

## Un relato futbolero de viaje: el mito de Maradona en las "idas y vueltas" de Caparrós y Villoro

GABRIELA GARTON

*Alumno de Doctorado de Letras, UCA  
gabygarton@gmail.com*

**Resumen:** Hasta las últimas décadas, la literatura futbolística argentina y los relatos de viajes han sido temas casi ignorados por la crítica literaria, pero ambos géneros se han convertido en fuentes fértiles de investigación en las ciencias humanas. El fútbol, particularmente en Argentina, tiene un peso social importante y que, según el sociólogo Pablo Alabarces, sirve como una herramienta indispensable en la creación de imaginarios y de una narrativa nacional para la televisión, la "máquina cultural" más poderosa de hoy en día. En el relato de viaje futbolero *Ida y vuelta. Una correspondencia sobre fútbol*, nuestro objeto de estudio, Martín Caparrós utiliza el balompié como un caballo de Troya para describir y destacar problemas e idiosincrasias culturales de la Argentina y también de los países que visita. Enfocándonos en la isotopía más clara del relato, Diego Maradona como símbolo nacional argentino, definiremos el Lector Modelo y buscaremos el mensaje subyacente del viajero a sus receptores.

**Palabras clave:** relatos de viaje - literatura futbolística – narrativa nacional – Martín Caparrós – Juan Villoro – Pablo Alabarces – Diego Maradona – isotopía – lector modelo

### A Soccer Travel Story: the Myth of Maradona in the "idas y vueltas" of Caparrós and Villoro

**Abstract:** Until the last few decades, the genres of football and travel literature have been almost ignored by literature criticism, but both have become fertile sources of research in the academic realm of the human sciences. Soccer, especially in Argentina, weighs heavily on Argentine society and, according to Argentine sociologist Pablo Alabarces, serves as an essential tool in the creation of imaginaries and national

narratives for today's most powerful "cultural machine": television. In our subject of study, *Ida y vuelta. Una correspondencia sobre fútbol*, Martín Caparrós uses soccer as a Trojan horse to describe and highlight social problems and narratives, both in his own country and in those he visits during his travels. Focusing on the most obvious isotopy in Caparrós's narrative, Diego Maradona as a national Argentine symbol, we will define the Model Reader and look for the underlying message of the traveler to his audience.

**Keywords:** Travel Stories - Soccer Literature – National Narrative – Martín Caparrós – Juan Villoro – Pablo Alabarces – Diego Maradona – Isotopy – Model Reader

Hasta las últimas décadas, la literatura futbolística argentina ha sido un tema casi ignorado por la comunidad académica. A pesar de esa previa carencia de interés, el fútbol últimamente se ha convertido en una fuente fértil de investigación en el ámbito de las ciencias humanas. El sociólogo Pablo Alabarces, un líder dentro del campo de investigación sobre el fútbol en la cultura argentina, en su tesis doctoral *Fútbol y patria: el fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina* establece al fútbol, aunque no directamente, como la "máquina cultural" argentina, como una herramienta indispensable en la creación de imaginarios y de una narrativa nacional para la televisión, la "máquina cultural" más importante de hoy en día.<sup>1</sup> Este reconocimiento de la importancia del fútbol en la cultura argentina ha estimulado una ola de estudios académicos sobre el tema, principalmente desde una mirada sociológica que considera la influencia del fútbol en la historia, la economía y la política argentina desde la fundación de los primeros clubes deportivos del país hasta la actualidad.

En nuestro objeto de estudio, *Ida y vuelta. Una correspondencia sobre fútbol*, ambos escritores, el argentino Martín Caparrós y el mexicano Juan Villoro, reconocen el rol del fútbol dentro de los relatos nacionales, no solo en sus propios países sino a nivel internacional —el relato del Mundial, por ejemplo, se presenta como una oportunidad de reconciliación entre naciones y un instrumento de paz global. En la primera parte de la introducción, Caparrós explica la decisión de escribir sobre fútbol: "El fútbol es uno de los temas menos prestigiosos de este mundo y, al mismo tiempo, hay pocas lenguas tan habladas como el fútbol: en casi cualquier lugar, momento, encuentro es posible reemplazar un silencio molesto por la complicidad instantánea y breve de un comentario futbolero".<sup>2</sup> Caparrós, aunque de forma indirecta, dibuja al fútbol como un caballo de Troya, o un medio de comunicar ideas que van más allá del deporte, del análisis y de los resultados de noventa minutos de veintidós hombres corriendo detrás de un balón de

<sup>1</sup> Véase el capítulo "Conclusiones: ¿la vida por Messi?" en Alabarces, P., *Fútbol y patria: el fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*, Buenos Aires, 2008.

