

Colección Estudios Semióticos

DIRECTORA: Ma. Lourdes Gasillón

Universidad Nacional de Mar del Plata  
Grupo Estudios de Teoría Literaria



---

# Mitologías argentinas Una aproximación semiótica

María Lourdes Gasillón, Fabio Gonta, Juan Cruz  
Zariello compiladores

Mitologías argentinas : una aproximación semiótica / María Lourdes Gasillón (Dir.), Fabio Gonta y Juan Cruz Zariello Villar (Comp.). - 1a ed. - Mar del Plata : Facultad de Humanidades/UNMDP, 2014.

(Narrativas)

EBook.

ISBN: 978-987-544-528-4



1. Narrativa Argentina. I. Título

**Imagen de tapa:** María Luján Gasillón. Sin título. Instalación con papel reciclado y materiales de desecho.

**Diseño de tapa:** Virginia Forace

**Conversión a formato digital:** María Carolina Rojas / WebFH

**Edición en formato digital:** septiembre de 2014

2014, Facultad de Humanidades/UNMDP.  
Funes 3350, MAR DEL PLATA (7600)  
Pcia. de Buenos Aires, Argentina.



**Atribución – No Comercial – Compartir Igual (by-nc-sa):** No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.

**Disponible en:**



<http://fhmdp.edu.ar/ebooks>

# **Signos y mitos: representaciones de un país**

## **Genealogías**

La semiología sería desde entonces ese trabajo que recoge la impureza de la lengua, el desecho de la lingüística, la corrupción inmediata del mensaje: nada menos que los deseos, los temores, las muecas, las intimidaciones, los adelantos, las ternuras, las protestas, las excusas, las agresiones, las músicas de las que está hecha la lengua activa.

Roland Barthes. *Lección inaugural de la cátedra de semiología lingüística del Collège de France pronunciada el 7 de enero de 1977* (1974: 107)

La semiótica es definida generalmente como “la ciencia de los signos” y comenzó a constituirse en disciplina independiente a partir de los trabajos del filósofo norteamericano Charles Sanders Peirce (1839-1914), quien fue uno de los primeros en conceptualizar los términos *semiosis*, *signo* e *interpretante*, entre otras. No obstante, al mismo tiempo, en el ámbito europeo, Ferdinand de Saussure (1857-1913) inscribe la incipiente

lingüística en una ciencia mayor: la semiología –en sus palabras, ciencia que estudia los signos en la vida social– para detenerse finalmente en su principal objeto de estudio: la *lengua*, un sistema de signos lingüísticos constituidos por *significado* y *significante*.

Siguiendo la tradición iniciada por el maestro ginebrino, Roland Barthes (1915-1980) hablará de *semiología* en sus trabajos y la redefinirá a lo largo de su producción según sus intereses. Tal como él mismo resumió en su *Roland Barthes por Roland Barthes* (155), pasará por sucesivas *fases* atravesadas por lecturas diferentes que condicionaron su mirada: el descubrimiento de la lengua, la mitología social, el análisis semiológico *per se*, el texto entendido como una práctica significante, el placer versus el goce textual...

De su “segundo” momento destacamos el texto emblemático *Mitologías* (1957), constituido por ensayos breves que fueron publicados mensualmente en *Les Lettres Nouvelles* y *Critique* (entre 1954 y 1956). Los temas y objetos de análisis de los artículos son variados y actuales para el contexto de producción –si bien son aplicables a nuestra época también–: avisos publicitarios, cine, juguetes, poder, literatura, fotografía, comidas y bebidas, astrología, realidad social y política, exposición plástica, entre otros. En palabras del propio autor, el hilo de Ariadna que guía a estas publicaciones reunidas en un único volumen es su “crítica ideológica” a la “mítica cultura de masas” instalada y difundida por la sociedad pequeñoburguesa de Francia.

En 1956, la editorial Seuil publica la compilación en formato libro y le encarga a Barthes un posfacio –que lleva el título: “El mito, hoy”– donde precisa las nociones de *semiología*, *mito* y *mitólogo*, influido por su reciente lectura de Saussure y sus discusiones con Algirdas Greimas en Egipto. Allí expone el “desmontaje semiológico” de la mistificación que observa en ese momento y lugar, pues aclara que ya en décadas posteriores no podrían

analizarse con la misma mirada estos fenómenos. En los casos propuestos opera el concepto de *mito* entendido como *habla, sistema de comunicación, mensaje* que reviste una significación y una forma particulares. Para Barthes –lo demuestra el contenido heterogéneo del texto– cualquier objeto visual o verbal puede constituirse en *palabra mítica* dotada de significación en un contexto social preciso: el mito no es eterno, aunque puede ser antiguo, pues la historia lo condiciona.<sup>1</sup>

En el análisis semiológico planteado para leer y actualizar los mitos burgueses contemporáneos, se evidencian ecos fuertes del *Curso de Lingüística General* (1916) pero adaptados al sistema mítico en particular. De esta manera, aclara que la semiología trabaja y relaciona formas sin tener en cuenta el contenido. Ello también se da en el mito, al que resemantiza como un *esquema tridimensional* compuesto por significante, significado y signo, que a su vez, se reducen y cumplen una *función significante pura* en un segundo sistema semiológico. Es decir, en el mito conviven dos instancias: está compuesto por un signo lingüístico (*lenguaje objeto*) que se convertirá en el inicio de una segunda cadena significante amplificada (*metalenguaje*), cuyo objeto será reflexionar sobre las características retóricas del primer signo representativo de saberes, hechos, intenciones, idiosincrasias específicas que dieron lugar a su origen.

Debido a ello, Barthes se propone mencionar algunos de los mitos cotidianos influidos por las representaciones del mundo que impone y normaliza la burguesía francesa de mediados de siglo, *distorsionando* la realidad.

# El mito, hoy... en Argentina

Gigantes como el Obelisco,  
campeones de fútbol,  
boxeo y hockey.  
Locatti, Barreda,  
Monzón y Cordera  
también, matan por amor.  
Tanos, gallegos, judíos,  
criollos, polacos, indios, negros,  
cabecitas... pero con pedigree francés  
somos de un lugar  
santo y profano a la vez,  
mixtura de alta combustión  
la argentinitud al palo...  
la argentinitud al palo...

Bersuit Vergarabat

De manera similar a las *Mythologies* barthesianas, hoy tenemos el agrado de publicar el primer e-book que inicia la colección de Estudios Semióticos dependiente de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar del Plata, y que se continuará en los próximos años con nuevos trabajos del área. En esta ocasión, compartimos una compilación de artículos realizados por los alumnos del Taller de Semiótica, a cargo de las Dras. Rosalía Baltar y María Coira, durante el año 2012. En el seno de esta materia, se realizó la propuesta de escribir textos sobre las matrices constitutivas de nuestra mitología regional; es decir, aquellas personalidades, costumbres, rituales, gustos... que configuran la representación de una *argentinitud* del siglo XX/XXI, como reza la canción del epígrafe.

Por otra parte, la escritura fragmentaria fue una marca distintiva del ensayista francés; elaboraba sus textos en fichas separadas, que luego se reunían para salir a la luz en un único objeto.<sup>2</sup> Con una intención semejante, este e-book emula la metodología del fragmento, porque está estructurada en una cadena significante de piezas breves, disparadoras de reflexiones posteriores más exhaustivas.

Asimismo, en *Le plaisir du texte* (1974), Barthes nuevamente enfatiza el carácter heterogéneo de los estudios semiológicos:

Por ello la semiología [...] pinta en lugar de excavar [...]. Sus objetos predilectos son los textos de lo Imaginario: los relatos, las imágenes, los retratos, las expresiones, los idiolectos, las pasiones, las estructuras que desempeñan simultáneamente una apariencia de verosimilitud y una incertidumbre de verdad (112).

Los artículos aquí presentados hacen eco de esa mirada y demuestran que el pueblo argentino es una “mixtura de alta combustión”, donde operan y se funden materiales muy diversos que hacen al *ser nacional* tan en boga a principios del siglo XX, en el primer centenario de la Revolución de Mayo, por ejemplo. Por nuestras venas corre sangre criolla, india e inmigrante; somos latinoamericanos pero miramos a Europa y compramos en China o los Estados Unidos; creamos el tango aunque bailamos cumbia... Precisamente, los alumnos dejan registro de ese fenómeno particular y heterogéneo que somos los argentinos. Por estas páginas desfilan el mate, el *Martín Fierro*, Marcelo Tinelli y las vedettes, la cantante Gilda, el producto de limpieza *Mr. Músculo*, la pasión futbolera, los programas televisivos dedicados a la cocina gourmet, en fin, muchos de los signos “heteróclitos” (como el *habla* de Saussure) que conforman y modifican continuamente nuestro imaginario social.

María Lourdes Gasillón  
Directora

## Bibliografía

- Barthes, Roland [1957(1989)]. *Mitologías*. México: Siglo XXI.
- [1965 (1978)]. *Roland Barthes por Roland Barthes*. Caracas: Monte Ávila.
- [1974 (1993)]. *El placer del texto. Lección inaugural de la cátedra de semiología lingüística del Collège de France pronunciada el 7 de enero de 1977*. Traducción: Nicolás Rosa y Oscar Terán. Madrid: Siglo XXI.
- (1987). “De la obra al texto”, en *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*. Barcelona: Paidós, 73-82.
- Coira, María (2006). “De lecturas y lectores”. En *Aristas. Revista de estudios e investigaciones. Facultad de Humanidades / UNMdP*. Mar del Plata: EUDEM, Año III, Nº 4, 23-38.
- De Saussure, Ferdinand (1945). *Curso de Lingüística General*. Traducción, prólogo y notas de Amado Alonso. Bs. As.: Losada.
- Fabbri, Paolo (2000). *El giro semiótico*. Barcelona: Gedisa.
- Marty, Éric (2007). *Roland Barthes, el oficio de escribir*. Buenos Aires: Manantial.
- Peirce, Charles Sanders (1986). *La ciencia de la semiótica*. Bs. As.: Ediciones Nueva Visión.
- Todorov, Tzvetan y Ducrot, Oswald (1974). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. Buenos Aires: Siglo XXI, 104-111.
- Verón, Eliseo (1995). *Semiosis de lo Ideológico y del Poder. La mediatización*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Zecchetto, Victorino (Coord.) (2005). *Seis semiólogos en busca del lector: Saussure / Peirce / Barthes / Greimas / Eco / Verón*. Bs. As.: La Crujía, 81-

144.

