porteño de Congreso, a pocas calles del edificio del Parlamento argentino. Aunque es un piso alto, comenzaron a llegar ruidos de cacerolas golpeadas. Imaginé una nueva propuesta de ahorristas indignados por su dinero capturado en los bancos, y decidí bajar a ver la calle. Supuse que se trataba de sólo unos minutos: llevé mi tesis conmigo y decidí seguir trabajando en un bar. En la avenida Rivadavia se iban concentrando miles de personas golpeando cacerolas. Me incorporé a los manifestantes: en la Pla-

za del Congreso, frente al Parlamento, había ya varias decenas de miles golpeando sus cacerolas y entonando cánticos hostiles al gobierno, pidiendo las renunciaciones del presidente y su ministro de Economía (Cavallo) y, sorprendentemente, clamando contra el estado de sitio, bajo el cual esa misma manifestación era ilegal («Qué boludos/ el Estado de sitio/ se lo meten en el culo»). El *cacerolazo*, como se conocía a la protesta, estaba en su plenitud³. A cada minuto, nuevas columnas de manifestantes se agregaban; muchos agitaban banderas argentinas y lucían camisetas de la selección nacional de fútbol. En un momento, miré hacia la escalinata del Parlamento y murmuré: «es una tribuna». El colorido, plétórico de los colores celeste y blanco; la actitud corporal de los manifestantes, agitando sus brazos rítmicamente mientras seguían los cánticos; y las mismas estrofas, trabajadas sobre las melodías típicas de los estadios, recordaban las tribunas populares de los estadios de fútbol argentinos. Varios miles de manifestantes comenzaron a desplazarse hacia la Plaza de Mayo, donde se encuentra la Casa Rosada, sede del presidente, distante 15 calles de allí. Al llegar, la Plaza ya estaba repleta de una multitud que repetía los mismos cánticos. Con un agregado: el viejo y olvidado «si éste no es el Pueblo/el Pueblo dónde está?»⁴. Aproximadamente a la una de la madrugada la policía inició la represión: con gases lacrimógenos primero, con cargas de la infantería después. Debimos replegarnos hacia el Parlamento; en el camino, los manifestantes comenzaron a atacar con piedras los bancos de la Avenida de Mayo y los locales de empresas multinacionales. Todavía con el borrador de mi tesis debajo del brazo (que estuvo a punto de alimentar el

fuego de una barricada erigida de apuro, para bloquear el avance policial), seguí participando de la manifestación, concentrada nuevamente en las escalinatas del Congreso e insistiendo, testarudamente, en recordarme una hinchada. A las cuatro de la mañana, la policía volvió a cargar, dispersando violentamente a los manifestantes: uno de ellos quedó herido gravemente en las escalinatas. Murió unos días después.

Al día siguiente, ya conocida la renuncia del ministro Cavallo, los manifestantes volvieron por más. Ya no se trató de *cacerolas*: junto a gente suelta, que intentaba protestar en la Plaza de Mayo (cercada y violentamente desalojada por la policía, una y otra vez, por el terror paralizante de los gobernantes, que no querían renunciar ante una Plaza tomada por la protesta popular), aparecieron columnas organizadas de manifestantes, nucleados junto a partidos de izquierda y algunos gremios. Las columnas se estrellaban una y otra vez, en las calles aledañas, contra los cordones policiales que impedían el paso rumbo a la Casa Rosada. Los gases lacrimógenos dejaron lugar a las balas: a lo largo del día, cinco manifestantes fueron asesinados por la policía. Además de las columnas sindicales o partidarias, grupos de jóvenes —entrenados en los combates con la policía en los estadios de fútbol o en los *piquetes* de desocupados, forma crucial de la protesta política desde 1994— intentaban tozudamente perforar el cerco junto a la Plaza, armados con pañuelos y limones para resistir a los gases, partiendo baldosas de las aceras para acumular proyectiles, exhibiendo su puntería deslumbrante. A las cinco de la tarde, abandonado por sus partidarios y por sus opositores, el presiden-

te De la Rúa renunció y abandonó la Casa Rosada. La noticia contribuyó a enfriar el clima; sólo quedaron algunos remezones del combate, en torno de algunos comercios saqueados o de locales de firmas multinacionales (especialmente, un Mc Donald's ubicado frente al Obelisco porteño) que fueron incendiados.