<sup>2</sup> CAPARRÓS, M. y VILLORO, J., *Ida y vuelta: una correspondencia sobre fútbol*, Buenos Aires: Seix Barral, 2012.

## Un relato futbolero de viaje: el mito de Maradona en las "idas y vueltas"

cuero en una cancha de césped.

Como indica el título, también con una referencia futbolística, *Ida y vuelta* tiene el formato de una correspondencia y, en este caso, es un diálogo entre un "nómada", o sea un viajero, y un "sedentario", lo cual ubica este libro dentro de otro género que, parecido a la literatura futbolística, ha sido marginado hasta los últimos años: el relato de viaje. Caparrós asume el rol de viajero, recorriendo África y algunos países del Medio Oriente durante el mes del Mundial en Sudáfrica en 2010 mientras que Villoro se queda en su casa en México. A diferencia de la literatura futbolística, el relato de viaje ha existido desde antes de la Edad Media con los relatos de peregrinajes y de embajadas, persistiendo y evolucionando hasta llegar a los relatos de viajes de la modernidad. Sofía María Carrizo Rueda, en su estudio *Poética del relato de viajes*, define el género como "un discurso narrativo descriptivo en el que predomina la función descriptiva como consecuencia del objeto final, que es la presentación del relato como un espectáculo imaginario, más importante que su desarrollo y su desenlace".<sup>3</sup> Tomando en cuenta esta definición, proponemos nosotros la pregunta central de este trabajo: en el relato de viaje de Caparrós, ¿sirve el fútbol como función descriptiva constante en el diseño de la imagen no solo de las sociedades visitadas sino también de la sociedad argentina?

Nuestra investigación se basará en las consideraciones propuestas por Carrizo Rueda como esenciales al análisis del relato de viaje. Primero, identificaremos el Lector Modelo y el lector previsto que, en el caso de la correspondencia, no son el mismo. Una vez que hayamos definido la audiencia, nos podremos enfocar en la construcción del mundo por Caparrós, separando los elementos literarios de los elementos documentales. Dentro de lo documental, consideraremos no solo los aspectos del viaje que incluye Caparrós, sino que también identificaremos lo que no cuenta, en el contexto de las preocupaciones del autor y sus receptores. En el análisis del lado literario, destacaremos las herramientas literarias utilizadas por el escritor en sus descripciones como las referencias intertextuales y los símbolos. A lo largo de la investigación, identificaremos los temas que el autor vuelve a tocar una y otra vez o, como los nombra Carrizo Rueda, las "isotopías" del relato. Nuestro análisis, además de ser sobre todo un análisis literario, también tendrá puntos interdisciplinarios, sobre todo sociológicos, cuando consideremos la isotopía más evidente en el relato de Caparrós: Diego Maradona, enfocándonos en su mitificación y en su papel en el nacionalismo argentino.

Antes de empezar a identificar las isotopías, interpretar los símbolos y mitos o considerar las descripciones del viaje, hay que identificar al destinatario o los destinatarios del relato. Como propone Carrizo Rueda, solo viendo estos aspectos literarios del relato de

<sup>3</sup> CARRIZO RUEDA, S.M., *Poética del relato de viajes*, Kassel: Edition Reichenberger, 1997, p. 28. Carrizo Rueda desarrolla más las ideas detrás de la definición del género durante todo el capítulo I.

viajes desde el contexto socio-histórico, cultural y político, podemos comenzar a entender la importancia no solo de las descripciones incluidas y excluidas por el autor, sino también, y probablemente aún más significativa, la importancia de las isotopías.<sup>4</sup> Irónicamente, son las mismas isotopías que nos revelan *quién* es el Lector Modelo<sup>5</sup> pensado por el autor. Los temas a los cuales vuelve repetidamente el autor, sobre los cuales él reflexiona e incluye opiniones propias, nos indican cuáles son sus intereses e intenciones, o sea cuáles son las ideas que quiere transmitir a su audiencia. Dicho de otra forma, el autor tiene que prever un Lector Modelo con la capacidad de participar en la "actualización textual"<sup>6</sup> de la manera anticipada por el autor y de interpretar el texto al mismo nivel que él que lo generó.