# Nota editorial

Desocupado lector, te dedicamos estos papelillos que prologan *Mitologías argentinas: una aproximación semiótica*. Te solicitamos valores el esfuerzo que en su construcción hemos realizado leyéndolo. Es este un trabajo abierto, un hilván de palabras en composición. Al finalizar su lectura, tú, lector, podrás agregar todo cuanto consideres faltante. Tu participación, al igual que la de otros lectores, irá poco a poco completando una tarea que no pretende tener solución de continuidad, como no la tiene la tarea de los productores de mitos.

Emprendimos la tarea, buscamos, descubrimos, encontramos, nos asombramos, vivenciamos, seleccionamos mitos que circulan en el territorio argentino. Inspiramos poco, transpiramos mucho, nos pusimos a prueba, produjimos texto. Nos reunimos, invitamos, leímos, reímos, corregimos, sugerimos, recolectamos, antologamos. Nueva reunión: apareció el desconocido e-book y preguntamos, erramos, al fin, editamos. El entusiasmo en la empresa se correspondía con el nivel lúdico que asume el desenmascaramiento barthesiano. El aprendizaje expande fronteras. Lo cercano por momentos se invisibiliza. Transitamos por la territorialidad de lo obvio obviado. El estudio de mitos nos permite hacer visible lo invisible, explícito lo implícito y/o silenciado. Lo mítico en ocasiones por su grado de hermetismo, su silencialidad, su carga ideológica, su oscuridad, su obvierdad troca, adquiere incluso un carácter místico.

El proceso de aprendizaje se desarrolla desde la recepción del marco barthesiano a la productividad textual que nos convierte en aprendices de mitólogos para luego ser aprendices de editores y finalmente de cibereditores. Nos generamos manufacturadores de realidad comunicacional, adquirimos la importancia del sistema de Barthes como forma de producción para desmitificar el interés burgués en la elaboración y sostenimiento del mito.

Este sistema promueve un nivel lúdico. Sitúa al texto como formación de compromiso, en términos freudianos, resultante de la puja entre deseo y represión. En la actividad del mitólogo –investigador del orden cotidiano– el mito funciona como objeto transicional en tanto se convierte en texto, objeto estético y lúdico a un mismo tiempo.

Transfigura lo ominoso o siniestro en maravilloso, según la concepción de E. Pichón Riviere (1988). La situación ominosa se innova en objeto portador de belleza. Como parte del mismo devenir, se transforma en significante político, denunciante de un orden al que interpela para subvertir. El mito tiende a sostener el *status quo* del orden burgués. La mitología se expone como denuncia del interés mencionado. En los sentidos propuestos es significancia, juego, subversión y objeto estético a un mismo tiempo. Lo que otrora fue represión es ahora liberación en el discurso.

Otra de las posibilidades abiertas por el sistema barthesiano es la práctica del extrañamiento:

El extrañamiento de la realidad es uno de los puntos que fundamenta la perspectiva del antropólogo desde que a partir de Malinowski la investigación de campo se impuso como una marca de nuestra identidad académica [...] Al no participar como nativo en las prácticas sociales de las poblaciones que estudia, en las imposiciones cognitivas de una determinada realidad social, el antropólogo existencialmente experimenta en el extrañamiento una unidad contradictoria, por ser al mismo tiempo aproximación y distanciamiento. Es como estar delante de un sistema de signos –vivirlo relacionándose primeramente con sus significantes pero sin comprender del todo sus significados–. Al estudiar “su” propia sociedad, el antropólogo buscar realizar la operación inversa, convertir lo familiar en exótico, usando –por principio y por racionalización metodológica– una posición de extrañamiento [...] al insertarse en realidades sociales de las cuales no participa en lo cotidiano, desconoce (y ese desconocimiento es parte

central del extrañamiento) [...] El antropólogo se ubica, así, en una posición / perspectiva de un actor social “descalificado”, cuyo equivalente más próximo sería el niño [...] (Riberiro 1998: 233-235).

Extranjerización de territorio propio, objetalización o palabra cotidiana descontextualizada para producir efecto estético. Distanciamientos necesarios de la cultura y la lengua propias. Desdibujamiento de fronteras entre yo y otro. En términos poéticos “Yo es otro” (Rimbaud: 1994) y Otro es yo. Movimiento de unificación entre lo nacional y lo extranjero, donde toda tierra es profana.

Otra posibilidad es el sentido planteado por Viktor Shklovski (Todorov: 2002), para quien el artista presenta objetos o situaciones cotidianas en contextos distintos desautomatizando las formas para producir el extrañamiento en el espectador o lector respecto de la propia cultura. El distanciamiento de lo propio permite la conceptualización y la generación del sentido. Ejercicio permanente en la tarea del mitólogo, que presenta como extraño lo cotidiano en el rescate de la significación intencionalmente “perdida”. Es la tarea de descubrir lo perdido: reminiscencia de la búsqueda del tesoro en el país del aquí “nomás”, indagación de la caverna, en el detrás del espejo de la propia imagen de uno en tanto reproductor del mito. Movimiento autocrítico indispensable en la tarea del mitólogo.

El trabajo con el mito es una forma de intervenir en la realidad social, en la circulación del discurso social por tanto es una actividad política que ejerce su influjo en el habla de una comunidad lingüística.

No es nuestra intención delimitar de forma alguna la cualidad de *argentino*. Esta posición nos convertiría en productores del mito de la argentinidad. Es, sí, nuestra intención producir sentido en torno de mitos existentes, circulantes en la oralidad. No marcamos la cancha en torno de los mitos argentinos –adjetivación que definimos en construcción– como macro-mito que se erige del conjunto de mitos, imaginario aceptado gradualmente según el caso, dinámico, producto de un juego de

identificaciones compartidas que conforman un proceso identitario complejo de definir, pero asumido como propio sin poder dar demasiada cuenta de su significado, aceptación de suyo vinculada a afectos íntimos y compartidos a la vez.

Otro aspecto que creemos importante aclarar es la vinculación entre literatura y mitología. Al respecto Barthes define la literatura en Francia:

La literatura no es un objeto intemporal, sino un conjunto de prácticas y de valores situados en una sociedad determinada [...] la literatura crece en un mundo de lenguaje en lo que he llamado en otro lugar la logósfera, el mundo de los lenguajes en que vivimos; y esa logósfera, si nos atenemos a lo que nuestra sociedad es, está profundamente dividida. Los lenguajes están divididos. Sin duda, hay un idioma nacional, el francés, pero en el fondo no tiene ninguna realidad social, salvo en el nivel de las gramáticas de francés o en el de su enseñanza normativa. En realidad hay varias lenguas francesas. Creo que hay que situar bien a la literatura en relación con esa división de los lenguajes (2003: 176).

La definición planteada para el territorio francés es válida para el argentino. El mundo del lenguaje es diverso, recibe influencias de las corrientes migratorias que se dan sobre todo a partir de la década del ‘80 del siglo XIX, que continúan y definen nuestro ser híbrido. El habla argentina está en permanente cambio por el aporte de diversos acervos culturales, los procesos migracionales y la búsqueda de una identidad nacional.

Esta antología que presentamos forma parte de la literatura en tanto “conjunto de prácticas y de valores situados en una sociedad determinada” (Barthes 2003: 176). Nos situamos en la partición de la logósfera (mundo del lenguaje). Creemos contribuir a una reflexión sobre la lengua argentina. Una historia particular determina características de esta lengua, un conjunto de autores que abordan desde distintas perspectivas la *res pública* de nuestro país colabora en la determinación de este sub-conjunto de la logósfera castellana.

En *Gris de ausencia* (Cosa: 2009), se aborda el problema de las corrientes migratorias. Es una comedia de enredo donde se produce una especie de Gomorra generada por las migraciones en el seno familiar.

Muestra las influencias múltiples que la lengua tiene en nuestro país. Resolviendo el interrogante que planteamos acerca de la vinculación entre literatura y mitología podemos indicar que la primera es mitología cuando aborda un mito con intención de desmitificar.

El mito es habla y la mitología es escritura. El trabajo del mitólogo es poner de manifiesto el interés burgués que el mito conlleva. El mito tiene un valor asignado por el habla y el interés burgués sumado a su poder significante.

Resuelta la cuestión acerca de la mitología como expresión literaria, nos queda pendiente otro asunto: ¿la literatura construye mito? Sin duda, existen figuras y textos icónicos que pueden configurar un mito. Por otra parte, es mitológica la literatura que aborda mitos en su trama argumental. El intento de especificar una literatura argentina o el origen de una cultura argentina originada en la figura del gaucho es un mito fundante del acervo cultural nacional. La literatura es mito cuando se convierte en habla.

Los papelillos que a continuación te brindamos, lector, esperamos te signifiquen lo que a nosotros: una forma de producción.

Fabio Gonta y Juan Cruz Zariello Villar  
Compiladores

## Bibliografía

Lins Ribeiro, Gustavo (1998). “Descotidianizar, extrañamiento y conciencia práctica”. En Boivin, Mauricio et. al. *Constructores de otredad*. Buenos Aires: EUDEBA.