Lo que sigue puede contarse más rápidamente. El gobierno quedó en manos del presidente del Senado, Ramón Puerta (peronista), para dar lugar unos días después al gobernador de la Provincia de San Luis, Adolfo Rodríguez Saá (también peronista), elegido por el Parlamento, quien declaró el *default* de la gigantesca e impagable deuda externa. A la semana, ante la continuidad de los *cacerolazos* de protesta y la falta de apoyo político, Rodríguez Saá renunció a su vez (la protesta del 29 de diciembre dejó otros tres muertos: tres jóvenes asesinados por un policía en un barrio porteño, a 10 kilómetros de la Plaza de Mayo); Puerta se negó a asumir nuevamente la presidencia, dejando su lugar al senador Caamaño (también peronista). El primero de enero asumió como presidente, también elegido por el Parlamento, el senador Eduardo Duhalde, ex gobernador de la Provincia de Buenos Aires (obvia y previsiblemente, peronista), que había sido vencido por De la Rúa en las elecciones de 1999, prometiendo la convocatoria a elecciones presidenciales para el año 2003. En los primeros días de enero, Duhalde decretó el fin de la *Convertibilidad* (el fantástico plan económico según el cual el peso argentino ligó su paridad al dólar norteamericano, y en vigencia desde 1991) y una devaluación del 40%, que, en pocos meses, llegaría al 400%. El fin del

experimento neoconservador argentino trajo consigo, además de la serie de cinco presidentes en quince días, dos de ellos derribados por las manifestaciones populares, un aumento explosivo de los índices de desocupación y pobreza: la Argentina duplicó la cantidad de pobres (del 27% en enero al 54% en septiembre) y llegó a arañar el 25% de desocupación nominal, con un estimado de más del 40% de desocupación real. Junto a ello, una industria devastada por la falta de competitividad, una clase obrera industrial condenada a la desocupación estructural o al subempleo en el sector informal, una economía extranjerizada (98% de la minería, 93% del petróleo, 92% de las comunicaciones, 89% en maquinarias y equipos, 76% en alimentos y tabaco), sus servicios públicos privatizados y en manos de empresas multinacionales; pero, a la vez, clases medias y altas que ahorraban en dólares, que viajaban por el mundo, seducidas por una modernidad falaz, entregadas al consumismo más desbordante de las más famosas marcas internacionales gracias a la sobrevaluación monetaria⁵. Y los sucesos de diciembre habían dejado, además e indeleblemente, 25 muertos en las calles argentinas.

Mi tesis estaba terminada: la defendí en febrero del 2002, y se transformó en libro en junio. Luego de todo lo ocurrido, y ante la cercanía del Campeonato Mundial de fútbol de Corea-Japón, temí que debiera reescribirlo por completo.

FÚTBOL Y PATRIA: EL RETORNO (PREARIO) DE LO POLÍTICO

En *Fútbol y Patria* argumenté largamente en torno de las dificultades de los discursos con-

temporáneos para proponer nuevas narrativas nacionales, eficaces, con poder de interpelación: es decir, productores de nuevas prácticas sociales. El retiro de un Estado, que había sido a lo largo de la historia el *gran narrador*, dejaba en manos de dos actores esa tarea: el primero son los medios de comunicación, máquina productora de relatos pero limitados a la maximización del beneficio económico, a la producción de consumidores pero no de ciudadanos, por un lado; por el otro, la sociedad civil, debilitada profundamente, luego de la experiencia de la dictadura militar de 1976-1983 y del fracaso de las ilusiones de la transición democrática por la claudicación del gobierno radical ante las presiones militares, en 1987, y el profundo giro ideológico del populismo peronista, devenido revolución conservadora en 1989.

Este doble movimiento, de terror militar y de traición política, encontró una sociedad civil debilitada —con la excepción de algunos grupos de presión vinculados a los sectores más privilegiados de las clases medias, como los agrupamientos de consumidores o de protección del medio ambiente o las reacciones espasmódicas frente a casos puntuales de excesos estatales, como la represión policial—. Las únicas organizaciones con cierto poder simbólico que perduraron, originadas en el terror de la dictadura, son los organismos de derechos humanos (las Madres y las Abuelas de Plaza de Mayo, pero también la agrupación de Hijos de Desaparecidos), aunque no tomaran a su cargo un relato de totalidad, sino limitado a sus reivindicaciones específicas. En ese contexto, argumenté, que el fútbol articulara un nuevo relato nacional es una pretensión imposible, porque es una narrativa

soportada por héroes deportivos y el retiro de Maradona implicaba la desaparición del último héroe; pero también porque la condición puramente mediática de esa *nueva-vieja narrativa* la transformaba en pura retórica, incapaz de producir nuevas prácticas. Las condiciones reales —sociales, políticas, económicas— de la sociedad argentina hacían imposible —mera ilusión— la fantasía de un país de hinchas, unificados tras la camiseta argentina, como único mecanismo inclusivo posible. Una identidad nacional, un mecanismo siempre *imaginado* pero no *imaginario*, como dice Benedict Anderson (1991), debe soportarse en signos de una pertenencia específica. Si *ser argentino* no significa trabajo, comida, salud, educación, no vale la pena. La identidad debe estar inscripta materialmente en los cuerpos, como apuntaba Jenkins (1996); los discursos chauvinistas de los relatores deportivos no significan, de manera alguna, esa inscripción corporal.