En el caso de *Ida y vuelta* la relación autor-lector tiene otro nivel más ya que, originalmente, esta obra fue escrita como una correspondencia sin que, según los autores, se tuviese la intención de publicar esas cartas hasta después de haber sido terminadas. Vamos a considerar a los receptores desde la perspectiva del viajero, Caparrós. Si aceptamos que los autores escribieron la correspondencia sin intenciones de publicarla, el lector previsto por Caparrós era Villoro, que en este caso cumple el papel de Lector Modelo y de lector empírico. La relación cercana entre Caparrós y Villoro es evidenciada por las referencias a momentos compartidos y sobre todo por el lenguaje coloquial, informal — Caparrós tutea a Villoro y viceversa— y cómico, especialmente en la discusión de los partidos del mundial del pasado y del presente. Pensando en Villoro, Caparrós prevé un Lector Modelo (mexicano) que es cronista, novelista y futbolero. Sin embargo, al ser publicado, el relato se abre a un público mucho más amplio, creando otro grupo de receptores, otro Lector Modelo. Este nuevo Lector Modelo, tal vez no previsto, tiene un perfil parecido al de Villoro, es un lector latinoamericano con amplio conocimiento literario, preocupado por temas sociales y políticos y, sobre todo, amante del fútbol. Obviamente, los receptores no están limitados a quienes poseen estas características, pero considerando los temas destacados y el lenguaje utilizado por el viajero, podemos deducir qué tipo de lector imagina Caparrós.

¿Por qué nos interesa una correspondencia virtual sobre el fútbol? Además de ser un relato dirigido a una sola persona, el tema principal de las cartas de Caparrós es uno que interesa a un grupo limitado de receptores, por lo cual podríamos clasificar su relato como un texto cerrado. A pesar de este carácter privado o de texto cerrado, *Ida y vuelta*

<sup>4</sup> *Ibid.* Cap. I, 1.2 "El análisis textual".

<sup>5</sup> Cf. Eco, U., *Lector in fabula: la cooperación interpretativa en el texto narrativo*, trad. Pochtar, R., Buenos Aires, Sudamericana, 2013.

<sup>6</sup> *Ibid.* p. 75. Eco elabora sobre la idea de la "actualización textual" en el capítulo 3 donde desarrolla el papel del lector.

<sup>7</sup> *Ibid.* p. 79. Esta cita se refiere a la apertura de los textos escritos para un Lector Modelo muy particular y limitado, pero que se abren debido a iniciativas externas. Eco usa el ejemplo de la novela *Los misterios de París* de Sue.

## Un relato futbolero de viaje: el mito de Maradona en las "idas y vueltas"

termina siendo todo lo contrario en acuerdo con la afirmación de Umberto Eco: "Nada más abierto que un texto cerrado".<sup>7</sup> Irónicamente, son justamente las mismas características que clasifican al texto como cerrado las que permiten la apertura del texto.<sup>8</sup> En este caso, el fútbol sirve como excusa para discutir preocupaciones sociales como el patriotismo, el nacionalismo, la pobreza y la corrupción, pero además el carácter privado de las cartas aporta un espacio íntimo para una reflexión sobre temas más personales, y a la vez universales, como las relaciones familiares, la nostalgia y la muerte.

A pesar de que el relato de Caparrós y aquellos de los viajeros de la edad medieval, como el de Pero Tafur, estén separados por siglos, ellos comparten una importante característica: la preocupación constante por la sociedad a la cual pertenece el viajero. En *Ida y vuelta*, la evidencia más clara de esta preocupación es la discusión de Diego Maradona que aparece a lo largo del relato de Caparrós. Como el tema del proceso de la mitificación de Maradona es tan extenso, resumiremos brevemente los estudios previos y, con esa información como base de conocimiento, analizaremos la representación de Maradona en el relato de Caparrós. La narrativa heroica de Maradona empieza en Villa Fiorito, un humilde barrio bonaerense de la clase obrera y culmina en 1986 cuando lidera la Selección albiceleste a ganar el Mundial en México. Su actuación en México lo establece como héroe nacional, ahí demuestra su excepcionalidad, su superioridad total sobre sus compañeros y sus rivales frente a una audiencia global; las nuevas condiciones televisivas de la producción del fútbol habían ampliado exponencialmente la audiencia mundial en esa época. Sin dejar de lado la idea de Maradona como símbolo global, vamos a girar nuestra atención de nuevo hacia el relato de Caparrós.