Shklovski, Viktor [1917 (2002)]. “El arte como artificio”. En Todorov, Tzvetan. *Teoría literaria de los formalistas rusos*. México: Siglo Veintiuno Editores.

- Rimbaud, Arthur (1994). *Poesía Completa*. España: Editorial Fontana.
- Todorov, Tzvetan y Ducrot, Oswald (2003). *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Barthes, Roland (2008). *Mitologías*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Barthes, Roland (2003). *Variaciones sobre la literatura*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

# **Rituales**

# **De bandida rural a heroína sanjuanina**

Natalia Soledad López

Universidad Nacional de Mar del Plata

[nataliaslopez@yahoo.com.ar](mailto:nataliaslopez@yahoo.com.ar)

El pueblo argentino alberga una serie de mitos populares que rescatan figuras de la historia nacional con un pasado deslumbrante. Hoy, la tradición sanjuanina recuerda las aventuras de una mujer increíble, de una bandida rural que escribía su propia leyenda en aquellas épocas de las guerras civiles argentinas y el período del Restaurador. Las vicisitudes de una infancia sin la presencia firme de una imagen materna, la sangre indígena que corría por sus venas y que pedía a gritos libertad, sus malas compañías y accionar, su arrepentimiento y su transformación en heroína, como guerrillera o como una especie de “Robin Hood” nacional, describen la vida de Martina Chapanay. Innumerables leyendas cuentan las hazañas de esta bandida varonil y su mito está presente en la memoria colectiva del pueblo sanjuanino, mientras sus restos descansan en Mogna. Su tumba se ha convertido en un verdadero santuario, un importante centro de devoción popular. Muchas versiones alimentan el mito de la Chapanay, pero todas las historias destacan su vida heroica, su valentía, sus acciones solidarias con la gente de sus pagos y su imagen de mujer varonil.

Escritores contemporáneos se encargaron de difundir a través de sus libros la vida de la bandida sanjuanina que se convirtió en defensora indiscutible de su pueblo. Muchas mujeres que han hecho el bien y héroes populares se destacan en la historia de nuestro país. Sin embargo, Martina Chapanay es mucho más que una mujer bondadosa y solidaria, su imagen tiene algo distinto que entusiasma a sus seguidores. Su aspecto varonil define su esencia y se hace visible en la vestimenta gaucha que elige y en

sus decisiones: de bandolera a mонтонера, heroína y trabajadora de las tierras sanjuaninas. Su espíritu libre y valentía aguerrida se explican en su preferencia por la acción y por las labores masculinas. Martina Chapanay representa la naturaleza de las tierras de San Juan. Las historias, que circulan y construyen la figura mítica de la “hembra-gaucha”, manifiestan el color local, el paisaje y las costumbres argentinas (principalmente, la esencia de la provincia). Quizás ese es el verdadero motivo de la adhesión tan fuerte que genera esta mujer. La estrecha unión entre la heroína sanjuanina y su pueblo explica la devoción de cientos de peregrinos que rinden homenaje a la famosa Chapanay.

Actualmente, el pueblo de San Juan la reconoce y la admira por sus acciones pasadas y los valores que priman en su imagen mítica. Martina Chapanay es sinónimo de esperanza, trabajo, lucha, bondad y, sobre todas las cosas, es una mujer valiente para su época. Su figura no sólo es importante en la historia nacional, sino que también ocupa un lugar destacado en la tradición y la cultura de su provincia; es la heroína sanjuanina, es parte esencial de su pueblo.

# **La santificación de los muertos**

Emanuel Castillo  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
[emanuel.castillo.92@gmail.com](mailto:emanuel.castillo.92@gmail.com)

En la cultura occidental, la muerte de una persona supone un momento de pena, de sufrimiento, de pesar y de congoja. No es extraño oír frases como “La muerte no se le desea a nadie”, que denotan el profundo respeto profesado, en general, al hecho de fallecer. El dolor que causa la muerte en el círculo afectivo del difunto es tan notable que incluso (aunque ya no es tan usual) algunas personas se rehúsan a seguir viviendo como lo hacían antes de tan dramático suceso: así, deciden adoptar el luto y vestir de negro para recordar su pérdida. En casos menos drásticos, es habitual la práctica de portar un brazalete también negro, color fuertemente asociado a la muerte desde lo simbólico, pues expresa discreción y falta de “vida”; como contrapartida, los colores más claros parecen indicar alegría –estado emocional inconcebible para nuestra sociedad durante la superación de una muerte–.

Sin embargo, no sería justo creer que el desconsuelo ante una pérdida es cosa inherente por naturaleza al ser humano. Algunas tribus indígenas, aunque resulte extraño a nuestro entendimiento, conciben la muerte de los seres queridos como un paso a otra vida, eterna y de carácter trascendental, superadora de la vida terrenal. Incluso poseen ritos festivos mortuorios que incluyen comer y beber junto a la tumba del difunto; sin dudas, para nosotros esto constituye una herejía y una violación de la paz del muerto, o, al menos, un acto macabro.

Pero, ¿dónde radica esta diferencia sustancial? Seguramente en el hecho de que, en la cultura europea y en Argentina, muchas veces se rinde homenaje al muerto; es decir, se lo *santifica*. El concepto de santo se entiende aquí como ser “perfecto y libre de toda culpa” (RAE 2001). Durante los funerales, no es extraño que los asistentes pronuncien entre lágrimas algunas palabras para enaltecer la imagen del difunto. Al parecer, al morir la persona se purifica y queda libre de toda mancha; se recuerdan de ella únicamente sus virtudes y buenas acciones, y se dejan de lado sus defectos y aspectos negativos. No considero erróneo concebir el homenaje a los muertos como una idealización que, en más de una ocasión (pero no necesariamente), lleva a las personas a caer en la hipocresía de elogiar decorosamente a alguien; un alguien que, antes de morir, resultaba indiferente o no era considerado tan importante y virtuoso como luego de su defunción.

No soy la primera persona que se percata de este fenómeno, por lo que no deseo adjudicarme tal derecho; no obstante, no quiero dejar de resaltarlo. Rubén Blades lo deja claro en su famosa canción “El Cantante”: “Si no me quieren en vida, cuando muera no me lloren”.

# Santa Gilda

Verónica Borrajo  
Universidad Nacional de Mar del Plata  
[veronicaborrajo@hotmail.com](mailto:veronicaborrajo@hotmail.com)

El mito de *Santa Gilda* nace en 1996 con la trágica muerte de la cantante popular apodada con ese mismo nombre. Su carismática personalidad y popularidad en ascenso se ven interrumpidas por un fatal desenlace que marca el comienzo del mito.

Miriam Alejandra Bianchi nace el 11 de octubre de 1961 en el barrio de Devoto, Buenos Aires. El sueño de su madre era ponerle Gilda en homenaje al personaje de Rita Hayworth en la famosa película, pero no fue posible. Sin embargo, con ese nombre se la llama en el hogar y luego termina siendo su apodo artístico.

Gilda se casa a los dieciocho años y tiene dos hijos. Se recibe, luego, de maestra jardinera y se desempeña en un colegio católico, donde prepara todas las fiestas en las que participa con los chicos (la mayoría de las veces, cantando).

Al cumplir los 27 años, se encuentra casualmente con Toti Giménez, un amigo de la infancia relacionado con la música tropical. Al escucharla cantar, Giménez le propone cultivar el género. Y, así, comienza su carrera musical, dejando atrás el magisterio. Cada uno de sus shows convoca una nueva multitud. El carisma y la frescura de la artista, como también, el contacto cariñoso con su público, hacen que se la veneré cada vez más.

Unos días antes del fatídico viaje, Gilda cambia la letra de “No es mi despedida”, canción que integraría su próximo álbum. El 7 de septiembre de 1996 se traslada en un micro a Chajarí, un pueblito de la provincia de Entre

Ríos; con ella viajaban su madre, sus dos hijos, su pareja y sus músicos. En el kilómetro 129, el micro choca de frente contra un camión de la empresa brasileña *Interpress*. El saldo son siete muertos, entre ellos Gilda, su madre y su hija: las tres mujeres en línea sucesoria. Una gran multitud de fans se congrega en el cementerio para darle el último adiós.

La historia cuenta que cuando Toti Giménez, su compañero, sale del coma y se entera de la muerte de Gilda, recuerda que ella había cambiado la letra de una canción de su próximo disco por lo que manda a buscar al lugar del accidente el cassette donde Gilda había grabado los cambios en forma casera. Entonces, el “primer milagro” se produce: el cassette estaba intacto al lado de la banquina. Gilda había grabado tres discos pero hasta ese momento no había vendido más que 38.000 copias. Con “Corazón Valiente” alcanza los 240.000.

Actualmente, miles de devotos se movilizan a pedirle ayuda tanto a su tumba en el primer piso, galería 24 del Cementerio de la Chacarita, como hasta el Santuario levantado en Paranacito, llevándole multitud de objetos: cartas, flores, cinta, dibujos, prendas, escarpines, ramos de novia, rosarios, etc. En la provincia de Tucumán, la calle de un barrio lleva su nombre y también, un barrio en el partido de Ensenada, Buenos Aires.

En el kilómetro 129 de la ruta 12, lugar donde sucedió el accidente, alguien coloca una cruz de madera y los fans comienzan a llevar flores. Con el tiempo se construye un monolito blanco que indica el lugar exacto de la tragedia. Desde ese momento, comienza la constante peregrinación de sus devotos. Tres cruces custodian la entrada y en un cartel puede leerse una frase de Oscar Wilde: “Las grandes obras las sueñan los santos locos, las realizan los luchadores natos, las disfrutan los sagrados cuerdos y las critican los inútiles crónicos.”

