



Tipo de documento: Tesis de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: "La nación que el fútbol nos da" : el discurso deportivo de los medios gráficos argentinos durante los mundiales de fútbol

Autores (en el caso de tesis y directores):

Santiago Pernin

María Graciela Rodríguez, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2004

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

“La nación que el fútbol nos da”.

(El discurso deportivo de los medios gráficos argentinos durante los mundiales de fútbol)

ALUMNO: SANTIAGO PERNIN

TUTOR: MARIA GRACIELA RODRIGUEZ

DICIEMBRE DE 2003

INDICE

- **Introducción:** pág. 3
- **Capítulo México 1986:** pág. 15
- **Capítulo Italia 1990:** pág. 43
- **Capítulo Estados Unidos 1994:** pág. 62
- **Capítulo Francia 1998:** pág. 86
- **Capítulo Japón-Corea 2002:** pág. 119
- **Conclusiones:** pág. 154

INTRODUCCIÓN

La importancia del fútbol como medio que ayuda en la puesta en circulación de cuestiones nacionales en ciertos países no podría entenderse sin antes trazar su relación con la cultura y los medios de comunicación.

Hall señala que “tiene lugar, en las postrimerías del siglo XIX y principios del XX (...), la inserción activa y en masa de un público obrero desarrollado y maduro en un nuevo tipo de prensa comercial y *popular*”.¹ Y entiende que “como la cultura popular devino históricamente la forma dominante de la cultura global, así también al mismo tiempo éste es el escenario *par excellence* de su transformación en una mercancía, de las industrias en las que la cultura entra directamente dentro de los circuitos de la tecnología dominante: los circuitos del poder y el capital”.²

En un período en el que el consumo cultural por parte de los sectores populares tuvo un aumento considerable, el deporte moderno se constituyó –en ese contexto de apropiación de símbolos y construcciones imaginarias- en un fenómeno cultural capaz de acompañar sostenidamente la configuración de una identidad específica para ciertos sectores de la sociedad. No es casual, entonces, la concomitancia entre el desarrollo de esas prácticas deportivas modernas con el devenir de las estados-nación industrializados y con la conformación de ciertos imaginarios fundantes acerca de la identidad nacional (acicateados por la decisiva presencia de los medios de comunicación).

¹ Hall, Stuart, “Notas sobre la deconstrucción de ‘lo popular’ ”. En *Historia popular y teoría socialista*. Rafael Samuel (Ed.), Crítica, Barcelona, 1984, pág. 97.

² Hall, Stuart, “¿Qué es ‘lo negro’ en la cultura popular negra?”. Traducción de Valeria Suárez. Artículo en Internet, 2001.

Guttman sostiene que si hay naciones que pueden considerarse como parte de las “comunidades imaginadas” que subraya la teoría de Benedict Anderson, los deportes modernos “son una importante y popular ayuda” para esa idea.³

Rodríguez, por su parte, afirma que “el deporte, por la pregnancia afectiva que produce, permite elaborar significaciones colectivas que, aunque no son siempre lineales ni necesariamente impugnadoras, sí se presentan fuertemente asociadas con los procesos de construcción de la identidad nacional”.⁴ En la Argentina, por caso, el fútbol se constituyó en el deporte esencialmente capaz de posibilitar la construcción de ciertas significaciones que hacen a lo colectivo (aunque no hay que dejar de lado al boxeo y al automovilismo), y que en varias ocasiones fueron concientemente utilizadas para vehiculizar construcciones imaginarias.

Barbero González enfatiza que “la construcción de la nueva industria cultural y la configuración del fútbol como el deporte del pueblo no hubiera sido posible sin la invención simultánea de un producto/campo genuinamente novedoso, la prensa popular-deportiva (...) Con ella se proporcionó al pueblo temas de conversación, se alimentaron sus expectativas, se reforzaron sus relaciones tribales y, en fin, se difundieron ideas e imágenes que la gente utilizó para interpretar y comprender su experiencia cotidiana”.⁵ En esta misma línea, Rodríguez enfatiza que “los medios de comunicación se ubican en un papel de intermediación significativo en tanto se constituyen como elementos disponibles para la articulación político-cultural. Y el deporte se instala como uno de los temas posibles a ser narrados para los miembros de una comunidad en formación”.⁶ En este sentido, Appadurai sostiene que, entre otros dispositivos, el deporte se erige -a mediados del siglo XX- en un espacio social cuyas condiciones culturales proporcionan a una amplia variedad de grupos la

³ Guttman, Allen, “Cultural imperialism?”. En *Games and empires*. Columbia University Press, New York, pág. 183

⁴ Rodríguez, María Graciela. “Pueblo y público en el deporte: la interpelación estatal durante el peronismo (1946-1955)”. Tesis de Maestría en Sociología de la Cultura, UNSAM, inédita, 2002.

⁵ Barbero González, José Ignacio, “Introducción”. En *Materiales de sociología del deporte*. La Piqueta, Madrid, 1993, págs. 23-24.

posibilidad de “experimentar con los *medios de la modernidad*”.⁷ Y enumera, al respecto, los diversos estamentos que llevan adelante esa experimentación: el Estado, especialmente a través de los medios electrónicos, que les posibilita manipular el sentimiento nacionalista; los tecnócratas y todos aquellos que detentan los medios de comunicación, que dominan el montaje del espectáculo deportivo controlando así la atención pública; el sector privado, que encuentra en el deporte un medio de conectar la industria del tiempo libre con el nacionalismo, uniéndolos con sus intereses comerciales; el público espectador, al cual le ofrece la posibilidad de demostrar su competencia cultural respecto de determinado deporte y, a su vez, el placer de la competitividad nacional; los sectores populares, que se encuentran con una manera de establecer un sentido de pertenencia social y emocional de tipo comunitaria. En estos aspectos reluce lo que Appadurai denomina “experimentos con los medios de la modernidad” (más allá de que esta experiencia tenga rasgos concretos y diferenciales en cada país), que suponen una confluencia tanto por parte de productores como por parte de consumidores en la que la emoción de compartir algo que los representa y los interpela como unidos pesa más que sus múltiples huellas divisorias (aunque esto ocurra sólo en determinados momentos).⁸

En efecto, entonces, en la industria cultural el deporte ha tenido su lugar de valía, ya que ha sido considerado para soportar diversas interpretaciones acerca de las sociedades en las que se inscribe como práctica, más allá de que se vea imposibilitado de dar una respuesta completa y que otorgue pleno sentido a esas comunidades.

De esta forma, si el deporte se erige en un componente importante para que algunas sociedades expresen cuestiones que tienen que ver con su identidad nacional,

⁶ Rodríguez, María Graciela. “Pueblo y público en el deporte: la interpelación estatal durante el peronismo (1946-1955)”. Op. cit.

⁷ Appadurai, Arjun, “Jugando con la modernidad: la descolonización del críquet en la India”. En *La modernidad desborda*. FCE, Buenos Aires, 2001, pág. 123.

⁸ Appadurai, Arjun, “Jugando con la modernidad: la descolonización del críquet en la India”. En *La modernidad desborda*. Op. cit., pág. 123.

es valioso encarar un camino que permita reconocer la implicancia de este fenómeno cultural en las construcciones imaginarias de una nación.

Lo que aporta el fútbol

Alabarces sostiene que:

Nunca como hasta ahora el deporte había inundado todas las superficies discursivas: televisivas, radiales y gráficas, la conversación cotidiana y los graffittis callejeros o sanitarios. Asistimos a una suerte de *deportivización* de la agenda cotidiana (que en la mayoría de los casos se naturaliza como *futbolización*), según la cual todo debe ser discutido en términos deportivos. (Alabarces, Pablo [Compilador], "Introducción". En *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Colección Grupos de Trabajo de CLACSO, Buenos Aires, 2000, págs. 16-17).

El arraigo del fútbol en la sociedad argentina tiene tanta fortaleza y es tan importante su preeminencia entre sus prácticas culturales que, dado ese contexto, el discurso deportivo de los medios de comunicación –sobre todo cuando hace referencia al seleccionado nacional- intenta erigirse como un núcleo central de construcciones imaginarias que exceden lo deportivo y que pretenden asumir funciones más trascendentes en la cultura nacional que el de destacar al equipo simplemente como el representativo de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA). El seleccionado de fútbol participa en competencias organizadas por organizaciones deportivas, como la Federación Internacional del Fútbol Asociado (FIFA), la Confederación Sudamericana de Fútbol (CSF), o el Comité Olímpico Internacional (COI). Por lo tanto, son competencias que deben encuadrarse en marcos estrictamente deportivos. Sin embargo, en Argentina, sobre todo durante los mundiales de fútbol, los medios de comunicación parecen obviar este detalle (que es central), por lo que el seleccionado pareciera competir en algo más que en una

competencia deportiva (en la que representa al fútbol de su país y no al país mismo), como si al certamen lo organizara las Naciones Unidas para que cada nación mida sus potencialidades (ya no deportivas) con otras.

Por otra parte, nunca hay, de ninguna forma, lugar para este intento –que para varios analistas es pretencioso, desmedido y falto de consistencia- si la implicancia de un fenómeno en determinada sociedad no tiene una importancia tal que lleve a algunos a predicar o a practicar esas manifestaciones. Este puede ser el caso del fútbol en la sociedad argentina. Archetti, en ese sentido, señala acerca de este país y de Brasil que “una lectura central de esas sociedades a partir del mundo simbólico del fútbol puede ilustrar algunos de los aspectos centrales de sus culturas y del ‘ethos’ nacional”.⁹ Y, además, que “ciertos deportes reafirman identidades colectivas de un modo claro: la lucha en Turquía, el cricket en Jamaica, el béisbol en Cuba o el fútbol en la Argentina”.¹⁰ El autor se refiere al deporte como una vía para entender “algunos aspectos” de la sociedad argentina, centrándose en análisis culturales. Sin embargo, varios medios de comunicación –que evidentemente no realizan análisis del tipo de los que presenta Archetti- no dudan en identificar, por ejemplo, a la selección de fútbol como una expresión de la *nación* misma, como veremos, efectivamente, en el corpus analizado.

“Patria es la selección nacional de fútbol”, señaló alguna vez Albert Camus, llevando a un extremo la idea de la trascendencia de los equipos nacionales de este deporte.¹¹ Pero, ¿por qué el “exceso deportivista” es capaz de manifestarse de esta manera?¹²

⁹ Archetti, Eduardo, “Fútbol y Ethos”. En *Serie: Monografías e Informes de Investigación Nro. 7*. FLACSO, Buenos Aires, 1984, pág. 4.

¹⁰ Archetti, Eduardo, “Prólogo”. En *Deporte y Sociedad*. Alabarces, P., Di Giano, R., Frydenberg, J. (Comp.), Eudeba, Buenos Aires, 1998, pág. 12.

¹¹ Citado por Villena Fiengo, Sergio, “Imaginando la nación a través del fútbol: el discurso de la prensa costarricense sobre ‘la hazaña mundialista de Italia ‘90’”. En *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Op. cit., pág. 145.

¹² Denominación otorgada por Alabarces. Ver *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Op. cit., pág. 17.

Villena Fiengo sostiene que “el fútbol, debido a su particular forma de institucionalización y a sus propias características internas, es una práctica social total que ofrece ricas posibilidades de ritualización y, por lo tanto, para la conformación de imaginarios e identidades sociales”.¹³

Chejfec, por su parte, entiende que este deporte es un componente central en la cultura global de este tiempo:

A nivel internacional, el fútbol propone algo así como un mecanismo de compensaciones morales nacionales. Según ello, se trata del único espacio donde a duras penas los países pueden verse de igual a igual (...). El espíritu nacional se tonifica con las victorias del seleccionado propio. Tal pensamiento, sin embargo, muestra la debilidad real de nociones como patria, soberanía o nacionalismo. (Chejfec, Sergio, “Simulacros de igualitarismo”. En *Clarín*, Suplemento “Cultura y Nación”, 1º de junio de 2002, pág. 4).

Para Beatriz Sarlo, en tanto, el intento que se hace en Argentina de ligar al fútbol con aspectos simbólicos del país “muestra el patetismo de una nación que sólo puede exhibir los triunfos deportivos como materia de la identidad colectiva”.¹⁴

Sin remitirnos al extremo de decir que el fútbol nos representa como nación ante el mundo (aunque existen algunas voces que lo dicen, efectivamente), no hay dudas de que innumerables opiniones se sienten atraídas por la idea de que el seleccionado nacional conlleva una carga de significados que exceden ampliamente lo estrictamente deportivo (hasta adentrarse en implicancias sociales, culturales y hasta políticas). Y los campeonatos mundiales de fútbol, sobre todo, son el momento

¹³ Villena Fiengo, Sergio, “Imaginando la nación a través del fútbol: el discurso de la prensa costarricense sobre ‘la hazaña mundialista de Italia ‘90’”. En *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Op. cit., pág. 146.

¹⁴ Sarlo, Beatriz, “El sentido de un mito”. En *La Nación*, Suplemento “Cultura”, 21 de agosto de 2002, pág. 2.

culminante de estas representaciones en nuestro país. Por eso es que este trabajo tomó como eje histórico el desarrollo de los últimos cinco mundiales.

Antecedentes investigativos y estado de la cuestión

Las investigaciones sobre las implicancias del fútbol en las sociedades no son nuevas. Sin embargo, en los últimos años se ha producido una revalorización de las mismas, con mayor rigor analítico y una extendida multidisciplinariedad en el análisis.

Se considera que desde los años 60 existen intentos para analizar al fútbol desde un costado racional y argumentativo, pero aún no con un trabajo de sistematización que pudiese reunir los marcos teóricos con las especificidades de ese deporte en relación a la sociedad.

Archetti –uno de los pioneros de estos estudios en el campo latinoamericano– señala que debido al redescubrimiento de la obra de Elias “el deporte pasa a ser un elemento importante en el análisis del proceso civilizatorio de las sociedades europeas a partir del siglo XVI”, y agrega que todos los trabajos de este autor tienen algo en común: “...La centralidad del deporte para entender el funcionamiento perverso o apropiado de las sociedades modernas capitalistas”.¹⁵

El tema del discurso nacionalista en el fútbol, específicamente, tiene su ascendencia en el ámbito internacional en la tarea realizada por Bromberger¹⁶, Portelli¹⁷, MacClancy¹⁸, Giulianotti¹⁹, entre otros.

¹⁵ Archetti, Eduardo, “Prólogo”. En *Deporte y Sociedad*. Alabarces, P., Di Giano, R., Frydenberg, J. (Comp.). Op. cit., pág. 10.

¹⁶ Bromberger, Christian, *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane á Marseille, Naples et Turín*. Maison des sciences de l'homme, Paris, 1995.

¹⁷ Portelli, Alessandro, “The rich and the poor in the culture of football”. En Readhead, S. (ed.): *The passion and the fashion. Football fandom in the New Europe*. Aldershot, Ashgate, 1993.

¹⁸ MacClancy, Jerome (ed.), *Sport, Identity and Ethnicity*. Berg, Oxford, 1996.

¹⁹ Giulianotti, Richard, “Soccer Casuals as Cultural Intermediaries”. En Readhead, S. (ed.): *The passion and the fashion. Football fandom in the New Europe*. Op. cit.

Pasando al campo de esos estudios en Latinoamérica, el espectro se acota a pocos autores, todos ellos centrales. El mencionado Archetti es una referencia ineludible, así como Alabarces, Alabarces y Rodríguez, y Villena Fiengo, por citar sólo a algunos.

Archetti, por ejemplo, ha señalado a la revista *El Gráfico*, “la más influyente del siglo” (pasado), como la que, ya en 1919, “enfaticará la importancia de los deportes de equipo, ya que permiten que una nación se exprese, que sus integrantes tengan una ‘conciencia nacional’ y superen las identidades locales de clubes o provincias, y porque hacen posible que las diferencias de estilo, en competencia con otros equipos, puedan ser pensadas como manifestaciones de ‘estilos nacionales’”.²⁰

En cuanto a la Argentina, específicamente, Archetti señala a *Deporte y Sociedad*, justamente, como el comienzo de una nueva época en el estudio del deporte, en la que empieza a abrirse un espacio multidisciplinario para investigar sus diversas problemáticas, todas ellas insertas en la sociedad.²¹

Encabezando el grupo de compiladores de esa mencionada obra, la tarea de Alabarces en este campo ha sido central. *Cuestión de pelotas*²² (en co-autoría con Rodríguez), *Peligro de gol*²³ y *Fútbol y patria*²⁴, junto con innumerables artículos en revistas y journals y capítulos de libros, también son objeto de referencia ineludible en la materia, así como varios trabajos y artículos presentados en diversas ocasiones y escenarios, algunos de ellos llevados a cabo conjuntamente con Rodríguez, como por ejemplo los análisis que relacionan los distintos momentos de la historia de Argentina soportados por el fútbol (Alabarces y Rodríguez, 2000)²⁵, trabajo que sería

²⁰ Archetti, Eduardo, *El potrero, la pista y el ring. Las patrias del deporte argentino*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2001, pág. 13.

²¹ Archetti, Eduardo, “Prólogo”. En *Deporte y Sociedad*. Alabarces, P., Di Giano, R., Frydenberg, J. (Comp.). Op. cit., pág. 12.

²² Alabarces, P. y Rodríguez, M. G., *Cuestión de pelotas*. Atuel, Buenos Aires, 1996.

²³ Alabarces, Pablo (Comp.), *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Op. cit.

²⁴ Alabarces, Pablo, *Fútbol y patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*. Prometeo, Buenos Aires, 2002.

²⁵ Alabarces, P. y Rodríguez, M. G., “Football and Fatherland. The crisis of the national representation in the Argentinian Football”. En *Culture, Sport, Society*, Año II, N° 3, Frank Cass, Londres, 2000.

anticipatorio del último de Alabarces (el mencionado *Fútbol y patria*). En *Cuestión de Pelotas* se abre un camino para comenzar el análisis de la pasión que genera el fútbol en las sociedades en las que se inscribe (pero al fin se hace un análisis desde un punto de vista académico). En *Peligro de Gol*, en tanto, se aborda la expansión del deporte por sobre la agenda cotidiana, lo que permite entenderlo como una parte de la sociedad misma en la que está inserto, posibilitando un espacio de identidad dentro del mundo social. Finalmente, *Fútbol y patria* se presenta como corolario de la serie presentada y recorre, en clave cultural, la historia de las narrativas del nacionalismo en torno al fútbol. En sus conclusiones, Alabarces señala que no es el fútbol la máquina cultural posmoderna, sino la televisión, ya que los medios de comunicación intentan hacerse cargo de un deseo de nacionalidad que está incompleto en la sociedad argentina de estos tiempos, apoyándose en el fútbol debido a varios de sus componentes (ya que tiene épica, drama, calidez y desbordes) que lo hacen atractivo y exitoso como mercancía para las industrias culturales.

Respecto de otros análisis discursivos sobre el fútbol, la producción de tesis ha sido generosa. Detrás (y a partir) de aquellos autores, algunas tesis de grado intentan prolongar el camino abierto por sus predecesores. Así, Conde ha analizado el desplazamiento de lo nacional en el fútbol hacia la figura del hincha (sobre todo a partir del Mundial de Francia '98). Un trabajo de Rozembaum se ha centrado en las construcciones discursivas a partir del duelo más trascendente del fútbol sudamericano, como lo es Argentina vs Brasil. Faró ha incursionado en los condicionamientos impuestos desde el poder en la construcción del discurso nacional en el periodismo deportivo; Leguizamón hace un estudio en el que el fútbol aparece como una excusa para analizar la redefinición de las imágenes urbanas, en el que se aprecia la privatización del deporte debido a su profesionalización, con la consecuente pérdida de su aspecto lúdico; Ponce se centra en el fútbol como

espectáculo que entretiene y se consume en un ámbito más familiar, a partir de la aparición de la TV; Basanta y Bersega se refieren a la importancia en general del fútbol en la sociedad de hoy (relacionándolo con la economía, la TV, la política, etc); Sartori ha investigado el fútbol como negocio económico, en el que la televisión juega un papel fundamental; y Liponetzky ha incursionado en el mundo de las publicidades relacionadas con el fútbol, específicamente durante el Mundial de 2002.

Continuidades y modificaciones

En este contexto, y sostenido en los trabajos anteriores realizados sobre el tema, aquí se presenta el análisis del discurso deportivo de los medios gráficos argentinos durante los mundiales de fútbol. El interés de esta investigación residió no tanto en dar cuenta de la presencia de un discurso nacionalista en los medios de comunicación, lo cual ya había sido realizado profusamente, sino en rastrear los modos en que se fue generando un consenso en relación a que el seleccionado nacional de fútbol puede proveer, efectivamente, sentimientos nacionalistas.

Respecto de los autores citados más arriba, lo que aquí se investigó tiene dos puntos basales de diferenciación, que hasta el momento no han sido profundizados: primero, en las modalidades que ha adquirido en los medios gráficos la idea de que un equipo de fútbol puede obrar como factor que posibilita crear un sentimiento nacionalista en una sociedad que carece de puntos de otros apoyo para expresar ese sentir; y, segundo, su recorte temporal, que se extiende desde el certamen de México 1986 hasta el de Japón-Corea 2002.

Para ello, se tomaron como material de análisis tres medios gráficos de alcance nacional, como los son los diarios *La Nación* y *Clarín* y la revista *El Gráfico*. A partir de ellos, se intentó buscar en la cobertura que le han dispensado a los mundiales de 1986, 1990, 1994, 1998, y 2002 (especialmente en lo que se refiere a la participación del seleccionado argentino) las características salientes de un discurso deportivo que termina por ensalzar al equipo nacional como un representante de la

patria y que, incluso, intenta colocarse como elemento central en la reposición de un sentimiento de pertenencia a la nación, notoriamente desvirtuado en estos tiempos.

La hipótesis que guió este trabajo es que los medios gráficos argentinos de alcance nacional han ido configurando un discurso nacionalista alrededor del seleccionado de fútbol, cuyas variaciones, adaptaciones y renunciaciones se organizan no sólo al ritmo de sus lógicas comerciales sino también a partir de las preferencias de sus propios lectorados. De esta forma, se ha podido observar, a lo largo de la investigación, que las variaciones discursivas en torno a la relación fútbol-nación son disímiles en los tres medios, según sus respectivos posicionamientos dentro del mercado editorial y de los cambios en el campo interno respecto de esa relación.

Así, *El Gráfico* –la revista deportiva de mayor antigüedad y tradición del país– mostró una relación de mayor complicidad con sus lectores, que derivó en un discurso con mayor carga de emotividad y de apelación a lo pasional que los diarios *Clarín* y *La Nación*, manteniéndose casi incólumne en todo el período analizado. En cuanto a los periódicos, las readecuaciones –en ambos– han sido notorias (según lo que se ha podido establecer en esta investigación), sobre todo en el segundo de ellos. En efecto, a lo largo de los diferentes mundiales estudiados, el discurso deportivo de *La Nación* fue considerando un cambio en la relación del seleccionado de fútbol y las implicancias que exceden lo deportivo, adecuándose a los “nuevos tiempos”, que parecieron otorgarle al equipo de fútbol una connotación decididamente nacionalista.

En este trabajo, entonces, se presentarán los resultados de esta investigación antes señalada, ordenada de manera cronológica. El primer capítulo corresponde al Mundial de México '86, el de menor cobertura periodística de todos los certámenes analizados y en el que aún no se aprecian características definidas y constantes del discurso deportivo que después serán sobresalientes (fundamentalmente, aquella que considera al equipo como un representante de la nación). El segundo abarca el Mundial de Italia 1990, torneo en el que por primera vez los diarios incluyen análisis

supuestamente más racionales para referirse a las implicancias del fútbol que exceden lo deportivo (con la utilización de citas de autoridad y el uso del editorial). El Mundial de Estados Unidos 1994 constituye el objeto del tercer capítulo, y allí el público argentino –para el discurso de los medios gráficos- comenzó a ser considerado (aunque aún no de manera extendida) como un elemento importante a la par de las actuaciones del seleccionado. El Mundial de Francia 1998 (que constituye el cuarto capítulo) será, precisamente, el certamen en el que los simpatizantes argentinos se conviertan en actor central para el discurso deportivo de los medios gráficos, como expresión de un sentimiento nacional notoriamente desvirtuado (y ante los pobres resultados del equipo de fútbol). En el quinto capítulo, el último de los mundiales analizados, el de Japón-Corea 2002, se erige en el ejemplo más claro de cómo el discurso deportivo adquiere un cariz netamente nacionalista para referirse al seleccionado de fútbol, ya que el contexto de crisis que envolvió al país en ese momento obró –para esos medios analizados- como punto de apoyo para ensalzar al equipo de fútbol como el depositario último de la esperanza de la nación.

Finalmente, las conclusiones tratarán de resumir y sistematizar las variaciones y las regularidades encontradas en toda la investigación, ofreciendo una interpretación acerca de los resultados que pueden considerarse como salientes en el trabajo.

MUNDIAL MEXICO '86

El Mundial de México –el primero que se analiza en este trabajo- es paradójico en un aspecto importante si se lo compara con el de Japón-Corea 2002. En 1986, el seleccionado argentino no generaba grandes ilusiones previas a la Copa del Mundo, y la ciudadanía no veía a ese equipo como representativo de alguna esencia nacional ni cifraba en él esperanzas redentoras para aliviar alguna aflicción popular. Y terminó siendo el campeón, generándose recién a partir de la obtención del título una clara euforia nacionalista. En cambio, la Selección que jugó el Mundial de 2002 – a pesar de que 22 de sus 23 jugadores actuaban en clubes no argentinos- pareció erigirse, a juzgar por el discurso periodístico deportivo, ya previamente a la competencia y hasta antes de la eliminación, en uno de los últimos estandartes nacionales ante la crisis social, política y económica que había hecho eclosión meses antes en el país. Y tanta fue la ilusión que generó ese equipo que la decepción de gran parte del público argentino por la eliminación fue pocas veces tan marcada.

La obtención del Mundial de 1986 quizás haya sido el logro más importante de la historia futbolística argentina. Sin embargo, no se observó en el discurso periodístico deportivo local de ese tiempo, previo al certamen o durante su desarrollo, un fervor nacionalista como el que se ha manifestado otras veces, incluso a partir de victorias mucho menos relevantes. Esta es una característica que se repitió en los tres medios analizados, aunque *El Gráfico* –por ser una revista exclusivamente dedicada al deporte- fue quien dejó ver una postura más pasional hacia los hechos. Pero, fundamentalmente en los otros dos medios, sólo una vez que el seleccionado consiguió el éxito se lograron rastrear construcciones discursivas que exaltaban un cierto nacionalismo a partir de ese logro deportivo.

A propósito, no es improbable afirmar que esas exaltaciones aparezcan, sobre todo, cuando el contexto es desfavorable, cuando el público encuentra en el fútbol una vía para expresar emociones (positivas) contenidas, alegrías que otros ámbitos de la nación no les provee. Respecto de este punto en particular, en Argentina se da un fenómeno que en otros países no se manifiesta, como es el hecho de que los fracasos deportivos no son un vehículo para que los simpatizantes del seleccionado nacional expresen de manera negativa o violenta sus emociones ante la derrota. Sólo en el ámbito de lo discursivo podrá apreciarse la desazón, e incluso en el estado anímico de una parte de la población, pero nunca se llega al extremo de la acción directa y/o violenta.

En el caso de este campeonato, el fervor de gran parte de la población se manifestó una vez conseguido el título, pero no antes. En cambio, en los campeonatos subsiguientes se pudo apreciar que el interés por el seleccionado –motorizado esto desde el discurso deportivo de los medios- fue mucho mayor ya desde antes del comienzo del campeonato; pudo comprobarse, también, que el discurso periodístico deportivo comenzó a buscar puntos de contacto entre el seleccionado y la nación, o su pueblo, y se pudo, finalmente, terminar viendo –según una parte de ese discurso- cómo un equipo de fútbol se erige en un representante genuino de la patria (de acuerdo al análisis que se puede hacer de él). Sea con mayor o menor énfasis según las particularidades que encierra cada torneo, lo que no admite dudas es que el fervor nacionalista -antes, durante o después de cada certamen, o en los tres momentos juntos- que se observa en el discurso periodístico argentino a partir de la participación del seleccionado de fútbol es evidente, real, constatable.

La influencia del contexto

El caso de 1986, como se dijo antes, es extremadamente opuesto al de 2002. En aquél momento, el país no vivía la crisis económico-social de principios de siglo XXI y la democracia recuperada tres años antes todavía era símbolo de ilusión para

construir otro país, sin que la centralidad de los temas económicos se adueñara de las discusiones, tal como sí ocurrió en la segunda de las fechas mencionadas. En 1986, por lo que se analiza en el discurso de los medios escritos, la participación del seleccionado nacional en el campeonato del mundo no era una preocupación central para el público. No había una crisis ni económica ni política -tal como la de 2002- que hiciera suponer a gran parte del público aficionado al fútbol que el seleccionado nacional hubiera debido erigirse en un bálsamo ante tanta pena popular por la realidad de la nación. Por lo tanto, el discurso deportivo no centraba su interés por el fútbol más que en las cuestiones intrínsecas de este deporte.

Además, y más allá de la ausencia del jugador Daniel Passarella por problemas de salud, la marcha del equipo durante la competencia no tuvo obstáculos tan importantes (como pueden ser equivocaciones de árbitros en su contra, rivales desleales, problemas extradeportivos que perturben o incomoden al plantel, rechazo o aversión por parte del público) que hicieran valorar simbólicamente aún más el logro, una operatoria que en otras ocasiones –aun menos exitosas que la obtención de un título mundial- ha sido ampliamente aprovechada por el discurso deportivo de los medios escritos. En este contexto, entonces, quizás sea entendible que el triunfo se haya visto, desde una perspectiva nacionalista de la cuestión, menos “épico”. Sin embargo, tras la victoria que le dio el campeonato al seleccionado argentino, un cierto júbilo nacional –vehiculizado más por el discurso que asumido por la propia población- pudo observarse.

Especificidades del discurso deportivo

En esta época aún no se podían encontrar notas periodísticas que intentaran analizar fenómenos o situaciones que se ocuparan de discutir cuestiones más allá de lo estrictamente futbolístico. La cobertura de los medios en este Mundial se cifraba sobre todo a temas referidos a las actuaciones del equipo, a sus posibilidades

futbolísticas de avanzar en el torneo, por ejemplo. En suma, de lo que hablaba el discurso deportivo de ese tiempo era de fútbol, no de nación, ni de patria, ni del país.

Por lo tanto, las notas periodísticas que predominaban aún eran las crónicas, extensas y detalladas, que contaban una situación sin opinar con profundidad. Si bien todas ellas estaban firmadas, esto no quería decir, en ese contexto, que se intentara explicitar una postura argumentativa desde el discurso deportivo. Lo que ocurre es que cuando los medios destinan enviados especiales al exterior, es normal que ellos firmen sus artículos, pero eso no implica que contengan una alta carga de opinión. Y, finalmente, en ese momento la crónica deportiva que predominaba en los medios era –salvo los ejemplos que extractaremos aquí– ciertamente impersonal, poco crítica, y que no se inmiscuía, aún, en los pliegues del nacionalismo para describir lo que ocurría con el seleccionado nacional. Este sería el caso, según lo define Verón, de un “discurso verdadero” como tipo de contrato de lectura entre el medio y su lectorado. Mucho más marcado en *La Nación* y *Clarín* que en *El Gráfico* –que por ser una publicación eminentemente deportiva y con gran historia en ese ámbito ya apelaba a la complicidad con su público–, este tipo de discurso supone que “el enunciador no modaliza lo que dice: produce informaciones sobre un registro impersonal”.²⁶ Esta conjunción de características –en el que se destacan las aserciones modalizadas y en el que se evita marcar explícitamente al enunciador y al destinatario– “designa un contrato donde un enunciador objetivo e impersonal habla de la verdad”.²⁷

Hay que aclarar que aquí no se está poniendo en igualdad de condición a los tres medios analizados. Sí parecen seguir una misma línea *Clarín* y *La Nación*, pero no comparten ese derrotero con *El Gráfico*. Luego, con el desarrollo del campeonato, hubo algunas modificaciones –que enfatizaron un tono más nacionalista y menos

²⁶ Verón, Eliseo, “El análisis del ‘Contrato de lectura’, un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media”. En *Les medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, Paris, IREP, 1985. (traducción de la cátedra Semiótica de los medios II, de Olga Corna, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Fac. de Cs. Sociales, UBA. Pág. 11).

²⁷ Verón, Eliseo, “El análisis del ‘Contrato de lectura’, un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media”. En *Les medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, Paris, IREP, 1985. Op. cit. Pág. 11.

objetivo- en el discurso deportivo, que hicieron que los dos periódicos asemejasen su tratamiento al de la revista deportiva. Pero esto debería ser atribuido a la influencia del éxito del seleccionado como presupuesto para las variaciones en ese discurso.

En principio, en los medios, la puesta en cuestión de la influencia del fútbol en otras áreas –como su relación con el nacionalismo- llegará más adelante, y quizás no debido a un interés intrínseco por parte del mundo de este deporte, sino desde el exterior del periodismo deportivo, como por ejemplo analistas de la cultura, historiadores, filósofos, etc, que trataron de buscar alguna respuesta más abarcativa del fenómeno, intentando encontrar puntos de ligazón con aspectos sociales, culturales, políticos y hasta económicos. Con el transcurso de los diferentes mundiales sí comenzó a apreciarse una sofisticación mayor en el análisis del tema, no sólo por parte de los intelectuales interesados en la cuestión sino por la mayoría de los mismos medios escritos, que anteriormente no habían incursionado en un análisis detallado o específico del fútbol como puente para construir un discurso nacionalista argentino. Sin dudas, los condicionamientos sociales y culturales fueron cambiando, pero no fue menos importante también el fenómeno económico, ya que los medios pugnaron por ganar mercados –o no seguir perdiéndolos- apostando a modificaciones en su tratamiento de los temas y en el contrato de lectura con su público.

Variaciones a causa del éxito deportivo

Es importante señalar –como se dijo- la importancia del éxito futbolístico para que un discurso deportivo conlleve una significación nacionalista. En el caso de México '86, así ocurrió, ya que recién una vez obtenido el título el discurso giró hacia una postura más pasional y menos racional, pero más adelante se vio que también era importante para esas construcciones imaginarias que al menos la ilusión de un éxito

se mantuviese en pie durante un cierto tiempo, aunque luego el resultado deportivo no fuese el esperado.

Entonces, la participación del equipo nacional en el Mundial de México no era tema central para la población, por lo que difícilmente se sentía entonces al seleccionado como una marca identificatoria del país respecto del mundo, ni se pensaba que el campeonato era un momento para reafirmar –a partir de un equipo de fútbol- su “argentinidad”. El discurso periodístico deportivo no fue ajeno a ese sentimiento, pero en principio. Es que a partir de que la prensa gráfica argentina comenzó a dar cuenta de las posibilidades ciertas de que el equipo nacional terminara consiguiendo una victoria –algo que ocurrió una vez desarrollado gran parte del torneo- el discurso deportivo pareció haber tomado un cariz más nacionalista, dejando de lado su exclusiva dedicación a lo futbolístico para adosarle ese aspecto. Así, un día después de conseguido el título del mundo, dijo *Clarín*:

Nos imaginamos lo que es Buenos Aires, lo que es Argentina toda. Basta saber lo que está pasando con los argentinos aquí en el Distrito Federal, el delirio de llenar las calles con banderas y bocinazos, con todo el folklore puro del festejo genuino de un pueblo (...) Por más que el intelectualismo no lo haya comprendido en su universalidad de fenómeno social, aquí lo sabemos bien: este campeonato del mundo logrado ayer por la Selección Nacional les ha devuelto el orgullo de ser argentinos (...) Ahora una selección de fútbol les devuelve plenamente la identidad y más agrandada que nunca. Porque además esta Selección salió campeona respetando las convicciones de un fútbol con historia, admirado por su técnica y reconocido por su linaje, la del jugador que ama la pelota y hace de ella más que una escuela, un culto (...) Entonces, salga a la calle y festeje este triunfo que también es suyo, porque después de todo esos jugadores son sus representantes, no sólo jugaron para ellos, sino para usted, el hincha, el ciudadano argentino, porque sin ustedes el fútbol no tiene sentido”.

(De Biase, Juan, “La gloria es de ustedes”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 30 de junio de 1986, pág. 2).

Aquí hay un ejemplo ineludible y claro de lo que este trabajo quiere mostrar. En ocasiones victoriosas, como esta de 1986, el discurso periodístico argentino deja de lado el análisis racional de las circunstancias, desdeña sus propios postulados de que la objetividad es primordial en la función y, sobre todo, se contradice a sí mismo si se repara en que constantemente se hacen alusiones a que lo futbolístico no debe mezclarse con otros aspectos de la nación. Porque en determinados momentos, como en los triunfos importantes, lo que se declama previamente no se trasluce en la realidad. Y esa contradicción –que este trabajo pretende señalar y luego analizar– apareció una y otra vez –en algunos medios más ostensiblemente que en otros– durante los mundiales aquí observados, por lo que su recurrencia no hace más que confirmar su existencia. En especial, siempre apareció durante las victorias la idea de que el seleccionado devolvía al pueblo un “orgullo argentino” que otros ámbitos de la nación no generaban.

Alabarces explica que “las prácticas culturales masivas, justamente por su carácter de masivas y cotidianas, necesitan una mirada fuertemente crítica y distanciada (lo que no significa apocalipticismo), so pena de enredarse en los pliegues de un discurso cálido...”.²⁸ Es que, justamente, se notó en este análisis que los periodistas construían sus representaciones en un límite de tensión que en todo momento los hacía navegar –conciente o inconscientemente– entre un discurso expuesto holgadamente a la banalización (un “discurso cálido”, dice Alabarces) y una responsabilidad profesional que los obliga a mantener un cierto distanciamiento racional para con la cuestión.

En el caso de *Clarín*, lo que apareció bien visible al análisis en ocasión de México '86 fue el comienzo de la utilización del recurso a un enunciador cómplice

²⁸ Alabarces, Pablo, “Introducción”. En *Peligro de Gol. Estudios sobre el deporte y sociedad en América Latina*. Op. cit., pág. 16.

con su lector (“nos imaginamos lo que es Buenos Aires”, y la interpelación al destinatario para que “salga a la calle y festeje”) una vez obtenido el éxito el seleccionado. Si bien esto no es la norma sino la excepción durante este Mundial, nada de eso pudo apreciarse en las semanas anteriores a este logro deportivo en su discurso.