En lo que ya clasificamos como un relato de viajes, Caparrós deja la descripción de los lugares visitados en segundo plano mientras que los recuerdos y las reflexiones sobre su propio país toman un papel principal. Volviendo a la idea del Lector Modelo, vemos que en los relatos contemporáneos de viajes este fenómeno de minimizar el espacio dedicado a las descripciones no es raro sino que se vuelve cada vez más común, debido sobre todo al *boom* tecnológico, especialmente en Internet, y también a los avances de fotografía y cinematografía, sin olvidar además que viajar ya no está limitado a unos pocos privilegiados. Ahora cualquiera puede contar su relato de viaje gracias al auge del turismo en el siglo XX y a las

<sup>8</sup> Otra ironía es que el mismo Eco, citado en este trabajo sobre la literatura futbolística, abiertamente declaró su indiferencia, desprecio y hasta odio del fútbol en su artículo "Le Mundial et ses fastes" publicado originalmente en 1978 en italiano en *L'Espresso* y luego en francés en *Guerre du faux* de Grasset en 1985.

<sup>9</sup> Elena Duplancic de Elgueta en su artículo "El viajero posmoderno. Un aporte a la tipología de viajeros" en *Boletín de Literatura Comparada* presenta un análisis interesante sobre los viajeros de la segunda parte del siglo XX hasta la actualidad destacando el efecto del posmodernismo en los relatos de viajes. Según ella, el posmodernismo ha producido textos "fragmentarios, intertextuales, con variedad de sentidos, a veces ambiguos, otras, contradictorios (Derrida), donde se expresan un escepticismo irónico (Nogero), un eclecticismo y un gusto por lo *kitsch* (Lyotard), un individualismo a ultranza a la vez que nacionalismos concentrados, una denuncia de la injusticia, un indigenismo, un primitivismo (Sebrelli), sin mayor entusiasmo ideológico (Lyotard), una pérdida de fe en el progreso y una sensación del fin de la historia (Vattimo)". Muchos de los rasgos del posmodernismo se pueden observar en el relato de Caparrós.

redes sociales —todo el mundo puede ser cronista. El panorámico del viaje y de los relatos de viajes ha cambiado completamente respecto de las épocas anteriores. En el mundo posmoderno<sup>9</sup> de los *blogs* y de las redes sociales no se precisa que el viajero describa todo lo que observa con palabras como en los relatos de los peregrinos medievales, las embajadas y los exploradores, porque lo más probable es que ya existan cientos, miles o millones de imágenes de ese mismo lugar difundidos por el Internet y por la televisión. En cambio, el viajero posmoderno tiene el desafío de presentar una mirada única, o sea individual, y perceptiva de los lugares visitados, sobre todo con un enfoque cultural y social que frecuentemente incluye una mirada hacia su propia nación desde un punto de vista más lejano y, por lo tanto, una alternativa a las reflexiones hechas desde adentro de la misma cultura.

En el caso de *Ida y vuelta*, las discusiones futbolísticas y sociales son los espacios de reflexión sobre la cultura argentina y el nacionalismo y componen la mayor parte de las cartas. La mitificación de Diego Maradona es uno de tales temas que ocupan una fracción importante de la correspondencia. Sin embargo, aunque no parezca a primera vista, la discusión de Maradona sirve además como descripción de las culturas visitadas. Según la definición de Carl Jung,<sup>10</sup> Maradona es un símbolo ya que es un nombre conocido en la vida diaria, pero su nombre a la vez conlleva otros significados específicos —el nacionalismo argentino, la revolución contra los poderes institucionales o la salida de un barrio humilde, y la llegada a la gloria internacional, por ejemplo— además de su sentido común y corriente —era un jugador de fútbol profesional que jugó por la Selección argentina y ganó el Mundial en 1986, etc. Si bien Maradona es una representación con facetas múltiples dentro de Argentina, para mucha gente en el resto del mundo, como nos contará Caparrós, Maradona es Argentina, y viceversa.