Para todos aquellos que se acercan a Paranacito o la Chacarita, Gilda tiene poderes que los confortan y ayudan a vivir. Un libro dedicado a ella

contiene oraciones y rituales para dirigirse a ella y solicitarle ayuda. Oraciones para solucionar conflictos, pedir protección, perder el miedo, conseguir trabajo, lograr paz y armonía, tener amor, curarse de una enfermedad o agradecer una ayuda recibida.

El mito sigue creciendo... programas de televisión cuentan la historia de la cantante popular y sus milagros. Informes y notas en revistas analizan el fenómeno, debaten la veracidad de los milagros y se preguntan sobre el origen del nuevo mito, que sigue creciendo y circulando a través de y gracias a la gente, a sus seguidores y a pesar de toda puesta en cuestión.

# **Mediáticos**

# **El cocinero y el paisaje**

Lucía Giacomozzi

Universidad Nacional de Mar del Plata

[luciadaniela\\_g@hotmail.com](mailto:luciadaniela_g@hotmail.com)

En nuestro país, gran parte de los canales televisivos que emiten alguna sección sobre cocina o son específicamente culinarios, apuestan cada vez más a la emisión de programas que podrían formar parte de un conjunto denominado “cocina ambiental”, si es que vale tratar de proporcionar un rótulo que los englobe. Se caracterizan por exhibir a un chef que prepara su “obra maestra” en comunión con un paisaje determinado. Allí, a partir de la inspiración que proporciona ese ambiente natural, el acto de “cocinar” pareciera poetizarse y el plato preparado convertirse en un objeto artístico en sí mismo. El gran consumo de estos programas por parte del público argentino torna evidente un hecho: el televidente se deja atrapar en cada nueva exposición por los más bellos escenarios del país, se enamora de las sierras, los mares o las llanuras. Ello permite dar cuenta de que se produce la compra simultánea –tal vez sin notarlo– de un programa de televisión, un chef en particular y un espacio geográfico. El paisaje se recorre de la mano del cocinero que, transformado en una suerte de “guía de turismo”, es capaz de hacer mención a la flora y fauna de los lugares o de referir ciertos datos históricos o climáticos. Pero, por si eso fuera poco, también debe realizar publicidades a viñedos, productores de miel, estancias o utensilios de cocina.

Uno de los máximos exponentes de la cocina nacional, el reconocido Francis Mallman, conduce un programa televisivo titulado “Patagonia mía”, donde se lo puede ver cocinando a orillas de lagos o rodeado de montañas imponentes. En ese lugar, establece su campamento, degusta un vino e, incluso, mientras respeta los tiempos de cocción, crea poesías o narraciones que lee a los espectadores y nacen de la inspiración que brinda la unión de naturaleza y sabor. Los platos finales, a pesar de que se pretenden rústicos y al alcance de todos, son en general muy elaborados y no cualquier persona

puede hacerlos. En ese punto se destruyen los mitos del “todos pueden”, “la dificultad es poca” y “la receta es accesible para cualquiera”. En realidad, los programas demuestran (como también muchos realizados en estudios de grabación) que la receta no es tan simple ni tan económica sino que, en el afán por la innovación en cuanto a sabores y decorado, se transforma en un producto de élite. A pesar de esto, se observa un incremento del público televidente, situación que tiene una explicación simple: el formato de tales espacios televisivos permite que no sólo observen la emisión aquellos que deben hacer cenas y almuerzos diariamente, sino también, los aficionados a la cocina, los amantes del buen comer y aquellos que viajan o sueñan con hacerlo. Ya no sólo se vende, por ejemplo, un plato exquisito de trucha ahumada con guarnición de verduras confitadas –ingredientes que dan la pauta de su elegancia y delicadeza–; al mismo tiempo, se plantea un juego con el deseo de las personas, se les ofrece un “sueño”. Es muy poco probable que las productoras inviertan en la emisión de un programa de este tipo si creen que nadie lo mirará, ya que prestan especial atención a los estudios de marketing. Se preguntan entonces: ¿Quién no desearía poder consumir frente a un imponente lago del Sur un producto hecho con sus propias manos y los mejores ingredientes de la región? La respuesta es: cualquiera encontraría atractivo el hecho de armar su propio fuego y degustar alimentos en un escenario apto para la contemplación. Incluso, aquellos que no sienten atracción por la cocina disfrutarían contemplando el proceso de elaboración de algún plato o compartiendo la velada con quien prepara las delicias.

El combo de armonía, colores, aromas, aire puro del paisaje natural y tranquilidad es consumido y valorado por el espectador de la ciudad. La combinación brinda una fiel muestra de efectividad pues, como se aclaraba anteriormente, cada vez hay más programas de esta índole y los televidentes no se dejan invadir por la resignación; siguen observándolos, aún sabiendo que los productos que se elaboran son “gourmet” y que tal vez nunca puedan prepararlos o, por lo menos, reconociendo que es poco probable que puedan confeccionarlos en el espacio geográfico utilizado como marco natural.

Para concluir, se podría afirmar que los programas venden un conjunto de sensaciones deseadas: la posibilidad de cocinar con tiempo y con placer en un sitio apto para alcanzar el máximo de relax y disfrute, alejados de las

obligaciones. Debido a ello, el lema de uno de los canales que emiten programas de “cocina ambiental” es “Amantes del buen vivir”.

# El misterio del *blog*

Micaela Concolino

Universidad Nacional de Mar del Plata

micaelaconcolino@hotmail.com

A diferencia de lo que ocurre con otros sitios que circulan en la red, el blog personal deja abierta una cuestión de fondo: ¿Quién es su dueño? Esta pregunta, que probablemente permanece implícita en muchos de los casos, exige una respuesta tal vez demasiado amplia para contestar en pocas líneas. Sin embargo, existe cierta tendencia a juzgar al bloguero/a como un sujeto excéntrico, *freak*, en fin, raro. El usuario en cuestión dispara ideas, frases e incluso genera relatos, cómodamente desde su computadora o desde casi cualquier lugar (con un celular, por ejemplo) a través de una sencilla conexión a Internet. Lo que interesa saber ahora es: ¿Por qué lo hace?

El *leitmotiv* del blog no consiste en la puesta en primer plano del usuario a partir de la ostentación de una foto de perfil como sucede en las redes sociales. Por el contrario, el objetivo principal consiste en exponer una serie de textos, *banners* o imágenes que suponen la presencia del sujeto virtual, visible a través de diferentes elecciones tales como las tipografías y el uso de espacio en blanco. Si comparamos el formato del blog respecto de otras páginas, vemos que existe un desplazamiento del perfil. Éste constituye un espacio acotado, ubicado generalmente en el margen derecho de la pantalla, que revela escasos datos de la persona. Si bien puedo revisar progresivamente el espacio virtual de arriba hacia abajo, e incluso llegar a convertirme en una especie de *stalker*, aún así no estoy seguro de tener una idea clara acerca del bloguero. Cuando selecciono la categoría “post más antiguos”, esta visión se torna todavía más compleja, ya que genera una nueva incertidumbre al permitirme acceder a las opiniones que tenía dicho

sujeto en un período pasado. Tal vez nos hemos acostumbrado a manejar de antemano ciertos datos personales, como el estado sentimental, que crean la ilusión ficticia de que *conozco* al sujeto virtual y de que, en efecto, me *comunico* con él.

A pesar de que se establezca un link, en términos informáticos, no necesariamente se establece una relación con el individuo detrás de la máquina. Una pauta que el blog supone es la presencia de seguidores que avalan su existencia, la cual de otro modo carecería de sentido. Mediante una lista de enlaces o un recuadro podemos visitar otros links que revelan ciertos intereses o gustos particulares. A mayor número de contactos, más popular se considera un sitio y, por ende, a su respectivo dueño. Si pensamos en el fenómeno de la recepción, en este caso, pensamos en los comentarios que realizan los lectores mediante el uso de una máscara virtual que tiene que ver con el modo en que se identifican a sí mismos: el nombre de usuario. Mediante esos procedimientos se resguarda el sujeto real, quien, una vez más, permanece oculto. De alguna manera, el blog requiere la co-participación de otros *bloggers* que generen un *feedback*, es decir, una retroalimentación constante que le permita su continuidad en la red.

Algunas de las tendencias que predominan en la escritura de blogs son la auto-referencialidad y el uso de la ironía, por ejemplo. Suele haber un eco de la propia escritura, que se propaga a través del comentario que alude precisamente a ella. El *blogger* busca no sólo captar la atención de su público ofreciéndole notas novedosas e imágenes que lo impacten sino que precisa, al mismo tiempo, una devolución que lo motive a seguir escribiendo. En las redes sociales, ocurre al revés: la elaboración es reemplazada por la inmediatez (asociada supuestamente al pensamiento). La consigna que prospera en el inicio de estos sitios parece homologarse a una facultad característica del hombre: ¿Qué estás pensando?

Por último, creemos que es necesario desmitificar la imagen del *blogger* entendido como un sujeto aislado, extravagante, y distanciarnos de ciertos prejuicios existentes en torno de su figura. Desde sus primeras apariciones, a mediados de la década de los noventa, este formato ha ido ganando miles de usuarios y alcanzó mayor popularidad a partir del año 2000. Actualmente, en nuestro país existe un gran número de blogs que sigue creciendo y prosperando cada año. Sin dudas, se trata de individuos que no se sienten cómodos en el espacio virtual como simples navegadores y buscan expresar su creatividad de otra manera. En definitiva, se trata de usuarios heterogéneos que exploran (y explotan) la red en busca de nuevos modos de expresión.