El Gráfico, por su parte, también se sumó a esta contradicción, pero en su caso está claro –como ya quedó expuesto antes– que era el medio que menos objetividad mostraba para referirse a estos temas. En su edición posterior a la obtención del título mundial titula en su tapa “¡Campeones del Mundo!”, mientras que “El grito de un país” apareció como subtítulo. La nota principal decía:

EL GRAFICO brinda en voz alta por muchos días como este 29 de junio de 1986, en que el fútbol fue una ofrenda de alegría, paz y unión de todos los argentinos (...) ¿Cómo impedir un sentimiento de piedad hacia los intelectuales de la derrota que hablarían de triunfalismo superficial y condenarían al “opio de los pueblos” como lo han hecho desde que nacieron? ¿Cómo decirles que ésta es la fiesta del pueblo, que es la fiesta de Dios? (...) ¡Ar-gen-ti-na! Gritan los muchachos que acaban de alcanzar la gloria ¡Ar-gen-ti-na! Grita Bilardo con la voz quebrada por el llanto ¡Ar-gen-ti-na! Gritan Madero, el Pacha y el Profe Echeverría. ¡Ar-gen-ti-na! Grita Julio Grondona cuando pone junto a su pecho al Narigón. ¡Ar-gen-ti-na! Gritan los changos salteños, con los pies desnudos. ¡Ar-gen-ti-na! Gritan los héroes silenciosos de la Patagonia. ¡Ar-gen-ti-na! Gritan los débiles y los poderosos. ¡Ar-gen-ti-na! Gritan las calles y las bocinas de los autos. (“EL GRAFICO brinda en voz alta”. En *El Gráfico*, 1° de julio de 1986, pág. 3).

Como se puede observar en el ejemplo, el discurso deportivo marca concretamente un “otro” (la intelectualidad), que sería el “censor” de las expresiones de júbilo a partir de un éxito deportivo por el hecho de considerarlas “triunfalismo superficial”. A este calificativo, la revista le oponía la denominación de “fiesta del

pueblo” y hasta de “fiesta de Dios” a la alegría de la población por la victoria. Por lo tanto, también reapareció aquí la “complicidad” entre enunciador y enunciatario, con el agregado de buscar ese “otro”, al que se excluía de esa relación. El medio se ubicaba del lado del “pueblo” que festejaba un triunfo, porque decía entender lo que se siente por un éxito así, mientras que intentaba desacreditar a “los intelectuales de la derrota” (a quienes no nombraba específicamente ni puntualizaba el porqué de esa caracterización).

Lo que también quedó claro, en definitiva, es que –para el discurso deportivo de los medios escritos- el seleccionado nacional de fútbol era un legítimo proveedor de gloria y de alegría para el pueblo argentino. Y si un discurso sostiene que un logro deportivo es capaz de conseguir alegría popular para un país, es evidente que considera al fútbol, en este caso, como una parte central de la nación. Pero hay algo también importante aquí: para que estas aserciones pudieran ser bien recibidas por el público lector, es indudable que los medios debían recurrir, en principio, a la complicidad, porque no podía hacerse circular una construcción imaginaria semejante más que desde ese lugar, ya que al menos en ese momento, nadie podría aceptar esa idea como un aserto, como algo verdadero y fuera de discusión.

Por otra parte, párrafos como los que se citaron de *El Gráfico* nos traen una idea también recurrente en este discurso. Y es el hecho de que un éxito del seleccionado de fútbol permite conceptualizar la idea de una nación unida, en la que se subsumen las diferencias culturales y sociales de su gente, algo que ninguna otra causa parece posibilitarlo. Así, por ejemplo, la diferenciación entre “débiles” y “poderosos” desaparece por momentos, por lo que es el equipo de fútbol el que posibilita una especie de suspensión –que, entonces, sería momentánea- de la distinción de clases.

Antes del inicio de la competencia, y como ya lo señalamos, esta revista fue el único medio –de los tres analizados- que expresaba, cuanto menos, optimismo respecto de la participación del seleccionado en el Mundial. “Gritemos todos juntos:

¡Ar-gen-ti-na!”, fue el título del editorial cuatro días antes del comienzo del certamen. El desarrollo de la nota –que enfatizaba la primera persona como enunciador-subrayaba un apoyo irrestricto y casi enfervorizado hacia la Selección, alentando al público a sumarse a ese apasionado sustento, y confundiendo con él, como uno más de ellos:

Sabemos que estos son nuestros jugadores y frente a ellos estará – también- “nuestro cuerpo técnico”. Ante ellos, tras ellos, cerca o a la distancia, en el país o en el exterior, cada argentino se verá reflejado (...) Estamos con ustedes, muchachos. Queremos que les vaya bien. Hagan que salgamos a las calles. Que agarremos las banderas, gritemos, todos juntos, una de las palabras más maravillosas que pueden cantarse: ¡Ar-gen-ti-na! ¡Ar-gen-ti-na!. (Proietto, Aldo, “Gritemos todos juntos: ¡Ar-gen-ti-na!”. En *El Gráfico*, 27 de mayo de 1986, pág.3).

No hay otra posibilidad que interpretar que el pueblo argentino tiene la oportunidad de salir a la calle y de enarbolar su bandera gracias a una actuación victoriosa de su equipo de fútbol. Es así que la ciudadanía puede tomar al seleccionado como una de sus marcas representantes ante los demás (aunque sólo si tiene una actuación considerada exitosa). Y el discurso deportivo, entonces, no hizo más que argumentar esto pero no desde un convencimiento racional –en verdad, no lo podría lograr- sino desde la apelación al aspecto puramente emocional. Las apelaciones de este texto no hacen más que comprometer al lector. Utilizar la primera persona del plural hace que en el discurso el público se vea incorporado, y así es más efectiva la captación de su atención y, finalmente, de su concordancia.

Un ejemplo de esto se percibió el día en el que el plantel retornó victorioso a Buenos Aires y generó uno de los recuerdos más vívidos del fútbol argentino, como es la imagen de los jugadores en el balcón de la Casa Rosada y una multitud congregada en la Plaza de Mayo. El título de la tapa de *Clarín* del día siguiente fue

“Sólo Argentina en la Plaza de Mayo”, mientras que en el interior del periódico se destacó:

Era momento del encuentro. De juntar los dos extremos del grito argentino, que desde el domingo tendió un arco entre México y cada uno de los pueblos y ciudades de nuestro país (...) Y allí estaba el pueblo. Con la mirada clavada contra el balcón desde hacía varias horas. Desparramando su folklore genuino, su amor por la patria, sus cantos de victoria, todo su testimonio de admiración hacia los jugadores, hacia Bilardo, sus colaboradores y los dirigentes, que se asomaron para escuchar cómo el “Dale campeón” se le metía a cada uno por un “rincón del alma” (...) Maradona hizo estremecer a esa Plaza histórica a la manera de los grandes líderes. Hizo vibrar a la gente, vibrar y emocionarse. (“Sólo Argentina en la Plaza de Mayo”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 1º de julio de 1986, pág. 2).

No es un dato menor –para tener una idea de la importancia de la selección de fútbol en este país- que una victoria de este tipo se festeje en la Plaza de Mayo, escenario de grandes acontecimientos históricos nacionales, y que encima los jugadores lo hagan desde la misma Casa de Gobierno (la ligazón entre la política y el fútbol es el otro ítem destacable). Y el discurso deportivo aquí enfatizó que ese público presente –que eran miles, es verdad- eran “el pueblo”, y que estando allí, recibiendo al seleccionado, demostraban su “amor por la patria”. Jamás puede encontrarse en otros acontecimientos contemporáneos del país que el discurso periodístico se refiera con palabras semejantes a estas. Sólo el fútbol, o el seleccionado nacional, parecen conseguir esto.

Otra nota, titulada “El canto de un país” (porque para el discurso deportivo un triunfo de la Selección originaba el festejo de todo el pueblo, no sólo de los aficionados al fútbol), se manifestó en el mismo sentido y sostuvo:

El país salió a la calle, invadió la larga y ancha geografía, ocupó las grandes ciudades del interior y los pequeños pueblos, desafió las condiciones climáticas adversas en algunos casos, como las de la Patagonia, por ejemplo, y se embarcó en un festejo embanderado y prolongado (...) La Argentina se convirtió en una verdadera explosión en celeste y blanco que sonó en cada rincón. (“El canto de un país”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 1º de julio de 1986, pág. 4).

Y *La Nación*, el medio que siempre se ha destacado -entre los tres estudiados- por ser el menos pasional, o el más objetivo, para expresar estas cuestiones, también aportó otro ejemplo de la importancia del éxito deportivo como una condición previa para ensalzar el nacionalismo. En una de sus notas hasta incluyó unas líneas que pueden pasar inadvertidas para muchos pero que son centrales en la hipótesis del trabajo, porque terminó admitiendo la contradicción entre un discurso que se precia de ser racional, con una responsabilidad profesional que debe estar por encima de las circunstancias, pero que en ocasiones termina envuelto en las redes del más puro nacionalismo:

Ayer, en ese instante, la Argentina recorrió el mundo; sí, por un éxito deportivo que por masivo puede llegar al entendimiento de todos. La Argentina, una vez más, como en 1978, fue vista, conocida, recordada y admirada por mucha gente que quizás ni sabrá en qué lugar del mundo estamos (...) Burchaga fue el definidor y el grito de gol fue más sonoro, más estruendoso y más orgulloso de cuantos uno haya disfrutado. Allí se había perdido la ecuanimidad o la imparcialidad de quien debió reflejar el momento. Apareció la propia vivencia, la de aquel 25 de junio de 1978 (...) La objetividad profesional siempre presente cedió esta vez a la pasión y a los sentimientos cuando el brasileño Arpi pitó el final; allí surgió el delirio, cada argentino lo vivió a su manera y, por fin, apareció el respeto, el aplauso, el reconocimiento del público local. Y ese grito ensordecedor, atronador, por la prodigiosa acústica del estadio Azteca, de “Argentina...Argentina...” quedará para siempre en nuestro recuerdo.

Para el mundo, para todos, un grupo de argentinos el título máximo de su profesión, pero además llevó la alegría a toda una nación... (Ferraro, Carlos, "Otra proeza del fútbol argentino". En *La Nación*, Sección 2º, 30 de junio de 1986, pág. 4).

En primer lugar, se debe destacar que no fue menor el hecho de que este diario igualase la obtención de los dos títulos del mundo del seleccionado argentino –el de 1978 y éste-, subsumiendo la radical diferencia entre los contextos políticos existentes en cada uno de esos momentos. Decir que en 1986 el país es "visto", "admirado" y "conocido" como en 1978 es un ejercicio discursivo que pretende ignorar deliberada y artificiosamente el hecho de que la dictadura militar que detentaba el gobierno en este año no generaba en el exterior nada parecido a un reconocimiento positivo. Al menos, lo que no puede obviarse es que el discurso de este diario es consecuente con la postura política que mantuvo durante esos años.

En segundo lugar, si bien el "nosotros inclusivo" no se manifestó de manera tan ostensible como en *Clarín* y *El Gráfico*, no hay duda de que el contrato de lectura de *La Nación* con su público no estaba planteado habitualmente en estos términos, aún para referirse a logros deportivos. Es más, el propio medio aceptó la pérdida de su ecuanimidad e imparcialidad en ese momento (lo que –a su vez- daba la idea de una característica que sí poseía, por lo general).

Notas como las precedentes –en donde se ensalza el orgullo de "ser argentino" a partir de una actuación exitosa de la Selección- no se encontraron antes del desarrollo del campeonato del mundo. Por lo tanto, aquí hay ejemplos para verificar la importancia del éxito en el discurso periodístico a la hora de destacar el componente nacional o patriótico que conlleva el seleccionado de fútbol. Y también, entonces, es un ejemplo más para notar la constante contradicción en un discurso que, por un lado, muchas veces ha intentado desligar a lo futbolístico de connotaciones ulteriores, pero que en determinados momentos –como en las circunstancias de

victoria- cede a la tentación de destacar ligazones con otros ámbitos u otros aspectos de la nación que se encuentren, en principio, alejados de él.

Esta falta de distanciamiento de las circunstancias durante un evento de este tenor incluso parece ser explicada –aunque inconscientemente- por esos mismos medios. Porque el discurso deportivo, al reconocer la importancia que tiene el fútbol y su seleccionado nacional para gran parte de los argentinos, termina, entonces, admitiendo que esa centralidad puede tornar entendible su banalización, tal como se vio en el ejemplo precedente acerca de *La Nación*, cuando admitió que el día de la final del campeonato, durante la cobertura de la consagración del equipo argentino “...se había perdido la ecuanimidad o la imparcialidad de quien debió reflejar el momento”.²⁹

Intentos de configuración del contexto

Para tratar de entender por qué los medios escritos argentinos pueden legar a sucumbir a la banalización discursiva durante ocasiones especiales como las que analizamos hay que remitirse, en principio, a las notas que ellos mismos publican para explicar porqué el fútbol es tan importante para los argentinos. Días antes del Mundial se pudo leer en *Clarín* un intento por aportar el significado que tiene el fútbol para los argentinos, y así –además- fue posible encontrar alguna vía de entendimiento acerca del comportamiento discursivo de los medios en esas circunstancias:

Un campeonato del mundo es algo especial. No sólo para los jugadores sino también para los periodistas. Los jugadores, porque saben que no hay consagración mayor, que no existe otra vidriera iluminada con tanto resplandor. Y porque, además, para no quitarle ese ápice de romanticismo al fútbol, creemos que a ellos también les queda un poco de lirismo para este juego de la pelota, al final, lo más lindo del mundo. Sospechamos que más allá de cualquier materialismo, sigue

²⁹ Ferraro, Carlos, “Otra proeza del fútbol argentino”. En *La Nación*. Op. cit.

siendo un goce, un placer que para los argentinos, por lo menos, es quizás una forma de expresarse, una manera de reconocimiento universal, una cédula de identidad. Estamos convencidos que fue inglés por casualidad. Teníamos que haberlo inventado nosotros, si no fue así históricamente, no cabe duda que establecimos como ninguno ese viejo romance con la pelota, como una forma estética de expresar nuestro individualismo. (De Biase, Juan, “Ese afán que contagia Passarella”. En Clarín, Suplemento “Clarín Mundial”, 28 de mayo de 1986, pág. 8).

Sin remitirnos, entonces, al extremo de decir que el fútbol nos representa como nación ante el mundo (aunque existen algunas voces que lo dicen), no hay dudas de que innumerables opiniones se sienten atraídas por la idea de que el fútbol y el seleccionado nacional, específicamente, conllevan una carga de significados que exceden ampliamente lo estrictamente deportivo (hasta adentrarse en implicancias sociales, culturales y hasta políticas). En todo caso, si el fútbol es un medio para mostrar la identidad del país ante los demás, ya no se está hablando solamente de aspectos deportivos, si no que ya se está en otro terreno, y hay que adentrarse en cuestiones sociales y culturales, entre otras.

De esta forma, se que los campeonatos mundiales de fútbol son el momento cumbre de estas representaciones exacerbadas en nuestro país. El mismo diario, el 29 de mayo, ofreció una muestra de lo que, a su juicio, significaba para un país un evento de esa magnitud:

El Mundial invadió todos los rincones y la ansiedad crece. Los temas económicos que aquejan a muchos pueblos latinoamericanos, aquí parecen adormecerse, taparse por una pelota de fútbol (...) Los mundiales ya pasaron a ser un tema que supera la cuestión netamente deportiva para transformarse en un acontecimiento comercial y político. (Fernández, Alberto, “El respeto que nos tienen”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 29 de mayo de 1986, pág. 3).

A partir de este Mundial, entonces, comenzaron a rescatarse en el discurso periodístico gráfico algunos ejemplos del intento por explicar la importancia del fútbol, sobre todo durante la disputa de este tipo de campeonatos, reconociendo que su valía no residía sólo en el hecho de constituir un evento deportivo. De todas maneras, no es lo mismo que el análisis lo haga un periodista deportivo en vez de un cientista social:

A veces es el pretexto para mezclarlo o para sacar afuera otras motivaciones. Como el fútbol tiene mucha calle es capaz de darle pie a distintas explicaciones sociales que lo usan para otros fines. Pero esos son los riesgos del fútbol como fenómeno popular, no su culpa. La demagogia busca siempre usarlo y controlarlo, pero es tan particular que suele ser peligroso y revelador. Tanto que la televisión tuvo que mostrar el discurso del presidente sin audio y con una locutora en vivo diciendo lo que había dicho el licenciado Miguel de Madrid. Los abucheos y los silbidos de cien mil personas en el estadio Azteca el día de la inauguración fueron impresionantes (...) Porque a veces los pueblos no tienen tan buenos modales como para disimular sus llagas sociales... (De Biase, Juan; "Los mexicanos festejaron con excesos". En *Clarín*, Suplemento "Clarín Mundial", 5 de junio de 1986, pág. 12).

El fútbol no necesita de los gobiernos, aunque se aprovechen de él o traten de hacerlo, porque todo en el fondo es política y no nos parece mal. El fútbol se basta por sí solo para conmover a las multitudes y por eso es el juego que es, mejor dicho, una gran pasión, más si está de por medio una camiseta nacional (...) Comprendemos siempre las alegrías populares y ese es el gran milagro unificador que produce el fútbol, algo que muchos intelectuales no comprenden y sostienen que "es el opio de los pueblos", cuando en verdad es un sano sentimiento cuando se expresa así, espontáneamente. (De Biase, Juan, "Este equipo está para más". En *Clarín*, Suplemento "Clarín Mundial", 24 de junio de 1986, págs. 2-3).

En estos dos ejemplos, además de notar la trascendencia que le otorgaban a este deporte, se pudo apreciar otro aspecto. Y es la supuesta autoridad que los periodistas especializados en deportes se arrojan como los más fieles interpretantes del fenómeno del fútbol en su público, desdeñando las opiniones que puedan aportar los intelectuales que por lo general no se inmiscuyen cotidianamente en ese ámbito pero que sí pueden realizar informes esporádicos. Esa supuesta autoridad, según su óptica, se la provee el hecho de ser capaces de comprender al “hincha común” y de interpretar qué siente por la camiseta de su club o por la de su selección nacional, aspecto que “la intelectualidad”, tal como gustan llamar a quienes no son periodistas deportivos, parece que jamás podrá entender. Contrariamente, el periodismo deportivo está considerado, desde la óptica de los intelectuales, como marginal en el campo de la ciencias sociales.

Lo que queda claro aquí es que este discurso deportivo aún no recurre a citas de autoridad para reforzar sus opiniones. Todo lo que allí se lee acerca de la implicancia del fútbol, de sus consecuencias en otros ámbitos y de su popularidad es aún conceptualizado por los mismos periodistas deportivos.

En el primero de los dos ejemplos citados precedentemente se ve que la valía del fútbol para explicar algunas otras cuestiones sociales residía en el hecho de que “tiene mucha calle” y que a partir de él se “utilizan” sus explicaciones para “otros fines”, sin profundizar más la sentencia. La amplitud en el análisis de este tema sólo aparecieron en los siguientes mundiales, pero hasta México '86 el discurso deportivo no lograba salir de sus propios encierros temáticos y de sus limitaciones analíticas. La salida a esta dificultad empezó a plantearse a partir de Italia '90, con la inclusión de las opiniones de especialistas (o, al menos, no únicamente de periodistas deportivos).

Archetti entiende –y lo analiza, otorgando argumentos más rigurosos- que el deporte en general provee explicaciones acerca de algunos aspectos de la sociedad en la que se inserta. Y sin ver peyorativamente eso, explica entonces que “el deporte no sólo revela aspectos cruciales de lo humano, no sólo refleja algunas de las estructuras

de poder existentes en determinada institución, sino que es, fundamentalmente, una parte integral de la sociedad”. Y agrega que, por ello “permite reflexionar sobre lo social y los mecanismos básicos de creación de identidades”.^{30 31}

El periodismo gráfico, en este caso, no profundizaba más allá de decir que el fútbol es un “fenómeno popular”, desligando de “culpa” al deporte por conllevar esa cualidad-sustantivo, sin buscar las razones de por qué es un fenómeno de ese tipo. Y cuando algún intelectual (Archetti hablaría de “intelectuales populares”, en ese caso) se acerca al tema para tratar de encontrar algunas respuestas que el periodismo no profundiza o sólo desarrolla superficialmente, en muchas ocasiones —e inmediatamente— recelaba de ese interés y trataba de descalificarlo, como se viene comprobando al leer algunos ejemplos en *Clarín* (5 y 24 de junio) y *El Gráfico* (1° de julio). Está claro, igualmente, que estos medios no se planteaban el porqué de muchos de los temas que tratan, sino que sólo se centraban en hechos presentes, en la superficialidad de los mismos, sin sentirse obligados a buscar razones para lo que expresaban. En realidad, lo más importante para el discurso deportivo —en ese momento— no era proveer argumentos racionales para comunicar sus ideas. Sólo apostaba a la complicitad, a veces, y a la apelación más emocional, en otras ocasiones.

Siempre habrá que tener en cuenta, además, que las ideas y posturas de los intelectuales citados jamás podrán entenderse en el mismo nivel que lo que sostiene un periodista deportivo. El intelectual analiza los fenómenos desde otro punto de vista, y observa, discute y cuestiona justamente lo que los periodistas dan por sentado —o descartan— sin más razones que el hecho de, supuestamente, interpretar al hincha.

Pero no sólo el periodismo se preocupaba por destacar la importancia del fútbol para los argentinos. Había hechos que así lo marcaban, más allá de las reales y muchas veces ocultas intenciones de quienes impulsaban esos hechos. Por ejemplo,

³⁰ Archetti, Eduardo, “Prólogo”. En *Deporte y Sociedad*. Op. cit., pág 12.

durante este campeonato se produjo algo no habitual: por primera vez en la historia argentina un espectáculo difundido por televisión –en este caso el partido del seleccionado argentino contra el de Bélgica, por las semifinales- tuvo la suficiente gravitación como para acomodar a él los horarios de labor en las Cámaras de Diputados y de Senadores. Hasta el partido entre Francia y Alemania (la otra semifinal) también despertó interés. El Senado, por ejemplo, debió adelantar el horario de un homenaje a Jorge Luis Borges (fallecido una semana antes en Suiza) y los diputados hicieron lo mismo respecto de una sesión para discutir el Presupuesto Nacional.

Esbozos de un nacionalismo deportivo

“Ahora me gustaría agarrar a los ingleses ¿Por qué? Y...es algo que va más allá de lo futbolístico, que tiene que ver con muchas cosas que nos pasaron en los últimos años”, sostenía el 17 de junio el defensor del seleccionado José Luis Cucciuffo en una entrevista concedida a *Clarín*, días antes de que se conociera el rival en los cuartos de final.³²

Arbena afirma que el fútbol, en latinoamérica, ha posibilitado, en muchas ocasiones, una cuota de orgullo para los habitantes de un país frente a otros –quienes pueden ser muy superiores política y económicamente- a partir de sus logros deportivos.³³

Así, luego del emblemático triunfo ante Inglaterra en los cuartos de final, en una nota titulada “Después de 20 años...” (refiriéndose a la derrota en el campeonato de 1966 y tomando al triunfo de ese momento como una revancha), *Clarín* destacó que “...llamado de la patria lejana fue el capitán Maradona igual a un capitán de la

³¹ Está claro que al menos en Argentina nos referimos a las identidades como las masculinas, por sobre todo.

³² “Me gustaría jugar contra Inglaterra”, entrevista a José Luis Cucciuffo. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 17 de junio de 1986, pág. 7.

³³ Arbena, Joseph L., “Nationalism and Sport in Latin America, 1850-1990: The Paradox of Promoting and Performing ‘European’ Sports. En *Tribal Identities*. Frank Cass, Londres, pág 220.

montonera de Guemes el que llevó a su equipo a la victoria”.³⁴ Pero el día anterior a ese partido, el mismo diario había intentado desligar las cuestiones que tras el triunfo mezcló. El 20 de junio, uno de los títulos de la tapa del suplemento “Clarín Mundial” había sido “La selección sólo piensa en fútbol”. Dentro de una de sus notas se enfatizaba que “...el fútbol y la política no transitan por los mismos carriles, cuando uno se vale del otro para ganar posiciones es simplemente porque se ha tomado el rumbo equivocado”. Y se destacaba la madurez de los jugadores: “Los integrantes del plantel de Inglaterra mostraron la misma madurez y ubicación que los argentinos, dejando de lado cualquier connotación que no sea futbolística...”.³⁵ Pero el éxito futbolístico –como se vio- hizo que luego del partido estas ideas quedaran sepultadas. La contradicción inherente al periodismo gráfico argentino –responsabilidad informativa desdeñada en los momentos de éxitos futbolísticos del equipo nacional- que se viene exponiendo y analizando desde el inicio de este trabajo, una vez más parecía hacerse presente en un momento de gloria deportiva.

En esa misma ocasión, *El Gráfico* también aportó ejemplos de este tenor, que mezclaron lo deportivo con lo patriótico. En la tapa de la edición del 24 de junio, tras la victoria ante Inglaterra, la revista llevó como título “No llores por mí Inglaterra”, y el subtítulo “El más grande, brillante y esperado triunfo de Argentina”. El editorial de la semana se tituló “Salud, Argentina”, y en la nota se destacó ese saludo, entre varios motivos, “...por haberle ganado a Inglaterra, que es como ganar mil veces”. Proietto, uno de los periodistas enviados a México, escribió:

En realidad, debo confesarlo, no siento la menor simpatía por los ingleses. Muchos de sus periodistas disponen de una soberbia inaguantable y una desubicación única. El jueves a mediodía se abrieron las puertas de la concentración argentina para que entráramos todos. ¿Usted puede concebir que ocho de cada diez súbditos de su

³⁴ Luna, Patricio, “Después de 20 años”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 23 de junio de 1986, pág. 10.

graciosa majestad se pasaron el tiempo preguntando de la relación que existía entre este partido y la Guerra de las Malvinas, llamada así por ellos para pasar por simpáticos y comprensivos, cuando en realidad todos sabemos como la llaman? (...) Como de costumbre, habrán escrito y dicho lo que se les ocurrió. Son así. Capaces de justificar a los “hooligans” y pretender paralelos con los “barras bravas” que supimos conseguir. (Proietto, Aldo, “Salud, Argentina”. En *El Gráfico*, 24 de junio de 1986, pág. 3).

Aquí ya aparecía la primera persona para dirigirse al lector, además de nuevas apelaciones a él. Todo esto pretendía reforzar su argumentación, aunque no se observó ningún razonamiento que expusiera y explicase de manera analítica sus ideas. El triunfo ante Inglaterra pareció estar más allá de cualquier cuestión objetiva y de un acto de responsabilidad profesional.

Este es un ejemplo claro, además, de cómo puede llegar a confundirse –desde el discurso deportivo- un enfrentamiento futbolístico con una confrontación patriótica. Sobre todo, cuando el partido es frente a Inglaterra (en este Mundial estaba particularmente presente el recuerdo de la Guerra de Malvinas de 1982). Hasta varios dirigentes políticos se plegaron a este discurso. El 20 de junio –dos días antes de ese encuentro- *La Nación* mencionó el pedido de legisladores del denominado “peronismo renovador” para retirar el equipo del Mundial como “reafirmación de los derechos argentinos sobre las Malvinas e Islas del Atlántico Sur y el repudio a la agresión de que es víctima nuestra Nación”. Humberto Martiarena, uno de los legisladores autores de esa misiva, fundamentó la solicitud en que “el gobierno británico sigue manteniendo una actitud beligerante con la Argentina. La cuestión deportiva no puede estar divorciada de la cuestión nacional”. Además, el dirigente del “Comando de Organización del peronismo” (C.D.O.) Alberto Brito Lima remitió un telegrama al canciller de ese entonces, Dante Caputo, reclamándole “que arbitre los

³⁵ Vicente, Miguel Angel, “La Selección, en ansiosa espera”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 20 de junio de 1986, pág. 2.

medios para que el seleccionado argentino no se presente”. Recordó que la Cancillería prohibió jugar en Sudáfrica al seleccionado de rugby y exigió que “ahora se proceda de la misma manera”.³⁶ A todo esto, cabe agregar el análisis de Rodríguez, quien señala acerca de Maradona y su consagratoria actuación ante Inglaterra que “...su eficacia en la cancha de fútbol ha servido de relevo simbólico para elaborar con menos angustia el imaginario social que coloca a los ingleses como nuestros tradicionales adversarios: la ‘mano de Dios’ en México '86 es un tema que ha sido leído como una especie de venganza, producto local de la “picardía criolla’ ”.³⁷

Por otra parte, el 29 de junio, antes de la final, de Biase comentaba en *Clarín* las peripecias para conseguir entradas para ver la final: “Y aquí estamos, buscando entradas pagas, por supuesto (...) Y todo sea por la Patria, por esta locura colectiva argentina”.³⁸ La complicidad con su público que ya venía insinuando *Clarín* proseguía con ejemplos como éste, en el que el periodista intentaba colocarse en un plano de igualdad con su lector medio (aquél que haría lo mismo, que peregrinaría de esa manera que la nota narró por conseguir una entrada para un partido de fútbol).

Ese día, el mismo diario publicó un telegrama que la CGT envió al plantel y al cuerpo técnico del seleccionado, que decía: “Ustedes han probado la calidad y el temple de los futbolistas argentinos y han demostrado que lo mejor que tenemos es el pueblo. Por eso les agradecemos estos felices momentos que nos devuelven la confianza y la seguridad en los extraordinarios valores del hombre argentino, y les aseguramos que en la Patria todo el pueblo los espera para demostrarles su admiración y su cariño”.³⁹ Aquí, ya la referencia a la “patria” era explícita y no se necesitan buscar ligazones indirectas, ni tampoco se debe profundizar en el plano de

³⁶ “Reacciones por el match de la Argentina ante Inglaterra”. En *La Nación*, Sección 2º, 20 de junio de 1986, pág. 2.

³⁷ Rodríguez, María Graciela, “Diego: un héroe global en apuros [o la agonía del último dinosaurio]”. En Alabarces, P., *Deporte y Sociedad*. Instituto de Investigaciones Gino Germani-Eudeba, Buenos Aires, 1998.

³⁸ De Biase, Juan, “Claro, la clave es Maradona”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 29 de junio de 1986, pág. 3.

³⁹ “Un mensaje de la C.G.T.”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 29 de junio de 1986, pág. 10.

lo *no dicho* o de lo supuesto. La identificación selección-patria estaba señalada, asumida, y hasta aceptada.

¿Por qué para gran parte del discurso deportivo es necesario identificar a la selección de fútbol con la nación o con la patria? Dolina opina que un Mundial de fútbol no funcionaría sin lo peor de los sentimientos nacionalistas (y, también, como negocio no sería “redituable”). Alabarces explica esta idea:

Dolina agrega que si se juntaran los 23 mejores jugadores de cada país, se mezclaran todos y se sortearan las camisetas, indudablemente se vería mejor fútbol, pero no le interesaría a nadie. Es así. La ficción está planteada desde el momento en que un equipo tiene el nombre de un país. Y encima la camiseta remite metonímicamente al símbolo nacional que es la bandera. A partir de ahí, el circo está montado en torno de la ficción de representación nacional (...) El espectador no ignora esto, para nada. La participación del espectador es un requisito básico de la ficción. (Alabarces, Pablo, “El Mundial como una ficción”, entrevista de Martín De Ambrosio. En *Página 12*, Suplemento “Futuro”, 29 de junio de 2002, pág. 2).

Chejfec, a su vez, agrega que “mientras la idea convencional de nación modifica aceleradamente su vínculo con la realidad política y económica internacional, es cuando el fútbol puede recoger el sentimiento nacionalista en remisión y reanimarlo como orgullo parroquial. Una ambigua compensación: el fútbol trabaja con los retazos de los símbolos para levantar breves –y redituables-festejos”.⁴⁰ Se debe subrayar lo de “breve”. Porque, como dice Alabarces, “el fútbol

⁴⁰ Chejfec, Sergio, “El Espectáculo Postindustrial. Simulacros de igualitarismo”. En *Clarín*, Suplemento “Cultura y Nación”, 1º de Junio de 2002, pág. 3.

como acto socioestético tiene que ver con la creatividad, con el juego, pero no puede producir magia”.⁴¹

Pero el periodismo deportivo argentino, aunque lo niegue por momentos, y si se lo evalúa a lo largo de las competencias de este tipo, termina postulando –muchas veces no de manera directa, pero igualmente constatable- que el fútbol ofrece una especie de compensación simbólica efectiva, aprovechándose de que ni la nación, la patria, el Estado, los gobiernos, o las clases dirigentes, logran proveer un sustento espiritual o material que haga del fútbol sólo un espectáculo deportivo y no mucho más.

El deporte, además, es un ejemplo privilegiado de “mundialización de la cultura”, plantea Alabarces. “Si las relaciones internacionales son ahora supuestamente horizontales, globalizadas, las competencias deportivas internacionales falsean la continuidad imaginaria de una diferencia y la discusión ilusoria de un estatus planetario. Con los riegos de nacionalismos y épicas chauvinistas, a un paso”, explica.⁴² Su descripción es ciertamente palpable en cuanto se pasa al plano del análisis del discurso de los medios. En ese sentido, Ferraro escribió en *La Nación*, luego del partido ante Italia, a propósito del aliento de los mexicanos hacia el seleccionado nacional

Muy pocas veces –acaso nunca- le ocurrió a un equipo argentino en el exterior, lo de ayer. Lo que nos regocijó y emocionó a todos, los que generalmente palpamos una suerte de adversión (sic) del lugareño, cualquiera sea el país americano del que se trate, hacia los argentinos (...) Pareció que habíamos ganado la batalla, que en el sentimiento de los que vivimos aquí, esos minutos, quedarán grabados por mucho tiempo. (Ferraro, Carlos, “Un triunfo, más allá del aspecto futbolístico”. En *La Nación*, Sección 2º, 6 de junio de 1986, pág. 2).

⁴¹ Alabarces, Pablo, “El Mundial como una ficción”, entrevista de Martín De Ambrosio. En *Página 12*. Op. cit., pág 2.

⁴² Alabarces, Pablo, “Introducción”. En *Peligro de Gol*. Op. cit., pág 17.

Sin expresar algo que tenga que ver con el chauvinismo, el periodista aquí pareció igualar lo que significa un equipo de fútbol a la Argentina toda. El hecho de que un grupo de espectadores mexicanos alentase al equipo de fútbol argentino no debiera significar que todo el pueblo de ese país tuviese estima por el argentino, ni debiera significar lo contrario si ese grupo reprobara la actuación del equipo o volcara su aliento hacia el conjunto rival. Pero justamente esa valoración se hizo días antes, el 3 de junio, en ocasión del encuentro ante Corea del Sur, cuando Proietto señaló en *El Gráfico* que el encuentro fue con “el público en contra. Apenas unos 3000 argentinos impotentes frente a más de 50 mil personas (¿habría también más de 3000 coreanos?) que se volcaron decididamente hacia el más débil. Algo inevitable. Aunque no nos gustó para nada y nos molestó demasiado”.⁴³

Finalmente, Alabarces aclara, en tanto, algo que es central para este trabajo, ya que las construcciones que el periodismo gráfico intenta realizar acerca del seleccionado nacional y sus connotaciones terminan llevando el sello de una narrativa cuya materia prima es el fútbol:

Las narrativas no *son* la nación, ni la producen –no por completo, al menos, en cuanto el discurso encuentra también el silencio como límite, y en ese límite juegan la economía, el territorio, o peor aún, la vida de los hombres y las mujeres. Sí son una manera y un lugar adecuados para *leer* –entendiendo el verbo analíticamente- las formas en que esos hombres y mujeres se representan el pasado –a través de la memoria, no necesariamente conservadora- y el presente, y cómo postulan su futuro- a través de la utopía, no necesariamente subversiva (...) Si las narrativas sobre la nación merecen la objeción señalada –*no son aquello que narran, aunque permitan leerlo y sean operadores de su construcción*-, las narrativas que utilizan el fútbol como argumento

⁴³ Proietto, Aldo, “De aquí en adelante empecemos a crecer”. En *El Gráfico*, 3 de junio de 1986, pág. 8.

nacional funcionan como un discurso de segundo orden; desplazan la referencia –la nación- a través de una metonimia. En ese desplazamiento, el establecimiento de una cópula (fútbol=nación) es imposible. Definitivamente: el fútbol no es la patria...a pesar de los desesperados intentos de algunos de sus intérpretes por suponerlo. (Alabarces, Pablo, *Fútbol y patria*. Op. cit., pág. 27).

Lo que queda tras México '86

Estas últimas palabras citadas encierran, nuevamente, el recurso más repetitivo que se pudo observar en el discurso deportivo de los medios escritos durante México '86, y sirven para resumir lo hasta aquí visto. La enfatización de la primera persona del plural –a veces, incluso, se vio la primera persona del singular como recurso retórico- junto a la apelación a la complicidad fueron las operaciones más evidentes con que contaron los medios para captar la atención de su público y para tratar de imponer sus ideas (que, como estamos viendo, comenzaban a intentar la asociación –en mayor o menor medida- del fútbol con la nación misma, como si el seleccionado de este deporte fuese su representante). A esto hay que entenderlo dentro de un contexto importante: la cobertura destinada a un Mundial de fútbol en ese momento fue ínfima si se la compara con la de los certámenes subsiguientes. Al haber muy pocos periodistas enviados al lugar de los acontecimientos, pareciera que ellos –más que su propio medio- debían tomar la voz principal de la cobertura, que así se tornaba más personalizada (esto es, enfatizando su presencia allí, y modalizando entonces a partir de las primeras personas, por lo general). Esto no ocurrió a partir del campeonato siguiente, cuando los periodistas comenzaron a ofrecer una cobertura más distanciada de los hechos, menos personalizada, y cuando a la vez los medios escritos empezaron a considerar la inclusión de citas de autoridad para referirse a las implicancias del fútbol, además de referirse a ellas en ámbitos de opinión como el editorial.

Las operaciones mencionadas fueron más visibles en *Clarín* y en *El Gráfico*, pero no en *La Nación*, que aún no se plegaba con decisión al tono pasional que utilizaron aquellos dos medios en determinadas circunstancias del torneo. Si bien en algunos momentos parecieron confluír los tres en cuanto al tratamiento de ciertos hechos, cuando se evalúa globalmente el discurso de cada uno de ellos durante todo el campeonato se puede afirmar que *La Nación* –más allá de los matices aportados por alguno de sus periodistas- mantuvo su característica de diario racional, serio u objetivo, aún para referirse a cuestiones de índole deportiva (y aún en medio de un título del mundo conseguido por la Selección).

Se debe aclarar, entonces, que las aseveraciones que se hacen acerca del discurso deportivo de los medios escritos en ocasión de México '86 deben ser encuadradas dentro de la precariedad del despliegue periodístico, por lo tanto, los pocos ejemplos que pudieron rescatarse son los elementos para calificar determinadas posiciones y operaciones del discurso.

Como se dijo al inicio de este capítulo, a lo largo de la cobertura de este certamen los medios gráficos analizados no recurrieron a notas de opinión ni mucho menos a editoriales para referirse a la participación del equipo argentino. Prevalcieron las crónicas, y los ejemplos citados fueron los únicos en donde pudo apreciarse una carga valorativa en el discurso deportivo. Reconocido esto, finalmente, habrá que comprender que establecer una regla general del funcionamiento de determinado discurso a partir de unos pocos ejemplos conlleva una dificultad importante.