Ni bien llega Caparrós a su primera destinación, Dhaka, la capital de Bangladesh, la cual en su segunda carta a Villoro él describe, no tan objetivamente, como "la ciudad más horrible y más lejana", el viajero se encuentra de nuevo con su patria. El bengalí que lo recibe en el aeropuerto le dice una frase aparentemente obvia: "Lo estábamos esperando", pero después de terminar la frase se empieza a reír como si hubiera contado un chiste, dejando a nuestro viajero momentáneamente confundido. Sin embargo, su confusión se acaba cuando suben al coche y salen a las calles de la ciudad: "La ciudad rebosaba de banderas argentinas [...] sin dudas, muchas más que en Buenos Aires". Como Bangladesh "no tiene un equipo de fútbol digno de ese nombre" y "no hay un bengalí que sepa tirar una pared",<sup>11</sup> según Caparrós, para no quedarse "afuera del mundo" y para

<sup>10</sup> Jung, C.G., "Acercamiento al inconsciente", en Jung, C.G. (comp.), *El hombre y sus símbolos*, Trad. Bareño, L.E., Buenos Aires, Paidós, 1995, cap. 1, p. 20.

<sup>11</sup> Una "pared" en el fútbol es un tipo de pase donde el jugador devuelve la pelota a un toque al jugador que se la pasó.

## Un relato futbolero de viaje: el mito de Maradona en las "idas y vueltas"

sentirse parte, los bengalíes adoptaron a la Argentina como su equipo vicario en el Mundial de Sudáfrica 2010. Pero ¿por qué Argentina? ¿Por qué no Brasil o algún país africano o asiático? Como responde el chofer a Caparrós cuando le hace la pregunta, "¿Cómo por qué? ¡Por Maradona!"

Esta anécdota es un ejemplo concreto de la idea presentada por María Graciela Rodríguez, en la que el Mundial sirve como un escenario cultural para la intersección de los *ideoscapes* y los *mediascapes*,<sup>12</sup> dos de los cinco "mundos imaginados" definidos por Arjun Appadurai<sup>13</sup> que son esenciales para entender la globalización de la cultura, la economía y la política. Según las definiciones de Appadurai, los *mediascapes* ofrecen una concatenación de imágenes narrativas y *ethnoscapes* a una audiencia global donde la división entre la realidad y la ficción se vuelve borrosa y sirven para construir narrativas del "otro" en una síntesis de metáforas o sinécdoques en acuerdo con los intereses del productor, sea público o privado. Los *ideoscapes* también son una concatenación de imágenes pero suelen ser claramente políticos y tienden a ser relacionados con las ideologías nacionales y las contra-ideologías de movimientos políticos con fines de llegar al poder.

No es difícil imaginar cómo un evento tan globalmente difundido como el Mundial de fútbol pueda facilitar la combinación de estos "*scapes*". Bajo la bandera de "paz", "tolerancia" y "orgullo nacional" —aunque parezcan ideas incombinables— que levanta la FIFA durante un mes cada cuatro años, el Mundial resulta el escenario ideal para promulgar narrativas nacionales, achicando las distancias entre naciones a través de las cámaras. Para muchas personas, la única impresión que reciben de un país surge de lo que ven, escuchan y leen durante el Mundial. En los Mundiales desde 1986 hasta 1994, lo único que veía la audiencia televisiva cuando jugaba la selección argentina era Maradona, de sus logros deportivos espectaculares a sus insultos vulgares dirigidos a la cámara y a la hinchada italiana hasta su descalificación del torneo por fallar una prueba de *doping*.<sup>14</sup>

Irónicamente, para introducir su segunda descripción de Bangladesh, Caparrós utiliza

<sup>12</sup> Rodríguez elabora esta idea en su capítulo "Los días en que Maradona usó kilt: intersección de identidades profundas con representaciones massmediáticas", en la antología *Futbologías* compilada por Alabarces. Utiliza como ejemplo de la construcción del otro el estereotipo de los hinchas escoceses, el "Tartan Army", promulgado por los medios argentinos durante el Mundial de Francia '98. También habla de la adopción de Maradona por los escoceses como héroe por los goles que hizo contra Inglaterra en el Mundial del '86. Según la lógica de los escoceses, "el enemigo de mi enemigo es mi amigo" y en ese caso, Argentina fue el enemigo del enemigo escocés: Inglaterra.

<sup>13</sup> Para entender mejor los mundos imaginados de Appadurai consulte su artículo "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy", en *Theory Culture Society*, vol. 7, (1990), pp. 295-310.