# **El rey de la selva televisiva**

Monserrat Brizuela

Universidad Nacional de Mar del Plata

[monserratbrizuela@hotmail.com](mailto:monserratbrizuela@hotmail.com)

Dicen que el león es “el rey de la selva”, aunque no se sabe muy bien por qué. Algunos lo asocian con el carácter majestuoso de su melena, que al rodear la cabeza del animal semeja una corona, otros atribuyen el título al liderazgo que posee el felino en su hábitat natural; parece que su presencia en la selva es tan imponente que los animales le temen y se rinden ante él. En la historia, la figura del león está relacionada con la realeza: por ejemplo, la imagen era colocada en las tumbas de los reyes de Aragón y Cataluña como símbolo real, incluso el escudo de Alfonso VII de León tenía la imagen de un león rampante. En 1994, Walt Disney Pictures alimentó aún más esta creencia popular con el film infantil *El rey león*; creemos que para los niños de los ’90 en adelante, ésta es la imagen que nos viene a la mente, a la hora de hablar del “rey de la selva”.

Los leones no solamente habitan y reinan en la selva. En el mundo actual, puede ocurrir que estos animales erijan su trono en otros ámbitos, por ejemplo, en la televisión. A muchos nos resultará familiar la siguiente situación: estar haciendo zapping en la TV, en cualquier momento del día (aunque el fenómeno al que vamos a referirnos se intensifica entre las 22.30 y las 00.15 hs) y toparse con una serie de personajes extravagantes, vestidos con plumas de los más diversos colores y tapados con pieles exóticas que invaden nuestra pantalla. Mientras los animales pelean por sobrevivir en un medio hostil como es la selva, estos personajes de la televisión se enfrentan constantemente entre ellos para sobrevivir en el medio “¿artístico?”. Malentendidos, desacuerdos, enojos hacen que se vean obligados a defender

con sus garras una cuestión crucial, casi de vida o muerte: su supervivencia en el espectáculo.

Como ocurre con los animales, los personajes de plumas y pieles exóticas deben tener un moderador, alguien que vele por la integridad y el bienestar de la selva. La televisión argentina también tiene su *rey león*. Se trata de un líder que acapara todos los rincones del medio, no solamente porque es dueño de una productora y de diversos programas televisivos, sino también porque su omnipresencia es tal que no necesita estar presente físicamente en los livings de los programas para que se hable de él constantemente, a cualquier hora y en cualquier canal.<sup>3</sup>

Su monarquía es tal que posee una influencia decisiva en el mundo mediático y en la sociedad. Al respecto, un amigo librero me comentó una vez la siguiente anécdota: estaba muy sorprendido, porque el fin de semana varios clientes habían comprado el mismo libro; entonces, le preguntó a uno de ellos porqué lo llevaba y éste le respondió que el rey al que nos venimos refiriendo “había mencionado el título en el programa y, además, había dicho que era muy interesante”. El poderío del rey de la selva televisiva se propaga dentro y fuera de la pantalla; queda en nosotros, desde el lugar de espectadores, delimitar el alcance de esos dominios.



# ***Mr. Músculo***

Fabio Gonta

Universidad Nacional de Mar del Plata

fabiogonta@yahoo.com.ar

En el país en el que la libertad trocó en toallita femenina y el poder en desengrasante de cocina, no es extraño que el superhéroe sea *Mr. Músculo*.

Un comercial muestra un ama de casa desesperada por no poder limpiar, desengrasar la cocina correctamente. La mujer trabaja, se esfuerza sin obtener el resultado esperado. Su fracaso es inminente, la desesperación la inunda, el pensamiento mágico sobreviene. En ese momento, aparece *Mr. Músculo*.

La señora recurre a la invocación divina. El mismo ruego que en los barrios de las ciudades argentinas generan largas colas en las puertas de agencias de quiniela o en cultos del más variado orden: desgastadas propuestas invocatorias llamadas a colocarse allí, donde el pensamiento mágico adviene, donde la desesperanza conduce a intentar la salvación milagrosa, como si ninguna otra fuera posible.

El superhéroe se encarga, sin esfuerzo, de limpiar todo en instantes. Velozmente, deja toda la cocina sin muestras de grasa: ideal de lo “bueno” por estos días. Porque *rápido* es *bueno* en nuestro orden de valores cotidianos. Lo rápido es efímero; se irá antes de llegar a ser algo bueno.

Los dos personajes se muestran en amplia oposición. Ella, muy delgada, despeinada, con el clásico delantal de ama de casa, su única preocupación es la limpieza, al parecer padeciendo un trastorno obsesivo compulsivo (TOC) con la higiene de su casa como objeto. Él, musculoso,

alto, veloz, eficiente, bien peinado, vigoroso: todo un adicto a los esteroides.

Los modelos patológicos mencionados pueden ser bien orientados en provecho de alguna empresa; es decir, va muy bien con el sistema de explotación. Trabajadores que colocan todo su esfuerzo en el trabajo o adictos cuya fuerza descomunal está al servicio del trabajo. En ambos casos, perfectos reproductores del sistema capitalista.

La sumisión es cualidad necesaria para el éxito del sistema de explotación. La obsesión compulsiva colabora a mejorar los rendimientos productivos. El superhéroe individual nos recuerda que sólo con superpoderes se puede transformar una realidad adversa. Con lo que los mortales nada podemos en relación con la transformación de la opresión.

El modelo de mujer que presenta es el de ama de casa (“la mujer en la casa”): esquema más que recurrente, pero que el comercial intenta reeditar remontándonos al tiempo donde las mujeres cuidaban la cueva mientras los hombres cazaban o disfrutaban de otras mujeres. El placer sólo queda, en el esquema planteado, para los hombres, siendo el lugar de la hembra el del sacrificio, el voluntarismo, la abnegación. Toda ella una Doña Juana (de Arco) y él todo un Don Juan. Un Don Juan que se va antes del placer: ¿un eyaculador precoz?

El modelo de superhéroe es el del eficaz que tras resolver, vuela. En ese momento, la mujer se muestra complacida, agradecida, admirando a “su hombre”. La mirada placentera obtendrá por respuesta un vuelo rápido y repentino, muestra cabal de la impotencia masculina.

Ella, impotente para sacar la suciedad; él, impotente para quedarse junto a ella, para prolongar ese instante de placer que siente la dama junto a su presencia. En ambos: la imagen patética de la sobreadaptación al sistema. Él, impotente para brindar placer; ella, para resolver los problemas de su tarea. Él, potente sólo para limpiar; ella, potente sólo para pedir su

ayuda, quedando subyugada a la imagen del varón. Ambos cumplen su deber, colaboran con la expansión capitalista y no piensan nunca en ser felices o en revisar sus condiciones de existencia para actuar. Las imágenes son estáticas; no puede plantearse nada fuera del libreto que les adjudicó el sistema. No pueden cuestionar ninguna norma ni ser felices.

Otra consideración se hace necesaria. *Mr. Músculo*, el superhéroe, tiene maximizada su potencia en el apelativo inglés (*Míster*). La jerarquía inglesa le viene dada como título de nobleza, es decir, que su poder emana de Dios. De un Dios que da fundamento al sistema capitalista. Por otro lado, como divinidad, se ubica en el presente al lado de todos los íconos *mass-media* nominados en lengua inglesa: segundo título nobiliario.

# **Autóctonos**

# El disfraz gaucho

Cintia Cotarelo

Universidad Nacional de Mar del Plata

cintia.cotarelo@gmail.com

Desde la aparición del *Martín Fierro* y su deliberada canonización, hemos atendido como sociedad a la idea de que el gaucho es símbolo de nuestra identidad nacional. Por consiguiente, todos nosotros somos descendientes culturales de hombres de campo que aman la carne asada, son hábiles con los caballos y visten ponchos. Nuestra costumbre es, también, la de pelear a cuchillo ante alguna disconformidad y no falta un hombre con la capacidad de llevar adelante un contrapunto.

Considerar al gaucho como el símbolo nacional es una tendencia que lleva ya más de cien años y está avalada por gran parte del aparato cultural y educativo. Se nos enseña el *Martín Fierro* como el poema nacional y, en general, se destaca su carácter fundacional para la literatura argentina. El estereotipo se nos entrega servido en bandeja: creemos que la construcción de Hernández es el verdadero espejo del habla popular de aquella época o que la obra representa de manera fiel a todos los hombres considerados gauchos. Por lo tanto, la figura se recibe como algo natural, algo que “es así”. Se olvida, de esta manera, que el *Martín Fierro* es un texto de ficción, que José Hernández no era gaucho y que el grupo social al que busca retratar estaba casi desaparecido cuando el poema fue escrito. También, se ignora el carácter de denuncia que el escrito presentó en su aparición y las razones históricas que lo consagraron como modelo.

Es así que al realizar una caminata en busca de un lugar donde cenar, encontraremos una serie de restaurantes y parrillas con nombres relativos al

gaucho y sus costumbres o incluso, promotores usando sus ropas típicas promocionando el menú del lugar. La figura ha sido tipificada y vaciada de todo su espesor, se ha transformado en un disfraz para que los niños vistan en el acto del día de la tradición. Gracias al trabajo de todo un siglo de educación y política cultural, se ha dado a creer que nuestro modo típico es el gaucho, logrando así, construir un “nosotros” que ignora la heterogeneidad propia de nuestro país y busca encerrar en un único modelo una gran multiplicidad. En esa simplificación, se esconden las razones históricas, a saber: que todo el plan respondió a la necesidad de forjar una identidad nacional y nuclear a una sociedad que se veía fuertemente influenciada por los oleajes migratorios del exterior. Nuevamente, la figura del gaucho y las costumbres de campo están presentadas como símbolos tipificados, con un sólo significado fuerte que borra todo el contenido histórico en él presente. Las circunstancias históricas, tales como la persecución y matanza del gaucho propiciadas por el gobierno, son opacadas mediante la presentación de su figura como estereotipo: un modelo representativo asociado a un modo de vida pasada y campestre que no se corresponde con la realidad argentina. De esta forma, el planteo del gaucho como símbolo de nuestra identidad nacional resulta atemporal y reducido espacialmente a un solo sector del país; es un disfraz que busca vestir y, así, unificar a millones de personas bajo una similitud inexistente.