Por otro lado, hay que decir que, como en ese momento la predominancia de la imagen (televisiva) en la comunicación no era tal, los medios escritos mantenían una centralidad en cuanto a la vehiculización de ciertas construcciones imaginarias. No realizaron esto posicionándose como medios esencialmente racionales en el tratamiento de estos temas (aunque *La Nación* se diferenció un poco en este sentido). No lo hicieron desde editoriales ni desde notas de opinión firmadas. Sólo las crónicas de los periodistas enviados al campeonato prevalecieron en la cobertura y desde ellas

intentaron sentar sus posiciones (aunque, justamente por el hecho de ser crónicas firmadas por periodistas, todo podría quedar enmarcado dentro del pensamiento de los hombres de prensa y no aún de una operación que comprometiera la postura de los mismos medios, como dijimos).

Otro aspecto que queda tras este certamen es el hecho de que para que una conquista como la de un título del mundo tenga carácter épico para el discurso deportivo se necesita la presencia de un héroe principal (que sea el que conduzca a la victoria, o que sea el depositario de virtudes poco comunes). Y en el caso del seleccionado argentino en México '86, ése héroe fue Diego Maradona. Rodríguez explica cuál ha sido el significado del ídolo y sostiene que “(como Fangio en otros tiempos) ‘exporta’ argentinidad y son las propias hazañas de Diego Maradona, sobretudo a partir de México 1986, en favor de la camiseta argentina, lo que hizo de él un símbolo de ‘argentinidad’...”.⁴⁴ De esta manera, el artífice fundamental para que el equipo argentino ganara el campeonato se erige como héroe reivindicatorio de un éxito nacional, o de una Argentina victoriosa, cuyos triunfos deportivos trascienden la frontera de lo deportivo y se extrapolan a otros ámbitos, manteniéndose con el transcurso de los años (hasta la posterior decadencia de él como jugador, primero, y como mito, después).

Finalmente, la implicancia que tiene el fútbol en otros ámbitos de las sociedades no era sujeto de tematización aún en este discurso deportivo, más allá de algunas referencias, aisladas y poco profundizadas, a lo importante que es un Campeonato del Mundo. El simpatizante del equipo nacional que viajaba al lugar del acontecimiento –que más adelante pasó a ser un tema central de las coberturas periodísticas- aún no era sujeto de atención en este discurso, como así tampoco la supuesta unión o hermandad que el seleccionado nacional genera en la población en ocasión de su participación en un Mundial (más allá de las apelaciones que desde los medios analizados se hicieron para que el “pueblo” saliera a las calles a festejar).

⁴⁴ Rodríguez, María Graciela, “Diego: un héroe global en apuros [o la agonía del último dinosaurio]”. En Alabarces, P., *Deporte y Sociedad*. Op. Cit., pág. 186.

MUNDIAL ITALIA '90

El Campeonato Mundial de 1990 se inscribe en otro contexto de la historia de Argentina. Mientras la realidad mostraba otro gobierno, otras esperanzas para la población y nuevos horizontes para el propio país, el seleccionado de fútbol –como en 1986- viajó a Italia sin un respaldo ostensible por parte del medio futbolístico ni del público en general. Por más que en ese momento el equipo era nada menos que el defensor del título, sólo la presencia de un maltrecho –por las lesiones- Diego Maradona inspiraba algún tipo de ilusión; pero el conjunto en su totalidad no era receptor de esperanzas significativas. Y el discurso deportivo de los medios escritos así lo manifestó, en un primer momento.

El recorrido analítico, en principio, encuentra algunas similitudes con la cobertura periodística dada a México '86, aunque el despliegue fue mayor (en cantidad de páginas y periodistas enviados). Como en cada campeonato de este tipo, en los primeros momentos, el discurso deportivo destacó la importancia del fútbol en el mundo. Luego, con el desarrollo del torneo, la cobertura se inclinó más hacia lo futbolístico y en particular hacia el seleccionado argentino, y allí es donde pudieron rastrearse algunos discursos que incluyeron –en mayor o menor medida- expresiones y connotaciones nacionalistas.

Este certamen tuvo para el análisis del discurso deportivo un significado importante a partir de las variaciones producidas en él. Ya no apareció el enunciador en primera persona, como sí se había destacado en México '86, y sí comenzaron a introducirse algunas citas de autoridad para referirse a connotaciones del fútbol que iban más allá de lo deportivo. La utilización de estas estrategias permite empezar a analizar el fenómeno y sus implicancias sobre la sociedad ya no desde la apelación a lo emotivo, como se vio en el campeonato anterior, sino que los medios considerados serios –como los diarios que estudiamos aquí- intentaron acercarse al tema desde una perspectiva más racional (aunque ese acercamiento aún era muy primario y todavía poco profundizado).

El 3 de junio -cinco días antes del inicio de la competencia- *Clarín* enfatizaba que “...la gran maquinaria ya funciona a pleno. Porque Italia, durante 30 días, será el centro del mundo. Y esto no es sólo una frase intencionada, sino una verdad irrefutable (...) Ningún otro acontecimiento de la Tierra puede despertar –ni por asomo- semejante interés popular”.⁴⁵

En su edición del 5 de junio, *El Gráfico* dedicó su editorial a manifestar su apoyo al seleccionado en nombre del pueblo: “Arriba las banderas celestes y blancas para alentar a este equipo que no es de nadie porque es de todos (...) Luchen porque la gente pueda salir a las calles con una sonrisa, sepan que tienen treinta y tres millones de hinchas. Nosotros, modestamente, estamos entre ellos”.⁴⁶

Es decir que, en estas primeras aproximaciones al Mundial de Italia, se ve que el tratamiento de los medios gráficos no se diferenció del campeonato anterior. Se destacaron, simultáneamente, el interés que provocaba el fútbol en el mundo y –en el caso del discurso de *El Gráfico*- un apoyo al seleccionado nacional, sustento que provenía, sobre todo, de la idea de que el equipo de fútbol es una metonimia del país, y no porque el juego desplegado o cualquier otra motivación deportiva incitaba a

⁴⁵ Pagani, Horacio, “Ya está en marcha la gran maquinaria”. En *Clarín*, 3 de junio de 1990, pág. 34.

⁴⁶ “El equipo de todos”. En *El Gráfico*, 5 de junio de 1990, pág 3.

apoyarlo. O sea, era un apoyo a algo que se identifica con la nación más que a un equipo de fútbol. El discurso de la revista deportiva apelaba no sólo a su lectorado, sino que aquí también se dirigía a los propios jugadores del equipo (“luchen porque la gente pueda salir a las calles...”), un aspecto que no estaba presente en el campeonato anterior.

Por otra parte, el hecho de no ofrecer notas –como sí vimos en *Clarín*- acerca del fenómeno del fútbol y de la importancia de los mundiales tiene que ver con el contrato de lectura que la revista mantiene con su público, relación en la que ya se da por sentado lo que significa un campeonato de este tipo y no se hace necesaria entonces una explicitación al respecto. Por lo tanto, *El Gráfico* inició su cobertura del Mundial dedicándose con exclusividad a expresar –mediante un tono eminentemente pasional- su adhesión al seleccionado argentino. Esta revista siempre se ha destacado por difundir su apoyo a todos los equipos nacionales (al menos en los momentos previos a cada competencia). Su público lector, esencialmente futbolero, está acostumbrado a esas apelaciones discursivas y por eso el medio se dirige constantemente a él. Es así como *El Gráfico* pareció tomar la voz que representaba a ese lector (“sepan que tienen treinta y tres millones de hinchas. Nosotros, modestamente, estamos entre ellos...”). Su discurso se ha caracterizado por defender “lo nacional” (deportivamente hablando), por lo tanto, no es anormal asistir a esas apelaciones, que el medio entiende que serían las mismas que realizaría su lector medio.

Clarín abre el camino

Para justificar el por qué de la fiebre que se desata cada cuatro años durante los mundiales de fútbol, *Clarín* intentó explicar la importancia que tienen estos campeonatos:

La masividad y la integración más allá de las fronteras parecen indicar que se está ante la presencia del mayor espectáculo de la historia de la humanidad. Y el fútbol, los mundiales, nos tienen acostumbrados a lo grandioso (...) Hoy, la inquietud por las constantes guerras del Tercer Mundo, los cambios sociales en Europa del Este y las imágenes de la crisis económica que sacude a todos los países parecen incomparables con las hazañas de un Maradona, un Matthaeus o un Schilacci. Pero, ¿por qué el fútbol? (Bertini, A. y Canaletti, R., “Cómo y porqué el fútbol detiene al mundo”. En *Clarín*, 1º de julio de 1990, págs. 24-25).

A la hora de encontrar los porqués de tamaña gravitación (y de semejantes afirmaciones como las que esta nota realizó), el artículo recurrió a Heriberto Muraro, quien respondió que la razón de ese interés no es solamente el juego mismo sino que “...es el fútbol y todo lo que lo rodea. Es la tecnología puesta al servicio de este deporte y otros sentimientos profundos, como los nacionales, que explican en parte el fenómeno”.⁴⁷ Por lo tanto, el diario sostenía que “el fútbol implica juego, lucha por el poder, alianzas y oposiciones, identificación con el ídolo y, sobre todo, tensión. Tal vez por eso los especialistas señalan al fútbol como el deporte de las grandes masas”.⁴⁸ Y, por último, se mencionó allí la opinión de Julio Mafud, quien agregó que “la televisión realiza una captación totalizadora de estos fenómenos. Además, el fútbol es un deporte no clasista, accesible a todos, que permite la realización individual y colectiva”.⁴⁹

Aquí comienzan a notarse diferencias en el discurso gráfico respecto de lo observado durante el Mundial de México '86. Una de ellas es la inclusión por parte de *Clarín* –en este caso– de citas de autoridad para tratar de analizar el fenómeno del fútbol desde una perspectiva más objetiva o racional. El diario debió recurrir a

⁴⁷ Bertini, A. y Canaletti, R., “Cómo y porqué el fútbol detiene al mundo”. En *Clarín*. Op. cit., págs. 24-25.

⁴⁸ Bertini, A. y Canaletti, R., “Cómo y porqué el fútbol detiene al mundo”. En *Clarín*. Op. cit., págs. 24-25.

⁴⁹ Bertini, A. y Canaletti, R., “Cómo y porqué el fútbol detiene al mundo”. En *Clarín*. Op. cit., págs. 24-25.

especialistas no deportivos para empezar a introducir otro tipo de explicaciones acerca de la trascendencia de este deporte y de un Mundial. Al respecto, hay que decir que Alabarces y Rodríguez sostienen que los periodistas deportivos no pueden crear una construcción legítima de la identidad nacional porque son la literatura o las artes las portadoras de dicha legitimidad, “aunque estos esfuerzos periodísticos impregnaron el lenguaje de sus audiencias”.⁵⁰ Y en este caso concreto que analizamos, se ve que el periodismo deportivo tampoco puede dar cuenta de interpretaciones del fenómeno del fútbol que estén menos ligadas a lo emotivo y por eso su discurso necesita de esas citas de autoridad para incluir un punto de vista más analítico.

El mismo medio, en su afán de seguir apelando a especialistas (o, al menos, a periodistas que no se especializan en deportes) para poder justificar la introducción del tema en un diario que se considera serio, presentó una nota de Sergio Sinay –que es psicólogo, no un académico ni un investigador en la materia- luego de que la Selección haya perdido la final del campeonato ante Alemania. Las post-eliminaciones de un mundial de fútbol son uno de los momentos más introspectivos para el discurso deportivo argentino, pero el quiebre respecto del campeonato anterior es que aquí se pretendió esbozar el mismo acto de auto-análisis pero incluyendo a la sociedad misma:

Este equipo se presentó en este Mundial como esta sociedad se planta ante a la realidad. Incompleto, cuestionado, remendado, dolorido, dudoso, con una baja autoestima (...) Porque ninguna manifestación de una sociedad (ya sea cultural, política, económica, deportiva, científica, etc.) es ni ajena ni diferente a ella misma (...) Hace tiempo que la crisis viene enseñándonos que no somos “el pueblo elegido”, que somos una sociedad con síntomas graves y que en el corte nort-sur con que se dibuja el mundo contemporáneo, estamos en el sur,

⁵⁰ Alabarces, P. y Rodríguez, M.G., “Football and Fatherland. The crisis of the national representation in the Argentinean football”, en Finn, G. y Giulianotti, R. (eds.); *Football Culture: Local Contests and Global Visions*. Op. cit., pág. 120.

somos el sur. Acaso, eso es, finalmente, la llave maestra de este orgullo, de esta pasión insospechada. Acaso eso es lo que estos veintidós muchachos han puesto en escena. La que se declama o directamente se ignora en otros ámbitos o en la dirigencia de la sociedad, ellos lo hicieron (...) Es curioso que a este Mundial lo hayan inaugurado Argentina-Camerún. Fue un símbolo. Por distintos motivos estos dos equipos fueron los que mejor ejemplificaron cómo el fútbol puede ser una cuestión de identidad. Y no la de un equipo, sino la de un país (...) El Mundial nos permitió reconocernos y nos dio la alegría de existir. Y eso no se empara. (Sinay, Sergio, “La alegría de ser”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 9 de julio de 1990, pág. 12).

Aquí, el discurso necesitaba interpelar desde lo emotivo para justificar la introducción de un tema como este dentro de un diario. Por eso se ven términos como “orgullo”, “pasión insospechada”, “identidad”, “reconocernos”, o “alegría de existir”, además del propio título de la nota (“La alegría de ser”). No parecía haber otra forma –en ese momento y en ese medio– de incluir un análisis del fútbol y sus connotaciones ulteriores que hacerlo, primero, mediante una captación pasional del lector. Decir que lo que ocurrió en el Mundial “nos permitió reconocernos” no es otra cosa que dirigirse al plano emotivo del lector.

La operación era visible en cuanto a los mecanismos utilizados. Se igualó al equipo con la sociedad argentina (ambos “incompletos”, “cuestionados”, “remendados”, “doloridos” y “con una baja autoestima”) o, lo que es más, se postuló que el deporte (como una de las tantas manifestaciones de un pueblo) era un reflejo de la sociedad en la que se inscribía. Pero, adoptando una consideración supuestamente más profunda a partir de allí, se afirmó que el hecho de que el seleccionado haya llegado a la final del Mundial a pesar de esas características (esas cualidades negativas que comparten tanto el deporte como el pueblo argentino), debía despertar “orgullo” en la sociedad, porque ningún otro ámbito conseguía esa figuración a nivel internacional. Finalmente, se sentenció, sin más argumentos, que el

fútbol era una de las identidades del país. Y esto era, en definitiva, lo que estaba queriendo decir Sinay. Pero como en ese momento una afirmación de este tipo no podía ser planteada desde un diario que se considerase racional u objetivo –como *Clarín*–, primero había que poder vehicular esas ideas mediante un enunciador cómplice (en la nota se hablaba en primera persona del plural, incluyéndose al destinatario), y que lo hiciera desde un plano emotivo. Por eso las constantes apelaciones al “orgullo”, a la “pasión insospechada”, a la “alegría de existir” que produciría en la gente el seleccionado nacional de fútbol.

La explicación para ese alcance universal de este deporte en la Argentina –y la consecuente construcción discursiva que considera al seleccionado de fútbol de un país como un representante de la propia nación– reside, según Alabarces, en el contexto en el que se está inserto. “...Ese exceso deportivista trabaja sobre una debilidad previa, ampliamente discutida por las ciencias sociales: la crisis de los relatos clásicos que constituían sujetos en el mundo moderno, unido a la retirada del Estado, que abandona la producción de discursos unitarios y condena a sus sociedades a reiterarse en sus fragmentos, o a intentar angustiosamente reponer una totalidad escamoteada”, explica.⁵¹

Pero en *Clarín* no sólo se destacó como el primero en utilizar las citas de autoridad como recurso para introducir un esbozo de análisis del fenómeno del fútbol y sus implicancias más allá de lo deportivo. También aportó otra novedad a partir de Italia '90: la utilización del editorial para referirse a estos temas. Es así que el 12 de julio –cuando el Mundial ya había culminado– afirmó que el equipo no debía ser considerado un reflejo del país, sino que, por el contrario, el ejemplo de la actuación de un equipo que llegó a la final entregando un generoso esfuerzo, debería suponer para la población un aliciente para encarar con optimismo la recuperación de un país

⁵¹ Alabarces, Pablo, “Introducción”. En *Peligro de Gol*. Op. cit., pág 17.

que, en ese momento, estaba estancado en todos sus ámbitos. El valor de estas palabras es mayor que lo que puede aportar Sinay ya que en este género periodístico es donde el medio toma posición acerca del tema:

Millones de argentinos proyectaron en las alternativas del Campeonato Mundial de Fútbol la necesidad profunda de afirmación y coherencia que el país les adeuda. La Selección Nacional cargó con la tremenda responsabilidad de simbolizar los anhelos de sus compatriotas (...) Hay ansias, por lo tanto, de recuperación, largamente postergadas. Y cuando un puñado de argentinos reviste ante el mundo el carácter de mensajero de nuestra identidad, en un ámbito tan movilizador de adhesiones en todas las latitudes como es el deporte futbolístico, se condensan inquietudes y fantasías que superan el marco estricto de la competencia. Se produce una transferencia inevitable y se deposita en el equipo mucho más que la responsabilidad meramente deportiva. ("Los fervores del Mundial". En *Clarín*, 12 de julio de 1990, pág. 12).

Es decir que la apertura para considerar este tema no desde lo estrictamente deportivo -que ya hemos visto en los dos artículos citados de *Clarín* (el de Bertini-Canaletti y el de Sinay)- continuaba esbozándose, aunque gradualmente. Si los dos primeros artículos fueron apenas una entrada al interés por las implicancias del fútbol en otras áreas, mediante esta nota editorial el discurso del medio empezó a aceptar la inclusión de esas particularidades del discurso deportivo y se aceptó el hecho de que una parte de la población depositara esperanzas en el equipo nacional de fútbol que fuesen más allá de lo deportivo. Sin embargo, no se veía en estas palabras intención alguna de respaldar esa idea. Sólo se aceptaba una situación, sólo se admitía su existencia, más allá de la valoración que eso le mereciera. Este editorial era, en realidad, un metadiscurso, sólo se dedicó a analizar lo que otros decían, sin tomar aún una posición definitiva sobre el asunto. Pero lo importante aquí es que en este diario ya se había producido la tematización del fenómeno, primero captando al lector a

partir de la apelación emotiva, y después aceptando esa idea desde un ámbito que – aunque subjetivo- se presume analítico, lejos de las pasiones, como lo es el género editorial.

Los condicionamientos que impone una derrota

Arbena señala que para que se conforme el primer *nacionalismo deportivo*, el proceso, entre otros factores, “necesita del éxito deportivo que vuelva eficaz la representación de lo nacional”.⁵²

En principio, podría pensarse que las notas citadas de los medios que postulan valoraciones tan altas hacia el seleccionado de fútbol (hasta llegar a decir que el equipo representa a la nación) no podrían afirmar eso de no mediar el éxito deportivo del seleccionado. O sea, el discurso siempre enfatizaría la supuesta representatividad nacional de la Selección cuando se obtuviese un triunfo, cuando el equipo superase a sus rivales –a otros países, se diría. O, al menos, cuando la ilusión de la victoria todavía estuviese en pie (es decir, mientras que el equipo no quedase eliminado de la competición). Sólo así el discurso deportivo parece poder soportar un discurso nacionalista. ¿Pero qué ocurre cuando el seleccionado argentino no obtiene el éxito esperado? ¿A qué debe recurrir el discurso deportivo para sostener esa idea central?

Si se considera que los éxitos deportivos (y la esperanza de una victoria) serían razones o elementos fácticos del discurso para sostener que el equipo nacional representa al país, ante una derrota las operaciones discursivas –al no tener más esos elementos de la realidad que tienen que ver con el fútbol- deben refugiarse en unos pocos elementos que lejos tendrían que ver con el deporte pero que siguen siendo fácticos para el público (la bandera, el Himno Nacional, el orgullo, por ejemplo). Es decir, estos elementos son reales para interpelar a la gente, pero poca ligazón poseen

⁵² Arbena, Joseph L., “Nationalism and Sport in Latin America, 1850-1990: The Paradox of Promoting and Performing ‘European’ Sports”, en Mangan, J. A. (ed.): *Tribal Identities*. Op. cit., pág. 225.

ya con el fútbol (sólo ocurre eso cuando a esa ligazón se la hace de manera intencional e intencionada). Es por eso que *Clarín*, luego de que el equipo argentino perdiese la final del Mundial de Italia ante Alemania, tituló en su tapa del día siguiente: “Subcampeones del mundo”; “El país festejó la proeza” (con fotos de Maradona llorando y de la gente en el Obelisco de Buenos Aires). En la nota correspondiente sostuvo:

Los argentinos festejaron un hecho irrefutable: tratándose de fútbol, somos grandes (...) Y, por supuesto, hubo orgullo. Que se manifestó en un hecho insólito en este tipo de festejo: la gente cantó el Himno Nacional (...) No es exagerado decir que el gran homenajeado fue, en realidad, el país. Miles de adolescentes (que esta vez fueron mayoría) gritaron, más que cantaron: “Mandarina, mandarina, lo mejor que hizo mi vieja fue tenerme en Argentina”. (“...Y el Obelisco siguió de fiesta”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 9 de julio de 1990, pág. 10).

Ese día, además, un grupo de personas atacó a pedradas el Club Italiano de la Capital Federal al grito de “Quiénes son, dónde están, los que silbaron nuestro Himno Nacional”.⁵³

Es decir que cuando no quedan más elementos que puedan asociarse directamente a la selección de fútbol (sus desempeños deportivos, sus éxitos), el discurso deportivo recurre a elementos bien cercanos a lo pasional para tratar de seguir achicando la brecha entre una construcción real y una imaginaria, porque esos elementos ya no tienen que ver con el seleccionado de fútbol más que en un plano simbólico.

Por eso es que, en definitiva, la ilusión que el fútbol genera es sólo plausible en el ámbito de la ficción (como género). Porque cuando no aparece el éxito deportivo, cuando esas esperanzas no se confirman en la realidad, el discurso termina

obligado a hacer referencia a cuestiones más imaginarias y menos fácticas. Sólo allí, en ese plano, podrá permanecer con ciertos signos de eficacia. Y esa eficacia de lo que el fútbol repondría en el plano de lo simbólico “es la permanente tentación de todo imaginario futbolístico”, sostiene Alabarces.⁵⁴

Hay que tener en cuenta, sin embargo, los contextos en los que se analiza todo discurso. En este Mundial, la eliminación del seleccionado no significó ninguna pena popular, ni hizo mella en la representatividad nacional que el discurso de los medios escritos le estaba empezando a otorgar al equipo de fútbol. *El Gráfico*, por ejemplo, lejos de narrar la derrota deportiva como un drama, prefirió elogiar la caída del seleccionado por su dignidad, por haberse sobrepuesto a varios inconvenientes y obstáculos, por el esfuerzo realizado, en fin, casi conceptuándola con un carácter épico. Tanto fue así que el público entendió el mensaje (no nos estamos refiriendo aquí al de la revista, específicamente, sino en general) y recibió al plantel una vez vuelto de Italia con mayor fervor y con una más nutrida concurrencia en la Plaza de Mayo que cuando se obtuvo el Mundial de 1986. Así, esta revista señaló que “...por un acuerdo mágico que los sociólogos tratarán de explicar –y acaso lo logren-, los muchachos y el pueblo se abrazaron en triunfo, más fuerte todavía, que después del título en México”.⁵⁵ Como se ve, la revista se eximía de analizar el fenómeno (para eso están los sociólogos, sostenía) porque no le interesaba buscar los porqué sino que aceptaba la situación tal como se presentaba en la realidad (y la celebraba). El contrato de lectura que ha establecido con su público no le exigía que dilucide esas cuestiones, ya que la postura que ambas partes mantienen acerca de la importancia del fútbol y del seleccionado nacional se basa en explicaciones mucho menos analíticas (como ya lo puntualizamos).

De esta forma, el carácter épico de la derrota en Italia '90 fue enfatizado sobre todo desde *El Gráfico*, que colocó en la tapa de su edición posterior a la eliminación

⁵³ En ocasión del encuentro ante Brasil, en Turín, gran parte del público italiano presente en el estadio silbó durante la ejecución del Himno Nacional Argentino.

⁵⁴ Alabarces, Pablo, *Fútbol y patria*. Op. cit., pág. 141.

⁵⁵ Litvak, César, “El abrazo del pueblo y los muchachos”. En *El Gráfico*, 17 de julio de 1990, pág. 10.

argentina la ya histórica imagen de Maradona llorando con la medalla de plata colgando en su pecho. Y, sobreimpreso a esa foto, el título “Héroes igual”, más el subtítulo “Gracias, muchachos, por el subcampeonato”. “...Al menos fuimos capaces de soñar. Y más que eso: supimos levantar el ánimo de un pueblo que todavía andará cantando por sus calles y no querrá dormir”, aparece más adelante en una parte de la nota.⁵⁶ El carácter simbólico de las construcciones que realizaba este discurso deportivo quedó una vez más expuesto; al decir que “al menos fuimos capaces de soñar...” estaba admitiendo lo que en general se encargaba de obviar; que las representaciones realizadas tienen un límite que no pueden franquear y un campo al que no pueden acceder: lo real.

El 9 de julio, *La Nación*, por su parte, tituló de manera elocuente en la tapa del suplemento deportivo el sentir luego del incumplido deseo de defender con éxito el trofeo conseguido en México 1986: “¡Argentina! Aunque ganes o pierdas”. Aquí había un enunciador que trataba de situarse desde una posición de mayor complicidad respecto del lector, ya que no se daban argumentos racionales para sostener ese apoyo al seleccionado, sino que la apelación emotiva superaba cualquier tipo de análisis objetivo.

Cuando el equipo regresó a Buenos Aires tras la final perdida, *Clarín* se asoció al clima de efervescencia popular. La derrota ante Alemania no evitó el tono triunfalista, ya que los inconvenientes que supuestamente tuvo el seleccionado para llegar a la definición del Mundial obraron en el relato de los medios escritos como argumentos para resaltar la actuación deportiva, por más que no haya terminado de manera victoriosa. En su tapa del 10 de julio, el título más importante rezó: “Multitudes emocionadas recibieron a la Selección”, sosteniendo luego:

Como si hubiese sido una enorme reivindicación popular ante todo lo que vivieron en Italia: las desventuras del comienzo, la hostilidad local –aquellos silbidos al Himno que aún resuenan hoy en los oídos de

⁵⁶ Proietto, Aldo, “Fuimos dignos hasta el último aliento”. En *El Gráfico*, 10 de julio de 1990, pág. 8.

cada jugador-, la “guerra” a Maradona, la actuación del árbitro Codesal en la final...Ese fue el sentimiento que habitó a los que colmaron el histórico paseo: el de la reparación. El de la unión ante la adversidad... (“La Selección tuvo su fiesta inolvidable”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 10 de julio de 1990, págs. 2-3).

Es de destacar, además, que las notas de opinión desaparecieron de los medios analizados en esos momentos, específicamente. Todo lo posterior a la eliminación del seleccionado se contó mediante crónicas (sobre todo la llegada del equipo al país). Las crónicas no tienen opinión pero logran captar más la atención del público debido a una impronta emotiva (que mucho se enfatizó en estos casos). No había otra forma, parece, de contar lo que ocurría en ese momento si no era a través de construcciones más pasionales que racionales. En todo caso, hay otra manera, pero quizás la utilizada en ese momento haya sido -para *Clarín* y *El Gráfico*- la forma más efectiva de llegar a su público. *La Nación*, por otro lado, fue el único de los tres medios analizados que no utilizó ese camino para referirse al tema. Su pretendido discurso racional y objetivo mantuvo su predominancia en momentos en los que los otros medios apelaron a un tono emotivo.

El nacionalismo deportivo

El *nacionalismo deportivo*, como lo denomina Archetti, se origina en un sentimiento de identificación enraizado en manifestaciones de patriotismo local. Para una gran parte del discurso del periodismo gráfico que venimos analizando, la camiseta de la Selección parece ser un símbolo más de la patria. A propósito de los silbidos de parte del público italiano al Himno Nacional Argentino antes del encuentro ante Brasil por los octavos de final, De Biase escribió en *Clarín*:

El agravio de los silbidos nos involucraba a todos los argentinos, Himno mediante. Ese gol después fue vivido no sólo como padre de

un gran triunfo, sino como un desquite contra todos. Es que una hostilidad que se nos hace hasta irracional irrita demasiado como para no despertar cierto rencor. El repudio a Maradona ya nos involucra a todos sus conciudadanos... (De Biase, Juan, "La Selección, al final, se abrazó a un milagro". En *Clarín*, Suplemento "Clarín Mundial", 25 de junio de 1990, pág. 2).

Luego de que el seleccionado argentino perdiese la final ante Alemania, *La Nación* no se olvidó tampoco de la ofensa a la canción patria y se preguntó -respondiéndose a la vez- "¿qué motivó que el hincha haya festejado tanto un segundo puesto? En primer término, cuestiones de nacionalismo. ¿Quién no habrá sentido indignación cada vez que silbaban el Himno Nacional?".⁵⁷ Justamente, el título de la nota -"Cuando el nacionalismo le ganó a un resultado"- estaba expresando una posición del medio acerca de este tema.

Como se ve, a esta altura ya comenzaba a incluirse en el discurso deportivo de los medios escritos cuestiones que tienen que ver con el nacionalismo a partir del fútbol. Y, como lo planteamos antes, en principio, la manera de acercarse a este tema fue mediante la utilización del enunciador cómplice y la apelación emotiva ("el agravio de los silbidos nos involucra a todos los argentinos...", decía *Clarín*; "¿Quién no habrá sentido indignación cada vez que silbaban el Himno Nacional?", sostenía *La Nación*). El relato todavía no podía hacer mención a una ligazón entre el seleccionado de fútbol y la patria más que por la vía emocional, involucrando en esa acción -en principio- a los firmantes de las notas y no al mismo medio. Otro detalle: ahora *La Nación* también se sumaba a la operación que utilizaba la primera persona para hacer mención a este fenómeno.

Cercano al punto anterior, este discurso deportivo durante los mundiales de fútbol tiene un aspecto en común habitual en el análisis de los medios. Es la supuesta

⁵⁷ "Cuando el nacionalismo le ganó a un resultado". En *La Nación*, Sección 2º, 4 de julio de 1990, pág. 2.

hermandad que produce este deporte, y el seleccionado, entre el pueblo argentino, entre personas que no se conocen y que tienen en común pocas cosas, una de las cuales es la de pertenecer a esa imaginaria e imaginada comunidad que conforman los simpatizantes del equipo nacional de fútbol. Luego del triunfo del seleccionado frente a Yugoslavia por los cuartos de final del campeonato, *Clarín* destacó el festejo de los simpatizantes en el país, “...anónimos, desconocidos, pero súbitamente hermanados, siquiera por el momento. Un hoy sin fronteras. Mañana, veremos”.⁵⁸ Otra nota comentó la presencia de simpatizantes de clubes rivales en el terreno local y mencionó el ejemplo de Talleres-Belgrano de Córdoba y Estudiantes-Gimnasia y Esgrima de La Plata, quienes salieron a festejar la victoria de la Selección con las camisetas de sus clubes puestas pero abrazados entre sí, admitiendo lo inimaginable que sería que ese hecho se expresase durante el campeonato de fútbol local. Todo, explicó, “por obra y gracia de la Selección”.⁵⁹ Tras ese encuentro, *El Gráfico* sostuvo que “...cantaron todos. Hinchas y jugadores. Por un instante fueron lo mismo. Una bandera imaginaria, enorme, un pedazo de la Argentina puesta en Florencia (...) Ganamos. Dios es Argentino”.⁶⁰

Estos ejemplos nos muestran la presencia en el discurso deportivo de los medios de la idea de que el seleccionado de fútbol puede reponer (o intenta hacerlo), una totalidad, una unidad nacional fragmentada. Ese equipo nacional posibilitaba que las diferencias de clases, de intereses, de preferencias, etc., no se ignorasen, sólo quedasen suspendidas (por lo tanto, momentáneamente). Pero al quedar sólo subsumidas por un momento, esas diferencias no pueden ser eliminadas, por lo que esa reposición de una totalidad sólo puede ser planteada de manera simbólica, como sostiene Alabarces (ver pág. 51).

En este contexto puede leerse a Giulianotti y a Armstrong, quienes sostienen que la sociedad moderna hoy no provee a los hombres patrones de vida, relaciones significativas, rituales que lo abarquen y lo acojan completamente, y que le provean

⁵⁸ “El Centro ardió de contento”. En *Clarín*, 1° de julio de 1990, pág. 9.

⁵⁹ “Los enemigos se amigaron un rato”. En *Clarín*, 1° de julio de 1990, pág. 9.

un sentido de pertenencia a un lugar. Y, justamente, agregan que –para muchos aficionados- el fútbol sí otorga todo eso.⁶¹

Luego de la victoria argentina ante Brasil en los octavos de final, *El Gráfico* señaló que los jugadores...

creyeron. Y pudieron (...) Porque fueron capaces de luchar y hacernos agitar de nuevo las banderas y salir a las calles en triunfo y abrazarnos fraternalmente a todos. Aquí, en esta Italia que nos mira sorprendida, y en aquella Argentina que ha vuelto a sonreír. Aunque más no sea por una bendita tarde, por un bendito triunfo. (“Por algo somos campeones”. En *El Gráfico*, 26 de junio de 1990, pág. 3).

El discurso deportivo –como ya vimos antes- aquí reconocía lo efímero de esa alegría que puede otorgar el fútbol. Al admitir “aunque más no sea por una bendita tarde” se estaba aceptando, por un lado, que efectivamente el seleccionado de fútbol podía ser generador de alegrías populares en el país, pero a la vez se estaba admitiendo que sus efectos son fugaces. No obstante, el relato no reparó en esas objeciones, e insistió con la idea de una totalidad nacional (“abrazarnos fraternalmente a todos...”), que termina siendo no más que una construcción imaginaria (porque esa supuesta unidad sólo puede ser “real” en ese momento determinado de alegría, no de manera permanente).

Según lo observado en este trabajo, el momento de quiebre en el análisis de este fenómeno en *La Nación* se produjo días antes de la final entre el seleccionado argentino y el alemán, cuando Mariano Grondona intentó explicar en su habitual columna sabatina (denominada “La Semana Internacional”) qué producía el fútbol para modificar ciertos comportamientos de la sociedad durante los mundiales. Hay que destacar, no obstante, que esa era la posición del periodista (aunque está claro

⁶⁰ Proietto, Aldo, “Tenemos un corazón así de grande”. En *El Gráfico*, 3 de julio de 1990, pág. 78.

que para el diario era una opinión autorizada), y no la del medio. Entonces, *La Nación* prefirió analizar de manera objetiva el tema pero sin comprometer su opinión editorial, por lo tanto aprovechó la columna de Grondona para referirse a una cuestión que hasta el momento sólo había sido parte de las páginas deportivas.

En la mencionada nota de opinión, Grondona habló de la existencia de dos tipos de Argentina:

Una real, cotidiana, que muestra todavía los signos de la frustración, la división y el estancamiento; otra ideal, simbólica, que se revela como un país unido y solidario (...) ¿Por qué la Argentina es un país unido y competitivo solamente en el fútbol? (...) Es solamente cuando el equipo argentino enfrenta al de otra nación que los corazones se ponen a vibrar con el mismo impulso. Lo que vibra detrás del grito unificado de los argentinos ante un pase de Maradona, un gol de Caniggia o una atajada de Goycochea es, entonces, un sentimiento nacional (...) En nosotros, el fútbol queda como un caso excepcional, como una señal hasta hoy no atendida de los otros torneos que podríamos ganar si aceptáramos competir en el mundo. Como la imagen displicente pero inquietante de Maradona en la cancha, el argentino es perezoso y talentoso. Solamente cuando lo aprietan y desafían, rinde y se agranda hasta alcanzar la hazaña. (Grondona, Mariano, “Mirándonos en el espejo del Mundial”. En *La Nación*, 8 de julio de 1990, pág. 10).

Por supuesto, no hubo allí ninguna de las estrategias discursivas que se habían observado en las crónicas o en los comentarios de los periodistas deportivos. No hubo ni enunciación cómplice ni apelación a la emotividad. En términos de Verón, aquí el relato del periodista parecía navegar entre un “discurso verdadero” y el denominado “enunciador pedagógico” (una modalidad que coexiste con aquél, y en la que hay “un

⁶¹ Giulianotti, R. y Armstrong, G., “Introduction: Reclaiming the Game –An Introduction to the Anthropology of Football”. En *Entering the Field*. Berg, Oxford, New York, pág. 12.

nexo entre dos partes desiguales, una que aconseja, informa, propone, advierte que sabe; la otra que no sabe...”).⁶²

La opinión de Grondona, por otra parte, contrastaría -en principio- con aquellas que postulan que el equipo de fútbol es un reflejo de la sociedad argentina (como, por ejemplo, sostenía Sinay). Casi desde una posición de “enunciador pedagógico”, destacó al seleccionado como una excepción –por lo exitosa en términos de resultados deportivos- dentro del contexto político, social y económico del país. Es decir que, para su exposición, el seleccionado de fútbol no debía ser identificado con la nación. Pero, asimismo, lo que positivamente generaba ese equipo –durante un Mundial, al menos- era “un sentimiento nacional”, sostenía (aunque sin definirlo). Por lo tanto, sí terminó aceptando –aunque esa idea aparecía en su nota de manera subyacente- una ligazón entre este deporte con algo que podría asociarse a la nación misma.

Lo que queda tras Italia '90

Este Mundial, entonces, mostró algunas variaciones respecto del anterior en cuanto al discurso deportivo de los medios escritos. Más allá del cambio cuantitativo en la cobertura del certamen, las innovaciones cualitativas comenzaron a tener su centralidad, aunque hasta ese momento no fueron más que esbozos de lo que vino después.

La profundización del uso de la primera persona por parte del enunciador en *Clarín* y *El Gráfico*, y su constante apelación a lo emocional para referirse a la participación del seleccionado argentino en el Mundial, más las implicancias positivas en la sociedad que para ellos parece acarrear esa participación fueron tres

⁶² Verón, Eliseo, “El análisis del ‘Contrato de lectura’, un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media”. En *Les medias: Experiences, recherches actuelles, applications*. Op. cit., págs. 11-12.

aspectos salientes de lo visto en el discurso deportivo de entonces. La aparición de las citas de autoridad y de la nota editorial en aquél diario para referirse a estos temas quedó como otro punto destacable, implicando un mayor compromiso por parte del medio para con el tratamiento de este fenómeno.