Los sucesos de diciembre ratificaron esta descripción. Como señalé en torno de los *piqueteros* y de los jóvenes *consumidores* del rock argentino, los símbolos nacionales volvieron a ser reflatados —las banderas, las camisetas del equipo argentino de fútbol—. Pero la movilización popular, atravesada por prácticas aprendidas en los estadios —los cánticos, pero también las tácticas de lucha contra la represión policial—, se transformó en política. Allí, en ese desplazamiento que retoma las prácticas futbolísticas, pero las coloca en nuevos contextos para producir nuevas significaciones, aparecen las únicas posibilidades para una sociedad civil debilitada y periférica de construir nuevos relatos de identidad. Como señalara Thompson (1979) la identi-

dad es también una experiencia: pero una experiencia de lucha y de conflicto. En ese enfrentamiento, por ejemplo, las condiciones *globalizadas* de la sociedad argentina se percibieron como económicas, es decir, como materiales: que los ataques se dirigieran especialmente sobre los bancos y las compañías de servicios privatizados señala que la globalización se comenzaba a leer como capital concentrado y como pérdida de la autonomía política, y no como ilusorio acceso a los bienes simbólicos globales. Y que las movilizaciones de enero señalaran los medios de comunicación como un nuevo blanco también indicaba —es otra conjetura, que el devenir del 2002 y el 2003 me obliga, por ahora, a proponer muy tímidamente— que los públicos distancian su percepción de los discursos periodísticos, que el relato de los medios es pura mercancía, un relato sólo vicario.

Pero esa politización de las prácticas futbolísticas de la que hablaba —o mejor, insisto: su desplazamiento, su re-colocación en un contexto que las vuelve políticas— también necesita mayor precisión. Porque, como señala María Graciela Rodríguez, «si bien es cierto que el consumo en sí, como categoría, implica una posición dominada en tanto un consumidor, por definición, no es un productor (...) los consumos culturales indican, a su vez, una segunda posición que se vincula con la legitimidad o no del bien en disputa. Para los motoqueros⁶, por ejemplo, que adquirieron una particular visibilidad durante los sucesos de diciembre de 2001, los consumos culturales se toman como reivindicación de una posición en el enfrentamiento y como la puesta en escena de un relato de la identidad atravesado por ellos:

«Vengo de escraches a militares, de recitales de los Redondos, de la cancha y soy fletero», comenta Sebas[tián]⁷. En este sintético enunciado aparecen una diversidad de prácticas que confluyeron, durante los sucesos de diciembre de 2001 en Argentina, en el ejercicio de una acción política socialmente situada. Prácticas de consumo cultural, de ejercicio político y de trabajo, todas constituidas desde posiciones relativamente subalternas y con algún grado de ilegitimidad, que se articularon en una simbolización política respecto de un Otro en un contexto particularmente crítico» (Rodríguez, 2003: 8).

Sin embargo, ese *contexto particularmente crítico* merece un análisis más detenido. Es decir: el informante entrega un listado fragmentario y sin orden, que acumula prácticas cuya única marca común es la subalternidad. Pero que designa órdenes distintos: la política (*los escraches a militares*), los recitales de rock y su articulación de identidad (*los recitales de los Redondos*), el estadio de fútbol (*la cancha*), el trabajo (*soy fletero*, un oficio a la vez subalterno pero autónomo, es decir, propio de la estructuración informal del mundo del trabajo en las clases populares). Para nuestro joven *militante*, la politización es una resultante implícita de un mundo definido de manera precaria y casi apolítica, y condensado en una práctica: el *aguante*⁸, entendido como simple impugnación de un mundo que no se comprende. Ni, posiblemente, se intenta comprender.

Otro informante, también citado por Rodríguez, afirma que «habiendo ido mucho tiempo a la cancha a ver al Bicho [el club porteño Argentinos Juniors] me di cuenta

que los tipos no ponen tanto ensañamiento en reprimir una barra como en una marcha. También es cierto que las bandas se la plantan más y en una marcha, más allá de que van con palitos y qué sé yo, no pasa nada (Carlos, 30 años, motoquero) (op. cit.: 9).

Este nuevo testimonio agrega otra perspectiva complementaria, no divergente. La comparación entre el universo del fútbol y el político se vuelve explícita (ya no como integrantes de una serie, como en el caso anterior, sino como comparación punto a punto); y ofrece dos miradas, una sobre el Otro (en este caso, el aparato represivo, la policía) y otra reflexiva. Por un lado, la percepción es que la política recibe un mayor castigo («los tipos no ponen tanto ensañamiento en reprimir una barra como en una marcha»), lo que elevaría la consideración del mundo politizado. Pero, a la vez, al argumentar reflexivamente, agrega, «también es cierto que las bandas se la plantan más»⁹. La traducción es directa: la policía pega más a quien menos se resiste. La carga simbólica se invierte: el universo del fútbol, aunque despolitizado, es más *resistente*. Y esto agrega poder simbólico al fútbol: si la violencia en el deporte es básicamente *expresiva*, simbólica antes que instrumental (es la hipótesis con la que explicamos el *aguante*; nuevamente, Alabarces, et al., 2000 y 2005, y Alabarces, 2004), la pelea futbolística con la policía en los estadios de fútbol aparece, para nuestro informante, como más productiva simbólicamente. Y más adrenalínica, además.