# **El sujeto-UBA**

Juan Cruz Zariello Villar

Universidad Nacional de Mar del Plata

jczariello@gmail.com

La formación intelectual siempre significa un orgullo para su nación. Obviando la aparente, pero abiertamente declarada, supremacía de la educación universitaria sobre la terciaria, cada *Casa de Altos Estudios* despliega sus herramientas para formar un sujeto capaz de producir conocimiento y pensamiento crítico frente a la realidad. Pero resulta que, en base a la misma experiencia como estudiante universitario, la Universidad de Buenos Aires –UBA– se constituye en paradigma.

Cuando se *habla* del estudiante de la UBA, es posible acercarnos al contacto y reconocimiento del *mito del estudiante-intelectual ejemplar*. Bajo ese rótulo se naturaliza un concepto y resulta, entonces, inapelable el sentimiento de admiración por cualquier profesional con título radicado en aquella universidad o incluso sin él, valorando tan sólo el paso por algunas de sus cursadas. Pareciera que la institución se cierne sobre el conocimiento y sólo ella llena de contenido la imagen del sujeto que se proyecta sobre los demás, los que aceptan esa realidad naturalizada. Por ello, interesa develar lo que esconde el mito y qué elementos ayudan a la mitificación del intelectual de la UBA, por sobre los de los demás.

Las razones para la mitificación son múltiples, partiendo de la base de que se construye un mito allí donde un objeto puede ser hablado y es producto de un *uso* particular pero diverso. Una de ellas tiene que ver con lo más evidente y al alcance de todos, aunque puede pasar desapercibido como víctima de la rutina: sólo tenemos conocimiento del mejor producto de la institución. En tal sentido, contribuyen a esa visión totalizadora los distintos

artículos críticos de intelectuales de esa *Casa* que se leen continuamente en el trayecto de la formación académica y, además, la preeminencia de los Premios Nobel, donde cuatro de los cinco premiados fueron diplomados en la UBA, incluyendo a uno de sus Rectores. En esos nombres, usados al azar, está presente el germen del mito, que comprende lo incuestionable, en tanto el imaginario colectivo se sirve de figuras ajenas –incluso desconocidas para muchos– para construir su idealización. Se tiende a usar, inconscientemente, un mecanismo silogístico: “Si ellos estudiaron en la UBA y son reconocidos por su labor intelectual/científica y él/ella estudió en la UBA, ergo son merecedores del mismo reconocimiento”. Este mecanismo funciona de manera más efectiva si se presenta un caso empírico, donde un intelectual formado “en el interior” se halla frente a un capitalino. En ese preciso momento, el dispositivo mítico actúa instantáneamente; el silogismo se efectuó sin que lo notáramos.

Por último, otro posible origen o motor del mito del *intelectual ejemplar* puede hallarse en una idea de nacionalismo que por lo general se desvanece por esa misma naturalización y se encuentra encriptada en un logo y su leyenda. Así, la UBA impone una imagen tradicional que esconde una concepción de sus intelectuales que es libremente adoptada por el inconsciente colectivo de un país. En este sentido, en el logo referido, hallamos una figura propia del mundo greco-latino, vestida con una túnica, que observa hacia la izquierda del cuadro –en realidad, tiene forma circular– y presenta dos elementos que parece esgrimir para el mundo: un libro abierto en su regazo y un blasón en el que se encuentra grabado el escudo de la Nación. La imagen se complementa con las palabras: “La virtud argentina es la fuerza y el estudio”.

En primer lugar, nos encontramos frente a una improductividad: la figura no lee su libro. No obstante, se encuentra tensionada por su postura pensativa, ideando el porvenir, quizás, a juzgar por su mirada perdida en el horizonte. Asimismo, a pesar de permitirse descuidar la lectura, su brazo

derecho permanece “en guardia”, sosteniendo el escudo que defiende la Nación. Presenciamos, entonces, la representación de *las Armas y las Letras*. Aquí, se inserta el lema: la fuerza para defender la Nación y el estudio del libro y del porvenir nacional; legados que heredan sin saberlo – ni quererlo– sus intelectuales. Por eso, cuando encontramos al sujeto-UBA no estamos frente a un simple intelectual sino que estamos en presencia de un defensor de *nuestra* Nación.

Pero detrás de ese mito no sólo hay un ideario nacional que irremediablemente respetamos, también se esconde algo peligroso: por un lado, se produce una sobrevaloración de los sujetos provenientes de la UBA como credencial de la buena educación y, por otro, una desestimación de los estudiantes emigrados a otras instituciones en la medida en que la capacidad de ese estudiante en formación no está siendo avalada por su propia inteligencia, sino por una fama que le es ajena. De más está decir que la intención no es, bajo ningún aspecto, encontrarle solución al mito; por el contrario, desmantela los dispositivos que despliega en función de su misma naturaleza y que nosotros, como consumidores de mitos, aceptamos sin miramientos. De alguna manera, somos esclavos y propulsores de un nacionalismo oculto en una máscara universitaria.

# **Ese amigo del alma**

María Belén Antonini

Universidad Nacional de Mar del Plata

[antoninibelen@gmail.com](mailto:antoninibelen@gmail.com)

Las costumbres de todo individuo argentino se caracterizan, generalmente, por ser hábitos correspondientes con el compartir, la celebración, la alegría. Entre ellas, además del asado, el vino y la pasión por el fútbol, podemos mencionar el mate, ese compañero que se hace presente durante las diferentes experiencias por las que el hombre transita; un pequeño signo que puede contener miles de significados.

Remontándonos en el tiempo, la infusión se halla desde la época precolombina y llega hasta el presente para convertirse en símbolo de nuestra cultura, en un algo identitario que repercute en cada habitante de este suelo. Las hojas extraídas desde la tierra, donde se cultiva la yerba, nos acercan literalmente a nuestras raíces, al trabajo que hermanos efectúan en el litoral del país; sentimos dentro de un pequeño recipiente una porción de la Nación. El mate nos identifica, nos distingue y nos señala como argentinos.

Como todo ritual, la preparación del mate se inicia con procedimientos rigurosos, que implican tanto el llenado del recipiente hasta cierto nivel, preferentemente con un buen producto yerbatero, como el calentamiento a punto del agua, sin olvidar un buen contenedor del producto, ya que podemos diferenciar entre un mate de acero y uno confeccionado de palo santo o alguna otra madera –aunque este detalle se considere menor–. Otros elementos pueden sumarse al consumo: un toque de azúcar o de café, cáscaras de cítricos, hierbas, entre otros. Generalmente, ciertos paquetes de

yerba contienen las instrucciones para la elaboración del mate, lo cual demuestra la importancia que tiene este procedimiento.

El mate, como dijimos, se encuentra presente en cada momento del día y de la vida en general. Propicia el encuentro con un sin fin de motivos. Es el signo que caracteriza las reuniones con amigos, charlas varias, tardes de estudio, partidos de fútbol, pero por sobre todo, es el signo del compartir. El café no se comparte; el té, tampoco. Por lo que el pase de mano en mano del mate y el compartir la bombilla que lo compone, lo hace transformarse en un rito de comunión. Su influencia repercute en el ánimo de sus consumidores, pues posee efectos estimulantes, además de conseguir lazos fraternos dentro del círculo que compone dicha actividad. Es la vía mediante la cual nos comprometemos por algunos instantes con aquel que tenemos en frente, la excusa para concretar encuentros y reuniones con la famosa frase: “¿Nos tomamos unos mates?”.

Por otro lado, debemos destacar que dicho objeto –aunque no creo sea digno de llamarse así, sino amigo– se hace presente en todas las clases sociales, ambientes y lugares. El mate no hace distinciones entre clases altas o bajas, entre el hogar, la facultad o la oficina, como tampoco entre adultos y menores. En general, cualquier niño disfruta de un mate tibio y bien endulzado; ¿qué adulto no recuerda los mates humeantes en un recipiente metálico de su abuela, cuando el despertar no era tal hasta consumir este exquisito elixir?

Podrán existir infinidad de diferencias entre los habitantes del suelo argentino, pero lo que no se puede negar es que muchos compartimos una misma pasión, costumbre, hábito o como se lo prefiera llamar, y es la de llegar a casa y tropezar con ese compañero que no abandona, que está firme esperando a ser utilizado, ya sea para pasar de unas manos a otras o permanecer en las de un mismo sujeto. El mate siempre aguarda, al mismo tiempo que guarda; guarda las charlas con amigos o los pensamientos

íntimos de su dueño. Al igual que un perro fiel, encontramos en el mate la compañía ideal, y la excusa perfecta para congregar al otro a una comunión clásica, solemne, tradicional y muy argentina.

# Fútbol: un deporte para la familia

Antonela Pandolfi

Universidad Nacional de Mar del Plata

antomdq\_3790@hotmail.com

Si bien el Pato es el deporte nacional, es imposible negar el hecho de que el fútbol fue adoptado y preparado para ocupar ese lugar: al argentino le (debe) gusta(r) el fútbol; es una especie de mandato, como el equipo del cual uno nace (o lo hacen) hincha desde el primer día: “El amor por el fútbol es de familia”.