En el caso de *La Nación*, lo más visible hasta aquí fue la apertura a considerar un tema que hasta entonces era de exclusivo interés para el discurso deportivo. El hecho de comenzar a analizar el fenómeno del fútbol y sus implicancias sociales ahora mediante citas de autoridad mostraba un intento por ofrecer argumentaciones más analíticas que las que podían observarse en la cobertura que hacían los periodistas deportivos. Quizás no fue un cambio radical, porque el diario seguía manteniendo su impronta objetiva en todo momento, pero al menos el acercamiento a la materia –aún desde una posición racional- ya era una modificación sustancial respecto del mundial anterior.

Además, el Campeonato Mundial de Italia 1990 significó para el discurso deportivo la confirmación de que, una vez establecida la creencia de que el seleccionado de fútbol argentino podía ser identificado con la nación misma, una circunstancial derrota deportiva –pero inscripta bajo determinados parámetros, como eran, por ejemplo: perder luego de haber realizado un esfuerzo reconocible, o caer tras soportar fallos adversos de los árbitros, o sufrir el rechazo y la hostilidad de fuerzas contrarias, tal como el discurso puntualizó durante Italia '90- no debilitaba la construcción imaginaria de la representatividad nacional. Este fue, entonces, el Mundial en el que con mayor claridad quedó expuesto este aspecto del discurso deportivo de los medios gráficos. Así, las operaciones que se debieron hacer ante una derrota para sostener la legitimidad de la idea de esa representatividad que conlleva el seleccionado fueron parte visible de sus estrategias discursivas.

No obstante, lo que se afirma como distintivo en el discurso sobre este campeonato no supone que sea una regla general para situaciones similares. La prematura eliminación del seleccionado argentino en el Mundial de Japón-Corea 2002, por ejemplo, no adquirió ningún aspecto épico para el discurso deportivo y, por

lo tanto, fue más difícil encontrar en ese equipo una representatividad de lo nacional en el sentido positivo ante la derrota, como sí se manifestó en el campeonato de 1990. En todo caso, lo que quedó claro tras lo ocurrido en el primer Mundial del siglo XXI fue que la temprana derrota del seleccionado terminó siendo asociada –para gran parte del discurso deportivo- al penoso momento que vivió el país (en todos sus aspectos) durante ese aciago 2002. Nada semejante a la efervescencia popular que supuso el retorno del seleccionado al país tras perder la final del Mundial de Italia pudo observarse una vez que el equipo nacional quedó eliminado del Campeonato de Corea-Japón 2002. Ninguna estrategia fue posible ante tamaña decepción. Luego de la derrota no hubo ni festejos en Plaza de Mayo, ni orgullo, ni Himno Nacional, ni nada que remediara la pena popular ante la caída. El contexto del país era otro. Y el discurso deportivo también.

CAPITULO ESTADOS UNIDOS '94

El Campeonato Mundial de Estados Unidos, en 1994, subsiste en la memoria de los argentinos –y en la de aficionados de muchos otros países- con el indeleble sello de lo ocurrido con Diego Maradona, expulsado del certamen tras comprobársele una infracción a las leyes del doping deportivo después del encuentro ante Nigeria, por la ronda inicial. Antes de eso, la ilusión que generó en el público futbolístico del país el seleccionado –por el destacado equipo que logró reunir, más la participación de Maradona, justamente- se tradujo en una amplia cobertura del torneo por parte de los medios escritos. Y el discurso periodístico deportivo fue un artífice clave para ensalzar el entusiasmo por una actuación deportiva que –se presumía en la antesala de la competencia- iba a ser importante debido a los buenos antecedentes que ofrecía el equipo nacional.

A diferencia de los mundiales anteriores, ya no se destacó en el discurso deportivo la importancia que tiene un campeonato de este tipo. Fue el momento en el

que empezó a pesar más la presencia del público, que así comenzó a captar su centralidad en un relato que enfatizaba un sentimiento nacional generado por la participación del seleccionado en el campeonato que no se había manifestado en los otros mundiales. Sobre todo, se debe reconocer la influencia en ese discurso de la cantidad inusual de argentinos que concurrieron a Estados Unidos, favorecidos por un mejoramiento de la situación económica del país que, a su vez, podría juzgarse como otra razón, aunque quizás indirecta, del optimismo popular antes destacado.

Pero, a la vez, el desafío para el discurso que se viene analizando fue -en este Mundial- cómo reaccionar ante una eliminación considerada prematura, con el agregado del golpe producido por la suspensión por doping de Maradona.

Los cambios se avizoran desde el inicio del Mundial

Como señalamos durante el análisis de Italia '90, *La Nación* ya había comenzado –aunque tibiamente- a tratar algunas de las implicancias que el fútbol posee en otros ámbitos de la sociedad argentina, siempre desde un punto de vista racional y poco emotivo (más allá de que se tratase de un tema que afecta a las pasiones del público). Es así que –profundizando esa tendencia- algunos días antes del debut del seleccionado argentino en EEUU '94, el diario analizó las sensaciones de varios estamentos del país a raíz del inminente comienzo del campeonato. En uno de sus títulos de tapa, utilizó un eufemismo -“El país, casi una pelota”- para describir un hecho que paraliza como pocos pueden hacerlo a la actividad de la nación, según el relato. Dos ejemplos fueron enfatizados: el ausentismo escolar cuando se inaugurase el Mundial y la detención de las sesiones de la Convención Constituyente de Paraná (que en esos momentos debatía la reforma de la Constitución Nacional) cuando jugara el seleccionado:

Aunque el Ministerio de Educación informó que el Mundial no debería alterar la actividad escolar, el de ayer no fue un día normal en los colegios. Por lo visto, puede preverse que cuando juegue la Argentina

habrá un gran ausentismo y que quienes vayan a clase estarán con la cabeza en Boston, y no precisamente por lo que esa ciudad norteamericana significa en materia de educación. En la Casa de Gobierno ya hay un par de televisores gigantes y la Convención reformadora se paralizará. Las escuelas forman parte de un país que amenaza convertirse en una pelota. (“El país, casi una pelota”. En *La Nación*, 18 de junio de 1994, pág. 1).

Esto llevó a decir al mismo medio, el día posterior al debut del seleccionado en el campeonato, que los convencionales estuvieron “más cerca de la gente” al postergar la sesión de la jornada en la que el equipo argentino se medía con el de Grecia:

En Santa Fe, y por un día, los convencionales coincidieron con la gente: los hombres de Basile fueron más importantes que Menem, los goles más trascendentes que las reformas por venir y la victoria argentina fue ayer mucho más festejada que la reelección presidencial. (Landívar, Facundo, “Los Convencionales, más cerca de la gente”. En *La Nación*, 2° Sección, 22 de junio de 1994, pág. 5).

Esta manera de considerar este hecho (que un partido de fútbol altere un cronograma político) es una variación ciertamente importante respecto de un hecho similar ocurrido durante el Mundial de 1986 (como se vio en el análisis de ese campeonato). En esa oportunidad, los legisladores postergaron una sesión en la que se trataba el Presupuesto Nacional para ver el partido entre Argentina y Bélgica. Este hecho fue brevemente mencionado por *La Nación*, destacándose sobre todo su aspecto curioso. Pero para 1994, el discurso deportivo del medio había tenido sus modificaciones, como venimos viendo (sobre todo, una apertura a tratar temas colaterales del fútbol y su relación con la sociedad y la nación). Si en 1986 postergar una sesión legislativa por un partido de fútbol fue visto por el periódico como algo curioso, en 1994 un hecho similar hizo que el diario –más aún, *La Nación*– afirmara

que los legisladores estaban “más cerca de la gente”. Esto, además, muestra la presencia en el relato de la importancia que se le comenzó a dar a los sentimientos, a las reacciones y a los comportamientos del público ante un Mundial (público que, en 1986, aún no era considerado por este discurso). Si bien aquí no había un enunciador cómplice ni se apelaba a lo emocional para dirigirse al lector, la apertura en *La Nación* –que aquí ya se daba manera franca- hacia la consideración de este tema fue un cambio notorio en su discurso.

Ya avanzado el desarrollo del Mundial, *La Nación* dio cuenta de una muestra más de la importancia que se le asignaba en el país a la participación del seleccionado argentino en un campeonato de este tenor, al afirmar que los desfiles militares que conmemorarían la fecha patria correspondiente al 9 de julio (justo el día de la final del Mundial) en la ciudad de San Miguel de Tucumán...

fueron reprogramados en función de los partidos del Mundial de fútbol (...). Sillón para el presidente Carlos Menem, sillón para el gobernador, a partir de las 13.30 no volará una mosca en el salón residencial. Todo el Gobierno dejará la decisión para después del encuentro deportivo (...). La pasión por el fútbol está primero. (“Desfile del 9 de julio, sin perder el Mundial”. En *La Nación*, 30 de junio de 1994, pág. 11).

Destacar los cambios que se producen en el funcionamiento de la vida política y ciudadana del país durante los mundiales de fútbol es un ejercicio habitual en los medios gráficos a partir de la década del '90, pero sobre todo desde EEUU '94. Mientras varios periodistas intentaron minimizar –o, mejor dicho, descalificar- la influencia del Mundial de fútbol como pretexto para modificar horarios, agendas y actividades, la evidencia que provee la publicación por parte de los medios gráficos de notas como las que se analizan aquí, en las que se resalta precisamente lo contrario al intento de minimizar la *futbolización* de la sociedad, no hace más que confirmar – para este discurso- la idea de que el fútbol “paraliza” al país durante un momento

como ese. Estas modificaciones, como vimos, se ven más claras en ese momento en el discurso de *La Nación* –que aún por esto no había dejado de ser racional y pretendidamente objetivo-, ya que el discurso de *Clarín* había comenzado antes a tender puentes entre el fútbol y la sociedad, mientras que *El Gráfico* incluyó esas consideraciones prácticamente desde su creación.

Una vez que se entendió que las construcciones discursivas analizadas no pueden evitar la naturalización de la idea de que el fútbol durante un Mundial paraliza al país, el propio desarrollo de este campeonato habilitó otros puntos de interés para el análisis. *Clarín*, en su edición del día del debut del equipo argentino en el campeonato, desde una posición de complicidad con su lector, se colocó en un lugar que intentó asemejarse al del simpatizante común, destacándose además sus constantes apelaciones emotivas, al enfatizar en su título principal del suplemento “Clarín Mundial”: “¡Vamos a ganar!”, y en la volanta: “Hoy, a las 13.30, se para el país: la Selección debuta frente a Grecia”. En una de sus notas, en el interior, enfatizó que “...debuta la Selección. El pulso de todo el país estará contenido. El sueño de todo un pueblo se pone en marcha. Porque es el fútbol el que empuja a las pasiones...”.⁶³

El Gráfico, por su parte, fue el medio que –como es habitual- enfatizó en mayor dosis su apoyo al seleccionado y quien más asoció al equipo con la nación misma. Antes del inicio del Mundial, se autodefinió como “hincha de la Selección. Desde los tiempos y los hombres ilustres que hicieron la historia que hoy veneran los argentinos. Y ese amor por la celeste y blanca es irrenunciable”.⁶⁴ Aquí, mediante una operación metonímica, el apoyo a un equipo de fútbol se igualaba casi con el “amor” a la bandera del país.

⁶³ Cardozo, Héctor Hugo, “Vamos Argentina, a ganar y a gustar”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 21 de junio de 1994, pág. 3.

⁶⁴ Gorín, Natalio, “Nosotros también queremos tirar papelitos”. En *El Gráfico*, 21 de junio de 1994, pág. 11.

Al día siguiente del debut del equipo argentino ante Grecia, una nota de la sección Información General de *Clarín* graficó lo que ya había anticipado en su edición anterior: “Durante más de dos horas, la Selección paralizó al país” fue el título, que comentó en su desarrollo cómo se vivió en diferentes lugares de Argentina el partido.⁶⁵ El discurso de *La Nación* navegó en el mismo sentido, casi exactamente: “Crónica de un país que se paralizó por el fútbol” fue el título de una nota de color en la que contaba lo habitual en estos casos (gente festejando en el Obelisco tras la victoria, las reacciones del público en los bares, las peripecias de los vendedores en una jornada atípica, el fervor por mostrarse con símbolos patrios en una jornada que era sólo deportiva).⁶⁶ Es decir, entonces, que ya estaba plenamente integrado al discurso deportivo de estos dos diarios el público como sujeto de atención durante un Mundial. Si antes éste era un aspecto que interesaba solamente en los momentos definitorios (en México '86 e Italia '90 sólo en la final los medios le dieron importancia a la reacción y al comportamiento del público en el país), ahora desde el inicio mismo del campeonato ya reclamaba su centralidad en el relato.

Las aperturas temática y estilística de EEUU '94

Pero realizar una crónica sobre cómo vive la mayor parte del país un Mundial no supone, en el discurso deportivo analizado, que ese interés vaya más allá de contar lo que ocurre en esas jornadas. Los medios gráficos estudiados no profundizaban su indagación sobre el fenómeno y, por ende, no incursionaban de manera analítica en las relaciones entre el fútbol y el nacionalismo, por ejemplo. Seguramente, no era de interés para ellos ya que, de otra forma, habría varios de sus postulados –los que más apuntan al plano de la pasión y menos al de la razón- que serían puestos seriamente en duda.

⁶⁵ Lamazares, S. y Pogoriles, E., “Durante más de dos horas, la Selección paralizó al país”. En *Clarín*, 22 de junio de 1994, págs. 42-43.

⁶⁶ “Crónica de un país que se paralizó por el fútbol”. En *La Nación*, 2º Sección, 22 de junio de 1994, pág. 4.

Es así que, mientras durante los momentos previos y en el desarrollo mismo del campeonato anterior se encontró una sola nota que intentaba explicar el por qué del interés que producía el fútbol y que llevaba a “paralizar el mundo” durante los certámenes que organiza la FIFA cada cuatro años⁶⁷, en este Mundial, *La Nación* continuó con su intento de apertura temática hacia la cuestión y mostró un interés en el tema de la ligazón entre este deporte y el nacionalismo. En uno de los primeros días del campeonato publicó una nota de Bill Bufford que explicaba que los enfrentamientos futbolísticos eran un medio para que simpatizantes de distintos equipos y seleccionados se diferenciaran entre sí y reafirmasen su pertenencia a – entre otros entes imaginarios- determinada nación (que estaba por encima de las individualidades):

Ser hincha de cualquier deporte es un acto de micronacionalismo. Satisface un apetito el hecho de pertenecer a algo –un equipo, una tribu, una nación- superior a nosotros (...) El fútbol exagera ese micronacionalismo porque se juega en el nivel internacional con más frecuencia que otros deportes (...) Debido a que está organizado alrededor del principio de la frustración, el fútbol exagera el comportamiento de una multitud –la calidad del frenesí, el elemento esencial en el nacionalismo. Los deportes norteamericanos –el básquetbol, el football norteamericano o incluso el béisbol- están estructurados sobre la base de gratificar a los espectadores; se marcan tantos con cierta regularidad. El fútbol está estructurado sobre la base de la privación; el hincha debe esperar y esperar un gol que en muchos partidos jamás llega. Frustración, privación, negación. Estos son los rasgos esenciales de un juego cuyo mayor momento se produce cuando, contra todas las probabilidades, la pelota, finalmente, llega a la red (...) Las insensatas, despreciables y sumamente irracionales guerras nacionalistas que presencié en Dusseldorf y en Cerdeña fueron, en cierta medida, versiones magnificadas de lo que ocurre entre todos los

⁶⁷ Ver pág. 46 de este trabajo, en el Capítulo sobre el Mundial de Italia.

hinchas en un estadio de fútbol.⁶⁸ (Bufford, Bill, “Los grandes odios del fútbol”. En *La Nación*, 2º Sección, 27 de junio de 1994, pág. 4).

En primer lugar, hay que decir que, como nota de opinión firmada que es, este artículo no comprometía ideológicamente al diario con las afirmaciones de Bufford, por lo tanto, *La Nación* le dio cabida al tratamiento del tema pero a la vez se distanció de refrendar las opiniones del autor, más allá de que considerase su inclusión como una cita de autoridad.

En cuanto al contenido de la nota, Bufford –que es periodista- no colocó a las representaciones de los simpatizantes del fútbol en el plano imaginario. Aquí la referencia fue directa hacia un sentido de afirmación o de pertenencia nacional que no solamente se declamaba sino que se ejecutaba (si era necesario, mediante la violencia física). Por lo tanto, según esta posición, las gratificaciones en el plano de lo simbólico que produciría el fútbol no serían suficientes para entender cómo se manifiesta en el simpatizante ese sentimiento nacionalista, sino que, llevando aún más hacia un extremo su idea, haría falta una raigambre real –corporal, prácticamente- de esos pensamientos y comportamientos para que funcionen como proveedor de pertenencia y, a la vez, de diferenciación.

Lo que no hizo Bufford fue trasladar esas características del funcionamiento de su denominado “micronacionalismo” en el fútbol hacia otros ámbitos de la sociedad. No decía nada explícitamente acerca de si los comportamientos del simpatizante de fútbol que él señalaba son una prolongación de lo que ocurre en la sociedad que integra, o si el fútbol es un vehículo para expresar fenómenos subyacentes en la sociedad. Parecería más que su consideración apuntaba a que las cualidades intrínsecas del juego (“frustración”, “privación”, “negación”) son las que ocasionan esos comportamientos del público del fútbol.

⁶⁸ Bufford hace referencia aquí a una serie de episodios violentos que presencié en esas ciudades en ocasión de partidos de fútbol disputados entre seleccionados nacionales y entre equipos de diferentes países.

Pero en otro nivel de análisis, MacClancy reflexiona sobre los discursos que se generan a partir del deporte y de su trascendencia en la sociedad, justificando la importancia de su análisis al sostener que...

no es un “reflejo” de alguna esencia postulada de la sociedad, sino una parte integral de la misma, más aún, una parte que puede ser usada como un medio para *reflexionar* sobre la sociedad (...) Los deportes, en suma, pueden ser usados para llenar una plétora de funciones: para definir más agudamente los límites ya establecidos de comunidades políticas y morales; para asistir a la creación de nuevas identidades sociales; para dar expresión física a ciertos valores y para actuar como un medio de reflexionar sobre ellos; para servir como un espacio potencialmente contestatario para grupos opuestos (...) Los deportes son vehículos de investigación de significado, cuyo status e interpretación están continuamente abiertos a negociación y sujeta a conflicto. (Citado por Alabarces, Pablo [Compilador], “Introducción”. En *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Op. cit., pág. 11).

El seleccionado une lo fragmentado

Respecto de la Argentina, Alabarces no duda del peso del deporte –en especial, del fútbol- en la constitución de la subjetividad (masculina). Y como esta actividad supone “hoy la principal mercancía massmediática, el género de mayor facturación de la industria cultural, el espectáculo de mayor audiencia de la historia de la televisión galáctica”, afirma que “en ese panorama, se instituye un fenómeno doblemente peligroso: porque escamotea (una vez más) la desigualdad pero ahora a nivel global –el deporte es un ejemplo privilegiado de la mundialización de la cultura,

por un lado; por el otro, porque repone una diferencia nacional como forma vicaria del enfrentamiento”.⁶⁹

Eso es lo que ocurre, precisamente, en varios medios gráficos de este país. Según el análisis, puede entenderse que -para el discurso deportivo-, además de compartir ciertas nociones básicas, un argentino medio debe compartir también el hecho de sentir la camiseta del seleccionado de fútbol como la propia bandera del país, casi como un emblema más al lado del Himno Nacional. Y, entonces, habría pocas cosas en común o pocos motivos que hermanaran más a los argentinos que el rito que supone la participación del seleccionado de fútbol durante un Mundial, en donde se expresaría de la forma más elocuente el sentimiento por la nación. Tras el encuentro entre Argentina y Grecia en el campeonato de Estados Unidos, *La Nación* contó que ese día, en el estadio Foxboro de Boston...

Todo el país estuvo representado, cada uno exhibió su bandera lo más alto posible (...) En la lejana Boston, para los que vinieron desde la Argentina y para los que eligieron a este país para desarrollar su vida, pero no olvidan las gambetas y su placer por una manera de entender el fútbol, todos unidos se reencontraron con algo que estaba perdido. Quizás, en esa síntesis se encuentre la respuesta a una jornada casi fría del Foxboro por un clima inesperado, pero que tuvo el calor de los domingos argentinos, de la Boca, Núñez, Avellaneda, Rosario, Parque de los Patricios. (Ferraro, Carlos, “La aparición del clima nacional”. En *La Nación*, 2º Sección, 22 de junio de 1994, pág. 2).

Luego del segundo partido del equipo argentino en la ronda inicial, disputado ante Nigeria, el mismo diario insistió sobre el fenómeno del apoyo del “pueblo” al seleccionado:

⁶⁹ Alabarces, Pablo (Compilador), “Introducción”. En *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*. Op. cit., pág. 17.

La respuesta a la convocatoria volvió a ser la de siempre. En el televisor, desde el Foxboro Stadium, el seleccionado argentino. A miles de kilómetros de allí, del otro lado de la pantalla, el pueblo. Sus hinchas (...) Festejarlo y alegrarse junto a compatriotas que tal vez no conocerá nunca, pero a los que ayer se sintió unido por una circunstancia que ignora las distancias y los estilos de vida. Por fortuna. (Meissner, Daniel, "La euforia de siempre, presente en las calles". En *La Nación*, 2º Sección, 26 de junio de 1994, pág. 3).

En estos ejemplos, el discurso deportivo de los medios escritos -en *La Nación* en particular- comenzó a tener en cuenta un factor que, como habíamos dicho al inicio de este capítulo, hasta este Mundial no era central en su atención: el comportamiento de los simpatizantes argentinos, tanto en el país como en el lugar de los hechos. Y los elementos de este discurso para realizar esta tematización fueron fuertemente de tipo emocional. Porque decir que del otro lado de la pantalla del televisor estaba "el pueblo" y, a la vez, igualar a esa categoría con la de "hincha", supone hacer una operación metonímica en la que se termina considerando como "nación" al seleccionado de fútbol y "pueblo" a los hinchas de ese equipo. Así lo señala Conde:

El caso de los hinchas, su relevancia y presencia constante en las narrativas mediáticas permite argumentar que la representación imaginaria de la épica nacionalista hoy se inscribe sobre ellos. Estos sujetos, hinchas hombres y mujeres, son los cuerpos que se dan a (y para) recrear las lealtades, las convicciones y las solidaridades. Para pensar lo nacional. (Conde, Mariana, "Un discurso moral: violencia y masculinidad en la prensa deportiva sobre el fútbol". *Programa de becas junior "Culturas e Identidades en América Latina y el Caribe"*. Buenos Aires, CLACSO-Asdi, 2000).

Por supuesto, aquél ejercicio discursivo conllevaba la idea de que todo ese pueblo se unía –al menos en ese momento, durante el Mundial- más allá de sus

diferencias. Todo esto, a su vez, mediante el constante recurso de dirigirse al lector en primera persona (“Uno hubiese querido vivirlo en cada rincón de la Argentina”).

Clarín, por su parte, ofreció una tónica similar en su tratamiento sobre esta situación puntual, destacando aún más el componente nacional del apoyo recibido por el seleccionado en su paso por los estadios estadounidenses y el aspecto igualador que proveía esa integración entre personas de distintos estratos, dispares intereses, disímiles jerarquías y diferente reconocimiento social:

Los argentinos habían llegado a la fiesta del Foxboro exultantes como siempre, pero más cancheros, más de locales, más con la onda de estar caminando las calles de Buenos Aires rumbo a un típico clásico de domingo (...) Se sentían locales. Al fin de cuentas, allí mismo, en los pasillos y plateas del Foxboro, hablando con el común de los argentinos a cada instante, estaban los Midachi, Carlos Bilardo, y la banda de Tinelli, y Carlín Calvo, y Passarella, y César y Mónica, y el Flaco Menotti, y tantos otros más, como si se tratara del Monumental. (Diéguez, Luis, “Con el look del Monumental”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 26 de junio de 1994, pág. 10).

Este énfasis por destacar el aliento del público argentino presente en los estadios durante el campeonato del mundo no se verificó en los certámenes anteriores. Ni tampoco se había destacado antes el interés del discurso deportivo por describir la unión y la hermandad que produciría el seleccionado de fútbol entre, por ejemplo, aquellas personas de la sociedad más (mediáticamente) reconocidas -los integrantes de la denominada “farándula”- y el “hombre común”. Por lo tanto, a la habitual idea que se sostenía acerca de la unión producida, dentro del país, entre los connacionales cuando jugaba la Selección, se le agregó la de que afuera del territorio nacional, en el lugar del acontecimiento deportivo, esa confraternidad entre personas que quizás sólo tenían en común haber nacido en el mismo país también aparecía en el discurso deportivo de manera ostensible, y con un mayor simbolismo aún.

Es que la necesidad de reafirmar la identidad nacional parece hacerse más manifiesta cuando se está fuera del país, y el fútbol -con sus competencias que se disputan alrededor de todo el mundo- parece transformarse en el vehículo más fácil, cómodo, simple (y hasta gratificante) de esa expresión de pertenencia a una nación, algo que no se da prácticamente en otros eventos que no sean los deportivos (o, al menos, no con esa intensidad).

Como se ve, el cambio ya era radical si se compara con lo que se decía en 1986. Es más, en esa fecha, como analizamos, ni siquiera había referencias en el discurso deportivo a cuestiones como la de la unión en integración entre connacionales cuando el seleccionado participaba en un Mundial. Y ahora hasta *La Nación*, el medio que más se resistió al principio a tratar estas cuestiones, las incluía en sus crónicas deportivas.

Como también es habitual durante los mundiales, y tal como viene siendo expresado en este trabajo, en los primeros momentos del campeonato de Estados Unidos, cuando el equipo argentino se mostraba victorioso –eso fue en los dos primeros encuentros, en realidad-, el discurso deportivo se sumó al ánimo positivo que provocaban los buenos resultados. *La Nación*, por ejemplo, luego del primer partido, frente a Grecia, no hizo otra cosa que asociar directamente lo ocurrido en ese encuentro deportivo con la fecha patria del 20 de junio:

Las banderas colgadas a lo largo de la avenida Corrientes querían unirse a los argentinos en el festejo (...) Estaban allí en conmemoración por el día de la bandera, pero, en realidad, querían asociarse a otro día festivo (...) Había que ver a la gente saltando y cantando para entender la pasión que emergía desde cada ser. Y, se sabe, cuando aquella domina la mente, la razón pasa a un segundo plano. (“Con un sueño que crece en el corazón”. En *La Nación*, 2º Sección, 22 de junio de 1994, pág. 3).

Esto algo ciertamente bien diferente a lo que vimos en el discurso de *La Nación* durante México '86, por ejemplo. Asistir al hecho de que el diario haga referencia –y sin criticar- a ese desplazamiento de la razón por obra de lo pasional (todo ello debido al seleccionado de fútbol) no era algo que el diario postulase mucho antes.

Además, la contradicción permanente en la que incurre el discurso deportivo, como venimos señalando y analizando desde el inicio del este trabajo, se hacía presente, otra vez, durante este Mundial. Mientras en el ejemplo citado aquí arriba *La Nación* mencionaba explícitamente la asociación entre la bandera nacional y el seleccionado de fútbol, un día después, en el mismo medio se publicó una nota que trató de situar el tema en una posición bien diferente a la señalada ese 22 de junio. Atilio Cadorín señaló exactamente lo contrario a lo que se declamó el día anterior:

Es cierto que la camiseta titular –la celeste y blanca- tiene una larga tradición. Pero si muchas veces se ha dicho que poco tienen que ver los himnos con el fútbol –y efectivamente es así- el equipo argentino no dejará de ser el equipo argentino por estas innovaciones (...) Pero, tal vez, convenga reflexionar acerca de si es necesario que la camiseta del seleccionado de fútbol, obligatoriamente, tenga que parecerse a la bandera argentina (...) No hay, en definitiva, motivo alguno para que el color y el diseño de una camiseta de fútbol tenga que parecerse a la bandera de una nación.... (Cadorín, Atilio, “La camiseta y el país, por distintos caminos”. En *La Nación*, 2º Sección, 23 de junio de 1994, pág.3).

No es solamente una cuestión de colores o un tema estético lo que interesa aquí, sino que debe señalarse que lo que se afirma en un momento puede ser contundentemente negado en otro, todo ello dentro de un mismo medio, no debiéndose entender necesariamente que esto signifique una muestra de pluralismo en *La Nación* -que puede tenerlo- sino que es, sobre todo, un ejemplo de esa contradicción inherente en la que sucumbe constantemente el discurso deportivo

argentino durante los mundiales de fútbol en los que participa el seleccionado nacional, y que lo lleva a navegar en todo momento en un estrecho límite entre su responsabilidad informativa y las apologías nacionalistas.

Otra muestra de esto se dio en el mismo medio cuando Juan Zuanich opinó, el día del debut del seleccionado argentino en el Mundial, que “...los griegos son una fuerza menos poderosa que la de nuestros compatriotas (...) Y como para que esta afirmación no se confunda con el patriotismo, es necesario señalar porqué se cree eso”.⁷⁰ Nadie debería confundir esa opinión con algo que tenga que ver con el patriotismo. En todo caso, podrá ser una muestra de alta valoración hacia el equipo argentino, pero nada hace pensar que una opinión periodística como esa conlleve una carga de patriotismo. En realidad, el periodista era conciente de las contradicciones en las que recaía, en ocasión de un Mundial, el discurso deportivo y pretendía aclarar lo que no hacía falta.

El Gráfico, por su parte, señaló en su edición posterior a la victoria del seleccionado frente a Nigeria que “Argentina está de fiesta”, y no lo decía únicamente por el buen pasar del equipo. La cobertura de esa nota, con fotografías del público festejando en el Obelisco, de efectivos militares haciendo lo mismo en la Base Esperanza de la Antártida –un ejemplo que se torna habitual en los medios de comunicación para destacar lo que siente un argentino por la nación cuando está a miles de kilómetros de su tierra, aunque más no sea debido a la participación del seleccionado de fútbol en un Mundial-, más las imágenes de simpatizantes en el estadio Foxboro de Boston, escenario del partido, suponían la idea de todo un país unido bajo un mismo sentimiento a pesar de la distancia geográfica. Ese sentimiento es el de pertenecer a una misma nación.⁷¹ Y esa pertenencia, según el discurso deportivo de los medios, se lograba, por ejemplo, gracias al seleccionado de fútbol compitiendo en un Mundial. *Clarín* también insistió en el mismo sentido, tras ese

⁷⁰ Zuanich, Juan, “Una diferencia que deberá aparecer”. En *La Nación*, 2º Sección, 21 de junio de 1994, pág. 1.

partido frente a los nigerianos: “Festejo instantáneo: ganó Argentina y la alegría de la gente pudo más que el frío”, rezó un título de la sección Información General.⁷²

En todos estos ejemplos de los tres medios analizados, en suma, asistimos a la inclusión del público como sujeto central en el discurso deportivo durante un Mundial de fútbol, destacándose también el énfasis en la idea de que el seleccionado nacional produciría una unidad entre el pueblo, suspendiendo así -momentáneamente, al menos- sus diferencias internas.

Maradona, nuevamente centro discursivo

Como señalamos al inicio de este capítulo, para el público futbolero –y para el que no lo es, también- de Argentina y de muchos otros países, el Mundial de Estados Unidos será recordado por el episodio de Diego Maradona y su exclusión del torneo por haberse comprobado la ingestión de sustancias prohibidas. Analizar el impacto producido por este hecho en el discurso deportivo de los medios gráficos es otro ejemplo más para entender cómo consideran que lo ocurrido en el ámbito futbolístico con el equipo no puede abstraerse de los asuntos nacionales.

“Conmovió al mundo la exclusión de Maradona”, “Extendido sentimiento de tristeza” fueron los títulos con los que encabezó su portada *La Nación* el 1° de julio, mientras que el suplemento deportivo rezaba en su título principal “Una noticia que destrozó la ilusión”. *Clarín*, por su parte, hizo una definición del estado de la población en Argentina debido al doping de Maradona y a la posterior exclusión del jugador: “El país, entre la amargura y la bronca” fue el título con el que encabezó una extensa nota en la sección Información General con todas las repercusiones sobre el hecho, en la que se enfatizó en su bajada que ese “...fue un sentimiento generalizado del que apenas quedaron excluidos aquellos que se regodean haciendo leña del árbol caído. Un sueño se había hecho pedazos. Ayer, cuando se supo que el adiós de

⁷¹ “Argentina está de fiesta”. En *El Gráfico*, 28 de junio de 1994, págs. 108-109.

Maradona ya era inexorable, la temperatura del país osciló entre la amargura y la bronca”.⁷³

La tónica de los titulares de ambos diarios fue, básicamente, la misma. Una fuerte apelación emotiva era su aspecto central. Pero lo más importante para este análisis es que el discurso deportivo intentó colocar el impacto de la noticia más allá de lo deportivo. Así, para *Clarín*, el hecho significó que el país mismo quedase sumergido “entre la amargura y la bronca”, mientras que para *La Nación* el mundo se conmovió y la tristeza fue el sentimiento generalizado. Está claro, sin embargo, que amargura y bronca parecen ser términos más fuertes –si se los puede medir en términos pasionales- que tristeza, por lo que *Clarín* seguía estando un paso más adelante que *La Nación* –como siempre hemos visto en este análisis- en cuanto al tono de su discurso para referirse a estos temas.

Mientras tanto, y para poder conocer hasta qué punto los medios deportivos enfatizaron la noticia, el diputado Federico Storani (UCR) fue mucho más escueto y categórico al calificar a la jornada de “duelo nacional”, en una nota de *Clarín* que recogía las opiniones de varias personalidades del país que no integraban el mundo del deporte.⁷⁴

Como se aprecia, entonces, la conmoción que intentó destacar el discurso de los medios escritos acerca de ese suceso no fue menor. Porque si, según *Clarín* -por ejemplo-, el país entero era preso de la “amargura”, y si hasta un legislador define a ese día como de “duelo nacional” (caracterización que sólo se utiliza para ocasiones muy especiales, como, por ejemplo, desastres naturales o humanos dentro del territorio nacional, o la muerte de alguna autoridad jerárquica de la nación), el doping de Maradona no podía ceñirse solamente a un tema futbolístico.

Ya en el capítulo de México 1986, Rodríguez adelantaba la importancia de Maradona en el relato nacionalista argentino; aquí se extienden sus consideraciones:

⁷² “Festejo instantáneo: ganó la Argentina y la alegría de la gente pudo más que el frío”. En *Clarín*, 26 de junio de 1994, págs. 38-39.

⁷³ “El país, entre la amargura y la bronca”. En *Clarín*, 1º de julio de 1994, págs. 40-41.

⁷⁴ “Cómo explicar lo inexplicable”. En *Clarín*, 1º de julio de 1994, págs. 42-43.

La figura de Diego Maradona devenido ídolo deportivo nacional, puede seguramente inscribirse en una serie histórica (que podríamos denominar “héroes deportivos globales”), que va desde Fangio a Monzón, pasando por Di Stéfano o por Vilas. Esta serie podría definir el conjunto de aquellos deportistas que condensan en sus hazañas deportivas difundidas a través de los medios mundializados, una especie de referencialidad nacional que descansa sobre el alto grado de adhesión de su comunidad de origen (...) Diego Maradona (como Fangio en otros tiempos) “exporta” argentinidad y son las propias hazañas de Diego Maradona, sobretudo a partir de México 1986, en favor de la camiseta argentina, lo que hizo de él un símbolo de “argentinidad” cuya carga de identidad circuló en dos direcciones: una excéntrica, es decir, hacia el mundo y otra concéntrica, hacia el corazón mismo de nuestro país donde se producían ecos de las ondas expansivas de sus actuaciones individuales. (Rodríguez, María Graciela, “Diego: un héroe global en apuros [o la agonía del último dinosaurio]”. En Alabarces, P., *Deporte y Sociedad*. Op. cit., págs. 186 y 188).

“Aquí la noticia conmovió y produjo en todos una sensación frustrante, como seguramente sentirán todos los argentinos que se habían alineado en el fervor por los auspiciosos éxitos del equipo” sostuvo *La Nación*, también adscripto a la tónica que le dio un cariz sombrío –por su supuesto impacto en el país y en su gente- a lo ocurrido con Maradona.⁷⁵ Alabarces explica el por qué de esta tendencia de los medios a relatar el momento como una especie de duelo: “...No se lloraba una derrota –que ocurriría sólo horas después, como una derrota anunciada-; se lloraba una muerte, simbólica, pero muerte al fin: la de la relación entre el ídolo y la patria”.⁷⁶ Rodríguez, además, afirma que a partir de ese suceso –entre otros que deslegitimaron la figura del jugador después- hay una reformulación de la hipótesis que la misma

⁷⁵ Ferraro, Carlos, “Nada será como antes”. En *La Nación*, 2º Sección, 30 de junio de 1994, pág. 1.

⁷⁶ Alabarces, Pablo, *Fútbol y patria*. Op. cit., pág. 167.

autora planteó más arriba: “...Luego de su regreso a la Argentina, parece que a Diego Maradona se lo disputa cada vez menos, que sus negociaciones con el poder son cada vez más criticadas y que sus desplantes deportivos son cada vez menos perdonados”.⁷⁷

Al día siguiente, como es lógico, persistían los cimbronazos de tamaño hecho pero, quizás por una mayor distancia en el tiempo desde el momento de la generación de la noticia, se trató de entender la cuestión en un dimensión menos emotiva y, a la vez, no tan apocalíptica como en la jornada anterior:

Se dirá que una frustración deportiva no constituye un drama nacional, ni amenaza los cimientos de nuestra cultura, ni pone en peligro las instituciones de la República. Y con razón (...) Desde la Guerra de las Malvinas los ojos del mundo no habían estado tan sostenidamente fijos en la Argentina como en las últimas 48 horas. (Saralegui, Rafael J., “Los ojos del orbe, como en Malvinas”. En *La Nación*, 2° Sección, 1° de julio de 1994, pág. 1).

Sin embargo, como se ve, el que hizo ese ejercicio de tratar de analizar la cuestión desde una posición más racional volvió a ser *La Nación*. Para *Clarín* y *El Gráfico* aún no había llegado el momento de dejar de lado el enfoque emotivo del hecho. De todas formas, como vimos, el primero de los tres medios había hablado el primer día de “conmoción” por lo sucedido con Maradona.

La exclusión del jugador significó, a posteriori, también la eliminación del seleccionado argentino del Mundial. Los compañeros de Maradona acusaron el golpe anímico -producido en la jornada previa al partido con Bulgaria, encuentro que finalmente terminó perdiendo el equipo. La derrota en ese cotejo cambió los planes y

⁷⁷ Rodríguez, María Graciela, “Diego: un héroe global en apuros [o la agonía del último dinosaurio]”. En Alabarces, P., *Deporte y Sociedad*. Op. cit., pág. 188.

el equipo tuvo que viajar hacia la otra costa de Estados Unidos. En Los Angeles, el nuevo rival en los octavos de final era Rumania. Nada hacía prever la recuperación de los futbolistas, y así fue que el 3 de julio el equipo europeo eliminó a la Selección. “La Argentina fue eliminada del Mundial: cayó por 3 a 2”, “La desolación ganó las calles porteñas”, fueron los títulos de la tapa de *La Nación*, el día después, mientras la portada del suplemento deportivo sentenció: “La Argentina y una ilusión rota en mil pedazos”.