Lo cierto es que, por fuera de la interpretación de nuestros informantes, las clases dominantes argentinas no tienen demasiadas

dudas: los 25 muertos en pocos días de represión (y todavía faltaban dos más, el 26 junio de 2002; volveremos sobre esto) equivalen a varios años de peleas en los estadios de fútbol.

EL FÚTBOL SIEMPRE ESTÁ (GRACIAS A DIOS)

Mi análisis inicial se detuvo en el Mundial de Francia de 1998, por lo que el Mundial de Japón-Corea 2002 ponía las hipótesis del libro, especialmente sus apuestas finales, en un lugar de incerteza, no de pronóstico. Los avatares deportivos, políticos y televisivos parecen haberlas confirmado a todas.

La colocación del seleccionado argentino, como gran favorito en el Mundial, permitió el despliegue de una expectativa desmesurada, alimentada periodísticamente. Las encuestas eran contundentes al respecto: Argentina *iba a ganar* el Mundial, según una inmensa mayoría de argentinos. Las cifras son unívocas. Una encuesta publicada el día del debut contra Nigeria sostenía que las posibilidades de que ganara Argentina la copa eran del 64,6%¹⁰. Simultáneamente, era previsible la respuesta respecto de qué países no se querían ver como triunfadores alternativos: Inglaterra, con el 32,6%, Brasil con el 21%, y EE. UU. con el 11,7%. La colocación de Inglaterra a la cabeza confirmaba otras afirmaciones de *Fútbol y Patria* (Alabarces, 2002: 190-195): la carga mítica del enfrentamiento con los ingleses supera cualquier otra rivalidad en el imaginario futbolístico argentino. La segunda posición brasileña, por supuesto, remite a la rivalidad vecinal. Pero la tercera era más sorpresiva. Porque, salvo imponderables, la posibilidad de que los Es-

tados Unidos ganaran la Copa era inexistente; por lo que no había otra interpretación posible que la política. En el contexto argentino de mediados del 2002, los deseos deportivos se teñían de antiimperialismo... En el mismo sentido, el 17% de los encuestados (precaria mayoría, pero mayoría al fin) prefería a Brasil como ganador alternativo, descartada la Argentina; el 14%, a Uruguay. Nuevamente, parecía aparecer un sentido de solidaridad continental superior a la rivalidad deportiva. Pero eso no implicaba que la conciencia de los hinchas hubiera dado un salto cualitativo, la transformación milagrosa de los argentinos en seres concientes, progresistas y políticamente correctos. Durante el partido con Nigeria, mis estudiantes recogían afirmaciones tan poco tolerantes como éstas: «jugando bien, a los negros les tenemos que romper el culo»; «a estos negros los tenemos que garchar». El racismo y la homofobia, componentes centrales de la cultura futbolística argentina, no habían sido desplazados por la crisis.

En la misma nota, el cronista recordaba que el 80% de la población creía que la situación política, económica y social iba a empeorar; y el 70% calificaba de mala o muy mala la gestión del presidente Duhalde. Los deseos futbolísticos, entonces, confluyeron con una suerte de *profecía apocalíptica*. Ésta afirmaba que el éxito futbolístico implicaría una suerte de solución mágica a la crisis política, la suspensión —si no la eliminación— del conflicto, la extensión de un período de gracia al gobierno. Pero esa hipótesis se aplicaba siempre a *otros*: si ningún informante aceptaba esa descripción para sí, la aplicaba sin retaceos a los *otros*, los *tontos culturales*

(para recordar una vieja expresión de Stuart Hall, 1984) que, idiotizados por un triunfo deportivo, imaginarían —alucinarían, más bien— un mundo de rosas y un país triunfante. A la inversa, existía la —permítaseme llamarla así— *contra-profecía revolucionaria*: en la nota que venimos citando, se afirmaba que el gobernador de la Provincia de Santa Fe, Carlos Reutemann, había dicho en una reunión de gobernadores con el presidente: «Hay que solucionar la cuestión del corralito, porque si nos eliminan del Mundial y encima no arreglamos lo del corralito es imprevisible lo que puede pasar en el país» (Kollman, 2002: 2). La contra-profecía, en suma, arriesgaba la posibilidad de que el estallido social definitivo, ese infierno tan temido por las clases dominantes, arribaría de la mano de la derrota mundialista. Ante la eliminación, la reacción conjunta de piqueteros desbordados y ahorristas indignados, soliviantados por la acción todopoderosa del fútbol, concluiría en la inevitable revolución social, en el linchamiento de la clase política en la Plaza de Mayo.