El plan de domingo es simple y básico: se va a la cancha. Este plan tiene validez para aquellos que tienen una cancha cerca y/o dinero suficiente para pagar una entrada (sea una o varias) o para transportarse a cada lugar durante el fin de semana. En realidad, el ir a la cancha era otro tipo de actividad hace cincuenta años atrás; ahora se prefiere ir a los estadios más grandes y modernos que ir a los potreros a ver a los chicos del barrio: los tiempos cambiaron. Sin embargo, para quienes no puedan concurrir a este tipo de acontecimientos, la televisión les acerca, visualmente, su deporte favorito y la radio proporciona la emoción y frenetismo a través de la voz del locutor.

La gente se encamina hacia el estadio: los alrededores están saturados de autos, gente, policía y los colores de los dos equipos que están dispuestos a dar todo por la camiseta. Eso es el *color local*. El paisaje también está conformado por algo que ya se ha vuelto un clásico: los carritos con comida. El partido no es partido sin una hamburguesa, un pancho o un choripán: nadie se cuestiona *bromatológicamente* la cuestión. El olorcito es tentador, y los precios, también.

En los alrededores de las canchas las jergas son otras, predominando ciertas palabras típicas del ambiente futbolístico: las jugadas son “gambetas”, “caños”, “rabonas” y “chilenas”. El mejor del equipo es todo un “barrilete cósmico”, aunque por momentos se vuelve “comilón” y no pasa la pelota. Están los otros que son unos “muertos” o están en “orsai” siempre, arruinando jugadas importantes. En el fútbol nadie es de Estudiantes, Independiente, River, sino que son “pinchas”, “diablos” y “gallinas”: cada equipo tiene su denominación. Es claro que el fútbol no solamente nos llama la atención visualmente, sino auditiva y hasta olfativamente.

Una vez dentro, se puede ver que el fútbol –si bien es un deporte popular– no junta clases sociales. Es decir, las divisiones se ven reflejadas en las ubicaciones y sus precios. Las más baratas, en cualquier estadio, son las “populares”; mientras que las más caras y exclusivas son los palcos. En el medio están las plateas, aunque también divididas según sus precios. ¿Se puede decir que las ubicaciones son un reflejo de la sociedad? ¿Es posible que una familia entera pueda sustentar económicamente un plan de domingo como éste?

Se escuchan cantos y cargadas al equipo rival, mucho más agresivos si se trata de eternos rivales (Boca y River, Independiente y Racing): todos los clubes tienen sus enemigos más acérrimos. En ocasiones, la temática excede la simple cargada, y se torna xenofóbica o antisemita, por ejemplo, llegando a ser reproducidas en otros ámbitos. Sin embargo, nadie se detiene a pensarla. Es más fuerte que ellos el hecho de querer hacer sentir mal al otro.

Siempre presentes con su equipo, los barrabravas. Ellos ocupan el lugar de los *hooligans* en Inglaterra (Sí, Inglaterra, el enemigo político/futbolístico de nuestro país junto con Brasil).<sup>4</sup> Son quienes tienen a su cargo los bombos, los platillos y los famosos “trapos”, cumpliendo la

función de director de orquesta, marcando la tendencia de qué debe decir la hinchada en general por medio de sus frases o cantos, qué banderas se deben desplegar, etc. Adonde vaya el equipo, allí va la barrabrava: se quiere ver ganar sí o sí, cueste lo que cueste, le cueste a quien le cueste, ya sea en Argentina o en Japón: el aliento, el colorido y la fiesta de la hinchada tiene que llegar a todas partes.

En los últimos tiempos, los barras han estado en el ojo de la tormenta: se les ha culpado de robos, de “aprietos” a los jugadores, de violentos, de asesinos. No es raro escuchar que de los enfrentamientos entre ellos (sea por dinero, jefatura, etc.) se termina con algunos muertos, o por lo menos, heridos. No obstante, siguen junto a sus clubes, sin importar lo que digan o lo que les digan.

Actuamente, luego de numerosos hechos de diversa índole –aunque absolutamente todos violentos–, ha comenzado una era de repudio a los barrabravas, desde el público en general. El poder que tienen es tan grande que, en algunas dirigencias, se tornó, literalmente, una lucha erradicarlos completamente, mientras que en otras se han amoldado a ellos y sus deseos.

Cabría preguntarse si realmente, en los tiempos que corren, los domingos de fútbol en familia son un buen plan: habría que replantearse el título de este escrito. ¿La sociedad está reflejada en los problemas que envuelven a un simple deporte? La violencia es moneda corriente, y si el simple hincha va a la cancha, no sólo está inmerso en un ambiente hostil, que divide y discrimina, sino que también está dominado hasta en lo que debe cantar, llegando a correr peligro la vida misma.

# ***Martín Fierro: “la biblia gaucha”***

Melisa Di Marco

Universidad Nacional de Mar del Plata

[melisaleonordimarco@gmail.com](mailto:melisaleonordimarco@gmail.com)

El campo constituye un elemento representativo para la sociedad argentina pues, al igual que el gaucho, otorga color local a la identidad nacional. Desde este punto de vista, es recurrente tomar y difundir al *Martín Fierro* de José Hernández con el fin de alcanzar una integración y unidad cultural en nuestro país: para la doxa, es “la biblia gaucha”.

Dicha concepción se desprende de las ideas de los nacionalistas que lo consideraron “el poema épico nacional”. Según Lugones y Rojas, el texto es una epopeya que expresa la vida heroica de la raza: la lucha por la libertad, las adversidades y la injusticia. El personaje Martín Fierro, entonces, sería el *campeador*. Al respecto, Lugones manifiesta que

cuando uno de los héroes de la épica personifica aquel supremo ideal humano de la libertad por cuenta propia, reivindicando con esto el imperio de la razón que no tiene límites como el progreso por ella encaminado, su caso viene a constituir el prototipo de vida superior cuya construcción es el objeto de la obra de arte (1972: 171).

De acuerdo con esta idea, Fierro se erige como el prototipo superior de los argentinos.

Hoy en día, principalmente en los ámbitos rurales, se cree que llevamos en nuestro ser el germen de Martín Fierro, ya que es un hombre solo, marginal que pelea contra la corrupción y el despotismo de las instituciones. Podemos suponer que este hecho tiene su origen en la idea de que el argentino, como bien lo expresa Borges en su ensayo “Nuestro pobre individualismo”, no se identifica con el Estado sino con héroes marginales

(1996a). Así, Hernández construye la figura de un gaucho que a través del canto relata “males que conocen TODOS / pero que naides contó” (1997: 147). Es decir, un personaje que denuncia las injusticias y es portavoz de una masa. En ese sentido, se puede afirmar que Martín Fierro habla por *todos*, canta los males de *todos*. Por un lado, sus consejos serán las paráboles y los sermones del habitante argentino. Por el otro, las palabras del viejo Vizcacha serán emblemas y representarán fielmente la *picardía criolla*.

Sin embargo, el discurso no tiene en cuenta que Hernández y los autores de la gauchesca en general no eran gauchos, sino letrados que tomaban la voz del personaje social para convocarlo a las luchas independentistas, aliarlo a los partidos o, como en este texto, invitarlo a integrarse a una organización nacional. Si bien el autor del poema conocía la vida y las costumbres de aquellos habitantes del suelo argentino, no debemos olvidar que Martín Fierro es la construcción de un ser social desde la mirada de alguien que se encontraba fuera del círculo gaucho. Esta posición sobre la cual se analiza o contempla al *Martín Fierro* –como símbolo de la nacionalidad argentina– conduce al lector a pedirle verosimilitud al texto sin reflexionar sobre el contexto y el modo de producción.

Paralelamente, es necesario recordar el origen del mito. Tras la consolidación del Estado y del modelo económico agroexportador, en las primeras décadas del siglo XX, se empieza a pensar en la necesidad de un fortalecimiento cultural. La oleada inmigratoria y la figura del extranjero ponen en riesgo la cultura nacional construida por la oligarquía. Para diferenciarse e imponerse sobre el inmigrante se busca, entonces, una figura social local y se intenta, a partir de la literatura, legitimar las políticas, la educación y el Estado. Así, el *Martín Fierro* representará la raza y el medio nacional. En ese sentido, el poema de Hernández va a ser analizado desde

otro lugar, pues tendrá la función de consolidar un orden racial, de tradiciones y costumbres al que se contrapone el inmigrante.

En consecuencia, el discurso hegemónico de la época pretenderá crear una conciencia nacional frente a la multiculturalidad. Pese a ello, el mito gauchesco alcanza tal difusión que los inmigrantes arraigados en nuestro país y sus descendientes llegaron a valorar al poema y al gaucho como propios. La concepción de que el “*Martín Fierro* es la biblia gaucha” tiene sus cimientos en estos hechos históricos. Por tal motivo, debemos tener en cuenta que

El asunto del Martín Fierro no es propiamente nacional, ni menos de raza, ni se relaciona en modo alguno con nuestros orígenes como pueblo, ni como nación políticamente constituida. Trátase en él de las dolorosas vicisitudes de la vida de un gaucho, en el último tercio del siglo anterior, en la época de la decadencia y próxima desaparición de este tipo local y transitorio nuestro (Borges 1996b: 194).

Es decir, se debe analizar, estudiar y considerar al poema en su contexto de producción. De lo contrario, debería investigarse para qué se descontextualiza un texto y con qué fines se lo utiliza o divulga.

# **Políticos**

# **Countries o “el corral de los pudientes”**

María Eugenia Sanllorenti

Universidad Nacional de Mar del Plata

tuititolkienmaniaca@hotmail.com

Durante la década del noventa en la Argentina, las políticas neoliberales produjeron grandes cambios en la forma de vida. Uno de los procesos más fuertes tiene que ver con el traspaso de lo público a lo privado. Paralelamente, se registra una notable multiplicación de los denominados *countries* o barrios privados. La principal causa (o tal vez, la más mentada) es el crecimiento de la violencia y la inseguridad. Un cerco y algunos guardias recrean la pantomima de que hay un lugar en el mundo donde estar “a salvo”.