De esta manera, la ilusión que generó el seleccionado durante los primeros momentos del Mundial, cuando las victorias –y todavía con Maradona en el equipo– preanunciaban, tal como lo exige el particular exitismo futbolístico argentino, un camino exitoso hacia los encuentros finales del campeonato, mutó en una decepción generalizada. Y si en ocasión de los instantes previos e iniciales del Mundial el buen momento del seleccionado extendía una esperanza popular en el país (según lo que vimos en el discurso deportivo de los medios gráficos), la caída no hizo más que derribar esas ilusiones y trasladar también la decepción al ámbito de la nación misma. Ahora todo el país debía estar triste, así como todo el país debió estar esperanzado anteriormente, según se desprende del análisis.

Alabarces y Rodríguez señalan que la expulsión de Maradona del campeonato supone para el discurso periodístico deportivo una relación de “causa-efecto” entre su salida del Mundial y la eliminación del seleccionado argentino:

Maradona, expulsado del Mundial, arrastra a toda la Nación con él; a partir de allí, la única mercancía argentina simbólica y corporal exitosa se depreció en el mercado global para devolver a la Argentina a su tradicional –y poco relevante– lugar de nación productora de alimentos y débil exportadora de bienes con bajo valor agregado. El relato mitológico del fútbol argentino, una mezcla de éxitos y héroes, de estilos originales y sabias apropiaciones, se vio, inesperadamente,

desprovisto de toda referencialidad. (Alabarces, P. y Rodríguez, M.G., “Football and Fatherland. The crisis of the national representation in the Argentinean football”, en Finn, G. y Giulianotti, R. (eds.); *Football Culture: Local Contests and Global Visions*. Op. cit., pág. 128).

Finalmente, Alabarces resume la significación del jugador en el contexto político y económico del mundo en el que Argentina estaba inserto:

Maradona significó, durante más de una década, el símbolo de una nacionalidad plebeya, desafiante y exitosa, en el mismo momento en que todos los relatos nacionales modernos entraban en crisis. Frente a la claudicación política del alfonsinismo, la reconversión menemista de la ilusión redistributiva, la desaparición de cualquier relato estable y eficaz de la Nación, Maradona relevaba esta significación de la Patria. (Alabarces, Pablo, “Breviario del fútbol como patria”. En *Clarín*, Suplemento “Cultura y Nación”, 1º de junio de 2002, pág. 2).

A esta altura, *La Nación* ya no se preocupó por separar la frustración deportiva de la decepción nacional, y así lo expresó el día después de la eliminación del equipo:

La poca gente que se reunió en el Obelisco se constituyó en un perfecto parámetro del corazón argentino (...) Sin embargo, el primer sacudón que recibió el alma patria –a esta altura del partido los nacionalismos parecían exacerbados y se jugaba casi por el honor de una nación- fue dado por el veloz contraataque que dejó a Hagi en los umbrales de convertirse en el extranjero más odiado de la Argentina. (Reyes, J. y Lladós, J. I., “Cuando un sueño se desvanece”. En *La Nación*, 2º Sección, 4 de julio de 1994, pág. 2).

Aquí el diario no se alarmó por el “nacionalismo exacerbado” ni cuestionó que se jugara “casi por el honor de una nación”. Una cita como ésta era impensable en el discurso de *La Nación* en los mundiales que anteriormente se analizaron. El

mismo medio que no dudó en apelar a citas de autoridad para empezar a analizar el tema desde una posición distinta a la de los demás medios (es decir, más analítica) y que incluso hizo mención a la cuestión en su sección editorial, ahora -en 1994- no dudaba en hablar de “alma patria”, de “nacionalismo” y de jugar por el “honor de una nación” para referirse al seleccionado de fútbol.

El Gráfico, por su parte, intentó hacer un diagnóstico acerca de la esperanza perdida por parte del pueblo argentino, a partir del lamento por lo ocurrido con Maradona: “...Nos duele por nosotros mismos, que rogábamos por su recuperación sin hipocresía. Pero más nos duele por los millones de argentinos que renovaron su fe y aún se resisten a creer. Alguien deberá pedirles perdón”.⁷⁸

Zuanich, en *La Nación*, escribió que “...los (jugadores) argentinos regresarán a casa con pena, con la bronca de no haberle sabido responder a un pueblo que esperaba mucho de ellos. Y ése es el fracaso más grande”.⁷⁹

Si el pueblo argentino debía esperar de su seleccionado de fútbol algo más que una actuación deportiva exitosa, como se trasluce a partir de este tipo de comentarios, está claro que para este discurso deportivo el fútbol no es solamente el deporte más importante del país. Es, sobre todo, parte integral de la definición de la sociedad argentina –masculina, al menos- y, por lo tanto, es una marca identitaria de la nación (al menos el seleccionado). Y si “alguien debe pedirles perdón” (a “millones de argentinos”) debe ser porque, para este discurso, el equipo nacional –efectivamente- oficia como causa y efecto de alegrías o de tristezas populares. “Los argentinos, consumidores compulsivos de esperanza, estamos transitando los últimos metros del oscuro túnel donde nos metimos por obra y gracia de nosotros mismos, del fracaso de la Selección Nacional, del affaire Maradona y del virus triunfalista...”, afirmó *El Gráfico* –siempre en primera persona y apuntando a la complicidad con su lector- días después de la eliminación del equipo argentino del Mundial, en una nota que intentaba hablar más del estado anímico del pueblo argentino –supuestamente

⁷⁸ Proietto, Aldo, “¡Qué pena, Diego!”. En *El Gráfico*, 7 de julio de 1994, pág. 3.

“desilusionado”, “decepcionado”, “desencantado”, “desesperanzado”- que de las razones deportivas por las que el seleccionado no siguió adelante en el campeonato.⁸⁰

Lo que queda tras EEUU '94

El Mundial de Estados Unidos, entonces, permanecerá con el sello, en el discurso deportivo de los medios escritos analizado, de aquellos acontecimientos históricos que causaron una decepción que no puede catalogarse menos que de “nacional” para los argentinos. La eliminación del seleccionado en los octavos de final y el episodio más dramático de la saga de Diego Maradona implicaron que de la ilusión generalizada previa al campeonato se mutara hacia un desencanto popular que barrió con todo tipo de disquisición –en esa construcción discursiva- entre lo estrictamente deportivo y lo realmente trascendente para la nación.

Una vez más, a juzgar por cómo lo retrataron los medios estudiados aquí, los vaivenes de los resultados del seleccionado de fútbol lograron atrapar el ánimo de todo un país hasta sacudirlo de un extremo a otro según los acontecimientos que se iban desarrollando en la competencia deportiva. Ni siquiera algún pequeño esbozo autocrítico, que se manifestó en un momento en *La Nación*, logró eclipsar el clima general que construyó imaginariamente el discurso deportivo de los medios gráficos. Otra vez, el país entero había sido golpeado. Otra vez, el seleccionado de fútbol –al parecer, uno de sus emblemas más vívidos- era su causante.

Por eso mismo fue tan importante la centralidad que adquirió en este relato el sentir del público argentino (hasta convertirse en el aspecto principal que queda de este campeonato en cuanto a las modificaciones del discurso deportivo). En la cobertura de los medios analizados, cada partido tuvo su correlato en el comportamiento y –sobre todo- en las sensaciones que en la población producía la actuación del equipo. Ya sea por la buena cantidad de simpatizantes que viajaron a

⁷⁹ Zuanich, Juan, “Asumir los errores, la primera prioridad”. En *La Nación*, 2º Sección, 5 de julio de 1994, pág. 2.

EEUU o por la ilusión generada en el país por un equipo que -se preveía- era gran candidato al título, el discurso deportivo en este Mundial debió incluir al público futbolero –y también lo hizo con el que sólo se entusiasmaba con este deporte durante una Copa del Mundo- como otro (y nuevo) sujeto de atención. En todos los casos se apuntó a destacar los cambios en su comportamiento que generó la participación del seleccionado en el Mundial (ilusión en todo el país, unión entre distintos tipos de ciudadanos, decepción generalizada por la exclusión de Maradona, pena popular por la eliminación del equipo, etc.). Todo esto, en fin, dio una idea de la consolidación de la *futbolización* de la sociedad argentina.

A la hora de analizar las operaciones discursivas que se mantuvieron y las que se modificaron respecto de los mundiales anteriores, hay que decir que se siguió apelando a lo emotivo y pasional para referirse al seleccionado (sobre todo cuando ocurrió la exclusión de Maradona), se continuó en el uso de la primera persona y la complicidad con el lector (sobre todo en *El Gráfico*), y que *La Nación* profundizó el uso de un recurso prácticamente inutilizado hasta el momento para referirse a las implicancias del seleccionado de fútbol en una sociedad y a la importancia de los mundiales: las citas de autoridad.

⁸⁰ Proietto, Aldo, “La hora del cambio”. En *El Gráfico*, 12 de julio de 1994, pág. 3.

CAPITULO FRANCIA '98

El Campeonato Mundial de Francia 1998 significó el certamen en el que el seleccionado nacional contó con mayor cantidad de simpatizantes en los estadios (exceptuando al de 1978, en el que Argentina fue el organizador). En ese contexto, las muestras de “amor a la patria” por parte del público argentino en tierra francesa constituyeron un aspecto central de la cobertura realizada por los medios gráficos, aspecto que –como vimos- ya había comenzado a tener su importancia dentro del discurso deportivo en EEUU '94.

Por otra parte, y como es habitual en los albores de cada torneo, ese relato deportivo hizo constantes alusiones a la ilusión que se generaba en el público adepto al fútbol (aunque con menores dosis de intensidad, ya que los antecedentes deportivos de la Selección no eran los mejores), mientras que fue un capítulo central de la cobertura periodística el encuentro frente al seleccionado inglés, en los octavos de final.

Y aparecieron nuevos puntos de interés en el discurso deportivo que venimos estudiando, como el énfasis de la representación de *lo nacional* por parte del público

que viajó a Francia, quizás como símbolo de reafirmación de la *argentinidad* ante el mundo frente una carencia de sostenes para elevar el orgullo del país. Este fue un aspecto que se destacó netamente por sobre los demás, terminando por conformar lo más saliente en el análisis de la cobertura de los medios gráficos.

Otro matiz que hizo diferente al discurso deportivo de los medios escritos en Francia '98 respecto de los demás mundiales fue la ausencia de Diego Maradona. Junto a la poca expectativa futbolística que generaba el equipo argentino –por una clasificación lograda con actuaciones poco convincentes-, ambas temáticas lograron que el discurso deportivo debiese enfrentar ciertas grietas en cuanto a la supuesta representatividad nacional de este seleccionado. Es así que, ausente el héroe de los mundiales de 1986 y 1990, el relato nacionalista no pudo afirmarse en un tótem individual (como “el más grande jugador de todos los tiempos”, por ejemplo). Pero -y algo también novedoso- tampoco pudo hacerlo en el equipo de fútbol (porque, como dijimos, el público no depositaba grandes expectativas en él), más allá de que antes del campeonato, como es habitual, hubo lugar para un cierto ensalzamiento del equipo (más que nada, por la propia fuerza provocada por el alma futbolizada de la nación, que antes de cada Mundial provoca que el simpatizante se ilusione con el equipo).

Entonces, si para el discurso deportivo quedaba algún ítem en el que buscar la representatividad de lo nacional, ese fue el simpatizante de fútbol que concurrió a Francia. Con las ilusiones apocadas por un país que no había concretado lo que desde la retórica se anunció como el ingreso al Primer Mundo, el simpatizante cifró expectativas de grandeza en otro ítem, más allá de su menor valía: la participación del seleccionado en el Mundial. Esas expectativas no significaban un apoyo popular irrestricto a Passarella y a su plantel, sino que puede entenderse como el apoyo a un (imaginario) bastión para reafirmar una pertenencia a la nación que ningún otro ámbito había podido proveerle completamente. Todo ello enmarcado en una cobertura periodística por demás amplia. Es que, como dice Alabarces, “Francia '98 significó una gran oportunidad para la puesta en escena de la celebración televisiva,

gráfica y radial de la representación nacional”.⁸¹ Prueba de esto fue la cobertura realizada por el diario deportivo *Olé*, medio lanzado al mercado en 1995 y causal importante de la paulatina modificación del discurso deportivo de los medios escritos más serios, como *La Nación* (que, por primera vez, ofrecía un suplemento dedicado íntegramente al Mundial) y *Clarín*. Aquél nuevo periódico publicó durante el certamen una edición diaria impresa en la misma Francia, dirigida a los simpatizantes argentinos que habían viajado al Mundial. En este contexto, y ante un medio que apelaba fuertemente a lo emocional (a veces rayano con el chauvinismo), los demás periódicos debieron esforzarse para no perder mercado (léase, debieron apuntar más a ese plano emocional para dirigirse a sus lectores con tal de no quedar rezagados). Además, el recientemente fundado diario *Perfil* le dedicó una amplia cobertura al campeonato, con un suplemento deportivo especial para el certamen. Sabido es que el público argentino medio es eminentemente simpatizante del fútbol y, por lo tanto, ninguna publicación podía desdeñar la gran cantidad de lectores que podría perder si no atendían a las inquietudes de ese público (más allá de que no todos los medios compiten por el mismo tipo de lector).

Mundial, ilusión y desencanto

Analizar el impacto que tienen en el discurso deportivo las eliminaciones del seleccionado argentino de los mundiales –que, en este caso, se considera prematura si se pierde antes de las semifinales- es el mejor ejemplo para observar el grado de esperanzas previas que deposita gran parte de la población en la actuación del equipo en un certamen de este tipo. Por ende, es uno de los lugares más ricos para encontrar razones de la preeminencia del fútbol entre los fenómenos culturales de la sociedad argentina. El discurso deportivo que venimos estudiando, en ocasión de cada Campeonato del Mundo, señala en los momentos anteriores al inicio de la competencia que todo el país se paraliza, que la esperanza de un resultado exitoso

⁸¹ Alabarces, Pablo, *Fútbol y patria*. Op. cit., pág 189.

ayuda a templar los ánimos populares, mitiga otras preocupaciones y es un motivo de alegría para la población. Todo esto, en suma, puede ser entendido como una ocasión inmejorable para reponer un (fragmentado) *sentimiento nacional* –una acción que el seleccionado produciría entre los habitantes del país, como si el equipo representara a la nación misma- y para, una vez logrado, celebrarlo y representarlo ante el mundo.

Eduardo Ahmar Dakno explicaba en *La Nación*, días antes del inicio del campeonato, la presencia del fútbol (durante un Mundial) como elemento que se diferencia por sí mismo respecto de los demás ámbitos de nuestra sociedad, al ser uno de los pocos refugios que traen algo de sosiego ante la castigada realidad cotidiana de la población, y que genera en la población una movilización emocional positiva como no la consigue ningún otro fenómeno:

Sí se puede culpar al fútbol de conmover, acaso como no lo hacen la corrupción, el desempleo, la inseguridad, la injusticia, el desprecio por los jubilados, la educación y la salud... ¿Será porque ya no integran la cotidianeidad de nuestras vidas y hace tiempo que nos derrotaron? Con los males argentinos se convive los 365 días del año. Con el fútbol, desafortunadamente, sólo 33 días. (Ahmar Dakno, Eduardo, “La condena del fútbol”. En *La Nación*, Suplemento Deportivo, 12 de junio de 1998, pág. 2).

Como no pudo verse en los mundiales anteriores, ahora *La Nación* aceptaba que el fútbol –por oposición a los males de la sociedad- tomase el lugar de un fenómeno que conmovía (de manera positiva, se entiende). La idea en este ejemplo parece ser que es preferible esa conmoción (aunque efímera: “desafortunadamente, sólo 33 días”) a la realidad, a la “cotidianeidad de nuestras vidas” (los males con los que “se convive los 365 días del año”). Es decir, colocaba al fútbol a la altura de ítems tan trascendentes para la nación como la corrupción, el desempleo, la inseguridad, la injusticia, los jubilados, la educación y la salud. Algo impensable en el discurso del mismo medio durante el Mundial de México '86, por ejemplo.

La movilización que produce en el público el seleccionado –según destaca el discurso deportivo- tiene su consecuente desencanto cuando la realidad deportiva termina ofreciendo como resultado una derrota. Así, tras la eliminación del equipo argentino, *El Gráfico* se sumó al clima de decepción general que describieron los medios y colocó en la tapa de su edición posterior el título “Un tiro a la ilusión” (con la foto de un hincha llorando). En su interior afirma que “...la tristeza es innegable. Pero hay un canto y una música que ningún resultado podrá cambiar. ¡Oohhh Argentina/es un sentimiento/no puedo parar!...” (frase que forma parte de una de las canciones más arraigadas en los simpatizantes del fútbol de este país cuando juega la Selección y a la que, sobre todo, se le enfatiza su significación en momentos de derrotas deportivas, como una exteriorización que señala que el sentimiento nacional no decae por más resultados negativos que el equipo coseche).⁸² Esto va en sintonía con algo que se dijo en ocasión de analizar los anteriores mundiales: que el equipo importa en tanto es el *equipo nacional*, y no tanto por quiénes lo integran o quién lo dirige.

¿Y por qué este discurso deportivo le endilga al seleccionado de fútbol una responsabilidad que no recae sobre otros ámbitos que supuestamente también debieran representar al país? Archetti comenta que “...si el deporte fue pensado originalmente como una escuela en donde temprar el coraje individual y aprender a funcionar colectivamente, en las épocas de las naciones, con Juegos Olímpicos y campeonatos mundiales, es obvio que la conexión con las identidades nacionales fue un resultado más que previsible”.⁸³

Jaime Barylko, en este sentido, señaló en *La Nación* –a propósito de las habituales discusiones previas a cada Mundial sobre qué debe hacerse con el dictado de las clases en las escuelas cuando juega la Selección- que los docentes que no

⁸² Abascal, Gonzalo, “Adiós Francia”. En *El Gráfico*, 7 de julio de 1998, págs. 17-18.

⁸³ Archetti, Eduardo, *El potrero, la pista y el ring. Las patrias del deporte argentino*. Op. cit., pág. 13.

permitían ver los partidos en las aulas colocaban a los alumnos en “una situación de pérdida frente a una parte de la identidad argentina, porque el fútbol es una parte, aunque pobre, de nuestra identidad (...) El Mundial es un acto emotivo. El que sugiere tareas pedagógicas es porque se siente culpable”.⁸⁴ Como se aprecia, las citas de autoridad para analizar estos temas ya están plenamente establecidas como recursos utilizados por los diarios –más aún por *La Nación*- para dotar de una mayor legitimidad a sus observaciones. Y esta cita, puntualmente, está refiriéndose a algo que en anteriores mundiales el diario no contemplaba: el fútbol como parte de la identidad de los argentinos.

Por su parte, *Clarín*, fue un poco más allá de esa insinuación que hacía *La Nación* y -en su edición posterior al encuentro entre Argentina y Japón, en el inicio del certamen- no dudó en simbolizar al equipo de fútbol como equivalente de la nación, al destacar que los integrantes del plantel no sólo eran “compañeros” sino, sobre todo, “compatriotas”. Por ende, también compartían esa misma pertenencia a una patria, como el resto de los argentinos que no jugaban (y a quienes representaban). La impronta nacionalista del discurso aquí fue evidente:

Muchas banderas se quedaron quietas. Pero las banderas argentinas tocaron el cielo. Las gargantas se abrieron hasta más no poder. Los japoneses se rindieron ante lo inevitable. Y él, Gabriel Omar Batistuta, salió corriendo hacia su derecha, con los brazos abiertos, con la boca inmensa, con las espaldas –ya curtidas en eso de recibir abrazos- esperando toda la alegría de sus compañeros. De sus compatriotas. (Bertolotto, Miguel Angel, “Gool”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 15 de junio de 1998, pág. 3).

En las semanas anteriores al inicio del Mundial –y durante su desarrollo-, dijimos, se enfatiza siempre en el discurso deportivo el sentimiento de pertenencia a la nación. Está claro que eso sólo se da a partir de la supuesta representatividad que

⁸⁴ Litre, Gabriela, “El fútbol gana el partido en las aulas”. En *La Nación*, 5 de junio de 1998, pág. 14.

ofrece el seleccionado de fútbol. Por ejemplo, *El Gráfico*, en la tapa de su edición del 19 de mayo, sostuvo: “El pueblo está con ellos”, con la foto de los jugadores Diego Simeone y Juan Verón abrazados, y detrás la cantante folklórica Soledad revoleando un poncho, vistiendo una camiseta del equipo argentino (estos dos últimos elementos serían bien “nacionales”, según el discurso).

Puede entenderse el sentido de este ejemplo (y el porqué de su inclusión en la revista) a partir de algo que explica Alabarces: durante este Mundial se asiste a una “reposición de lo nacional”, acción entre “tensionada y contradictoria” que supone “un deseo de nación, no su exceso”. Citando a Lechner, profundiza que:

Frente a un deseo de comunidad, los medios –que deben responder al deseo, porque no pueden inventarlo- responden con aquello que tengan más a mano. Y sujetos a una única lógica, la de la maximización de la ganancia, porque toda otra lógica necesita de una acción estatal que está también ausente, no pueden reemplazar esa ausencia fuera de la gestualidad fácil y mercantizable de las narrativas cálidas y gritonas. (Alabarces, Pablo, *Fútbol y patria*. Op. cit., pág 208).

Acercándose a la fecha de comienzo del certamen, fue *Clarín* el que acentuó con mayor interés esta cuestión. “Nuevamente el país está detrás de la misma ilusión. La Selección se prepara para el debut y el apoyo de la gente es total”, decía en una de las notas previas al torneo, para luego destacar “la conexión para nada invisible que terminó generándose en este grupo de jugadores ya instalado en Francia, y todo un pueblo que imagina que puede vivir una nueva alegría deportiva...”.⁸⁵ Existía, se ve, una necesidad para el discurso deportivo: la de reponer un deseo de nación, como señala Alabarces.

En la misma edición, en una nota a los jugadores Gabriel Batistuta y Juan Sebastián Verón se afirmaba que “ellos simbolizan las ilusiones de un país que quiere ver en lo más alto a su Selección. Son los más cotizados del plantel. Son figuras. Son

dos jugadores como la gente”. En otro pasaje, sentenció que “treinta y cinco millones de argentinos estarán pendientes de su Selección...”.⁸⁶

La Nación, por su parte, señaló –el día que el equipo partió desde Buenos Aires rumbo a Francia- que “hoy se va el seleccionado hacia la meta suprema de todo ciclo cuatrienal: el Mundial. Carga las expectativas propias y las de todo un país”.⁸⁷

La ilusión no se catalogaba solamente como perteneciente al ámbito de lo deportivo; había algo más detrás de eso. Identificación, por ejemplo: “...Al sueño de campeón lo acompañan sensaciones, sentimientos, análisis, anhelos, inseguridades, palpitos, dedicatorias y recuerdos. Todo eso crea también identificación con un país que se paraliza frente al televisor en cada encuentro de sus muchachos en el Mundial”.⁸⁸

El Gráfico, en tanto, sostuvo en la tapa de su edición del 26 de mayo: “Nos ponemos la camiseta”, mientras que la nota principal llevó como título “Hasta la victoria siempre”.

En definitiva, de entrada quedan dos cuestiones centrales. La primera, que ya estaba plenamente integrado el hinchado de fútbol –y el que no lo era, también- como sujeto de atención del discurso deportivo de los medios escritos. Si el Mundial de Estados Unidos, cuatro años antes, había sido el punto de partida para esta inclusión, el Campeonato de Francia fue el de su consolidación como tema del discurso deportivo, hasta su exceso casi, lo que dio lugar a una sobrerrepresentación de lo nacional a partir de sus acciones y declaraciones. La segunda, ligada a la primera, fue que los medios sostuvieron –ya sin eufemismos- lo que en mundiales anteriores no afirmaban aún de manera contundente y directa: la identificación que el seleccionado

⁸⁵ Marini, Julio, “Viva la gente”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 8 de junio de 1998, pág. 3.

⁸⁶ Chiappetta, Julio, “Millones de sueños”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 8 de junio de 1998, pág. 4.

⁸⁷ Mauri, Claudio, “Promete, pero no es una garantía”. En *La Nación*, Suplemento Deportivo, 1º de junio de 1998, pág. 14.

⁸⁸ Mauri, Claudio, “Sólo palabras de ocasión”. En *La Nación*, Suplemento Deportivo, 3 de julio de 1998, pág. 4.

lograba en el público, el hecho de que todo el país (“35 millones de argentinos”) estuviese pendiente de lo que ocurriera con el equipo, los jugadores como símbolo de las ilusiones de un país, etc.

En este discurso deportivo, el contraste más manifiesto entre los momentos previos al Mundial y la post-eliminación del equipo argentino se pudo apreciar en *Clarín*, si se compara lo que sostuvo tras el triunfo ante Croacia, en la ronda inicial, y luego de la caída frente a Holanda. “Ahora, Argentina abre una ilusión”, afirmaba la tapa del 27 de junio, mientras que tras la eliminación del seleccionado la portada del 5 de julio dijo “Holanda le bajó el telón al sueño argentino”; la tapa del Suplemento “Clarín Mundial” fue “Se acabó”; y, dentro de la edición, el título más elocuente resumió todo: “El sueño terminó”. Como puede observarse, los términos utilizados por este discurso son tan grandilocuentes como en ocasiones victoriosas (ahora de manera negativa). Y no se refieren solamente a lo deportivo. En ese contexto, hablar de “ilusión” y de “sueño” excedía su significación por sobre los límites de lo estrictamente futbolístico. La ilusión y el sueño eran de todo un país, que se encolumnaba –según el discurso deportivo– detrás de su seleccionado de fútbol. Y la eliminación del equipo truncó esos sueños, que ya no eran solamente de índole futbolística, sino que incluían una intención de obtener un reconocimiento mundial en medio de un contexto de imposibilidades varias en otros rubros. En definitiva, sueños e intenciones de reafirmar *lo nacional* ante el mundo.

Ese intento del discurso deportivo antes del campeonato –cuando la ilusión del triunfo estaba en pie aún– se derrumbó, entonces, inmediatamente el éxito deportivo no se hizo presente. Lo que confirma, precisamente, su impronta meramente simbólica, sin posibilidad de trasponerse a lo fáctico.

Tanta es la decepción que en Argentina provoca una eliminación de un Mundial que *La Nación* se preguntó, tras la caída ante Holanda en este campeonato, “¿Por qué un pueblo entero es capaz de poner en juego su felicidad por un partido de

fútbol?” Y se intentó responder a sí mismo, inmediatamente, aunque sin encontrar razones certeras: “Menuda pregunta. Para que la tomen los intelectuales sin calle en sus zapatos y la destrocen sin piedad ni autoridad; para que la escuchen los verdaderos protagonistas y se queden mudos...”.⁸⁹ Como se aprecia aquí, más allá de las respuestas que no se encuentran, hay una sentencia, hay algo que no se discute porque –supuestamente- ya está establecido: el fútbol parece ser tan importante como para determinar la alegría –o no- de “un pueblo entero” (del argentino, específicamente), aún para *La Nación*, que tiempo atrás no consideraba una afirmación de este tipo en sus páginas (y ahora descalificando a los intelectuales por “no tener calle” cuando fue uno de los medios pioneros en tratar el tema mediante las citas de autoridad, es decir, recurriendo a la opinión de esos intelectuales, que supuestamente le otorgaron mayor rigor analítico y mayor valor de verdad a sus expresiones). Ahora, quienes explicaban y analizaban lo que ocurría con el fútbol y sus implicancias eran los mismos periodistas a los que antes el mismo diario les negaba la legitimidad para referirse a un tema para el que –entendía- debía ser enfrentado por “intelectuales”. Y esos periodistas, supuestamente más cercanos al sentimiento del hincha y los que mejor saben interpretarlo, no dudaban en descalificar a aquellos intelectuales para expresar sus propias ideas. Los tiempos habían cambiado para todos. El discurso deportivo volvía a ser el que tenía la potestad de analizar en los medios escritos las connotaciones ulteriores de los temas deportivos.

El mismo medio agregó luego de la caída ante Holanda: “Que el país se haya embanderado detrás de este sueño no quiere decir que lo haya hecho detrás de este equipo. Que haya salido a las calles no implica que se haya identificado con un estilo y una idea”⁹⁰, con lo que estaba reconociendo que, más allá de las características deportivas del equipo, lo importante es una idea que anteriormente dijimos: que el público apoya al seleccionado en cada Mundial porque es el “equipo argentino” (y

⁸⁹ Arcucci, Daniel, “No fue el equipo de todos”. En *La Nación*, Suplemento Deportivo, 6 de julio de 1998, pág. 24.

⁹⁰ Arcucci, Daniel, “El equipo se suicidó”. En *La Nación*, Suplemento Deportivo, 5 de julio de 1998, pág. 3.

por eso es que “el país se embandera” detrás de él), más allá de preferencias y gustos futbolísticos, y de simpatías o antipatías por el plantel o su cuerpo técnico, tal como lo decíamos al inicio de este capítulo a propósito de la reafirmación de lo nacional como razón fundamental del apoyo, por encima de las opiniones acerca del equipo y sus integrantes. Es decir, lo importante es que se apoya al seleccionado por su identificación con la nación, más que con el fútbol mismo.

Transformaciones

Como hemos venido señalando en ocasión de cada campeonato analizado, son constantes las alusiones a la transformación que experimenta el país cuando llega el Mundial. Transformación que, se enfatiza, sólo se produce en este tipo de momentos, y en ningún otro. “Con una pelota de fútbol en la cabeza” y “La ciudad vive al ritmo del Mundial” fueron los títulos de la tapa de *La Nación* del 8 de junio, ya sobre el inicio del certamen. Admitiendo que las realidades políticas, sociales y económicas no varían por más importante que sea este deporte y su respectivo Campeonato Mundial, seguían las voces que intentaban graficar la “fiebre mundialista” que sacudía a la nación (incluso se observan frases casi textuales del mismo diario respecto de los mundiales anteriores, como, por ejemplo, que “el país se convierte en una gran pelota”):

El país empieza a trastornarse, pero no hay motivos para tener miedo. Un dólar seguirá costando un peso, no hay hipótesis de conflicto con Chile y Brasil sigue en el MERCOSUR. Pero mañana es la ceremonia inaugural y pasado mañana Brasil y Escocia abren el fuego. Arranca el Mundial y es como si el país pasara a convertirse en una gran pelota de fútbol que todo lo contiene. (“Con una pelota de fútbol en la cabeza”. En *La Nación*, 8 de junio de 1998, pág. 1).

La relevancia de estas palabras encuentran su real dimensión al tratarse de *La Nación* –el medio que siempre hemos entendido como el menos pasional de los tres analizados- sumado al hecho de que se encuentran en la tapa misma del diario (nunca antes se expresó algo similar desde este medio en los mundiales precedentes). Decir que el país puede trastocarse por el fútbol tanto como lo haría por una transformación macroeconómica o un conflicto diplomático-bélico no era habitual en su discurso. Es más, era imposible encontrar eso anteriormente.

Clarín, en tanto, trató de focalizar en cuestiones más sensibles, en aspectos más “cercaños” a los sentimientos de la gente. En una nota de carácter más personalizado –porque la presencia del periodista en el texto era más visible- intentó desplegar un recorrido histórico que describiera las sensaciones en las que se ve inmersa la población antes del comienzo de los mundiales y durante ellos:

Los ojos se cierran por un instante y empiezan a aparecer las imágenes. De pibe y de grande (...) Otra Argentina loca, la del 82, también juntó a todos frente a los televisores, mientras los chicos peleaban en las Malvinas. Había una sensación de sentirse dueños del mundo con aquel equipo, más la ilusión que generaba Maradona. Se terminó –reunidos en las casas o en los trabajos, porque se jugaba a la tarde de la Argentina, durante la semana- con tristeza, que era el sentimiento que gobernaba al país, también en esos tiempos demasiado uniformados (...) Empieza a jugar la Argentina un Mundial. Y no hay nada parecido. Desde aquí o desde allá. De pibe o de grande. (Búsico, Jorge, “Imágenes”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 14 de junio de 1998, pág. 3).

Si bien no se utilizó en este artículo la primera persona, el hecho de que la nota se refiriese a sensaciones que parecen ser las que experimenta cualquier ciudadano común en las circunstancias descriptas significaba un intento claro de llegar al plano emocional del lector –al que se le recordaba, incluso, el triste episodio de la Guerra de Malvinas durante el Mundial de 1982-, con alusiones a la “ilusión”, la

“tristeza”, y a que “no hay nada parecido”. De todas formas, no sorprende que sea *Clarín* el encargado de mostrar esta característica, porque en los mundiales analizados hasta aquí siempre ha sido el que con mayor asiduidad apeló a esas operaciones y recursos retóricos.

El público argentino en Francia '98: actor principal

Entre las especificidades del discurso deportivo durante el Mundial de Francia, se destaca una ya adelantada, y que se erigió como la principal a los ojos del análisis de este campeonato: el apoyo de los simpatizantes de Argentina que viajaron hasta la sede del torneo para presenciar los partidos. Alabarces explica esta nueva centralidad del hincha en el relato deportivo:

La narración periodística del fútbol deja de ser un espectáculo deportivo *enmarcado* por una gran cantidad de público; por el contrario, los hinchas agigantan su protagonismo en la diégesis del relato, en la televisión de su *carnavalismo* o en el relato de sus acciones –excepto las violentas, expulsadas del campo de lo visible y lo representable. Este fenómeno, contemporáneo a la aparición en otros países de las narrativas ficcionales o biográficas orientadas hacia los hinchas, puede leerse en el caso argentino como una nueva señal de una ausencia: la desaparición del héroe, o la imposibilidad de su reemplazo. (Alabarces, Pablo, *Patria y fútbol*. Op. cit., pág. 182).

El día del partido entre Argentina y Japón, *Clarín* destacó en una de sus notas que “...los japoneses son mayoría. Pero los argentinos volverán hoy, bien temprano, por más entradas. La ciudad de Gardel y todo el país los necesita en las tribunas”.⁹¹

El folklore propio de los hinchas argentinos que los medios se encargaron de enfatizar no se redujo solamente al momento de cada encuentro, sino en el resto de

los días, en diferentes lugares de ese país. Como se analizó antes, hay pocas ocasiones en las que el ciudadano argentino cree ver más afirmada su pertenencia a la nación que durante un Mundial de fútbol (dado que, salvo una ocasión, siempre se han realizado en otros países). Antes del inicio del campeonato, la cualidad de *lo argentino* ante el mundo (esa que el discurso señalaba como encarnada en los simpatizantes que viajaron a Francia), al no poder manifestarse dentro de los estadios aún, se paseaba por las ciudades de ese país:

¿El presidente argentino? Se llama Mendoza, ¿no? Ay, de los puntapiés en el centro del narcisismo patrio. Galileo ya postuló que nosotros girábamos alrededor del Sol y no a la inversa. Y ahora Franck Bahadourian, dueño de dos locales de ropa en el centro de Saint Etienne, nos demuestra irrefutablemente que la Argentina no figura en los noticieros del mundo. O, al menos, no en los del Primer Mundo (...) Los enconos entre franceses e ingleses favorecen a la tercera posición argentina. Es hora de inflar el pecho y caminar las callejuelas de esta vieja ciudad minera. (Frías, Miguel, “Saint Etienne queda demasiado lejos”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 10 de junio de 1998, pág. 10).

Es indudable que notas como ésta son las más apropiadas para que el discurso deportivo enfatice la primera persona. Y por eso *Clarín* no desestima esa oportunidad (en la que incluso aporta la denominación de “narcisismo patrio”).

Conde señala el desplazamiento producido a partir de los últimos años de la década de los '90 en relación a la presencia del “hincha” como una construcción imaginaria que lo pone en la escena “nacionalista”:

“El hincha” empieza a ser objeto de un espesor discursivo que lo recoloca en la vida cotidiana, a la vez que lo posiciona como

⁹¹ Frías, Miguel, “Pasión argentina en la ciudad de Gardel”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 14 de junio de 1998, pág. 10.

salvaguarda de unos valores “originales” que se están perdiendo de la mano de otros protagonistas (los antes mencionados jugadores, dirigentes, clubes). Son estos hinchas y sus prácticas los que van ser codificados en la producción de una imagen de nación en relación al fútbol. (Conde, Mariana, “Un discurso moral: violencia y masculinidad en la prensa deportiva sobre el fútbol”. En *Programa de becas junior “Culturas e Identidades en América Latina y el Caribe”*. Op. cit.).

Ya avanzado el certamen, la narración de los medios escritos analizados navega en este mismo sentido:

La emoción había explotado mucho antes, durante el asfixiante mediodía, cuando la boca del Metro ya lanzaba bocanadas de hinchas hacia el bulevar Murat, cerca del Parque de los Príncipes. Los jamaiquinos abrieron la disputa aporreando tumbadoras mientras sus mujeres los seguían a puro meneo de caderas. La respuesta criolla no tardó: Julio Méndez y Diego Toth, el dúo La Fija, sacaron sus guitarras y, con porte gardeliano, emprendieron un repertorio de tangazos y milongas, que abrieron con “Muñeca Brava”. Un hombre cuya remera decía “Doke” y una mujer de aspecto tanguero siguieron el ritmo, taconeando. Frente a la entrada de la iglesia Santa Jeanne de Chantal hubo pucheritos y pieles gallináceas. La patria, al otro lado del Atlántico, aparecía bruscamente en la voz de estos muchachos de 28 y 25 años (...) La remera del hombre canoso rezaba “Los tres inquilinos del Olimpo porteño”. En la caricatura estaban Borges, Gardel y Maradona. Ellos, y muchos millones más, estuvieron aunque fuera simbólicamente en el festejo parisino. (Frías, Miguel, “El himno a la alegría. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 22 de junio de 1998, pág. 10).

Aquí se mencionan varios de los símbolos de *lo nacional* (Gardel, Maradona, Borges, el tango), aunque en realidad debería decirse que son símbolos porteños, pero que por trasposición se entienden como representativos de todo el país. Lo importante

aquí para el discurso es esta necesidad permanente que parece existir en los simpatizantes argentinos de demostrar su nacionalidad cuando están en el exterior. Más allá de que en el propio territorio nacional estos símbolos no son desplegados por los hinchas de fútbol (todo ese sentimiento culmina ni bien se regresa a Ezeiza y se discute con el empleado de la Aduana por algún artefacto o *chiche* de más que se desea ingresar sin pagar el respectivo arancel), el hecho de estar en otro país parece ensalzar en ellos el sentimiento patrio, y así –para el discurso deportivo- un grupo de simpatizantes futbolísticos se termina erigiendo en representante de toda una nación ante el mundo.