El fracaso futbolístico, la eliminación en primera ronda después de una victoria, una derrota y un empate, con sólo dos goles convertidos, impidió comprobar empíricamente la veracidad de la primera profecía, o más bien, su previsible falsedad. Pero, a la vez, permitió comprobar la también previsible falsedad de la segunda. ¿Por qué se habían desplegado estos inútiles intentos proféticos? Básicamente, la explicación estaba en la *vulgata* de la relación entre fútbol y política: aquella que establece relaciones causales entre éxitos deportivos y victorias políticas, *vulgata* jamás demostrada. Sin duda, el clima

político, económico y social permitía la puesta en escena de una expectativa desmesurada, pero compensatoria, no supletoria. El éxito deportivo iba a ser, sin duda, muy bienvenido por una población jaqueada por la devaluación, la inflación, la desocupación, el hambre, la pobreza, el derrumbe de la ilusión primermundista, la traición de la clase política (las siete plagas de la herencia neconservadora). Una suerte de «último deseo» del condenado a muerte. Pero la salida del Mundial demostró que el fútbol es el fútbol... y que hasta sus más increíbles fanáticos en la Argentina saben ubicarlo en el mundo de lo imaginario.

Pero, a tono con las hipótesis desplegadas en mi libro, los discursos mediáticos decidieron hacerse cargo parcialmente del pronóstico, volviéndolo deseo. La transmisión de los partidos, tanto en radio como en televisión, insistía en esa vinculación (que el entrenador Bielsa negaba enfáticamente). En la Radio La Red, la de mayor audiencia durante el Mundial, y propiedad del monopolio Torneos y Competencias, el dueño del fútbol argentino, pudieron escucharse algunos de los mejores ejemplos. El relator Sebastián Vignolo, en los comentarios previos al partido con Inglaterra, el 7 de junio, sostenía: «... Este país, tan golpeado como querido (...). Da placer encontrarse en cada esquina con nuestros colores, con los colores de la bandera en cada barrio, cada calle, cada semáforo (...) Hoy es la unión de la patria, la selección y la bandera...». O el 2 de junio, antes del debut contra Nigeria: «este equipo [que] buscará el triunfo para darle una alegría a la gente, que la está pasando mal. (...) En el peor momento del país, éste tiene que ser

el mundial de Argentina, nos tienen que dar una alegría».

Mientras tanto, en la previa del choque frente a Inglaterra, el relator no dejaba de aludir a «nuestro querido pero golpeado país», enfatizando la «necesidad» de un triunfo deportivo para reanimar el apagado espíritu del «pueblo»: «Por suerte, los argentinos tenemos la chance de por lo menos treinta días, no digo estar ajenos de la realidad, que nos conmueve, que nos golpea, que nos aqueja, que nos desgarrar casi la vida cotidiana, pero sí meternos un rato con el fútbol, en donde sí podemos sentirnos del Primer Mundo».

Sin embargo, una vez acaecida la derrota, el periodista estrella del monopolio, Fernando Niembro, ex funcionario del gobierno de Menem y vinculado con la derecha peronista, se preocupó por separarla de las implicancias que iban más allá de lo estrictamente deportivo: «Si Argentina ganaba no se solucionaban los problemas del país. Es una frustración estrictamente deportiva», dijo el 12 de junio, para agregar al día siguiente: «Estamos tristes, pero esto no nos cambia la vida. La gente, en Argentina, tiene los mismos problemas que antes para pagar la luz, se sigue preocupando por tener laburo, porque no le roben en la esquina...».

MARKETING Y PATRIA: LA NACIÓN SEGÚN LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES

Por su parte, otro espacio interesante para analizar fue la actitud de las empresas, que desplegaron en las publicidades mundialistas todos los lugares comunes del patriotismo futbolístico. Las inversiones, a pesar de la crisis que impactaba en una fuerte retracción del

consumo, fueron importantes: Direct TV, empresa de televisión satelital, pagó 400 millones de dólares por los derechos de transmisión para Argentina, Chile, Colombia, México, Uruguay y Venezuela. La Coca-Cola invirtió 2,5 millones en marketing y publicidad¹¹. Los *sponsors* oficiales de la Selección argentina fueron la cadena francesa de supermercados Carrefour, la Coca-Cola, la cervecería Quilmes, la compañía de tarjetas de crédito Visa, la empresa de indumentaria deportiva Adidas y la petrolera Repsol-YPF.