<sup>14</sup> El escándalo de la prueba fallida de *doping* en el Mundial de los Estados Unidos '94, el último Mundial en que jugó Maradona, todavía instiga discusión e intriga después de 20 años. Ezequiel Fernández Moore en su artículo "Nos cortamos las piernas", publicada en abril 2014 en el diario *La Nación*, hace la comparación entre la reacción argentina de la caída del ídolo Maradona con la muerte de Perón: el título del diario *Página 12* fue "Dolor", igual al que había puesto *Noticias*, de Montoneros, cuando murió el padre del movimiento político más importante de la Argentina.

una larga reflexión sobre Maradona como símbolo único de la Argentina, concluyendo que "para dos o tres mil millones de personas la Argentina y los argentinos [...] no somos nada más o nada menos que la confusa nube de pedos que aureola la pierna izquierda del Gran Diez". Pero la segunda representación de Bangladesh que nos da el escritor no toma forma de una descripción física del paisaje ni de la gente sino de una anécdota contada de segunda mano, "la historia de ese muchacho que murió por la patria". En vez de pintarnos un cuadro realista o naturalista de la sociedad bengalí, Caparrós toma el camino posmoderno, ofreciéndonos un vistazo borroso y ambiguo de lo que él ve pero sin dejar de lado sus preocupaciones por la injusticia social ni su ironía escéptica. La anécdota es una tan rara que también fue difundida por los medios internacionales. Se trata de un joven bengalí de 24 años que murió intentando demostrar su amor por la patria. Quiso colgar una bandera de un metro en el árbol más alto de su barrio para que todo el mundo pudiera presenciar su devoción patriótica, pero mientras subía por las ramas se cayó, se partió la crisma y murió. Sin embargo, hay algunos detalles y comentarios en la versión de Caparrós que nos clarifica por qué el viajero decidió incluir este cuento en su carta a Villoro.

Empezamos con la situación económica del joven. Según Caparrós, era "módicamente pobre", pero ser pobre en Bangladesh "significa no ganar ni un centavo y comer de vez en cuando; ser módicamente pobre implica tener un trabajito informal y llevarse 70 dólares por mes", o sea, un poco más que dos dólares por día. A través de esta información, Caparrós incita una reflexión personal del lector sobre su propia situación económica, comparándola con la de los bengalíes y, por lo tanto, el escritor logra que el lector se acerque a esta cultura ajena y probablemente desconocida. Luego, Caparrós revela la parte más sorprendente de la anécdota: "[...] pero ese día había conseguido algún dinero y decidió darse un gusto. Entonces pagó 150 takas bengalíes —2 dólares— por una bandera de un metro y de Argentina". Ni siquiera murió, sin dejar de lado el hecho de que gastó el sueldo de un día entero en la bandera, por los colores de su propia patria sino por los de un país lejano solamente conocido por una pantalla chica y representado por un "pibe" de Villa Fiorito.

"La muerte del patriota pifiado" llegó a salir en todos los diarios bengalíes y también en otros diarios extranjeros, a pesar de que, como observa Caparrós, "morirse en Bangladesh no es lo mismo que morirse en otros lugares". Si bien la muerte es un tema universal, cada cultura tiene su propia manera de encararla y de considerarla, y Caparrós, como un viajero posmoderno, se preocupa por estas diferencias culturales, sobre todo cuando están relacionadas con injusticias o problemas sociales. Nuestro viajero no se interesa particularmente en las costumbres asociadas con la muerte ni en la expectativa media de vida del país —según el Banco Mundial en Bangladesh el promedio de vida de un individuo nacido en 2013 es 70 años, lo cual no es tan diferente que los 76 años de

## Un relato futbolero de viaje: el mito de Maradona en las "idas y vueltas"

expectativa promedio en Argentina—, sino en el valor, o en este caso la falta de valor, de la vida humana:

[...] Aquí suponen que las personas sobran, así que se mueren sin parar; se mueren inundadas porque viven en campos tres centímetros por encima del nivel del mar, se mueren enterradas porque viven en edificios que se derrumban o se incendian a la menor provocación, se mueren enfermas porque se enfermaron. Se mueren, todo el tiempo se mueren.

—Querida, esta noche no me esperes a cenar que tengo que morirme.

—Bueno, amor, pero no vuelvas demasiado tarde.

En su propio estilo, con una ironía áspera, Caparrós hace una fuerte denuncia contra la pobreza y la desigualdad social, otras "isotopías" de su relato, pero esto sería tema para un trabajo aparte. Este pasaje, además de servir como crítica social, contextualiza la anécdota y explica por qué fue tan sorprendente que la muerte del joven patriótico recibiera tanta atención en los medios de comunicación.