Al respecto, Rodríguez apunta -refiriéndose a los procesos de codificación que realizan los medios- que...

el referente de una comunidad nacional se articula con estereotipos contruidos a priori, lo que permite distinguir el proceso de *sinecdoquización* a través del cual circulan por el espacio público. Estos estereotipos que recortan una parte y la convierten en el todo, parecen portar unos atributos diferenciales que les permiten a los medios (desde la literatura a los medios electrónicos) codificar más fácilmente el referente icónico de una comunidad, así como a la recepción decodificar un significado medianamente estable. (Rodríguez, María Graciela, “Los días en que Maradona usó kilt: intersección de identidades profundas con representaciones masmediáticas”. En Alabarces, Pablo (Comp.): *Futbologías*, CLACSO, Buenos Aires, 2003).

Esto se inscribe, según la misma autora, en la idea de que los campeonatos del Mundo de fútbol son, justamente, un espacio de la cultura global en donde ciertas narrativas que se generan –y que circulan en los medios masivos de comunicación- a propósito de los simpatizantes toman su impronta nacionalista:

Los mediascapes, generan imágenes, privadas o estatales, que son centradas en una narrativa basada en una síntesis, generalmente compuesta de metáforas o sinécdoques que permiten construir las narrativas del otro. Esto se torna especialmente radical en el contexto de una mundialización de la cultura en el que ciertos fragmentos de narrativas nacionalistas estabilizadas se encuentran coyunturalmente en un centro situado temporalmente: las Copas del Mundo. Ideoscapes y mediascapes confluyen hacia y emanan desde ese centro y entran en contacto durante los días que dura el evento mundial porque estos espectáculos son oportunidades casi únicas para poner en escena los referentes de las identidades nacionales: el otro lejano obtiene visibilidad a través de las cámaras, lo extraño se incorpora a la cotidianeidad de un Campeonato de Fútbol y la lejanía se acorta. (Rodríguez, María Graciela, “Los días en que Maradona usó kilt: intersección de identidades profundas con representaciones masmediáticas”. En Alabarces, Pablo (Comp.). Op. cit.)

El día después del encuentro entre Argentina y Croacia, por la última jornada de la primera fase, *Clarín* destacó que “el estadio se pintó de celeste y blanco y fue escenario de una fiesta. El equipo se puso a la gente en el bolsillo y hasta hubo lugar para gritar el ansiado ‘Dale campeón’ ”. Lo más saliente, en suma, era la idea de que ya era el país mismo el que se hacía “dueño de la escena”:

Argentina y su gente se habían adueñado de la escena. Y Burdeos no parecía extraño. No tenía acento francés sino el frenético ritmo argentino (...) La Selección se puso a la gente en el bolsillo. Y la gente hizo sentir a la Selección como en su casa (...) Estas calles de Burdeos fueron nuestras por casi dos días. La plaza de la Victoria fue el centro de concentración y la peatonal Saint Catherine, acostumbrada a invasiones bárbaras y germanas, sufrió, por primera vez, una invasión sudamericana... (Vicente, Miguel Angel, “Como en casa”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 27 de junio de 1998, pág. 18).

Giulianotti y Armstrong explican que el fútbol, para la gran mayoría de sus simpatizantes, significa una afirmación de fe, un elemento de identidad, tanto personal como colectivo, que nunca puede ser completamente explicado en términos puramente racionales. Al igual que la religión –señalan- este deporte implica un ritual alrededor de “artefactos culturales” que generan una comunicación simbólica con dimensiones representativas.⁹² Y lo que pretenden mostrar los artículos periodísticos que analizamos inmediatamente arriba es esta suerte de representación simbólica de la nacionalidad que, a partir del fútbol durante un Mundial, hacen los simpatizantes argentinos para (re)afirmar su identidad, su pertenencia a la nación. Como si una ocasión de este tipo –y no otra- fuese la última oportunidad de pregonar y de practicar esa pertenencia.

Las derrotas de la selección argentina en ningún momento generaron algún tipo de reelaboración del discurso nacionalista, cuya gravitación no cesó aunque los resultados deportivos del equipo no fueran exitosos, porque cuando se iniciaba el siguiente campeonato del mundo los tópicos del discurso deportivo giraban sobre lo mismo. Más allá de que las eliminaciones produjeron cierto grado de desencanto popular, no se apreciaron grietas en la narrativa deportiva que construían los medios gráficos. Siempre se terminó rescatando que, a pesar de los vaivenes futbolísticos, el “sentimiento” por “la camiseta celeste y blanca”, por Argentina (por el país, en definitiva), no decaía. Este es un ejemplo de que hay ciertas ideas que ya están naturalizadas en el discurso, que no se discuten, aunque no dejan de reafirmarse explícitamente cuando se hace necesario.

El fútbol: ámbito de igualdad

Claro que durante el desarrollo de la Copa del Mundo, el equipo de fútbol también reclamó –en algún momento- su centralidad en el discurso deportivo que

⁹² Giulianotti, R. y Armstrong, G., “Introduction: Reclaiming the Game – An Introduction to the Anthropology of Football”. En *Entering the Field*. Op. cit., pág. 11.

venimos analizando, al menos como agente movilizador para los ciudadanos argentinos:

Falta poco para el debut de la Argentina. El domingo, en la gardeliana Toulouse, once muchachos saldrán a demostrar el pedigrí futbolístico nacional. A contribuir para que el país esté un poco menos lejos del mundo. Las afrentas de Galileo y de Bahadourian tal vez serán vengadas por la cintura de Ortega o por el empeine de Batistuta. (Frías, Miguel, “Saint Etienne queda demasiado lejos”. En *Clarín*. Op. cit., pág. 10).

En estos ejemplos se puede analizar que no sólo el simpatizante común era un vehículo de expresión de la nacionalidad argentina ante el mundo, sino que el seleccionado de fútbol también iba a “contribuir para que el país esté un poco menos lejos” de él. No se trata de enfatizar que el fútbol es lo único que posibilita eso, pero el discurso deportivo sí admite que eso colabora, ayuda, contribuye.

Esta contribución, entonces, se ve expuesta con claridad una vez iniciado el campeonato, ocasión que vuelve a tornar repetitivos muchos de los tópicos del discurso deportivo, en el que se destacan diversos aspectos de cómo el público argentino –tanto en el lugar de los hechos como en el territorio nacional- vive ese momento. Así, por ejemplo, *La Nación*, luego del primer partido del equipo, frente a Japón, enfatizó la idea del fútbol como fenómeno que subsume diferencias:

El fútbol es igualador, como ninguna otra cosa. Pulveriza, al menos durante 90 minutos, cualquiera de los niveles de diferencia que en otros momentos pueden ir desde lo superfluo hasta lo despiadado (...) El fútbol iguala, dijimos. En las alegrías y en las penas. Y también en el olvido del resto de la realidad cotidiana (...) Pero así es esta inapelable regla de juego. ¡Vamos, Argentina! (Bouillon, Willy G., “La ciudad madrugó para el fútbol”. En *La Nación*, 15 de junio de 1998, pág. 15).

Este pequeño fragmento engloba varios de los puntos de interés que ha venido analizando este trabajo, ya que puntualiza que el fútbol “pulveriza las diferencias” y permite “olvidar la realidad cotidiana”. Además, es *La Nación* el que ahora se suma al sostenimiento de esta idea, ya no sólo entonces lo hacen *El Gráfico* y *Clarín*. Ya hemos visto largamente que, durante cada Mundial, el relato deportivo destacó esta característica única democratizadora e igualitaria que parece poseer este deporte, cualidad que no se le reconoce a ningún otro ámbito, actividad o fenómeno en el país. Y por eso es que el discurso que analizamos postula al fútbol como una de las marcas que identifican a la Argentina (como país) frente al resto del mundo. Sin embargo hay algo central que no debe dejarse de lado: es este mismo discurso el que reconoce su carácter efímero (“al menos durante 90 minutos”, decía la nota precedente de *La Nación*).

A propósito, algunos artículos periodísticos que aquí se analizan destacan –sin pretender hacerlo, creemos; o, al menos, sin pretender hacerlo de una manera analítica- la labilidad de varios límites del fútbol; uno de los más comunes en el tratamiento periodístico es esa cualidad que tendría este deporte en particular de subsumir diferencias preexistentes entre los habitantes del país, aunque sea durante breves momentos -como durante la disputa de un Mundial-, cuando confluyen sus intereses en pos de un único objetivo: que el equipo sea campeón, que el país mismo llegue a lo más alto (aunque más no sea gracias al seleccionado de fútbol):

Los hinchas argentinos cantan, bailan y toman mate en París (...) A falta de Obelisco, la Torre Eiffel se convirtió en el sitio de festejo de los argentinos anclados en París (...) Muchos de los hinchas tenían camisetas de clubes cuyas hinchadas se odian, pero que acá parecen haber pactado una tregua. “En Francia está todo bien, hermano”, resumió un hombre con la camiseta de Batistuta y el estado físico de Homero Simpson... (Frías, Miguel, “A falta de Obelisco, se van a la Torre Eiffel”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 21 de junio de 1998, pág. 10).

Esa hermandad entre connacionales que sólo parece provocar el seleccionado de fútbol –algo que ya vimos enfatizar por el discurso deportivo en el Mundial anterior- también se manifestó, lógicamente, entre los ciudadanos que no viajaron a presenciar el campeonato:

Desde el anonimato y la ilusión, desde la pasión y desde las ganas, todos fueron protagonistas. El fútbol, una vez más, atrapó la atención general y unificó sentires y expectativas de millones de personas. Un fenómeno como pocos que, sin ninguna duda, se repetirá con cada partido de la Selección. POSTAL CLÁSICA. Están todos los elementos del más tradicional festejo cuando juega la Selección. Una bandera enorme, un hincha entusiasmado y el Obelisco. Pese a que no sobró fútbol, hubo quienes salieron a celebrar. RITO DOCENTE. Como cada día, los maestros hicieron fuerza desde la Carpa. SOLEDAD. El quiosquero de la estación Retiro, por un rato, no vendió nada. Igualmente, no se quiso despegar ni un momento de la tevé. (“La gente”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 15 de junio de 1998, págs. 18-19).

Más adelante en el torneo, regresó una nota que con el paso de los mundiales se transformó en habitual para esos momentos. Se trata de la cobertura de cómo se vive un partido de fútbol de la Selección en algún recóndito lugar del territorio nacional donde, según lo da a entender el discurso deportivo, se siente aún con más fortaleza la pertenencia a la nación, o donde se hace necesaria una reafirmación permanente de ella:

Todo el país vibró con el triunfo ante Jamaica. *Clarín* compartió esos festejos de la gente que vio el partido en dos solitarios sitios de Tierra del Fuego y Salta, y en el microcentro porteño (...) [En Tierra del Fuego] la cámara recorría a los jugadores y se escuchaba el Himno. Gestos de emoción recorrieron las caras de estos argentinos al darse cuenta de que Francia estaba a solo un metro y medio de distancia.

(Caballero, Wilmar, “De Ushuaia a Los Cobres y el Obelisco”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 22 de junio de 1998, pág. 20).

Aquí, el diario –admitiendo que comparte esos momentos con “la gente” y utilizando un lenguaje que recurre a todos los elementos de tipo emocional posibles para llegar al lector- hace una ligazón directa entre el Himno y la patria con el seleccionado de fútbol. Cuando en ocasión de un partido de fútbol se escuchan los himnos con los jugadores formados en filas –como si fuesen guerreros prestos a una batalla- y el discurso deportivo destaca la emoción que ese momento provoca en el ciudadano común, se está queriendo decir –entonces- que el seleccionado de fútbol representa a la nación misma.

Los protagonistas del juego son decisivos

El relato nacionalista tiene otra base de sustentación, por lo general, en el pensamiento de los propios protagonistas, de los jugadores del seleccionado (al menos el que expresan públicamente). Es que si los futbolistas afirmaran categóricamente que ellos son sólo integrantes del equipo representativo de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) y no representantes de la nación ante el mundo, a este tipo de discurso le sería más arduo imponerse y circular a través de buena parte de la sociedad. Pero los jugadores se ven tentados ante una construcción imaginaria que los enaltece como emblemas de la patria y, por lo tanto, no logran evitar trasponer esa imaginaria línea que ese relato los incita a atravesar:

Los futbolistas argentinos son profesionales, pero, ante todo, apasionados de este juego. Sienten que son protagonistas elegidos del sueño de millones de chicos como ellos (...) Estos pibes hombres que integran la Selección tienen la costumbre de mimetizarse con el sentimiento popular a la hora de charlar sin la marca implacable de las entrevistas formales. (Ronzano, Gustavo, “Todos sienten el calor del

pueblo”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 8 de junio de 1998, pág. 6).

En su continuidad, esta nota citó los testimonios de varios jugadores del equipo. Dijo Claudio López: “Ojalá podamos cumplir con todo el pueblo argentino”, mientras que José Chamot agregó: “Esperemos que no nos equivoquemos dentro de la cancha, porque el Mundial es un torneo muy corto y no nos podemos dar el lujo de equivocarnos. Y cuanto menos nos equivoquemos más satisfacciones podremos darle a la gente”. Javier Zanetti, en tanto, concluyó que “jugar un Mundial es una enorme responsabilidad por todo lo que representamos para el pueblo”. El artículo culminó con la sentencia del periodista: “Y todos, los que estarán en el rectángulo o en el banco, en definitiva, enarbolan un sueño popular, vestidos para la ocasión”.⁹³

Así se aprecia, entonces, que este discurso encuentra en algunas ocasiones un punto de apoyo muy funcional para su expansión en los mismos jugadores, cuando éstos se refieren a la “responsabilidad” para con el pueblo argentino, por lo que –siguiendo su razonamiento– esto amerita catalogar a los futbolistas como sus representantes.

Sin embargo, a la hora de la eliminación, algunas de esas voces intentaron despegarse de lo que antes habían afirmado. Así es como Verón, por ejemplo, sostuvo –tras quedar el equipo afuera del certamen– que no “nos sentimos en falta con nadie. Ni con nuestras familias ni con el pueblo argentino”.⁹⁴ Más allá de las contradicciones, se verá que en el Mundial siguiente, Corea-Japón 2002, la mayoría de los jugadores sí expresó y admitió una supuesta deuda con el público por la prematura eliminación del equipo. Esto fue así porque los antecedentes exitosos del seleccionado ameritaban una ilusión y una esperanza superiores entre muchos ciudadanos quienes, a su vez, y teniendo en cuenta el contexto socioeconómico de

⁹³ Ronzano, Gustavo, “Todos sienten el calor del pueblo”. En *Clarín*. Op. cit., pág. 6.

⁹⁴ Grosso, Cristian, “Verón dijo que no se sentía en falta con nadie”. En *La Nación*, Suplemento Deportivo, 5 de julio de 1998, pág. 9.

2002, vieron esa ocasión como un supuesto (aunque temporario) remedio para los males nacionales.

Otro capítulo de la saga “Argentina vs Inglaterra”

Como decíamos al inicio, el partido en los octavos de final del torneo entre Argentina y el seleccionado de Inglaterra, que los volvió a enfrentar tras el mítico encuentro del Mundial de México en 1986, es uno de los ítems centrales para el análisis del discurso deportivo de los medios gráficos durante el campeonato de Francia.

Analizar la saga de enfrentamientos futbolísticos entre equipo argentinos e ingleses es un ejemplo interesante para apreciar el intento del discurso –antes destacado, también- de conseguir desde el fútbol lo que en otros ámbitos de la nación no se consigue. Si bien en la cobertura de este certamen no apareció en el discurso deportivo nada original respecto de este partido, al menos la permanencia de ciertos tópicos dio una idea de que, para el relato nacionalista, los encuentros entre ambos equipos siguen siendo funcionales.

Es habitual en *Clarín* la preocupación previa a los partidos con Inglaterra, como se vio en México '86, por separar el enfrentamiento futbolístico entre ambos seleccionados de cualquier otra cuestión ulterior. Cautela discursiva que se ha dejado de lado una vez que el partido pasó y –si el equipo argentino ha ganado, más aún-, cuando se ha dicho que para “la gente” ese no era “un partido más”.

Por eso, antes de este partido de 1998, el diario prefirió analizar la cuestión desde una visión mucho menos apasionada:

Dos equipos con historia jugarán hoy un partido que atrapa. Pero se enfrentan dos selecciones, no dos países. Corresponde evitar confusiones: sólo se trata de fútbol (...) Por suerte, hasta ahora los integrantes de los dos planteles sólo hablaron de fútbol, y la prensa – incluso la inglesa, sensacionalista como pocas- también está limitando

lo de hoy a lo que simplemente es: un partido de fútbol. Importantísimo, pero en el que sólo está en juego un pasaje a los cuartos de final de un mundial. Nada más. Corresponde decirlo: la política y el fútbol han vivido entremezclados durante todo el siglo veinte. Y esa combinación no es pecaminosa ni brillante. Ni la política ni el deporte son buenos o malos en sí mismos. Depende de lo que los hombres hagan con ellos. En este Argentina-Inglaterra, como en tantas ocasiones de la historia, surge el riesgo de que, por malicia o por estupidez, se efectúe un uso cuestionable del matrimonio entre la política y el deporte. Y ni el fútbol ni las pasiones que suscita merecen ese maltrato. De lo que puedan hacer los violentos y de lo que puede pasar dentro de la cancha ya se habla en las páginas que siguen. Aquí sólo se trata de invitar a una reflexión. Claro que hay enormes ganas en todos de ganarles a los ingleses, porque se trata de un clásico del fútbol mundial. Claro que hay ganas de ganar para darles alegría a los corazones como cada vez que la Selección triunfa en un partido del Mundial. Claro que hay ganas de ganar para acercarse a un tercer título del mundo. Pero, aunque la FIFA insista en tocar los himnos antes de cada encuentro, este no es un choque entre países. Dentro de la cancha no estarán Galtieri ni Thatcher. Estarán Ortega y el pibe Owen y Batistuta y Shearer. Y en el banco, dirigiendo, estarán Passarella y Hoddle, que en aquel entonces eran jugadores. Ellos intentarán hacer lo que en el 86 realizaron Maradona y Lineker, y Valdano y Shilton. O sea, simplemente jugar al fútbol. (Búsico, Jorge, "Fútbol Sí – Idiotez No". En *Clarín*, Suplemento "Clarín Mundial", 30 de junio de 1998, pág. 3).

Esta nota no dejaría de tener su centralidad cuando se analiza el discurso deportivo de *Clarín* si no fuera porque una vez conseguido el triunfo el diario destacó el hecho diciendo que para la gente "no era un partido más", y por eso la (desmesurada) alegría por la victoria era atendible, como veremos enseguida.

Mientras tanto, *La Nación* ya desde antes del encuentro le dio a sus artículos un evidente enfoque nacionalista. Es así que en los días previos destacó que "...a diferencia de los argentinos, hay que ver el patriotismo con el que los ingleses

entonan el himno ‘Dios salve a la Reina’. Podría decirse que no lo cantan, sino que lo gritan”. Y se lamentó porque “lo único negativo es, tal vez, la vergüenza con la que (los argentinos) entonan el Himno Nacional”.⁹⁵ La falta de distinción en el discurso deportivo entre lo que representa un seleccionado de fútbol (en esencia, representa a la asociación de fútbol de un país, y no a la nación misma) y lo que representa el Himno Nacional, está expuesta, sin matices, al asociar la canción patria con la participación del seleccionado en el Mundial (magnificada aún más por el hecho de señalar quién la entonaba con mayor ahínco y, a la vez, lamentarse porque eran los argentinos quienes lo hacían con menor énfasis).

Tras el triunfo ante Inglaterra, Arcucci se preguntó, también en *La Nación*, si “...¿seguirán diciendo los jugadores que no tiene nada de especial ganarle a Inglaterra?”, refiriéndose a la negativa de los hombres del seleccionado argentino a expresar –previamente al partido– qué sensaciones les producía el recuerdo de la emblemática victoria ante el mismo rival durante el Mundial de 1986.⁹⁶ La pregunta aquí es una clara operación retórica en la que se apela también al público y en la que la respuesta está presupuesta –descontando que el “no” sería mayoritario entre los lectores–, por lo que el medio intenta colocarse en una posición de complicidad con su público, admitiendo y aceptando lo mismo que éste diría (que ante Inglaterra “no es un partido más”).

Ese mismo día, *Clarín* ya modificó su cautela inicial –como lo adelantamos tras el artículo de Búsico– al señalar que “la Selección ganó el partido que quería la gente”, para luego agregar: “A estos resultados sólo los entiende el corazón (...) Hay derecho para que todos disfruten: es el derecho de los sentimientos. Por la camiseta, por lo que significaba el rival...”.⁹⁷ El contraste con la nota de Búsico –en la que el autor afirmó que el encuentro se trataba solamente de fútbol– es evidente y hasta

⁹⁵ Turín, Ignacio, “La fiesta puede seguir”. En *La Nación*, Suplemento Deportivo, 28 de junio de 1998, pág. 2.

⁹⁶ Arcucci, Daniel, “Un final sin más aliento”. En *La Nación*, Suplemento Deportivo, 1º de julio de 1998, pág. 3.

⁹⁷ Cardozo, Héctor Hugo, “Cantó la victoria desde el corazón”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 1º de julio de 1998, pág. 4.

sorprendente. O no, si se tiene en cuenta algo ya explicado: la influencia del triunfo deportivo a la hora de juzgar una misma situación, que hace relucir la impronta contradictoria de este discurso deportivo. El discurso deportivo no necesita utilizar la primera persona para tocar la sensibilidad del lector. Justamente por el hecho de afirmar que a los triunfos ante Inglaterra “sólo los entiende el corazón”, está claro que el público es interpelado por este mismo discurso para compartir esas sensaciones que expresa la nota.

Mientras tanto, Juan Sebastián Verón –el mismo que, luego, tras la eliminación, dijo que no se sentían en deuda con el pueblo- afirmó que “la satisfacción es muy grande y se disfruta mucho. Sabemos lo que debe sentir el pueblo argentino en este momento...”.⁹⁸ En la tapa correspondiente a esa edición, el diario sostuvo: “Una victoria que se grita con alma y vida” y “Todo el país fue una fiesta”. Como se ve, nada más alejado del “corresponde evitar confusiones “ que planteó Búsico.⁹⁹

El Gráfico fue, en realidad, quien expresó de manera más pasional este sentir tras la victoria (quizás de la misma forma que lo haría su lector medio):

No será necesario perder, ni hacer perder tiempo, en consideraciones xenófobas. Pero ganarles a los ingleses, sentirlos como hijos nuestros, que futbolísticamente lo son, devolverlos a su casa con hooligans y todo, es un placer de dioses que nadie se atreverá a negarnos. No hubiera sido lo mismo ganarle a Nigeria o a México. Inglaterra es Inglaterra, con todo lo que eso supone. Porque son los inventores y se lo creen, porque nos invadieron, porque Malvinas es un dolor clavado en el medio del pecho, porque les tenemos un poco de bronca... (Proietto, Aldo, “Mucho más que la hazaña de Roa”. En *El Gráfico*, 30 de junio de 1998, pág. 18).

⁹⁸ “Voces de felicidad”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 1º de julio de 1998, pág. 14.

⁹⁹ Búsico, Jorge, “Fútbol Sí – Idiotez No”. En *Clarín*, Op. cit., pág. 3.

Estas palabras suponen el punto más extremo al que llegó el discurso deportivo durante este Mundial (y quizás en todo este trabajo). No por la utilización de la primera persona (algo ya habitual en la revista para ocasiones como ésta), sino por centrar el comentario de un triunfo deportivo ante Inglaterra en la política, la xenofobia, la guerra y la muerte, todo ello sin sutileza alguna. Si bien expresiones como ésta suponen el grado extremo, como dijimos, y no la norma en los tres medios analizados, vale la pena conocer ejemplos como éste para tratar de entender el significado que tiene para algunos la participación del seleccionado nacional de fútbol en un Mundial. No hay en la nota argumentos racionales para festejar la victoria deportiva. Sólo se apela a los elementos más emocionales para que quede claro por qué es un “placer de dioses” ganarle a Inglaterra.

Tamburrini sostiene que “además de la identificación con el terruño, el nacionalismo deportivo requiere, al igual que el chauvinismo político agresivo, un rival definido, destinatario de nuestro odio. La gestación del sentimiento nacional exige la figura del enemigo”.¹⁰⁰ Proietto y su nota precedente fueron el ejemplo más cabal de esto.

Clarín, por otra parte, intentó graficar el sentido y la significación de la victoria ante Inglaterra con tres notas habituales en estas ocasiones: los festejos de la gente en distintos puntos del país, cómo lo viven los “famosos” y las repercusiones en las Islas Malvinas.

En el primer ejemplo, el diario enfatizó que “durante las dos horas y media de transmisión, desde Saint-Etienne, el país prácticamente se paralizó (...) Había ganado Argentina y el país festejó de punta a punta. En Paraná y en Rosario, en Ushuaia y en Salta, en la Puna y en la Patagonia el paisaje tenía los colores celeste y blanco, los ojos, el brillo de la satisfacción...”.¹⁰¹

¹⁰⁰ Tamburrini, Claudio, “Cuando la patria es el fútbol”. En *Clarín*, 29 de mayo de 2002, pág. 18.

¹⁰¹ “El triunfo contra Inglaterra volvió a desatar la euforia”. En *Clarín*, 1º de julio de 1998, pág. 46.

En cuanto a los “famosos”, *Clarín* –en una nota que tituló “Los famosos vibraron igual que todo el país”, insistiendo además con la idea de que el fútbol es igualador de las diferencias, como ya vimos- rescató una opinión singular, la de Dalmiro Sáenz: “Pocas veces gocé tanto con un partido. ¡Qué linda timba, cuánto azar! Me volví loco. Me pareció todo tan argentino, me dio una ternura por el país. Todas las virtudes y defectos del país estaban ahí, en esos jugadores, en esas caras de niños crueles...”.¹⁰²

El tercero de los ejemplos anticipados, el de cómo repercutía el partido en las Islas Malvinas (nota que al discurso deportivo sólo le interesa destacar, lógicamente, cuando juegan Argentina e Inglaterra) se destacó con un artículo que, no obstante, se encargó de aclarar que todos los isleños entrevistados se ocuparon de separar el fútbol de la guerra y de las diferencias entre los países.¹⁰³ Sin embargo, la inclusión de una nota de este tipo presupone una intención por parte del medio de destacar una connotación más allá de lo deportivo, contradiciendo lo que los isleños afirmaban en ese artículo.

Finalmente, otra nota del mismo diario, titulada “Algo más que un partido de fútbol” –cambiando, una vez más, su valoración sobre el enfrentamiento respecto de lo que dijo el día anterior-, analizó cómo trataron los (otros) medios ese partido por los octavos de final. Allí se encargó de señalar –para apoyar el título y la idea, que no es otra que la de que “no es un partido más”- que “el día anterior al encuentro, por ejemplo, Marcelo Tinelli en su programa de televisión ‘El Show de Videomatch’, por *Telefé*, no se ahorró la oportunidad de decir: ‘¡Ay, si perdemos con esos te-re-sos!’”. Hasta armó un nuevo sketch con ‘El Chafa’, un hincha fanático que entre otras cosas dijo: ‘Voy y a los ingleses les hago pímba en los dientes’”. Cuenta, también, que la conductora Georgina Barbarossa dijo en su programa de *América* que “a los ingleses hay que ganarles porque son malos”. Agregó que “*CNN en Español* mostró un informe donde mezcló imágenes de Londres (la gente dijo que había que vengar aquel

¹⁰² “Los famosos vibraron igual que todo el país”. En *Clarín*, 1º de julio de 1998, pág. 52.

gol de Maradona con la mano) y de Buenos Aires”, y que en Argentina “recogieron testimonios en el monumento a los Caídos en Malvinas, en plaza San Martín. Allí, un ex combatiente y una señora coincidieron en que no era un simple partido de fútbol”. Por otra parte, destaca que *Canal 13* mostró cómo vivió el partido otro ex combatiente, mientras Marcelo Araujo, su relator de partidos, dijo en varios momentos del encuentro: “A éstos me gustaría hacerles un gol sobre la hora”. Además, menciona que los sobreimpresos de *Crónica TV*, luego del partido, fueron: “Sorry”, “Hooligans, go home”, “Las Malvinas son argentinas”, “Vayan a cantarle a Gardel”, “No llores por mí, Inglaterra”, “Calentitos los panchos”, “Roa los mató”, “Fuera los ingleses de Malvinas”, y “Good bye”. Enfatiza, también, que el conductor Raúl Portal, en su programa “PNP” (*Canal 13*), dijo: “A los piratas, prrrr...”, haciendo un gesto con la mano derecha en la nariz y moviendo los dedos. Señala que en la mañana del partido, el diario *Crónica* había titulado en tapa “Echemos a los piratas”, mientras que el día anterior, el título era: “Hoy, ¿fútbol o guerra?”. La nota cuenta que el mismo día, el diario *Página 12* preparó una tapa especial a todo color con las banderas de ambos países (la portada habitualmente era blanco y negro) con una leyenda que decía “El país sólo piensa en el partido”. Y finalizó citando un fragmento de un mensaje que una señora oyente dejó en el contestador de *Radio Continental*, en la mañana del encuentro: “Los ingleses dicen que somos deshonestos por la mano de Maradona, pero ellos lo son más por habernos quitado las Malvinas”.¹⁰⁴

Ante tanto nacionalismo “cálido” (en palabras de Alabarces), *La Nación* –que no evitó caer en esa tentación, como vimos– quiso retornar a un análisis más racional, destacando a Mariano Grondona –una de las citas de autoridad que el diario ha utilizado en otras ocasiones para referirse a la relación entre el fútbol y la nación–,

¹⁰³ Caballero, Wilmar, “En Malvinas también se vivió el gran duelo”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 1º de julio de 1998, pág. 21.

¹⁰⁴ “Algo más que un partido de fútbol”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 1º de julio de 1998, pág. 30.

quien en esta oportunidad reflexionó acerca de la evolución histórica de las relaciones entre Inglaterra y Argentina –como países-, para llegar luego a la cuestión de la rivalidad futbolística que, según su visión, podía ser bien aprovechada por los argentinos para poder convencerse de que otros desafíos -más trascendentes- eran pasibles de ser superados:

Cada vez que Maradona o Roa nos dieron la victoria frente a los ingleses, también nos enviaron, aún sin saberlo, la señal que los argentinos estábamos esperando. Que somos capaces de superar el desafío inglés. Cuando no ya sólo el fútbol sino también las Malvinas giren hacia nosotros, ahora por las buenas, los argentinos entraremos en la historia universal. (Grondona, Mariano, “Fútbol e historia: el desafío inglés”. En *La Nación*, 5 de julio de 1998, pág. 21).

La utilización de la primera persona en esta nota se hace de manera directa y sin ambages. En otros momentos (en mundiales anteriores, como Italia ‘90), Grondona –en esta misma columna- se refería a los argentinos utilizando la tercera persona. Pero algo ha cambiado con el transcurso de los mundiales, y los diarios – particularmente *La Nación*- trataron de acercarse más al público que simpatiza con el fútbol incluyendo temas deportivos en ámbitos que no estaban reservados para ellos, apostando a las citas de autoridad para tratarlos en un primer momento (aunque después este mismo medio volvió a referirse a las implicancias del deporte sin respetar las citas de autoridad) y, sobre todo, modificando su forma de dirigirse al lector (apelación al plano emotivo y a la complicidad con él, a partir del uso del lenguaje).

Lo que queda tras Francia ‘98

El Campeonato Mundial de Francia, entonces, atesora como uno de sus ítems interesantes para el análisis del discurso deportivo de los medios gráficos el

tratamiento otorgado al partido entre el seleccionado argentino y el inglés. Si bien antes del encuentro se insistió sobre la necesidad de no mezclar las cuestiones políticas entre ambos países con la rivalidad futbolística –sobre todo en los dos periódicos analizados-, el resultado deportivo posterior (favorable al equipo argentino) desestimó dentro del mismo relato eso que antes se declamaba y no dejó de señalarse que se había ganado un partido “distinto”, un encuentro que para “la gente” es “algo más” que un choque deportivo.

Ante ese escenario, el propio equipo de fútbol no tuvo una centralidad en el discurso deportivo que lo hiciera merecedor de una representatividad nacional que en otros campeonatos sí se le otorgó. Ahora fue el público argentino –sobre todo el que viajó a Francia- el que capturó la mayor atención del discurso deportivo y fue él quien pareció erigirse en supuesto representante de *lo nacional* ante el mundo (cuando en otro momento lo fue el propio equipo de fútbol). ¿Por qué esta mutación? Una de las razones, como adelantamos al inicio del capítulo, podría ser la ausencia de un *héroe* individual –Maradona- capaz de cargar sobre sí mismo con esa representación, como lo señaló Conde. Y como el equipo, en su conjunto, no produjo demasiada identificación futbolística (la poca que logró ante el público fue gracias a que era al fin de cuentas el equipo “argentino”, más allá de las diferencias en cuanto al gusto acerca del juego, al desacuerdo con la conformación del plantel y al no menos importante rechazo que terminó produciendo la figura del entrenador, Daniel Passarella), el otro sujeto que podía funcionar -a los ojos del discurso deportivo- como objeto que representaba a la nación era “la gente” (la que lo vivió desde el país y la que concurrió a Francia, sobre todo), y su sentir ante el evento futbolístico. En un momento crítico para el elevado orgullo del “ser argentino”, y carentes de símbolos exitosos de representatividad ante el mundo, los simpatizantes que viajaron al campeonato –un porcentaje mínimo del total de argentinos- parecieron tomar el acontecimiento como un constante y celebratorio carnaval folklórico en el que lo que importaba era reafirmar su pertenencia a la nación. Al parecer, el Mundial de Francia, en ese contexto de crisis múltiples para el país, era una de las pocas oportunidades de

lanzar el último grito de supervivencia –en el ámbito simbólico- que podía ofrecer la Argentina como nación. Y alrededor de esta cuestión giró el relato deportivo de los medios gráficos.

En cuanto a las operaciones discursivas específicas de los medios aquí analizados, hay que decir que no se vieron modificaciones de importancia. En todo caso se continuó y profundizó con los elementos ya utilizados plenamente en EEUU '94, como la utilización de la primera persona (sobre todo a la hora de hablar de los simpatizantes argentinos en los estadios y ciudades francesas), la apelación a lo pasional (fundamentalmente, en ocasión del partido entre los seleccionados argentino e inglés) -apelación exacerbada, sobre todo, por *El Gráfico*-, y la inclusión de aisladas citas de autoridad (en *La Nación*). Decimos inclusión aislada de la citas de autoridad porque ya para este tiempo los medios parecen haber vuelto a analizar por sí mismos los temas colaterales del fútbol, concientes de que la competencia de medios como *Olé* no exigían tanto discurso de carácter divulgatorio como sí de esencia más emotiva, por lo que nada mejor que sus propios periodistas en vez de especialistas de otros ámbitos para referirse al deporte.

CAPÍTULO JAPÓN-COREA '02

Esta tesis no existiría de no mediar el Mundial de Japón-Corea 2002. La idea de hacer este análisis surgió a partir de un campeonato que encontró al seleccionado de fútbol erigido por el discurso deportivo de la mayoría de los medios de comunicación como tabla salvadora del orgullo nacional deshecho tras la crisis política, social y económica que hizo eclosión a finales de 2001 en Argentina.

2002 ha sido señalado como el año más crítico en cuanto a la historia económica del país. El desempleo subió hasta el 21,3% de la población activa, el PIB per cápita se redujo en un 30% (desde 1998), la pobreza alcanzó al 60% de la población y la deuda externa suponía el 114% del PBI.¹⁰⁵ Esto impactó, incluso, en el mercado editorial, ya que uno de los medios aquí analizados, *El Gráfico*, dejó de venderse semanalmente debido su baja tirada.

En ese contexto, en el que el valor simbólico de “lo argentino” cayó estrepitosamente, la selección nacional de fútbol fue a competir al Mundial de Japón-Corea como receptora de una esperanza deportiva que le otorgaba el cartel de máxima candidata a obtener el título debido a sus inmejorables antecedentes conseguidos en la etapa previa pero, para muchos habitantes y para el discurso deportivo que analizamos aquí, su participación también implicaba el anhelo de que -si el triunfo

¹⁰⁵ de Quirós, Lorenzo Bernaldo, “La pesadilla argentina”. En *elcato.org*, 2003.

deportivo se lograba- la nación misma y su gente tuviesen algún tipo de recompensa ante tanto desasosiego.

El discurso deportivo describía a un público argentino que buscaba mitigar su decepción y, en definitiva, que intentaba encontrar algún punto de apoyo para mantener, reafirmar o elevar el sentimiento de pertenencia a una nación cuya representatividad estaba notablemente escamoteada si se la pensaba desde el Estado, los gobiernos y sus clases dirigentes. Entonces, ese equipo de fútbol era, a priori, y mucho más que en otras oportunidades, una especie de tabla de salvación para el maltrecho orgullo del “ser argentino”.

Antes del inicio del certamen el discurso deportivo siguió un estricto derrotero que no se apartó –en ninguno de los tres medios analizados- de una línea que postulaba al equipo como la última esperanza argentina de obtener algún tipo de éxito ante ese contexto desfavorable.

Luego de la temprana eliminación, imprevisible desde todo punto de vista, ese mismo discurso mostró una diáspora de análisis y opiniones acerca de la cuestión planteada anteriormente. Mientras que para algunas posturas esa derrota fue simplemente un síntoma más de la decadencia nacional, tomando la situación como otro hecho más de las “desgracias” del país, otras voces prefirieron inmiscuirse en razones más profundas y menos “deportivistas” para tratar de explicar que sólo se había perdido en una competencia futbolística.

La metáfora del país

El día después de la eliminación del seleccionado argentino del Mundial –tras la caída ante Suecia- no hubo medio que no catalogara a la derrota, de manera más o menos directa, como una decepción popular que abarcaba a todo el país. Y *Clarín*, en ese contexto, apelando a una columna de opinión firmada por su periodista especializado en temas internacionales, Oscar Raúl Cardoso, intentó mostrar un análisis racional de la cuestión ante tanta prosa emotiva. La intención del diario fue

visible: al utilizar la nota como cita de autoridad pretendía elevar su análisis por encima de los que realizaron los periodistas deportivos. Incluso se despegaba del tratamiento que el mismo medio le había dispensado a la participación de la Selección en el campeonato (una doble operación que recurrentemente *Clarín* ofrece, la de cambiar –solapadamente o no- su postura según las circunstancias). En realidad, ése fue el único análisis que se pudo ver en este medio acerca del tema que aquí tratamos, o al menos fue una de las pocas notas encontradas que trataron de no quedarse en cuestiones “deportivistas” para tratar de entender en toda su dimensión el fenómeno provocado por la eliminación del seleccionado argentino.