La lista es sugestiva. En el caso de Carrefour, era a la vez auspiciante exclusivo de la Argentina y de Francia (ambos eliminados en primera fase...). La Coca-Cola, como es sabido, patrocinaba a buena cantidad de equipos, al igual que Visa y Adidas. En todos los casos, se trata de compañías transnacionales, al igual que Mc Donald's, Gillette o Mastercard, que también desplegaron campañas alusivas. Pero el colmo llegaba con las otras dos. La cervecería Quilmes, tradicionalmente de capitales nacionales, fue vendida a la brasileña Brahma pocos días antes del inicio del torneo. Eso permitió a su competidora, la alemana Isenbeck, desplegar una agresiva campaña en la que cuestionaba la legitimidad de Quilmes para «defender» un supuesto patriotismo futbolístico. El primer aviso, a toda página, con una imagen de la bandera brasileña en la que una tapa de botella de la cerveza Quilmes reemplazaba el sol original, ostentaba la siguiente leyenda: «Los brasileros compraron Quilmes. ¿Justo antes del mundial? ¿Cómo se decía vendido en portugués?». El remate decía: «Isenbeck. Te vendemos una buena cerveza. Y nada más», con lo que la empresa cuestionaba la asignación

de sentidos nacionalistas al producto (*Página 12*, 20 de mayo).

El caso Repsol-YPF merece otro apartado. Porque la compañía petrolera YPF había sido por muchos años, desde su fundación en la primera mitad del siglo XX, el orgullo de las empresas estatales argentinas, y había garantizado por décadas el autoabastecimiento petrolero (además de ser un instrumento regulador de los precios de los combustibles por parte del Estado). Su privatización, con el menemismo, fue una de las más turbias y sospechadas de corrupción. Pero, además, significó el fin del proceso de intervención en los precios, con la suba consecuente; y, muy especialmente, la desintegración de las comunidades en las que operaba YPF, fuertemente ligadas al empleo en la empresa: Cutral C6, Plaza Huincul, en la provincia del Neuquén; Tartagal, General Mosconi, en la de Salta, entre otras. No en vano, las mayores explosiones sociales del período, de las que surgieron los *piqueteros*, se produjeron en esas localidades: la memoria del rol de la empresa estatal en la generación de empleo y en la organización de la vida comunitaria sigue siendo fortísima y organiza la práctica política de sus habitantes. Para colmo, la ya privatizada YPF fue absorbida en 1999 por la petrolera Repsol, propiedad del Estado español. No obstante este dato, que desplazaba una significación profundamente nacional por otra drásticamente extranjera, Repsol-YPF desplegó una enorme campaña publicitaria durante el Mundial, proclamando: «Cuando juega la selección, jugamos todos. YPF, más que sponsor, *hincha* oficial de la selección». El lema ocultaba celosamente la insignia de Repsol.

Todas las empresas, en suma, dedicaron sus afanes a la banalización del patriotismo, a proponer el recurrente relato nacionalista. Sin embargo, en todos los casos, los textos marcaban una diferencia respecto del Mundial anterior: no podían negar el dato de la crisis del 2001. El protagonista de la publicidad de Repsol-YPF elevaba su súplica para que por lo menos tuviéramos «una alegría», pidiendo que una pelota entrara en el arco rival; el slogan de Coca-Cola sugería «volver a abrazarnos todos» —indicando en consecuencia que habíamos dejado de hacerlo.

Mientras que la cervecera Quilmes, que insistía en jugar con el celeste y blanco de sus colores de marca, exhibía un largo comercial que relataba con tono de documental «las hazañas del fútbol argentino» (entre las que se contaban, por supuesto, el tenebroso Mundial de 1978), acompañado de un pegadizo y exitoso jingle que decía: «Sigamos gritando, sigamos creyendo/sigamos confiando que al fin ganaremos/Es nuestra bandera la que defendemos/Mostrémosle al mundo que juntos podemos».

Todos ellos señalaban el dato de una fractura, de una ruptura de la calma consumidora del capitalismo periférico. Algo había pasado en el país; pero los «operadores del mercado» volvían a confiar en las invocaciones mágicas, en la posibilidad de que el viejo discurso cálido, el antiguo relato heroico de la patria futbolizada, nuevamente victoriosa en el campo de juego, pudiera narrar una patria cada vez más esfumada en las exigencias del FMI y Washington. Las tesis de la ciudadanía como consumo, que hasta penetraron el discurso académico (cfr. García

Canclini, 1994), estaban en la base de la estrategia publicitaria. Pero, como dije, también estaba un deseo: el de que un éxito deportivo soldara una fractura social, económica y política —demasiado real para ser superada por un gesto simbólico— y que un desplazamiento mágico permitiera a las empresas transnacionales participar de sus mieles.