Sin embargo, la reacción de Caparrós y la de los bengalíes a la muerte del joven son completamente opuestas. Mientras que los bengalíes lo convierten en héroe y hablando en primera persona de la Selección argentina, dicen a Caparrós: "Cuando salgamos campeones [...] vamos a ir a festejar a su barrio, delante su árbol", para el viajero argentino el hecho de morirse por una bandera es una necesidad total:

[...] Morirse por la bandera ¿propia? es una tontería; morirse por una ajena debe ranquear segundo o tercero en la Copa del Mundo de las tonterías. O debería decir: morirse por la bandera ¿propia? es una estupidez con buena prensa; morirse por una ajena es una originalidad extrema, una obra de arte conceptual que pone en su lugar a todos esos moridores por un trapo.

Como vemos en este texto, Caparrós no pinta un retrato realista y detallista de cada lugar sino que sus descripciones son más bien impresionistas o vanguardistas, que requieren un lector activo capaz de leer entrelíneas para construir una imagen de los lugares descritos discretamente por el escritor. Más allá de la evidente condena cómica de Caparrós a este extraño episodio, debemos subrayar dos puntos importantes: primero, el rechazo del viajero de la idea de patria y segundo, la apropiación de la bandera argentina por los bengalíes, evidenciada por el uso de primera persona en referencia a la Selección argentina. Caparrós, además de clasificar abiertamente la muerte por la patria como una "tontería" y una "estupidez", pone en dudas toda la idea de nación y de nacionalidad con la simple, pero no inocente, ubicación en ambas oraciones de la palabra "propia" entre signos de interrogación al referirse a las banderas. Con este pequeño detalle de puntua-

ción, el viajero revela mucho más que sus opiniones sobre el episodio de la muerte del joven fanático bengalí, podríamos decir que efectivamente abre la caja de Pandora cuestionando la validez y la veracidad de los estados y las fronteras —físicas, sociales y culturales— que los separan.

Entonces, si la Argentina es "una construcción", podemos deducir, sin mucha dificultad, que los bengalíes no se apropian de la bandera de un país concreto o real sino de la idea de una nación construida y difundida por los medios durante casi tres décadas y que se puede resumir en un solo nombre: Diego Armando Maradona. Pero ya que al fin y al cabo estamos analizando un relato de viajes donde el autor nos quiere presentar su perspectiva de la sociedad visitada, ¿qué nos dice esta deducción de la cultura bengalí? Puede haber varias lecturas, como con cualquier texto, pero esta deducción parece ilustrar tres ideas principales: una falta de orgullo nacional en Bangladesh —un país relativamente joven que ganó su independencia recién en 1971—, el deseo de pertenecer al resto del mundo a través del Mundial y una empatía con los valores y la persona de Maradona, o sea, del mito de Maradona. Además, esta adopción de una nacionalidad ajena es un síntoma de la "sobrecomunicación" como producto o como efecto adicional de la globalización. Este posible efecto preocupó al antropólogo Lévi-Strauss, quien temía que la tendencia única a consumir, sobre todo en las culturas donde sus miembros no están convencidos de su originalidad, de su capacidad de producir o, hasta un punto, de su superioridad sobre otras culturas, podría provocar la pérdida de toda originalidad.<sup>15</sup> Curiosamente, a pesar de que los bengalíes adoptaran una bandera extranjera, con ella no asumían la manera de alentar de los argentinos sino que crearon una propia: la costumbre de poner banderas "muy grandes" en lugares "muy raros", como vimos en la anécdota del joven patriota fallado.

El fútbol, que en un momento fue esencialmente desdeñado por el mundo académico argentino, en la actualidad está siendo reconocido como un elemento esencial en la construcción de las narrativas nacionales de la Argentina que merece ser estudiado y considerado. A través de nuestro análisis de la correspondencia entre Caparrós y Villoro, pudimos observar cómo el fútbol puede servir de apertura a otros temas más universales como la injusticia social, la pobreza y aún la muerte. En *Ida y vuelta*, el balompié es el hilo que utiliza el escritor para tejer su relato de viaje, ilustrando hechos y costumbres ajenas por medio de un deporte global, tomando en cuenta especialmente al Lector Modelo que definimos al inicio del trabajo. Además, logramos entender mejor el fenómeno social de la mitificación de Maradona y cómo un "pibe" de Fiorito llegó a ser, ante el resto del mundo, la representación única de todo un país. Ahora, nos queda un nuevo desafío: encontrar los nuevos relatos nacionales y temas sociales que surjan de una nueva etapa del fútbol argen-

<sup>15</sup> Lévi-Strauss, C., *Myth and Meaning*, New York, Schocken Books, 1995, p. 20.