Citando –en su comienzo- una frase del poeta japonés Kenji Miyazawa, quien recomienda no huir del dolor sino “abrazarlo y consumirlo como combustible para nuestro viaje”, la nota sostuvo:

Ahora que la última coartada argentina –la Selección- se disolvió, aquel lejano consejo literario de Miyazawa puede mutar aquí en sentido común, liso y llano, para una sociedad que da indicios de haber traspapelado hasta lo esencial: la razón que hace posible compartir un tiempo –el instante histórico- y un espacio geográfico, el país. Puede ser útil para escapar de la trampa de dos rostros que se insinúa desde el mismo instante en que, en la madrugada de ayer, se perdió el eco del último silbato en Miyagi: la desesperación colectiva por un final increíble aunque real y el precario refugio de la negación que se construye afirmando –ahora, no antes- que un resultado en el fútbol no es más que otro eslabón de una cadena hecha de infinito. El lugar donde se acumula la verdad debe estar en algún punto distante de estos dos extremos. Si los de Japón fueron apenas tres partidos más, no es menos cierto que, en términos culturales, el desenlace de este Mundial tiene un regusto a una metáfora cultural amarga sobre la sociedad argentina que es imposible de disimular. En esta otra dimensión los interrogantes posibles son muchos más que aquellos sobre el número de delanteros y la mezquindad de un estilo de juego que nada tuvo que ver con la tradición futbolística argentina o sobre

las inevitables sospechas conspirativas para con los árbitros y los rivales asignados. Las preguntas dejan de estar atadas a un par de botines y a una pelota y adquieren otra libertad. Por ejemplo: ¿Por qué puede aspirar a ser campeón mundial de cualquier disciplina un país que tiene sumida a la mitad de su población en la pobreza y el desempleo, a su sistema sanitario y educativo en crisis terminales, a un minúsculo diez por ciento de sus miembros acumulando el 80% de su riqueza y a sí misma, toda, atrapada en el desencanto que tiene rostro de ingobernabilidad? ¿Por qué un equipo, de fútbol en este caso, podría mostrar grados de eficiencia relativa superiores a los de una sociedad que lo prohijó? No había razón para esperarlo, ni siquiera cuando –como en esta Selección- 21 de sus 22 miembros sean hoy poco más que “argentinos virtuales” cobijados bajo otros cielos y el restante esté haciendo sus valijas en Japón no para volver al país, sino para refugiarse en Turquía (...) La Argentina adquiere el perfil de un mal relato, uno de esos libros que uno debió leer alguna vez –la bobería infantil de “Platero y yo” viene a la mente- y sólo pudo hacerlo deseando llegar a la última página. El problema es que ningún país es realmente un cuento y la decadencia suele ser infinita hasta el instante mismo en el que los hombres deciden –quizás ahora, quizás aquí- ponerle fin. (Cardoso, Oscar Raúl, “Gotas de sabiduría para volver al sentido común”. En *Clarín*, 13 de junio de 2002, pág. 27).

En estas palabras no se niega la trascendencia que tiene la selección de fútbol para el argentino medio, pero lo que sí se está cuestionando es que un equipo de fútbol se erigiera en el depositario de una ilusión que iba más allá de lo estrictamente deportivo, casi como un estandarte representativo de la nación. Se está cuestionando la idea de que una selección de fútbol –gracias a una supuesta victoria- pudiera opacar las miserias económicas, políticas y sociales del país al que pertenecía, o que pudiera mostrar algo diferente –o sea, algo exitoso- a lo que su país de origen ofrecía como realidad cotidiana. Y allí se estaba poniendo en duda, en definitiva, la legitimidad de que un equipo deportivo fuese representativo de una nación. Más aún, con el resultado definido, parecía inevitable decir –según la nota- que en un contexto

tan complicado para el país, sería ilógico que algo o alguien lograra elevarse de esa medianía y aspirara a triunfar en el mundo o a ser reconocido en él. La supuesta intención por parte del discurso deportivo de ensalzar esos ítems constituirían –a su juicio- “un mal relato” o, mejor dicho, harían que el mismo país fuese ese mal relato.

Hablar de un relato es reconocer su no correspondencia con el estado real de las cosas. Y por eso es que el mismo diario postuló este análisis como un “volver al sentido común”, como la posibilidad de situar el fenómeno donde correspondía, es decir, alejado del “traspapelamiento de lo esencial”, como Cardoso lo definió. De esta manera, desde el mismo medio se deja a la vista la contradicción que es casi inherente al discurso deportivo cuando se refiere al seleccionado nacional de fútbol, esa que por momentos ensalza al seleccionado de fútbol casi como un estandarte de la patria y luego termina desdiciéndose ante las circunstancias.

La postura de Cardoso queda presa de la (mecánica) idea de que el deporte refleja la sociedad de un país, o al país mismo, al plantear como idea central la de “cómo la Selección podría tener éxito si el país es un fracaso”. Por lo tanto, se contradice a sí mismo, porque si en principio intenta mostrar que el seleccionado no representa a la nación, pero luego sostiene que no podría representarla si fuese exitosa ya que la nación no lo es, parece ser –siguiendo su razonamiento- que el hecho de haber fracasado el equipo (a nivel deportivo) se correspondía con la debacle del país, por lo que ambos terminan ligados y, finalmente, el equipo sí entonces representaría a su sociedad.

Tomás Abraham (desde su posición de intelectual, que el medio utiliza como voz autorizada) hace mención a esta idea, extendida en muchos medios, de que la caída del equipo se podía entender como una representación de lo que era el país en ese momento. Y reflexiona entonces (y a otro nivel, ya que analiza allí el discurso de los medios, no siendo parte de él) en un sentido que termina desnudando esa mecanicidad del análisis que hizo *Clarín*: “No me parece que haya una relación, son cosas totalmente distintas. Que nos haya ido mal en el Mundial no tiene nada que ver con la situación nacional. Que haya 20 millones de pobres no se mezcla en el mismo

recipiente con que nos haya ido mal con Inglaterra”, refiriéndose a la prematura eliminación del seleccionado argentino y a la derrota frente al equipo inglés en la primera ronda del Mundial.¹⁰⁶

Fue, entonces, llamativo el hecho de que, previamente al torneo, los medios analizados hicieran mención –en mayor o menor medida– a la Selección como representante del país, al postular la “ilusión” que generaba en el público su participación en el Mundial y la probabilidad de su éxito (que, de concretarse, ensalzaría las virtudes del propio país), pero cuando la derrota se hizo presente aparecieron voces que sostuvieron que ese equipo, en realidad, no reflejaba a su sociedad ni la representaba, y que sus resultados sólo tenían que ver con una actuación deportiva. No era eso lo que se afirmó antes de comenzado cada campeonato.

La otra nota capital para iniciar el recorrido por este Mundial es una que publicó *La Nación* dos días después de la eliminación del equipo:

No hubo fiesta. El empate con Suecia no sólo nos arrojó fuera del Mundial: también nos dejó sin motivo para salir a derramar nuestra alegría, como otras veces, por las calles y las plazas de Buenos Aires (...) Se perdió una competencia deportiva. Sólo eso. Se equivocan quienes suponen que en Japón estaba en juego –para nuestro país– algo más. Es cierto que en una cancha de fútbol se miden capacidades técnicas y habilidades físicas. Y es verdad que nadie deja de experimentar algún pesar cuando sus representantes son superados en esos campos. Pero comprometer el orgullo nacional en esas lides constituiría, sin duda, un irracional exceso (...) Sin demasiado esfuerzo, acuden a la memoria otros mundiales de fútbol en los cuales el prestigio argentino sufrió más de la cuenta. Por ejemplo, el de 1994

¹⁰⁶ Abraham, Tomás, “El Mundial sólo sumó otra pena”. Entrevista de Cristina Noble, en *La Nación*, Suplemento “Enfoques”, 23 de junio de 2002, pág. 4.

en los Estados Unidos, donde no faltaron episodios desdorosos, que involucraron al más famoso de nuestros futbolistas y que, tal vez por eso mismo, alcanzaron una resonancia con ribetes de escándalo, que en nada benefició a nuestro país. El seleccionado que compitió en Japón no se vio envuelto ni por asomo en situaciones que pudieran haber dañado en lo más mínimo el decoro de la casaca albiceleste (...) La Argentina es un país que pierde con excesiva frecuencia. Pierde cuando fracasa su economía, cuando crece la corrupción en las esferas del Estado, cuando aumentan el hambre y el desempleo, cuando la delincuencia se adueña de las calles, cuando grupos de piqueteros cortan desaprensivamente las rutas y ocasionan un fraccionamiento inaceptable del territorio nacional, cuando la violencia sustituye al diálogo, cuando la política se deja ganar por el clientelismo prebendario y le vuelve la espalda a su genuina voluntad de servir al interés público y al bien común. Más que perder o ganar, importa en qué terreno se dirimen las luchas y qué objetivos se persiguen. Ayer perdimos en el orden deportivo y nadie puede desconocer el impacto negativo de esa derrota en un cuerpo social que ha vivido las incidencias del Mundial paso a paso y con creciente apasionamiento (...) En un Mundial de fútbol se gana o se pierde de muchas maneras. Se gana o se pierde de la manera clásica, sumando resultados positivos que le permitan a un equipo alcanzar, al final, el ansiado trofeo. Pero también se gana o se pierde por la fidelidad a determinados principios, en los que está comprometida la ética del deporte y, más aún, la ética de una comunidad nacional, representada por los hombres que defienden sus colores y su prestigio en los campos de juego. Los argentinos lamentamos la eliminación del equipo que nos representó en el Mundial de Japón y Corea del Sur. Pero no bajamos los brazos ni sobredimensionamos la importancia de un revés deportivo. Sabemos que otras batallas más importantes no están esperando... (de Vedia, Bartolomé, "No hubo fiesta, pero igual celebramos". En *La Nación*, 13 de junio de 2002, pág. 18).

El artículo trata de desmentir la idea de que la participación del seleccionado en el Mundial significaba algo más que una cuestión deportiva. Por más que se utiliza

la primera persona –un recurso para interpelar al lector- la estrategia es no apelar a una complicidad total con su público. Es decir, la complicidad estaría dada al hablarle desde un tono de igualdad (“el empate con Suecia no sólo nos arrojó fuera del Mundial: también nos dejó...”), pero no va más allá de eso. Porque quizás podía esperarse un tono más emotivo y pasional para hablar del fracaso del equipo -hasta extrapolarlo a las desdichas nacionales- para captar la coincidencia del lector, que seguramente podría admitir este último pensamiento. Pero el tipo de público que lee *La Nación* quizás exige otro punto de vista para analizar el tema. Y por eso el diario apostó por no dramatizar la caída deportiva y puntualizar en que “otras batallas más importantes no están esperando”.

Sin embargo, y en coincidencia con la nota citada de *Clarín*, se admite que el equipo nacional, durante este Mundial, cargó sobre sus espaldas con una responsabilidad que en otras ocasiones no tuvo. Responsabilidad que suponía la de ser el receptor de esperanzas de una figuración internacional exitosa del país en medio de la debacle política, social y económica que vivían sus ciudadanos. Entonces, para un discurso deportivo que elevó a la Selección hasta ese nivel, su fracaso deportivo se terminó entendiendo como una muestra –más o menos indirecta- de lo que ocurría en otros ámbitos del país.

Hay que hacer aquí una diferencia entre ambos medios, sin embargo. Porque lo que se lee en las páginas de *La Nación* es bastante aséptico en cuanto a relacionar el fútbol con la patria. Es más, en ningún momento –ni en su textualidad ni en las interpretaciones que pueda dar a lugar- la nota intentó significar que la participación del seleccionado de fútbol en el Mundial suponía alguna otra connotación. En lo que planteaba *Clarín*, como vimos, se termina reconociendo –a pesar de que en su literalidad no se vea tan fácilmente- que la derrota del equipo de fútbol podía ser congruente con el estado del país.

Por lo tanto, las diferencias entre lo que postulan ambos artículos es, en el fondo, también una muestra de las disimilitudes entre ambos medios. *La Nación* jamás podría plantear –al menos de manera visiblemente directa- que la selección de

fútbol es la patria misma. Interpretar el discurso de *Clarín* es, muchas veces, ser testigo de una representación opuesta, que efectivamente considera al equipo nacional de fútbol como estandarte del país (más allá de varios artículos en los que el mismo diario se proclama contrario a esa idea).

Lo analizado hasta aquí acerca del discurso de este último diario sirve, en definitiva, para resumir la constatación de las evidentes y repetidas contradicciones de gran parte de la prensa deportiva argentina que, mientras por un lado intenta despojar a lo deportivo de alguna connotación ulterior, por otro –en los momentos previos y durante el desarrollo de ese tipo de campeonatos- ofrecen una cobertura cuyo discurso muestra un cariz netamente nacionalista.

Contradicciones mundiales

¿Por qué es tan especial este campeonato para el discurso deportivo analizado? El título de la tapa de *La Nación* tras el victorioso debut del seleccionado frente a Nigeria, puede ser una respuesta que grafica y sintetiza con claridad el interrogante: “Primer festejo de todo el país después de 6 meses”, decía en su portada, mientras que la bajada sostenía que “el triunfo del seleccionado de fútbol dio a los argentinos un motivo de alegría; el grito por el gol de Batistuta unió a quienes en los últimos tiempos sólo ganaban la calle para protestar”. Un día antes, el título principal de la tapa había sido “Todo el país detrás del Mundial”. Esto decía *La Nación*, justamente el diario que, como vimos en la nota de de Vedia citada más arriba, sostuvo –tras la eliminación- que sólo se había perdido en una competencia deportiva.

Este era el tono del discurso deportivo de los medios gráficos durante la etapa previa y durante el desarrollo de este Mundial (obviamente, mientras el equipo nacional no estuviera eliminado). Aquí no pueden inferirse interpretaciones indirectas de lo que se declamaba. El mensaje era explícito y directo: las alegrías (futbolísticas) que otorgara la selección argentina para su pueblo obrarían como bálsamo ante tanta penuria. Pero lo que sorprendía, además, era que *La Nación* tomara para sí este

mensaje. Ningún pensamiento semejante a éste puede rastrearse en la cobertura del mismo diario en los mundiales de México, Italia o Estados Unidos. El cambio en el enfoque de estos temas, ya detectado durante el Campeonato de Francia, se expresaba con mayor claridad en su cobertura de Corea-Japón 2002.

Así es como se expresó *La Nación*, entonces, tras el triunfo ante Nigeria:

Después de casi seis meses de ruido atronador de cacerolas, en el Obelisco, ayer volvió la alegría del triunfo. No después, sino precisamente en medio de una de las peores crisis de la Argentina, la victoria del seleccionado nacional de fútbol frente a Nigeria por uno a cero despertó del sinsabor a miles de argentinos semidormidos (...) Serán varias semanas de recreo, de embriaguez futbolera, que darán a las gargantas la oportunidad de poner proa a tanto grito contenido, a tanta angustia sin canalizar... (“Estalló la alegría en Buenos Aires”. En *La Nación*, 3 de junio de 2002, pág. 18).

En ningún momento, antes, *La Nación* se había referido a una victoria deportiva de esta forma. Ni siquiera cuando Argentina ganó el título en México ‘86. Jamás se había expresado con términos como “semanas de recreo” o “embriaguez futbolera” (más allá de utilizar palabras que denotan el carácter efímero de ese estado supuestamente feliz). El hacer mención –entre otras- a “tanta angustia sin canalizar”, además, es una clara estrategia para intentar situarse en un plano de igualdad con una gran parte de la gente, que se identificaría rápidamente con ese sentir.

Clarín, por su parte, no se apartó de ese camino tampoco en esta ocasión, por lo que mantuvo este relato que intenta continuamente apelar a lo emotivo en todos los mundiales analizados. El 1º de junio, en su tapa colocó como título principal “Arranca el sueño argentino”, mientras que en el suplemento “Mundial” encabezó su portada con el título “¡Vamos!”; en su desarrollo decía que “...habrá que trasnochar en la Argentina para palpar esa sonrisa que puede ofrecer el fútbol entre tanto

desconsuelo”.¹⁰⁷ Como se ve, la idea es la misma que en *La Nación*: éste hablaba de “poner proa a tanto grito contenido”; *Clarín*, de “palpitar esa sonrisa ante tanto desconsuelo”.

En otra nota de la misma edición de este último diario, explicó la significación de este evento futbolístico -y de la participación del equipo en él- dentro del contexto del país:

Todos estos jugadores saben que además de su suerte personal representan a un país futbolero, que padece como nunca, y que espera frente al televisor que desde muy lejos le llegue aunque sea una dosis mínima de alegría. Que no alcanzará para comenzar tanta malaria, pero que podría instalar al menos una sonrisa en tantas bocas llenas de desesperanza. (Vicente, Miguel Angel, “Jugar, la mejor receta contra el miedo”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 1º de junio de 2002, pág. 11).

Por más que algunas voces se hayan alzado para tratar de situar el tema en un plano menos emotivo y más racional (como lo pretendió hacer Cardoso), a la postre todos los medios analizados terminaron inmersos en una narrativa nacionalista que barrió –no por *chauvinismo* pero sí por la significación que se le daba a un hipotético triunfo del equipo- con todo lo conocido anteriormente en este aspecto. Veremos, por ejemplo, lo ocurrido con *La Nación*, que antes del inicio del Mundial se mostraba partidario de sosegar el tenor del discurso deportivo:

Eso sí: que este acontecimiento deportivo se haya transformado definitivamente en un fenómeno social no implica que sirva como solución para otras cuestiones. Porque junto con el cartel o el peso del favoritismo, este plantel carga con otra marca: ser la contracara de un país devastado, la última alternativa de alegría en medio de un mar de

¹⁰⁷ Pagani, Horacio, “Argentina sale a dar el primer paso frente a los nigerianos”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 1º de junio de 2002, pág. 4.

tristeza. Les han preguntado a los integrantes de este plantel, sobre todo periodistas extranjeros, una y otra vez sobre el mismo tema. La respuesta de ellos también ha sido recurrente, y no hay más chance que coincidir; nada que tenga que ver con cosas infinitamente más profundas salvará al país: ni siquiera que, efectivamente, éste sea el Mundial de la Argentina. (Arcucci, Daniel, “La Argentina ya ganó”. En *La Nación*, Suplemento Mundial, 31 de mayo de 2002, pág. 3).

Pero hay que analizar en su totalidad lo ocurrido en el campeonato para entender y apreciar las contradicciones en las que incurrió el discurso deportivo, aún en un mismo medio. Así, dos días después de aquellas palabras, y tras la victoria del seleccionado argentino ante Nigeria, otra nota –casualmente, del mismo periodista– no dudó en “dejarse llevar” por el discurso nacionalista que destacaba la identificación que el equipo había logrado en la población: “...las imágenes (...) hablan de un sentimiento y de una sensación: de una punta a la otra del mundo se transmite una identificación –se habla del equipo y de la gente– que hace mucho tiempo no se daba. Y vale la pena dejarse llevar por ellos”.¹⁰⁸

La contradicción, que como siempre se repite en el discurso deportivo que venimos analizando, se cifraba en que primero se intentaba desligar a la participación del equipo en el Mundial de cualquier connotación que no fuese la estrictamente futbolística, pero luego, al destacar la identificación que el seleccionado había logrado en la población –que incluso llevó al periodista a decir que “vale la pena dejarse llevar” por ella– el discurso sí estaba asumiendo una ligazón entre lo deportivo y la realidad que vivía el país, porque esa identificación se basaba en que el simpatizante podía ver en el equipo un legítimo representante de la nación que –en caso de conseguir el título– la elevaría a los primeros planos del mundo y, de esa manera, aumentaría su consideración (notoriamente devaluada en ese momento) ante los demás. Utilizar la palabra “identificación” para referirse al vínculo entre el equipo

¹⁰⁸ Arcucci, Daniel, “Un domingo distinto”. En *La Nación*, Suplemento Mundial, 3 de junio de 2002, pág. 5.

de fútbol y los habitantes del país nos habla de una posición explícita tomada por el medio, algo que no se manifestó en los mundiales anteriores. Si bien los contextos eran distintos –y quizás haya sido eso una de las principales causas de ese viraje- lo destacable aquí era que en este diario se asumía una situación que el discurso nacionalista –esa construcción imaginaria a la que *La Nación* antes trató de resistirse- siempre trató de hacer ver como de hecho, como algo dado y establecido.

Por eso es que este diario hablaba acerca de que para los jugadores del seleccionado “...no debe ser sencillo cargar con la fama, es verdad, pero también lleva el redentorio valor de regalarle alegría a la gente. Y este plantel lo entendió. Son embajadores políticamente correctos (...) Jamás se hicieron los distraídos con la situación crítica que se vive en la Argentina. Donde están sus orígenes y su gente...”.¹⁰⁹

Una hermandad más fuerte que nunca

Esta identificación entre el seleccionado y la población que destacaba *La Nación* posibilitaba, además, otra simbiosis: la supuesta hermandad que generaba entre la gente. A pesar de las diferencias de clase, de preferencias y de pensamientos que supone por definición todo país, la participación del equipo de fútbol en el Mundial subsumía (imaginariamente) esas disimilitudes, al menos durante esos momentos, y así el discurso deportivo pugnaba por imponer en el plano de lo real, de lo fáctico, algo que pura y exclusivamente pertenece al ámbito de lo simbólico. En definitiva, una vez terminada la actuación argentina en el certamen unos volverían a cortar rutas o calles por sus demandas sociales y laborales mientras que otros se fastidiarían, desde arriba de sus autos, por no poder llegar a tiempo a su trabajo, por ejemplo. Así fue que *La Nación* se sumó al relato deportivo que enfatizaba una épica

¹⁰⁹ Grosso, Cristian, “Los embajadores”. En *La Nación*, Suplemento Mundial, 29 de mayo de 2002, pág. 6.

nacionalista a todo lo que tuviese que ver con el seleccionado y su repercusión en los argentinos durante este Mundial:

El grito se escuchó en cada calle. Fue apenas un monosílabo repetido por millones de voces. Fue un gol y nada más. Fue un ahorrista y el banquero; fue el político y el piquetero; fue el empresario y el desocupado, fue el que cobra en pesos y el que cobra en bonos. Fue la primera vez en mucho tiempo para una Argentina contenta y encolumnada detrás de un proyecto, de una esperanza. Fue una distracción se diría en otro momento. Fue realmente importante, se afirma ahora. Una nación no es un encierro fronterizo, sino la suma de utopías alimentadas cada día. Mientras exista una al menos no hay disolución posible. Que sea el fútbol en estos días difíciles. ¿Por qué no? Es un reposo necesario en la crisis, una descarga que no rompe cajeros automáticos, un instante de felicidad. Es el banquito que el presidente Eduardo Duhalde dice que le sacan para dejarlo solo en la pelea trascendente. En la madrugada del domingo todos estaban en el mismo rincón (...) ¿Cuándo fue la última vez que los argentinos se reunieron por algo que no sea un reclamo o un llanto colectivo? No se recuerda. ¿Qué sensación se expandió durante unas horas? La confianza, justo el principal déficit anímico en la Argentina con cuentas quebradas. Se recuerdan conversaciones con Ricardo López Murphy, su diagnóstico sobre la urgencia de provocar un shock de confianza para afrontar la gravedad de la situación. Obviamente se refiere a circunstancias de un peso superior a un partido de fútbol. Pero pueden igualarse los temas en la forma de generar ese clic espiritual que cambie la sensación de derrota afianzada en la Argentina (...) Aquí están nuestros globalizados futbolistas, con la mejor balanza comercial argentina, ofreciendo sin proponérselo una ilusión sustentable, un objetivo posible de alcanzar, un por qué levantarse con un tema de conversación que no duela. El Mundial es un fenómeno que escapa a veintidós hombres en pantalones cortos corriendo con una pelota (...) Con esto se dice que entre gol y gol cada pueblo deja ver chispazos de su verdadero interior. (Gallo, Daniel,

“Confianza”. En *La Nación*, Suplemento Mundial, 3 de junio de 2002, pág. 24).

Aquí, entonces, hay una idea central: el fútbol, o la participación del seleccionado en un Mundial, podían suplantar a varios aspectos trascendentes y básicos de un país. Tanto como para catalogar a lo que se generaba en la población como una expresión de la “utopía de nación”. Pero como una utopía no tiene existencia real, el discurso deportivo postulaba aquí una idealización. Y no se puede, entonces, reponer *lo nacional* de manera imaginaria. Sí el fútbol puede mostrar ciertas características de la sociedad en la que se inscribe (“chispazos de su verdadero interior”, dice la nota), sí puede generar –a otra escala- un “clic espiritual”, pero (y la nota misma lo admitía) eso es, en definitiva, “un reposo ante la crisis”. Un reposo no construye, sólo atempera una situación o ánimo de manera momentánea. La reposición de *lo nacional* se juega en otros ámbitos. Y el discurso deportivo –tal vez sin quererlo- muchas veces termina aceptando su déficit, no porque lo crea concientemente así, sino porque su propia carencia de fundamentos sólidos –contra lo fáctico nada puede hacer- es lo que posibilita ese derrumbe de lo imaginario ante la realidad.

Esta nota, sin embargo, es central para este análisis. Aquí se expresó de manera directa y extensa todo lo que para el discurso deportivo de los medios gráficos aquí estudiados parecía significar la presencia y la actuación del seleccionado nacional en el Mundial de 2002. Aquí no había que hacer inferencias ni buscar significaciones subyacentes. No había estrategias discursivas que descifrar. En la superficie se asistía a una manifestación cabal de la valoración del seleccionado nacional de fútbol como estandarte de la nación y como último refugio con posibilidad de ser exitoso ante el fracaso político, social y económico del país.

Los protagonistas del juego, por su parte, lo entendían de una manera similar. Antes del comienzo del campeonato, en una entrevista con *El Gráfico*, el jugador Juan Sebastián Verón se hacía cargo de la supuesta responsabilidad ante su pueblo que el equipo nacional tenía por delante:

- *¿Qué el país esté como está es una motivación extra para ustedes?*
- Sí. Personalmente lo siento así. Quiero darle una alegría a la gente, aunque dure dos o tres días. Ojalá se pueda. Sabemos que van a estar muy pendientes de nosotros.
- *¿Y qué le dirías a cada uno de ellos?*
- Que sepan que no los vamos a decepcionar, pase lo que pase (...) Sabemos que tenemos la gran oportunidad de quedar en la historia y vamos a tratar de hacerlo. Por nosotros y por la gente. (Verón, Juan Sebastián, “Quiero cerrar una herida que está abierta”. Entrevista de Elías Perugino y Diego Borinsky, en *El Gráfico*, 3 de mayo de 2002, págs. 18 a 26).

La expresión de la nacionalidad en Japón-Corea

En otro orden, que corresponde a otro de los puntos de análisis de este trabajo, hay que decir que si el Mundial de Francia significó en la cobertura periodística una celebratoria muestra de *lo nacional* a través de los simpatizantes argentinos en los estadios y ciudades de ese país, eso no ocurrió en la misma medida en Japón-Corea '02. Además de que la cantidad de hinchas que viajaron a Oriente fue holgadamente menor –un reflejo inevitable de la crisis económica que azotaba al país–, el discurso deportivo de los medios gráficos no se centró en ellos más que en ocasiones aisladas. Las razones de esto quizás no sólo fueron de índole estadística. En primer lugar, los medios pudieron haberse planteado si alguien que pudiera costearse el viaje hacia Asia en ese momento podía ser visto por el discurso como fiel representante de una nación en ruinas.

Así, el relato se interesó en ellos únicamente como aislados vehículos de expresión ante el mundo del “amor” por la Argentina (país). Si en Francia '98 la crisis aún no había estallado -aunque ya se perfilaba- y los simpatizantes aprovecharon la ocasión para expresar con alegría el orgullo nacional, el Mundial de

2002, con la eclosión de la crisis ya manifestada, sólo permitió ver algún tipo de dramática, emocional y prácticamente desligada de felicidad muestra de que –a pesar de todas las desdichas- había algo que no se había quebrado: el sentimiento por la nación. Quizás no ya un sentimiento medianamente pasional de afirmación de la pertenencia a la Argentina, como se vio en Francia, sino ya como un grito, casi irracional, dirigido a nadie en particular, sin explicitar razones –quizás no hacían falta-, que delataba un estado de sufrimiento generalizado en la población, y que debía ser –al menos- expresado públicamente.

Así, una nota de *Clarín* –el medio que más se interesó por mostrar el color del público- ejemplificó con amplitud esto. En ocasión del partido de la primera ronda frente a Nigeria, el diario destacó la presencia de simpatizantes argentinos en el estadio y enfatizó que las “...camisetas de Boca, de River, de Maradona testimoniaron la presencia argentina en Japón”, mientras que sostuvo en su bajada: “Entre argentinos y japoneses, que se hicieron también argentinos, coparon el estadio en Ibaraki. Banderas y el sentimiento celeste y blanco fueron más que el verde nigeriano”. El desarrollo de la nota, sin embargo, ofrece lo más rico para este análisis:

Esa bandera conmovió de verdad: “Argentina, un sentimiento sin devaluar”. Y no hubo forma de evitar una emoción de las fuertes, de las grandes, una de éstas que se movilizan por todo el cuerpo y que no se olvidarán por mucho tiempo (...) Jugó Argentina y aquí en Japón el sentimiento se hizo enorme, gigantesco. Porque el seleccionado siempre despierta emociones, pero esta vez estuvieron multiplicadas por todas las desventuras que sufre el país. Y resultó muy fuerte, entonces, toda la pasión que entregaron los hinchas. Que no sólo parecieron alentar a la Selección, sino también a una nación en crisis (...) El marco, entonces, resultará inolvidable por mucho tiempo. Fue imposible ser argentino y no sentir que *la piel se pusiera de gallina*. Los corazones latieron más que nunca. (Ronzano, Gustavo, “Con pasión y emoción albicelestes en el estadio”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 2 de junio de 2002, pág. 10).

Que los hinchas no sólo alentaban a la Selección “sino también a una nación en crisis” es toda una definición para entender el tenor del discurso del medio (y de gran parte de la prensa deportiva). No había aquí ni la más mínima intención de esbozar una disociación entre una competencia deportiva y la realidad del país. El lugar desde donde enuncia el periodista es el mismo que el de un simpatizante argentino (“fue imposible ser argentino y no sentir que *la piel se pusiera de gallina*”), porque se muestra emocionado tanto como él. Es decir, aquí ya no se intentaba conmover al lector desde las palabras. Ahora la propia emoción del periodista era la forma de, a su vez, conmover al lector. Esta quizás ya no sea una estrategia discursiva y quizás se trate de una sobrerrepresentación de la emoción, a la que nunca antes se había asistido en los medios gráficos. Si el simpatizante argentino podía sentir a la selección de fútbol como su representante ante el mundo –más aún en un contexto tan crítico para el país-, era indudable que el discurso deportivo del medio así lo aceptaba. Y lo asumía.

Además, hay en esa nota otro ítem central para entender la cuestión. Para este discurso deportivo, Argentina es algo más que un país con su respectivo ordenamiento real. Es más que una entidad imaginaria. Es “un sentimiento” (aquí hay una apelación a la complicidad con el hincha de fútbol, que constantemente utiliza ese término para referirse a lo que significa la camiseta de su club o de la selección nacional). El “sentimiento” es, muchas veces, para el discurso deportivo lo último que queda vivo en el pueblo ante un contexto como el que vivía el país en ese momento. Si bien el sentimiento no puede definir las cuestiones fácticas que permiten la existencia de un país, para este discurso, pensarlo desde el ámbito simbólico funcionaba allí como una forma de reposición de esa inexistencia.

El choque ante Inglaterra: una significación distinta

El nuevo enfrentamiento entre los seleccionados argentino e inglés fue, otra vez, centro de atención del discurso deportivo (y parte fundamental para entender sus

operaciones). Según lo que se desprende de su análisis, no había ninguna necesidad previa de obtención de un éxito para sostener o reafirmar *lo nacional* ante la crisis. Es decir, en este partido no se jugaba esa reposición. Lo importante era vencer a los ingleses. Por los antecedentes históricos que tiene este encuentro (más el agregado que algunos le han otorgado a partir de los acontecimientos político-militares ocurridos entre ambos países) se mencionaba la necesidad de una victoria, porque la rivalidad de por sí existente en este encuentro exime al discurso deportivo de plantear la cuestión de la reafirmación de *lo nacional*.

Por eso, enfrentar a Inglaterra no era un pretexto para unir más a los argentinos en este Mundial. Simplemente, porque ante este país –o ante el equipo de fútbol de este país, mejor dicho- no se jugaba la reposición de la fragmentación nacional. Es como si el país no pudiese darse el lujo de mostrarse desmembrado ante uno de sus máximos “enemigos”. El orgullo nacional no podía permitirse la necesidad de enfrentar justo a Inglaterra para la consecución de algo que faltaba. Porque ante una derrota (deportiva) no habría argumentos para sostener esa idea de obturar esa imposibilidad de unión. Esto quiere decir, entonces, que el partido ante el equipo inglés tenía su interés únicamente por la posibilidad de vencerlo (y ya no solamente en una cancha de fútbol, sino también -para muchos- ganarle al país mismo). Es así que el discurso deportivo no puso en juego –en este partido- ningún atisbo de necesidad de victoria para recuperar lo perdido. No ante Inglaterra. En ese momento, el discurso deportivo parecía no poder soportar esa necesidad, por el temor a una caída.

Por eso, en esta ocasión, el tratamiento periodístico de los medios escritos analizados aquí estuvo más que nada impregnado del tono apocalíptico con que se consideró la participación de la selección argentina en todo el Mundial (cualquiera que fuese el rival que tuviera enfrente), por lo que la rivalidad entre ambos equipos – y entre las dos naciones- no fue enfatizada tanto como sí se hizo con la crisis que sufría el país. Antes del partido, no obstante, algunos no se privaron de enfatizar un relato nacionalista a caballo de la rivalidad deportiva:

Con la autoridad de haber hecho del Liverpool uno de los equipos con más mística y románticos a principios de la década del 70, el director técnico Bill Shankly, un profeta del vestuario, dio una sentencia que en su supuesta contradicción encierra una profunda verdad: “El fútbol no es una cuestión de vida o muerte, sino algo mucho más importante”. Un epitafio que le calza como un guante a todo choque entre la Argentina e Inglaterra. (Mauri, Claudio, “Llegó el día”. En *La Nación*, Suplemento Mundial, 7 de junio de 2002, pág. 2).

Este anuncio del partido no admite segundas interpretaciones acerca de la significación que se le otorgaba. Todas ellas pueden inferirse directamente. Sí sorprende que fuese *La Nación*, precisamente, quien se refería a un encuentro de fútbol en estos términos. Ni en ocasión del enfrentamiento del Mundial de 1986 (a sólo 4 años del conflicto bélico en las Islas Malvinas), el diario trató el tema de esta manera. La cita de autoridad que presenta la nota no sería tal si el propio diario no hubiese extendido su significado precisamente al partido entre los seleccionados argentino e inglés.

Clarín, sin embargo, -y siguiendo la línea que mostró en Francia '98 antes del partido entre ambas selecciones- intentó mostrar un enfoque diferente antes de ese encuentro, que ya se anticipaba en la bajada de la nota: “Argentina e Inglaterra jugarán mañana un duelo que suele habilitar las confusiones. Cualquiera que sienta que el fútbol es algo así como una patria, sabe que lo único que está en juego es, apenas y nada menos, lo de siempre, lo esencial, un partido”. La nota continuaba diciendo:

De verdad que el fútbol es como una patria, pero una patria que se aprende a querer a pelotazos. Una patria con todo o casi todo porque sella una cédula de identidad en los afectos (...) De verdad, bien de verdad, es una patria que hasta ofrece sus propios documentos porque tiene cantos que suenan como himnos, porque implica una bandera en la memoria, por que es -cada vez, todas las veces- un pasaporte al

fervor, al sufrimiento y también a la alegría. De verdad que el fútbol es como una patria porque millones no serían quienes son si no existiera. Pero esa patria de muchos se mezcla a veces con otros sentimientos patrióticos que son nacionales y más clásicos. Es el momento en que se enredan confusiones y hay la ficción de que un país halla la luz o encuentra sombras si una pelota se arrima o se aleja de los arcos. Es el momento en que hay discursos de ocasión, y oportunistas que cabalgan en mentiras, y tierra fértil para hacer creer que una nación se puede inflar o desinflar como una pelota. Y que esa nación pone en juego en un partido sus conflictos, sus distancias o sus broncas con un rival que debiera solamente ser rival (así sea el más rival de todos) porque apunta sus esfuerzos hacia el lado contrario de la cancha. Argentina-Inglaterra es un partido entre los partidos y un partido que, a la vez, suele habilitar las confusiones (...) En más de un caso, se ha pretendido ubicar entre esas emociones a los antagonismos políticos que pusieron en confrontación a ambos países, en particular durante la guerra de Malvinas (...) El fútbol, esa patria de pasiones, puede darle sonrisa a un país y frustración al otro. Pero ni en esa vez ni en ninguna lo que estuvo en confrontación fue la supremacía, el imperio o la revancha de un país sobre otro. Lo único en disputa era y debe ser – enorme y mínimo, complejo y elemental- un juego. Porque una cosa es que el fútbol, y la selección que lo representa, sean una pasión nacional y otra cosa es la exaltación absurda del nacionalismo deportivo. (Scher, Ariel, “Fútbol, nada más”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Deportivo”, 6 de junio de 2002, pág. 3).

Si bien la nota menciona constantemente a la *patria*, esa explicitación no significa la inmediata asociación con la nación. El fútbol es una patria, pero a otra escala, según su opinión. No puede ser el fútbol algo así como la “tierra natal o adoptiva ordenada como nación, a la que se siente ligado el ser humano”, tal la definición formal de “patria” en el diccionario de la lengua castellana. Sí se reconoce que las identificaciones que produce este deporte pueden asemejarse a la identidad que genera la nación ante su gente, se utilizan todos los elementos nacionales caros al

sentimiento de la gente, se los incluye en su recorrido, se los admite como inevitablemente presentes, pero nunca se sostiene que la identificación con la selección de fútbol debe conllevar la identificación con la patria misma. Pero, como hemos sostenido hasta aquí, esta nota sería identificatoria de la posición del medio sobre este tema de no ser por el resto de su cobertura del partido, que como veremos, terminó desmintiendo la inicial postura.

Por empezar, los propios protagonistas del juego consideraron que ellos le debían algo a su pueblo, a su patria. Y ganarle a Inglaterra podría obrar como ofrenda a la gente. El discurso deportivo de los medios se encargó de destacar esto. Sabido es que el público argentino más enfervorizado por este deporte sigue con atención las declaraciones de los jugadores de la Selección (y el contexto del país quizás ayudaba para que se expandieran esos pensamientos, ya que los futbolistas del equipo eran considerados en ese momento como el único ejemplo “exitoso” de algo que tuviera que ver con la Argentina en el mundo). Dos días antes del partido, en *La Nación* apareció una nota despachada por la agencia de noticias italiana ANSA, en la que se citaban declaraciones del arquero del seleccionado argentino Pablo Cavallero:

Los hechos de profundo dolor difícilmente resultarán de fácil olvido. Y cíclicamente aparecen en situaciones inesperadas o de escasa conexión. Quizás por eso, en ciertas oportunidades, acontecimientos políticos o bélicos resurgen a partir de un hecho deportivo. Algo de esto se da ante cada partido de la Argentina e Inglaterra con respecto a la Guerra de Malvinas. En este caso fue el arquero del seleccionado argentino, Pablo Cavallero, el que hizo referencia a la contienda bélica de comienzos de la década del '80: “Ante Inglaterra es un partido que todo argentino desea jugar, en especial aquellos que perdieron amigos y parientes en las islas en 1982 (...) Quizás no deberían mezclarse ambas cosas, pero resulta realmente difícil no hacerlo y abstraerse del problema”, agregó Cavallero... (“El partido que todos quieren jugar”. En *La Nación*, Suplemento Mundial, 4 de junio de 2002, pág. 4).