CONCLUSIONES: LOS HINCHAS, LA POLÍTICA, LA NACIÓN Y LA NADA

Anuncié, al comienzo, que este largo relato quería postular interpretaciones sobre el rol de las identidades futbolísticas argentinas. En realidad, la interpretación debe detenerse donde se detuvo *Fútbol y Patria*: entiendo que la crisis, y los comportamientos y textos durante el Mundial, ratificaron que las hipótesis eran correctas, y que la crisis y la derrota mundialista sólo agregaban evidencia probatoria. Saludablemente, el fútbol había vuelto a ser sólo fútbol: y la política, política.

Queda agregar algunas líneas sobre lo sucedido luego del Mundial. En términos políticos, como anticipé, las clases medias parecen haberse repuesto de su indignación inicial y su militancia callejera desbordante y se han replegado cautelosamente, abandonando la protesta pública. El slogan más importante surgido de las jornadas de diciembre de 2001, «que se vayan todos» (alusión a la culpabilidad de las dirigencias políticas tradicionales por la debacle argentina) se ha detenido en una renovación electoral tímida, que vio surgir victorioso al viejo peronismo, reivindicando su viejo porte social-demócrata y populista. Sin embargo, el saldo de las movilizaciones del 2001 no puede leerse tan pesimistamente: la crisis de diciembre pro-

dujo una saludable repolitización de la escena pública, un crecimiento de los discursos progresistas —la anulación de las leyes exculpatorias de los militares genocidas es una buena prueba de ello—, un cambio de expectativas, hoy más optimistas entre la población en general.

Y el fútbol sigue siendo solamente fútbol. Luego de un clímax de politización alcanzado en el contexto de la crisis —la selección nacional llegó a aparecer con camisetas reivindicando a la vieja empresa aérea estatal y defendiendo a sus trabajadores, o reclamando justicia para los reclamos salariales de los docentes argentinos—, las aguas se han quietado... y pareciera volverse al viejo tribalismo futbolístico.

Quiero cerrar con dos últimas observaciones, que ratifican esta separación tajante entre ambos —utilizo la dicotomía sólo argumentativamente— universos. Aunque mi descripción y mi interpretación es tan provisoria como su empiria; que así como, y eso traté de argumentar en *Fútbol y Patria*, las narrativas futbolísticas fueron durante muchos años un eficaz complemento de los relatos nacionales, y hasta en algún momento histórico —el clímax que señala el caso Maradona— su principal soporte, ese escenario puede volver a repetirse.

Pero mis últimos ejemplos, por ahora, insisten en la diferencia. El primero: en oca-

sión de celebrarse el 25° aniversario de la obtención del Campeonato Mundial de fútbol de 1978, en julio de 2003, buena parte de los textos periodísticos insistieron en la tesis de la influencia deportiva de la dictadura militar, relativizando la validez del éxito futbolístico. Asimismo, algunos jugadores involucrados en la organización de una fiesta de celebración (especialmente, Julio Ricardo Villa, que había jugado el Mundial, y Claudio Morresi, hermano de un desaparecido, que no jugó) trataron de que en el estadio de River el fútbol saldara su deuda, incorporando la presencia y el homenaje a los Organismos de Derechos Humanos. Nadie quiso responsabilizarse por la negativa... pero las Madres de Plaza de Mayo fueron excluidas de la ceremonia. El *establishment* futbolístico no estaba dispuesto a aceptar un reconocimiento político de sus culpas.

Y finalmente: como anticipé, el 26 de junio de 2002, en una movilización piquetera en el Puente Pueyrredón —que separa la ciudad de Buenos Aires del conurbano—, la policía asesinó a dos jóvenes militantes. La perseverancia represiva de las clases dominantes argentinas seguía teniendo claros sus escenarios y sus oponentes. Por el contrario, la hinchada de River Plate asesinó a dos hinchas del club rosarino Newell's en abril de 2003. Los hinchas, tesoneramente, se siguen y se seguirán matando entre ellos.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Alabarces, Pablo (2004): *Crónicas del Aguante. Fútbol, violencia y política*, Buenos Aires: Capital Intelectual, Colección Claves para todos.

Alabarces, Pablo (2002): *Fútbol y Patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*, Buenos Aires: Prometeo, Libros de confrontación.

Alabarces, Pablo (2000): ««Aguante» y represión: fútbol, violencia y política en la Argentina», en Alabarces, P. (comp.) *Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*, Buenos Aires: CLACSO-ASDI.

Alabarces, Pablo et al. (2005): *Hinchadas*. Buenos Aires: Prometeo.

Anderson, Benedict (1991) [1983]: *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.

Cicalese, Luis; Curto, María Eugenia; Presman, Betina (2002): *Fútbol, identidad nacional y hegemonía en una Argentina global. Mundial Corea-Japón 2002*, Buenos Aires: mimeo.

García Canclini, Néstor (1994): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México: Grijalbo.