## Un relato futbolero de viaje: el mito de Maradona en las "idas y vueltas"

tino. Estas narrativas nos aguardan en lugares inesperados, y en el campo de la literatura futbolística argentina, donde todavía nos queda mucha cancha para recorrer.

### Referencias bibliográficas

#### Bibliografía primaria

ALABARCES, P., *Fútbol y patria: el fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2008.

ARCHETTI, E., "El *potrero* y el *pibe*: Territorio y pertenencia en el imaginario del fútbol argentino", en *Nueva Sociedad*, no. 154, Caracas, marzo-abril 1998.

CAPARRÓS, M. y Villoro, J., *Ida y vuelta: una correspondencia sobre fútbol*, Buenos Aires: Seix Barral, 2012.

CARRIZO RUEDA, S.M., "Estudio Preliminar. Construcción y recepción de fragmentos de mundo", en Carrizo Rueda, S.M. (ed.) *Escrituras del viaje: construcción y recepción de "fragmentos de mundo"*, Buenos Aires, Biblos, 2008.

ECO, U., *Lector in fabula: la cooperación interpretativa en el texto narrativo*, trad. Pochtar, R., Buenos Aires, Sudamericana, 2013.

#### Bibliografía secundaria

Academia Argentina de Letras, *Diccionario del habla de los argentinos*, Buenos Aires, Emecé, 2008.

ARCHETTI, E., "Estilo y virtudes masculinas en *El Gráfico*: la creación del imaginario del fútbol argentino", en *Desarrollo económico*, vol. 35, no. 139, Buenos Aires, IDES, octubre-diciembre 1995.

, "Masculinity and Football: The Formation of National Identity in Argentina", en Giulianotti, R. y Williams, J. (eds.) *Game without Frontiers: Football, Identity and Modernity*, Aldershot, Arena, 1994.

APPADURAI, A., "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy", en *Theory Culture Society*, vol. 7, 1990, pp. 295-310.

CAPARRÓS, M., *El Interior*, Buenos Aires, Editorial Planeta, 2006.

*Letras*, (julio 2016 - junio 2017) Nros.74-75 pp.103-114 ISSN:0326-3363

GABRIELA GARTON

, *Boquita*, Buenos Aires, Booket, 2012.

CARRIZO RUEDA, S.M., *Poética del relato de viajes*, Kassel: Edition Reichenberger, 1997.

DE GIANO, R. "El Gráfico y sus distintas miradas sobre el fútbol", en *La marea. Revista de cultura, arte e ideas*, Buenos Aires, abril-junio 1995.

DUPLANCIC DE ELGUETA, E., "El viajero posmoderno. Un aporte a la tipología de viajeros", en *Boletín de Literatura Comparada*, Número Especial "Literatura de viajes", año 2003-2005, pp. 63-74.

ECO, U., "Le Mundial et ses fastes", en trad. Tanant, M., *Guerre du faux*, Grasset, 1985.

"Esperanza de vida al nacer, total (años)", El Banco Mundial, [www.datos.bancomundial.org](http://www.datos.bancomundial.org), 2014.

FERNÁNDEZ MOORES, E., "Nos cortamos las piernas", en *La Nación*, Canchallena, Buenos Aires, 4/2014.

GRAMSCI, A., *La cuestión meridional*, Trad. Bastida, A., Buenos Aires, Quadrata Editor, 2002.

JUNG, C.G., "Acercamiento al inconsciente", en Jung, C.G. (comp.), *El hombre y sus símbolos*, Trad. Bareño, L.E., Buenos Aires, Paidós, 1995.

LÉVI-STRAUSS, C., *Myth and Meaning*, New York, Schocken Books, 1995.

LUDMER, J., *El género gauchesco. Un tratado sobre la patria*, Buenos Aires, Sudamericana, 1989.

MARADONA, D. A., *Yo soy el Diego de la gente*, Buenos Aires, Planeta, 2000.

PROPP, V., *Morfología del cuento*, 2ª edición, Editorial Fundamento.

RODRÍGUEZ, M.G., "Los días en que Maradona usó kilt: intersección de identidades profundas con representaciones massmediáticas" en Alabarces, P. (comp.) *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, Buenos Aires, CLACSO-ASDI, 2003, pp. 181-198.

SARLO, B., *La máquina cultural. Maestras, traductores y vanguardistas*, Buenos Aires, Ariel, 1998.