Tres días después, entrevistado por el mismo diario, el jugador intentó aclarar sus dichos pero no se apartó de su idea original: “...Yo no dije que había que mezclar las cosas. Pero siempre está latente eso, porque más de uno debe tener un familiar o un amigo que pasó por un momento muy difícil, siendo argentino, y eso es algo que no podremos olvidar nunca”. El periodista repreguntó: “En lo personal, ¿vinculás una cosa con la otra?”. Y el arquero respondió: “Personalmente, no. Pero indirectamente no te lo podés sacar de la mente. Y, como te dije, siempre va a estar latente”.¹¹⁰

Mientras tanto, el mediocampista Diego Simeone –uno de los referentes históricos de ese equipo y simbolizado por el discurso deportivo como uno de los que más demostraba el “amor a la camiseta”- aseguró que “...ganarle a Inglaterra no es un título del mundo, pero es algo especial. Un Argentina-Inglaterra no es igual que otros partidos. En este partido la camiseta no se cambia” (enfaticado esto como si la camiseta fuese la propia bandera del país).¹¹¹ Dos días después, el mismo jugador declaró a *Clarín*: “Sabemos la responsabilidad que tenemos. Conocemos las dificultades que se viven en el país. Por supuesto que queremos darle alguna alegría a la gente, pero sabemos que el país no cambia por un gol más o un gol menos. Aunque tal vez una victoria ayude al estado de ánimo de la gente”.¹¹²

Es indudable, entonces, que el discurso deportivo que venimos analizando, y que señalaba la ligazón entre la participación del equipo en el Mundial y una connotación nacionalista ulterior, era bien recibido y asumido por los protagonistas. Si ellos lo rechazaran o lo negaran, sería más dificultoso para ese discurso circular con facilidad.

La operación que llevaron aquí los diarios fue visible. El pensamiento y las declaraciones de los protagonistas coincidían con los lineamientos del discurso deportivo de corte nacionalista que impregnaba en ese momento a los medios. Las

¹¹⁰ Arcucci, Daniel, “Lo van a querer tomar como una revancha”. Entrevista a Pablo Cavallero, en *La Nación*, Suplemento Mundial, 7 de junio de 2002, pág. 4.

¹¹¹ Grosso, Cristian, “En este partido la camiseta no se cambia”. Entrevista a Diego Simeone, en *La Nación*, Suplemento Mundial, 6 de junio de 2002, pág. 2.

¹¹² Vicente, Miguel Angel, “Queremos darle una alegría a la gente”. Entrevista a Diego Simeone, en *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 6 de junio de 2002, pág. 4.

palabras de los jugadores, se suponía, eran más “legítimas” a los ojos del lector que las de un diario diciendo a propia voz que el partido ante Inglaterra no era sólo un enfrentamiento deportivo y que una victoria ayudaría a la gente del país. Y por eso hubo tantas entrevistas a futbolistas del equipo argentino previamente al encuentro.

En este contexto, entonces, el día del partido ante Inglaterra, *La Nación* intentó sintetizar el pensamiento que se había observado en la cobertura periodística de los días anteriores, insistiendo en el mismo sentido que el de la nota de Mauri del 7 de junio (citada anteriormente):

El enfrentamiento de la Argentina contra Inglaterra, de Inglaterra contra la Argentina, es algo especial, diferente. Nunca ni en ningún lugar del planeta, será un partido más (...) Y todo quedaría en el folklore, sino fuera porque las palabras –más de una vez, muchas veces- terminan siendo literales. Y lo que es una típica exageración futbolera, propia de quien busca expresar de la mejor manera su amor por algo, se convierte de pronto en una tragedia (...) Algo dará el fútbol para que este partido sea recordado como algo más que eso. (Arcucci, Daniel, “Nunca será un partido más”. En *La Nación*, Suplemento Mundial, 7 de junio de 2002, pág. 24).

El diario sostuvo que las palabras que suelen utilizarse para definir a este partido eran parte del “folklore”, y reconoció que se podían generar exageraciones a partir de ello. Sin embargo, no es común que un medio de comunicación (y menos *La Nación*) se refiriese al encuentro ante Inglaterra con términos propios justamente de ese “folklore”, como “vida o muerte”, “algo especial, diferente”.

El fin de una ilusión

La derrota frente al equipo inglés fue el principio del fin de la ilusión deportiva que se había generado desde meses antes del inicio del Mundial, en medio

de la crisis que azotaba al país y a su gente. Para peor, ese comienzo de la decepción lo provocaba nada menos que el seleccionado de Inglaterra.

Tras esa caída, *La Nación* publicó una crónica sobre cómo se vivió en Buenos Aires el partido y sobre el sentir del público:

Hace tiempo no se vivía tanta decepción (...) Porque esta vez había mucho más en juego, por más que, en definitiva, sólo se trate de un juego. No es hora de negar la rivalidad deportiva con los ingleses o algo más, pero sí de reconocer que la mayoría de los argentinos, acorralados, ya lejos de estar globalizados, casi desestimados, no pudo defenderse con una de sus más triunfales herramientas más allá de la razón: el fútbol. Por supuesto que no es tiempo de politizar el deporte, sería un error tan grave como cuando las ideologías transitan por nuestra música folklórica, pero el ánimo de la realidad argentina cayó demasiado fuerte sobre ese refugio llamado fútbol. (Wullich, Mariano, “Volvieron los arlequines tristes”. En *La Nación*, 8 de junio de 2002, págs. 1 y 18).

Aquí se aprecia otro argumento habitual para destacar al fútbol, o al seleccionado de fútbol, y más aún en el contexto que vivía el país en ese 2002: una “herramienta triunfal” ante las desventuras de los argentinos. Y también un “refugio” ante esa realidad. Con lo que se asume que el fútbol no puede ser parte de lo real, o, mejor dicho, no puede modificar la realidad. Sólo puede obrar como factor de evasión temporaria de ella. Por ende, se admite aquí, una vez más, la impronta imaginaria de este discurso deportivo de los medios escritos que pretende ensalzar al seleccionado de fútbol como un representante de la nación, cuando en realidad se lo termina admitiendo como algo que funciona parcialmente y de manera temporal (por ejemplo, durante el desarrollo de un Mundial). El éxito de la circulación de este discurso depende, por lo tanto, de su grado de alejamiento de lo fáctico.

La tapa de *Clarín* del día después de la caída ante Inglaterra fue elocuente para entender cómo el discurso deportivo había erigido la participación del equipo

nacional en el Mundial casi como último baluarte argentino ante la crisis del país: “¿Por qué a nosotros?”, rezaba la portada de su suplemento deportivo (con la foto del jugador Christian González arrodillado, abatido), intentando significar con ese título que la derrota no era sólo del equipo de fútbol en un partido, sino que se trataba de un golpe más a los argentinos (el uso del “nosotros”, por supuesto, era una apelación a la complicidad que aquí, una vez más, el medio entablaba con sus lectores). Aquí no se estaba haciendo referencia a lo deportivo, solamente. La derrota excedía un análisis basado en términos estrictamente futbolísticos. Por lo menos, el discurso deportivo de *Clarín* no se contradijo aquí, ya que en todo momento su pensamiento –explicitado a veces, y pasible de ser interpretado, en otras- fue que el seleccionado iba a este Mundial como una última carta de esperanza de alegría y de éxito para el pueblo argentino, para el país mismo, ante el contexto desfavorable que se vivía en otros ámbitos de la nación.

La crónica de lo vivido en Buenos Aires en esa jornada también estuvo presente en este diario, que se expresó casi en el mismo tono que *La Nación*:

El final llegó con dos tipos de reacciones, muy distintas entre sí pero vinculadas en su desmesura. Algunos se hundieron en un pesimismo profundo y se lanzaron a la calle como zombies, augurando grandes dificultades para pasar a los octavos de final. Otros se fueron a festejar al Obelisco, como si la Selección argentina hubiera ganado por goleada. Eran, principalmente, hinchas jóvenes, que quemaron una bandera inglesa, alzaron un cartel con la leyenda *Tomá, pirata llorón* y una caricatura de Verón pateando a Beckham, y cantaron estrofas antibritánicas (...) Pero la mayoría de los presentes no formó parte de esto y optó por volver al trabajo y a la dura realidad cotidiana. Una realidad en la que Beckham y el equipo inglés no tienen la culpa, excepto en el plano futbolístico. (Frías, Miguel, “Mi Buenos Aires herido”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 8 de junio de 2002, pág 18).

El discurso deportivo acusó el golpe en los días siguientes a la derrota y, ante la necesidad del seleccionado argentino de vencer al de Suecia para poder clasificarse a los octavos de final, se enfatizó más el carácter apocalíptico del relato. Los días que transcurrieron entre la derrota ante Inglaterra y el partido frente a los suecos tuvieron al discurso deportivo de los medios gráficos imbuidos de una intencionada muestra de *sensacionalismo deportivo* –con grandes dosis de sensiblería- pocas veces vista antes, frente a la posibilidad de que se quebrase “la ilusión” (que el equipo quedara eliminado, nada más). La necesidad de revitalizar el ánimo, de aferrarse aún más al sueño de llegar al éxito, fue un ítem central en el discurso de esos días, que temía la extinción de esa última esperanza del pueblo argentino.

Ese partido con Suecia definiría la clasificación del equipo a la siguiente fase del Mundial pero, según lo que mostraba el discurso deportivo, también era parte del mojón que determinaría la aparición de una alegría o la profundización de la tristeza para el pueblo argentino. Así fue como se asistió al giro aún más apocalíptico de ese discurso para definir la participación del seleccionado argentino en el campeonato. “Todo un país detrás, aferrado a un sueño” sostuvo *Clarín* el día anterior al partido ante Suecia, además de señalar que el equipo “ahora tiene una reputación y un orgullo que defender, por sobre todas las cosas”.¹¹³ Mientras que otra nota enfatizó que “...este equipo tiene sed de revancha. Este país también. No permitamos que los detractores de siempre nos maten la esperanza. No cambiemos. A morir con la celeste y blanca”.¹¹⁴ La apelación nacionalista está lejos de tener que ser interpretada, es realmente explícita. No se esperaba sólo por un partido de fútbol y, por ende, ya casi no había elementos futbolísticos en los títulos ni en los principales párrafos de las notas. El lenguaje de los medios se asimiló más que nunca al que utiliza normalmente el hincha de fútbol. La complicidad con el lector a la que apuntó el discurso deportivo

¹¹³ Ronzano, Gustavo, “A todo o nada”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 11 de junio de 2002, pág. 4.

¹¹⁴ “Todos estamos con la esperanza celeste y blanca”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 11 de junio de 2002, pág 7.

fue innegable, pero sobre todo, la apelación a lo emotivo fue lo que sobresalió en ese momento.

En efecto, una nota que sintetiza gran parte del enfoque que le dio el discurso deportivo al partido ante los suecos es la que realizó *Clarín* el 11 de junio:

Mañana, en la lejanísima Miyagi, se juega para sobrevivir, y de esto los argentinos algo conocemos. Si se sobrevive, todo volverá a comenzar, y de esto los argentinos cada vez conocemos menos: la realidad de estos días, al revés del fútbol, no siempre da revancha (...) Hay en juego –nada más, nada menos- una ilusión. A los argentinos nos vienen quitando hasta la licencia para soñar. Este Mundial es un sueño. Aún ahora, en un momento crucial para la Selección. Es un sueño que si se hace realidad será grandioso, pero también efímero. Un sueño que no nos depositará en el país de los sueños. Demasiado castigados estamos con los horrores cotidianos como para que, como torpemente se postula desde micrófonos soberbios, de golpe un triunfo deportivo desplace las miserias. Aunque haya quienes prendan una vela para que Argentina siga en el Mundial sólo porque el show debe continuar. Para orquestar el circo (...) Y es lícito que algún futbolista diga que juega por la gente. Si así lo siente, vale. Si eso potencia su rendimiento, bienvenido. Si de ese modo le brota un plus en los instantes críticos, mucho. Pero jugar por la gente empieza y termina ahí. Nada más valioso que el esfuerzo cristalino para una sociedad que no recibe de su clase dirigente esfuerzos cristalinos. Estos jugadores son representantes del país solamente en una competencia deportiva, la más atrapante de todas. Son argentinos, pero no son los depositarios de los éxitos o los fracasos de los argentinos (...) En un país de pesadillas, hay derecho al sueño del fútbol. (Claudio Aisenberg, “El equipo y la gente”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 11 de junio de 2002, pág 3).

El artículo aquí hacía mención al propio discurso que los medios habían venido destacando desde mucho antes del inicio del campeonato. Si bien terminaba,

al final de la nota, estableciendo los que –a su juicio- debían ser los parámetros normales para encuadrar la participación del seleccionado argentino en el Mundial (“los jugadores sólo representan al país en una competencia deportiva”), no dejó de rozar la tentación –que él mismo señalaba- de emparentar los vaivenes del equipo de fútbol con los de los ciudadanos del país. La referencia hacia la necesidad de “sobrevivir”, por ejemplo, es una apelación no menor que realizó una gran parte del relato nacionalista, emparentando la situación que debía enfrentar el equipo con la vida cotidiana de los ciudadanos. Siguiendo esa terminología, la no clasificación del equipo, entonces, sería “la muerte”. Además, la nota no dejaba de reconocer que para el público este Mundial representaba una “ilusión” o un “sueño” ante la castigada realidad que vivía, pero reconocía el carácter efímero de su supuesta consecución. Como se ve, una vez más, el tenor del discurso deportivo era muy similar al que podía llegar a utilizar el simpatizante común. En definitiva, este fue el momento, de todos los mundiales analizados en este trabajo, en el que menos se notó la línea divisoria que separa a un discurso periodístico del habla ciudadana.

Cuando la eliminación de la Selección fue un hecho, el discurso deportivo terminó por mostrar sus rasgos más profundos. *Clarín*, el día después de la derrota frente a Suecia, se despachó con un título de tapa que no necesitaba aclaraciones, “Los argentinos y la ilusión perdida”:

El sueño se terminó. Y la tristeza por la eliminación argentina del Mundial pareció golpear con una fuerza inusitada, inesperada. Para muchos la desilusión levantó un telón y obligó a volver a mirar una dura realidad que había quedado suspendida por la pelota. “Nos sale todo mal porque tenemos mala suerte, porque estamos pasando una mala racha”, indicó la mayoría de los entrevistados en una encuesta hecha por el CEOP a pedido de *Clarín*. Fueron los que relacionaron la realidad del país con lo deportivo, los que pusieron los sentimientos por delante de todo (...) “Somos mediocres a todo nivel”, siguieron las amargas respuestas en esa misma línea (...) En la encuesta también

quedó claro que la eliminación de la Copa quebró casi tantas ilusiones como el corralito bancario. El 35 por ciento de los entrevistados eligió la palabra “esperanza” para definir los sentimientos que tenía depositados en el equipo. “Alegría”, fue el otro término elegido. También había “necesidad de triunfo”, de “ganar algo” o “un motivo para festejar”. Es decir: se buscaba una posible salida al malhumor social que genera tanta crisis (...). Apenas unos 80 jóvenes semi congelados se juntaron unos minutos para cantar el Himno Nacional, cerca de las 5.50. “Tenemos que estar más unidos que nunca”, repetía Juan Vega, la cara pintada con los colores patrios, mientras la gente se alejaba. (Barbano, Rolando, “Los argentinos y la ilusión perdida por el campeonato mundial”. En *Clarín*, 13 de junio de 2002, pág 26).

Las respuestas que daba el público encuestado se asemejan considerablemente a muchos pasajes del discurso deportivo que venimos analizando. Como dijimos antes, éste fue el Mundial en el que el discurso periodístico se confundió visiblemente con el discurso de los ciudadanos. Se insiste con la idea de una ilusión (perdida, en este caso y a esa altura del campeonato), que todo el tiempo pareció remitir a algo más que a lo estrictamente deportivo. Es así que los consultados por la encuesta declararon que tenían “esperanza” en el equipo, que “alegría” era el término que mejor definía a lo que proveería una buena actuación del seleccionado y que había “necesidad de triunfo, de “ganar algo” o “un motivo para festejar” ante tanta frustración. Estos son argumentos que exceden lo futbolístico, sin dudas. Y son prácticamente los mismos que utilizó, aunque de manera más solapada, el discurso deportivo de la prensa escrita antes y durante este certamen. Por otra parte, hay un detalle no menor: nunca antes los medios escritos aquí analizados habían publicado una nota de este tipo, que analizara con tanta detenimiento –con encuesta incluida– los sentimientos del público después de una derrota deportiva.

En ese contexto, *La Nación* se manifestó en la misma sintonía tras la caída ante Suecia. Una foto de Gabriel Batistuta y Hernán Crespo, abrazados entre sí,

ocupó el centro de su portada del 13 de junio, con el título “El sueño que duró poco”. “Nadie merecía este final”, es otro de los títulos, ya en el interior de la edición.

Es que una vez producida la eliminación la pena no pareció estar depositada únicamente en el público adepto al fútbol. Todo el pueblo argentino sufría la caída, según lo que se desprende al analizar el discurso deportivo. Y esta idea estaba en sintonía con lo que se planteaba antes del certamen (que “todo el país” se encolumnaba detrás de una “ilusión”, de un “sueño”).

A diferencia de lo ocurrido en el Mundial anterior (cuando la mayoría de los jugadores no aceptó que se considerara que su actuación, de ser exitosa, hubiese ayudado al país a tener una alegría, en un momento en el que la crisis empezaba a insinuarse), los jugadores del equipo en Corea-Japón 2002, o muchos de ellos, asumieron que “el pueblo argentino” esperaba de ellos “una alegría”. Así, tras la eliminación, Juan Sebastián Verón se refirió directamente a la responsabilidad que él y sus compañeros suponían que había para con la gente: “...Nosotros nos sentimos identificados con ellos y ellos con nosotros. Por ahí, sí, nos queda pedir perdón porque no pudimos darles esa alegría que esperaban”. Juan Pablo Sorín agregó que “...fuimos los protagonistas de este proceso y queríamos llevar esa ilusión del pueblo argentino a la realidad”, mientras que Diego Simeone prácticamente se disculpó al decir que “...sentimos una desilusión enorme por no haberle podido darle una alegría a la gente”.¹¹⁵ También Gabriel Batistuta hizo mención a este tema: “Lo lamento mucho por la gente, porque la sentimos muy cerca, y no pudimos saldar esa deuda. Una alegría hubiese sido como vitamina para muchos que están sufriendo en el país”.¹¹⁶

Otro pasaje en *Clarín* sentenció una idea que tiene que ver con lo que discurso deportivo no se privó de ensalzar: “...Una imagen resume todo:

¹¹⁵ Prestileo, Andrés, “Dolor profundo”. En *La Nación*, Suplemento Mundial, 13 de junio de 2002, pág. 4.

¹¹⁶ Grosso, Cristian, “El adiós de Batistuta”. En *La Nación*, Suplemento Mundial, 13 de junio de 2002, pág. 6.

Pochettino llora envuelto en una bandera...”.¹¹⁷ Estas palabras quieren indicar mucho más de lo que se lee allí. Muestran y afirman la ligazón que hay para el discurso deportivo entre el equipo de fútbol y la nación misma. Se lloraba no sólo por la derrota en una competencia deportiva, sino que se lloraba también por la nación, porque el país no había podido llegar al éxito. Y esa foto del futbolista envuelto en la bandera nacional, intentaba mostrar que la Selección jugaba no sólo una competencia deportiva sino por la nación misma.

Como se ve, el tenor apocalíptico del discurso deportivo de los medios escritos hizo eclosión en ese momento del campeonato, cuando la Selección -“la última coartada argentina”, según Cardoso- quedó eliminada. Y allí no había nada que pudiera rescatarse como símbolo nacional (exitoso) del país. La selección de fútbol seguiría siendo una marca de identidad de la Argentina para este discurso. Pero ya no asociada al éxito. Si este campeonato mundial se presentaba –según los especialistas- como “la” oportunidad de que Argentina obtuviera un nuevo título del mundo, todo ello con el agregado (épico) de la supuesta necesidad de ese éxito fundada en el momento crítico que atravesaban el país y su gente, la prematura e inesperada deserción del equipo pareció acabar en él con cualquier símbolo que representara a una Argentina triunfadora ante el mundo. Y el discurso deportivo que venimos analizando no pudo evitar ser preso de ese vacío de significantes y de significados una vez producida la eliminación del equipo. La tristeza y la decepción – a los ojos de este discurso, ya no sólo de los jugadores ni de los simpatizantes adeptos al fútbol, sino de todo el país- fueron los temas en los que se centró el relato después del golpe sufrido. Ya nadie pudo negar –ni aún los más escépticos respecto de la relevancia de este deporte- que el fútbol era el último estandarte para conseguir una alegría popular y que la imposibilidad de su concreción afectaba el ánimo de los ciudadanos:

¹¹⁷ Scher, Ariel, “Se terminó, ya no hay más sueños que soñar”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 12 de junio de 2002, pág. 14.

Todo esto es la tristeza. Es esa sensación de brutas malas suertes, esa ilusión que de nuevo se evapora, esa certeza de que no sale ni una sola, esa pregunta que no puede responderse (...) Todo esto es la tristeza porque nada consigue, como sea y por lo que sea, ciertas cosas que aún sí logra el fútbol. Este tiempo arrasa economías, sociedades, pertenencias, humanidades, derechos y hasta lo que queda de la idea o el concepto de nación. Pero la Selección de fútbol constituye una especie de identidad que aguanta, de casa colectiva, en la que miles y miles advierten que tienen algo en común, una expectativa –una, no la única- de llegar lejos, una esperanza compartida. Todo esto es la tristeza porque esa esperanza compartida por esta vez se rompió. Todo esto es la tristeza. Y la tristeza puede parecer más grande porque se suma a una edad argentina de tristezas, porque el fútbol suele defraudar pero, en general, defrauda un poco menos que el resto de las cosas. Todo esto es la tristeza porque el fútbol, dentro o fuera del Mundial, no estaba en condiciones de tapar la miseria que avanza, de llenar el hambre que crece, de atacar las desigualdades que se agigantan o de reconstruir las confianzas que no están. Pero el fútbol quizás podía ser un camino para disfrutar, sin que el resto de la realidad quedara maquillada, de un rato de alegría. Todo esto es la tristeza. Es esa incredulidad de quedarse afuera, esa confirmación de que son días de dicha imposible, esa frustración de que justo el fútbol sea temporariamente otra forma de perder. (Scher, Ariel, “Tiempo de tristezas”. En *Clarín*, Suplemento “Clarín Mundial”, 13 de junio de 2002, pág 3).

Como se aprecia en todas las notas citadas de los días posteriores a la eliminación del seleccionado argentino, la estrategia discursiva de los medios escritos fue distinta a la que había mostrado en mundiales anteriores para expresarse de manera similar al sentir general. La apelación emotiva y pasional frente a la caída fue casi descarnada, casi colocándose al mismo nivel que el discurso del público. De esta

manera, los medios analizados aquí –todos, sin excepción- se vieron en una posición de complicidad absoluta con su público.

Finalmente, en otros países, luego de la eliminación de sus respectivos seleccionados de este Mundial, el hecho se tomó de distinta forma. En Francia (cuyo equipo que defendía el título y que quedó afuera también en la 1º ronda), el presidente Jacques Chirac alentó y apoyó a los jugadores una vez regresados al país; en Italia hubo reacciones desenfundadas por parte de algunos simpatizantes ante la derrota, mientras que en Rusia la gente salió a la calle a expresar su rencor porque consideraba que habían sido “robados” cuando cayeron ante Corea. En la Argentina, en cambio, la eliminación se vivió de manera más solitaria para cada uno de sus simpatizantes del fútbol y no hubo una misma reacción popular. ¿Esto indica algo? Sí, habla más de la sociedad argentina que del fenómeno deportivo en sí. Abraham, al respecto, sostiene:

La Argentina no está formada por un coro de ángeles con guardapolvo blanco. Es un país muy disgregado, con intereses que chocan cada vez más intensamente. La crisis agudiza los conflictos, no crea necesariamente fenómenos de solidaridad. Si la Argentina hubiera ganado el Mundial, los conflictos de ninguna manera se hubieran apaciguado. Estamos igual que antes del Mundial, sólo que sumamos otra decepción. (Abraham, Tomás, “El Mundial sólo sumó otra pena”. En *La Nación*. Op. cit., pág. 4).

Lo que queda tras Japón-Corea 2002

Esta decepción nacional –como fue considerado por el discurso deportivo de los medios escritos el fracaso futbolístico de la selección argentina en el Mundial de Corea y Japón 2002- ha sido más que una circunstancial construcción imaginaria, como todas las demás (las alegres y las tristes). Ni aún la (supuesta) última oportunidad perdida por el país para mostrar una imagen exitosa ante la debacle –

como sostenía antes del torneo este discurso deportivo- logró conmover los cimientos de lo real. El impacto por la eliminación pudo haber hecho mella en el estado anímico de alguna parte de la población. Pero nada de eso impidió que el país, al año siguiente, empezara a esbozar una tibia recuperación en sus índices económicos, políticos y sociales (en definitiva, en hechos más reales y trascendentes), haciendo olvidar la pena sufrida en ese 2002. O, al menos, haciendo que -con el paso del tiempo- lo ocurrido en este Mundial cada vez pese menos en la memoria colectiva como decepción popular y cada vez más sólo como una caída deportiva.

Por otra parte, durante Japón-Corea 2002 las operaciones y los elementos discursivos utilizados por los medios escritos aquí analizados fueron considerablemente diferentes respecto de los anteriores mundiales. Se desechó casi por completo el uso de las citas de autoridad para referirse a los temas colaterales del fútbol. Ahora los mismos periodistas de esos medios se encargaron de analizar esas cuestiones. Y allí fue donde afloró casi en una completa dimensión la apelación a lo emotivo que se había ido apreciando –gradualmente y con mucho menor énfasis- en los campeonatos anteriores. El discurso deportivo terminó en este 2002 por mostrar una cara muy diferente de aquella que esbozó en 1986. Ahora el elemento pasional era central para definir su caracterización, todo ello en medio de un contexto de país bien distinto al de años atrás. La crisis social, política y económica que estalló a partir de diciembre de 2001 fue una razón crucial para asistir a la radicalización del discurso deportivo durante el Mundial de Corea-Japón en cuanto a su cualidad de ser mucho más emotivo y pasional que racional (algo inversamente proporcional a lo mostrado en México 1986 o Italia 1990). En todo caso, pareció acercarse mucho más al habla común que a un discurso periodístico.

CONCLUSIONES

El discurso periodístico deportivo –centrado en el fútbol- no lo ha conseguido. Al menos, hasta el momento.

En la Argentina, el seleccionado nacional de fútbol, por más que durante la disputa de los Campeonatos del Mundo se erija para el discurso deportivo en una suerte de representante de la patria ante el ámbito internacional, no puede ser aún un factor gravitante para que la sociedad encuentre en su figura una reposición del ostensiblemente deteriorado sentimiento de pertenencia a la nación.

Si esta pertenencia se muestra cada vez más esquiva desde el Estado, los gobiernos y las clases dirigentes, no es precisamente un equipo de fútbol –por más que sea la Selección y por más que pueda llegar a tener éxito- el que pueda suplantar ese déficit. Lo ocurrido en ocasión del Mundial de 2002 es un ejemplo cabal de esto: uno de los mejores seleccionados argentinos de los últimos tiempos fue a disputar el campeonato de Corea-Japón en medio de la crisis social, política y económica más profunda que haya vivido el país, generando a partir de esta situación en gran parte de la población la esperanza de redimir en esa competición deportiva las desdichas nacionales. Pero el equipo quedó eliminado en la primera ronda. Y ninguna base real de la nación sucumbió ante esa derrota. Por lo tanto, sólo fue una decepción que debe encuadrarse en términos estrictamente futbolísticos. Es decir, la estructura real de una

nación camina por otros carriles a los que el fútbol –y el discurso deportivo que sostiene y ensalza su importancia dentro del país- no logran acceder.

Pero, por otra parte, este ejemplo habla de la permeabilidad del discurso deportivo al contexto socioeconómico del país.

A lo largo de este trabajo se ha podido observar que la relación entre el fútbol, el discurso del periodismo deportivo y los contextos sociales, económicos y culturales de la Argentina no es inmodificable. De hecho, algo ha cambiado –en el país, en la sociedad, en los discursos- para que a principios del siglo XXI se estén analizando y discutiendo cuestiones de este tipo. Cuando la selección argentina obtuvo el título en el Campeonato Mundial de México '86 –tal vez el mayor logro de la historia futbolística del país-, lo hizo en medio de una cobertura periodística acotada y sin conformarse (aún) un discurso deportivo elaborado y cohesionado que interpretara la significación que ese triunfo tenía para la sociedad. Sólo una sostenida presencia de los periodistas en sus crónicas (que posibilitaban una cobertura más personalizada, con enfatización de la primera persona y apelación a la complicidad con el lector, todos ellos elementos más pasionales que racionales), además de algunas expresiones aisladas de un cierto nacionalismo –aunque discontinuo, sólo manifestado en los momentos victoriosos- caracterizaron a la oferta periodística de *Clarín*, *El Gráfico* y, en menor medida, *La Nación*. Pero ningún análisis se hacía aún sobre las implicancias del fútbol en otros ámbitos que no fueran los estrictamente deportivos (por eso la preponderancia de las crónicas, que sólo denotaban alguna opinión de los periodistas, poco profunda y en extremo sesgada a lo futbolístico, y no una posición de los mismos medios).

En el Mundial siguiente, Italia '90, los cambios en el modo de enfocar la participación del seleccionado argentino por parte de los medios escritos comienzan a ser visibles al análisis. Además de una ampliación de orden cuantitativo (más páginas dedicadas al Mundial y más periodistas enviados), se destacan la profusa utilización de la primera persona y de la apelación a la complicidad con el lector (que llevan

adelante *El Gráfico* y, en menor medida, *Clarín*), en coexistencia con el gradual intento de incluir citas de autoridad y hasta de utilizar el editorial para referirse al fenómeno del fútbol y sus implicancias sociales (las que no tienen que ver solamente con lo estrictamente deportivo) –características que no surgen de manera abrupta sino que en ese momento empiezan a esbozarse-, todos elementos que dan una idea de mayor sofisticación del análisis de los medios periodísticos sobre la materia.

El Mundial de EEUU '94 –a partir del que *Clarín* comenzó a ofrecer un suplemento especial dedicado al campeonato, por fuera del habitual suplemento deportivo- mostró en el discurso de los medios escritos tres aspectos salientes: la incorporación (en realidad, el inicio de esa inclusión) del público futbolístico (tanto el que viajó al Mundial como el que se quedó en Argentina) como sujeto de atención para las construcciones discursivas; la cobertura otorgada a la exclusión de Diego Maradona del certamen; y la utilización de las citas de autoridad para tratar temas colaterales del fútbol. El primer ítem conlleva como característica suplementaria la profundización de la complicidad entre medios-lectores. Si el público futbolístico – sus reacciones, sus comportamientos, sus declaraciones- comenzaba a ser sujeto de tematización, los medios debían llevar a cabo esa operación mediante elementos pasionales más que racionales, con lo cuál la empatía con el público se acentuaba. Esto hace posible entender el por qué del tratamiento dispensado a la expulsión de Maradona del Mundial por doping: una cobertura en la que el discurso deportivo no dudó en asociar ese hecho a una especie de drama nacional que excedía lo puramente deportivo. Estos dos aspectos, por otra parte, coexistieron, o trajeron como correlato, el incremento del tinte nacionalista en las construcciones discursivas. Ante esto, y con *La Nación* a la cabeza, cada vez se hacía más frecuente recurrir a las citas de autoridad para explicar y entender ciertas cuestiones del fútbol (y anexas a él). Es que, frente a un lectorado que empieza a ser cada vez más competente y exigente para tratar de entender las relaciones entre el fútbol, el nacionalismo y los contextos culturales, los medios escritos deben dar cuenta de esa demanda, que no puede

solamente satisfacerse con análisis provenientes de los mismos periodistas deportivos.

El Campeonato de Francia, en 1998, el que mayor despliegue periodístico ha mostrado hasta la actualidad (*La Nación* comenzó aquí a publicar un suplemento especial), significó el desplazamiento definitivo del público desde su posición secundaria y poco explorada hacia la de actor central en el discurso deportivo de los medios escritos, público que pareció erigirse en supuesto representante de *lo nacional* ante el mundo (cuando en otro momento lo fue el propio equipo de fútbol). En un momento crítico para el elevado orgullo del “ser argentino”, y carentes de símbolos exitosos de representatividad ante el mundo, los simpatizantes que viajaron al campeonato tomaron el acontecimiento –según la representación realizada de ellos por los medios escritos- como un constante carnaval folklórico en el que lo que importante parecía ser reafirmar su pertenencia a la nación. Por otra parte, y más allá de que la profundización de los análisis racionales acerca del fenómeno del fútbol (sobre todo los que ofrecía *La Nación*) no se ha detenido, a partir de la amplia cobertura destinada al Mundial de Francia se observa un giro acerca de aquella cuestión, ya que ahora los periodistas vuelven a tomar la palabra a la hora de analizar los temas relativos al fútbol que anteriormente sólo estaban destinados a los especialistas (a través de las citas de autoridad, por ejemplo).

Como vimos al inicio de estas conclusiones, el Mundial de 2002 –debido al contexto socioeconómico que vivía el país, fundamentalmente- fue el certamen en el que más se exteriorizaron varias de las distintas características del discurso deportivo que se han venido analizando en este trabajo, y en donde, incluso, algunas de ellas mostraron un punto extremo. Con *El Gráfico* sumido en un proceso de decadencia (tanto en su nivel de ventas como en el de su influencia para conformar construcciones discursivas), *Clarín* y *La Nación* –aún con sus respectivos matices- terminaron confluyendo en la idea de que el seleccionado de fútbol se erigía en ese momento en el último estandarte nacional con posibilidades de éxito ante tanta decepción popular por el contexto del país. Las diferencias en cuanto a su discurso,

que en el Mundial de México 1986 estaban planteadas claramente (*Clarín*, más pasional; *La Nación*, más racional), se ven diluidas más de 15 años después. Y es que la profunda crisis que envolvía al país a principios del siglo XXI pareció barrer con toda disquisición entre un discurso mediático y el habla o el sentir populares. La apelación a lo emotivo y a lo pasional fueron centrales –como nunca antes- en las construcciones discursivas, acicateadas –por supuesto- por el contexto nacional, que las hacían mostrar un carácter épico o apocalíptico en todo momento (algo totalmente novedoso).

Por lo tanto, desde el Mundial de México '86, en el que la cobertura periodística fue acotada y el discurso deportivo no había conformado aún ninguna de las características que hoy lo definen, hasta los albores del nuevo siglo, en el que ya hay un relato establecido, las modificaciones y la evolución de ese discurso de los medios escritos han ido detrás (o a la par) de los diferentes contextos económicos por los que ha estado sumido el país. Esto no hace que esa relación sea de causa-efecto, sino que habla de un discurso deportivo abierto y permeable a ámbitos que exceden lo puramente futbolístico para su conformación, que nunca es definitiva y siempre está en continua evolución.

De todas formas, la sofisticación en los análisis sobre el fútbol y sus temas colaterales que los medios periodísticos escritos han llevado a cabo es innegable. Hoy se discuten factores ligados a este deporte (pero que no son estrictamente futbolísticos) de forma mucho más extensa y profunda que 15 años atrás. Más allá de este avance en términos racionales, el discurso deportivo sigue manteniendo, en épocas mundialistas, esa impronta netamente nacionalista que le otorgan las apelaciones a lo emotivo y a lo pasional que desde siempre lo han caracterizado.

Hay que tener en cuenta, por supuesto, que una de las estrategias de los medios de comunicación para acercarse al lector –y, de esta forma, ganar terreno en el mercado de ventas- ha sido en estos años la de explotar el campo de las pasiones populares que están latentes en el público adepto al fútbol (que en nuestro país

conforma una significativa mayoría). El posterior recurso de analizar las cuestiones futbolísticas (y las que lo exceden) de una forma más analítica llegó una vez que la omnipresencia del fútbol en los medios escritos generó una clara tendencia a ofrecer las coberturas periodísticas de los mundiales de una forma notoriamente pasional. Entonces, aquella apelación a formas más analíticas (que hasta permitió que se cuestionaran, aunque indirectamente, ideas y maneras de expresarse que aparecían en esos mismos medios) fue, en alguna medida, una estrategia para equilibrar ese “exceso emotivo”. Y así, hoy, tanto las afirmaciones plenamente pasionales como los análisis más racionales del fenómeno del fútbol (de la selección nacional, en este caso) coexisten y conviven en el discurso deportivo de los medios escritos sin mayores dificultades. Esta especie de contradicción, no obstante, parece no incomodar a los medios escritos. Es prácticamente inherente a su discurso deportivo.

Finalmente, y más allá de que el camino de este discurso se ha cruzado de modo complejo con los contextos socio-económicos y culturales de la nación, se debe puntualizar que el inicio de cada Campeonato del Mundo encontrará a los simpatizantes argentinos inmersos en un nuevo “sueño”, generado justamente por la participación del seleccionado de fútbol. O sea, más allá de realidades y cuestiones fácticas, estarán otra vez “ilusionados”, presos de una ilusión. En definitiva, en este aspecto mucho se apoya el discurso deportivo de los medios periodísticos.

Quedará para futuros momentos el interrogante de cómo reaccionará ese discurso ante contextos socioeconómicos diferentes a los tratados aquí.

La Argentina, mientras tanto, seguirá buscando razones para que su gente se reencontre con el sentimiento de pertenencia a la patria. Porque, como sostiene Alabarces, y al menos hasta que otro Mundial demuestre lo contrario, los espectadores deberán saber que “las condiciones económicas, políticas, sociales e

históricas de nuestra sociedad sólo se resuelven en el plano de lo real, y ese lugar no está en el estadio”.¹¹⁸

Nada de esto ha conseguido el discurso periodístico deportivo (centrado en el fútbol). Al menos, hasta el momento.

¹¹⁸ Alabarces, Pablo. “Breviario del fútbol como patria”. En *Clarín*, Suplemento “Cultura y Nación”. Op. cit., pág. 2.