Govea, Marcela (2002): «Las empresas juegan con todo al Mundial», en *Clarín*, Económico, Buenos Aires, 26/5/04: 4-6

Hall, Stuart (1984): «Notas sobre la deconstrucción de lo popular», en Samuels, R. (ed.): *Historia popular y teoría socialista*, Barcelona: Crítica.

Jenkins, Richard (1996): *Social Identity*. London: Routledge, Key Ideas.

Kollman, Raúl (2002): «El festejo es algo seguro para dos de cada tres», en *Página/12*, Buenos Aires, 1/6/2002: 2-3

Rodríguez, María (2003): «¿Cómo leer las prácticas populares? Una propuesta teórico-metodológica», ponencia enviada a las Jornadas *Actuales desafíos de la investigación en comunicación. Claves para un debate y reflexión transdisciplinaria*, Red Nacional de Investigadores en Comunicación, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Comahue, General Roca, 13 al 15 noviembre.

Thompson, Edward (1979): *Tradicción, revuelta y conciencia de clase*, Barcelona: Crítica.

Thompson, Edward (1990): *Costumbres en común*, Barcelona: Crítica.

NOTAS

1. La investigación que respalda este trabajo fue financiada por la UBA, la ANPCYT y el CONICET (Argentina).

2. Este trabajo fue realizado con una lista importante de colaboradores: especialmente, los estudiantes de Comunicación y Sociología que recolectaron las fuentes y discutieron animadamente los avatares de un Campeonato Mundial lastimoso. Y junto a ellos, Mariana Conde, Christian Dodaro, José Garriga Zucal, Malvina Silba, Verónica Moreira y Daniel Salerno, que siempre aportan, con su solidaridad y su talento, a mi confusión general.

3. Desde ya que el *cacerolazo* no es un invento argentino. Ha habido muchos antecedentes, y no siempre significa una protesta *popular*, o puede leerse de manera «progresista». Un antecedente notorio habían sido las protestas de amas de casa (de derecha) chilenas en los últimos días del gobierno socialista de Salvador Allende, reclamando su caída, que se encargaría de llevar a cabo *manu militari*, el 11 de setiembre de 1973, el dictador

fascista Pinochet. Pero la manifestación *ruidosa*, la que con los ruidos cacofónicos intenta volverse visible (audible) para señalar una distancia (protesta, condena, impugnación), es la que brillantemente estudiara E. P. Thomson en su célebre «Rough Music». De la misma manera, no soy original al señalar que los saqueos (y parcialmente los *piquetes*) parecen estar descriptos en su «La economía moral de la multitud» (ambos, Thompson, 1990).

4. El cántico había dominado la escena pública entre los 70 y los 80 (con la obvia excepción del interregno de la dictadura), e implicaba disputar la legitimidad —la calidad de tal, la condición de *pueblo*— de un sujeto político en ese entonces indudable. Desde los finales de los 80, con la etapa neoconservadora, esa legitimidad estaba suspendida: el *pueblo* había dejado paso a la *gente*, la denominación despoltizada hegemónica en el discurso político y cotidiano, inclusive publicitario y periodístico. La reaparición furibunda del término, en esa noche donde todo parecía pasar, no fue el dato menos sorprendente...

5. Las cifras las tomo de Cicalese et al. (2002: 7); un cuadro de la situación argentina bajo el neoconservadurismo puede verse en Alabarces, 2002: 21 y ss.

6. *Motoqueros* es la expresión popular con la que se designa a los jóvenes que realizan trabajos de mensajería para empresas y particulares utilizando motocicletas, medio de transporte idóneo para las congestiones de tránsito en el centro porteño. Como señala Rodríguez, en los sucesos del 20 de diciembre tuvieron una actuación importante, atacando con sus motos a las fuerzas policiales y estableciendo comunicación rápida entre grupos dispersos de manifestantes. Uno de ellos fue muerto por la policía (P.A.).

7. Fuente: Mariano Blejman: «Moto bronca», en *Radar* del 6 de enero de 2002 (pp. 20 y 21).

8. *Aguante* es el término «nativo», originado entre los jóvenes de las clases populares y especialmente vinculado al fútbol, que define la resistencia mediante la lucha corporal ante un Otro entendido como adversario (otra hinchada o la policía). El *aguante* es, además, una forma radical de afirmación de la masculinidad. Ver Alabarces et al. (2000), Alabarces (2004), Alabarces et al. (2005).

9. «Las bandas» son los grupos de hinchas militantes, sean ellos los conocidos como «barras bravas» o, más ampliamente, los grupos organizados de las hinchadas. «Plantarse» significa «permanecer en el lugar, no retroceder».

10. En Kollman, Raúl: «El festejo es algo seguro para dos de cada tres», en *Página/12*, Buenos Aires, 1/6/2002: 2-3

11. Cifras de *Clarín*, Económico, Buenos Aires, 26/5/04: 4-6.