Esta comunidad cerrada se puede ver también como la búsqueda de una identidad que el ciudadano ya no cree poder encontrar en los barrios públicos; en consecuencia, la debe forjar alejándose de los sectores heterogéneos que no puede controlar y plantea una especie de reclusión, donde es posible pertenecer a un grupo homogéneo y selecto. Influenciado por el “American way of life” las murallas y la seguridad son el símbolo del status social, es lo que hace a la distinción (marcan *los de adentro* y *los de afuera*).

El fenómeno de la segregación en Latinoamérica no es una novedad; en la Argentina, durante los últimos años, la brecha entre clases creció enormemente. La supuesta “solución” de los individuos que pudieron alcanzar este estilo de vida aceleró el proceso de polarización social.

Hay algunas consecuencias que no saltan inmediatamente a la vista: de la mano del crecimiento de los *countries* se privatizan los espacios y

servicios públicos; ello no surge desde el Estado sino desde los individuos: el aparato del gobierno permite este tipo de distribución urbana y, al mismo tiempo, el hecho de que no pueda garantizar seguridad es una falla que puede tomarse como consecuencia.

Es muy importante mencionar el papel de los medios de comunicación. El constante bombardeo de noticias sobre el tema de la inseguridad ha ido *in crescendo*. Si bien tanto los peligros de las urbes como la prensa amarillista son fenómenos de amplia trayectoria, lo que sucede en la actualidad tiene que ver con mecanismos que no sólo buscan informar: también acarrean mensajes y bajadas de líneas que generan un clima de urgencia y emergencia.

Cerco y guardias, búsqueda de identidad, pertenencia de grupo, privatización de espacios públicos... no actúan sobre la causa del problema, sino sobre lo que provoca la molestia. En cuanto a la situación real de los *countries*, la hiperregulación dentro de tales sistemas de encapsulamiento genera problemas a la hora de establecer el comportamiento individual y social esperado dentro del barrio, lo cual suele crear reglamentaciones que dictan los propios residentes. Ya en la primera mitad del siglo XX, escritores como Huxley, Orwell y Bradbury exploraron fenómenos que se asemejan al modelo de los *countries*. Así como los artefactos de la literatura de Julio Verne se hicieron realidad, en estas burbujas sociales resuenan las distopías planteadas en *Un mundo feliz*, *Fahrenheit 451* o *1984*, donde la manipulación y el exceso de control llevan al adoctrinamiento totalitario.

Podríamos decir, entonces, que dentro de los barrios privados los individuos tienen una certeza que no pueden alcanzar viviendo fuera, pero que no llega a ser real en cuanto que la causa de su reclusión, lo que provocó que buscaran un lugar donde los niños puedan salir a jugar a la vereda, es un producto creado en favor de la privatización: la seguridad se transformó en un sentimiento para dejar de ser un hecho.



# **El ojo que mira**

Brenda Cepeda Suárez

Universidad Nacional de Mar del Plata

bren.cepeda@gmail.com

Desde hace mucho tiempo, la Argentina vive momentos de inseguridad y violencia. Los proyectos políticos no dan resultado y la mayoría de los medios de comunicación hacen uso de testimonios para reflejar el contexto en el que estamos inmersos. Incluso, muchas veces, los periodistas juegan el rol de detectives, jueces, abogados, tomando partida por lo que se considera justo o no. No es necesario hablar de los debates que se producen en diversos programas que tienen como eje central criticar acciones políticas o avalarlas. Unas de las medidas que *está de moda* es la instalación de cámaras de seguridad en distintos puntos de las ciudades. Con ellas, piensan reducir la inseguridad ya que estos dispositivos se conectan de forma inmediata a las comisarías cercanas. Ahora bien, ¿hasta qué punto las cámaras son para la seguridad y no para vigilar?

Tanto la sociedad como los *mass-media* aceptaron y promocionaron el nuevo proyecto o, por lo menos, es lo que notamos en las noticias, y eso resulta extraño. Es evidente que están naturalizados aquellos *ojos que miran* y luego reproducen lo visto en sus programas televisivos. Asimismo, la medida tampoco llega a ser cuestionable, porque las cámaras de seguridad están en grandes y pequeños comercios desde hace ya un par de décadas. Como consecuencia, los vecinos no se sorprenden ante semejante noticia, lo que hace pensar en otra naturalización: la *violencia captada*. Sin dudas, este tipo de estrategia política es lo que Barthes denomina el *efecto vacuna*, ya que a partir de ella se oculta el mal principal, que, en nuestro caso, serían

varios. Bien sabemos que a partir de las cámaras, escasos hechos quedaron esclarecidos, por lo tanto: ¿qué tan eficaces son?

El Estado debe ocuparse de atender determinadas necesidades económicas y sanitarias de todos los ciudadanos; eso no implica que ordene vigilar cada acto como lo hacen estas cámaras. En definitiva, el nuevo plan *contra la inseguridad* es mero reflejo de una acción tardía, ya que sólo permite actuar, protestar a partir de los delitos consumados. Este mito del *ojito que mira* evita pensar en nuevos proyectos de seguridad social, en nuevas políticas de Estado y peor aún, nos obliga a resignificar el sentido de la libertad.

# **Los argentinos somos hijos de inmigrantes: la recolonización simbólica**

Dana Guisasola

Universidad Nacional de Mar del Plata

dguisasola@gmail.com

“Los argentinos somos hijos de inmigrantes”, “Los argentinos descendemos de los barcos” o “Los argentinos somos italianos y españoles nacidos en Sudamérica”: expresiones que resuenan en los labios de muchos de nosotros, en los medios. Hemos convencido incluso a muchos extranjeros de esta supuesta “realidad genealógica” que nos liga, de una vez y para siempre, con el Viejo Continente. Estas expresiones se han convertido ya en parte de nuestro sentido común: “no tenemos nada que ver” con los mexicanos, con los peruanos, con los paraguayos; somos “más europeos” (y ridículamente creemos que se puede ser más o menos europeo, que se trata de una cuestión de grado).

Creo que el mito muestra a las claras un posicionamiento ideológico peligroso, y que se bifurca en dos relatos escondidos, consistentes entre sí y, a su vez, con la ideología de derecha.

El primero de esos relatos es el que se desprende directamente de tales expresiones: al decir que los argentinos somos hijos de inmigrantes, estamos exterminando, en el plano simbólico, al elemento no-inmigrante que existe en nuestro país. La diversidad de etnias que conforman el segmento *nativo* (término que elijo a falta de otro mejor, evidenciando que condensa una pluralidad de diversidades) queda radicalmente eliminada del discurso: el mito les niega la existencia, los deshumaniza y los “desaparece”

de nuestro universo cultural. Como si nuestro país hubiera desarrollado su cultura a sus espaldas, ignoramos nuestra naturaleza nativa mientras el mate pasa, de mano en mano, en todas las oficinas públicas.

Pero además presupone otro relato. La población que mayoritariamente representa al sector de los hijos de inmigrantes es la que se condensa en las grandes ciudades, sobre todo en Buenos Aires. Los ecos del legado unitario, sus resonancias, siguen evitando que los argentinos que crecimos y nos formamos en ámbitos urbanos podamos adoptar una perspectiva más inclusiva para con el resto de la Nación: al decir que descendemos de los barcos, estamos olvidando el inmenso mundo rural que también –creámoslo o no– es parte de nuestro país. El tango se erige como un símbolo de la argentinidad, Buenos Aires camina arrasando con todo a su paso: el chamamé, la cueca, el gato, la chacarera, el carnavalito permanecen a un lado, como opciones *de segunda*. La Argentina es, sin dudas, el tango, la Nueve de Julio y el Obelisco.

Finalmente, creo que este mito evidencia una inmovilidad, una resistencia. En el 2014, se cumple un siglo del inicio de la Primera Guerra Mundial: acontecimiento que, años más, años menos, dio el puntapié inicial para el proceso inmigratorio que iba a prolongarse hasta la Segunda Guerra; italianos, españoles, galeses, alemanes, polacos llegaron en esa época constantemente. Ni qué hablar del proceso inmigratorio que se funda con la generación del ochenta, que en 1905 abre las puertas del país al aluvión de rusos, judíos y sefaradíes. En 1905, casualmente, comienza la construcción del hotel de inmigrantes, sitio donde se ofrecía alojamiento gratuito a los recién llegados. Ahora bien: hace más de cien años que se afincaron en estas tierras los *recién llegados*. Creo que es hora de comenzar a pensarnos como individuos que nacieron en un país grande, que es el nuestro, que se llama Argentina y que se sitúa al sur de América Latina. Es hora de desarticular el mito, de olvidar los barcos y los delirios europeizantes y comenzar a pensarnos como argentinos, sí, y también como sudamericanos.

Empezar a construir una identidad más verídica, más autóctona, un relato del que podamos apropiarnos todos los seres humanos que compartimos el azar de haber nacido en este suelo, el nuestro.

# **“Que se vayan todos”**

María Victoria Chighini

Universidad Nacional de Mar del Plata

victoriach@outlook.com

Recientemente, hemos sido testigos de una protesta llevada a cabo en algunos de los principales núcleos urbanos del país, que evidencia una disconformidad con varias de las medidas adoptadas por el gobierno actual. Cabe preguntarnos por qué han elegido un método tan particular de manifestación: el *cacerolazo*. Para comprenderlo, es necesario retrotraernos temporalmente.

El cacerolazo fue hijo de la crisis política, económica, social y estructural del 2001. Se trataba de una reacción extrema de la clase media, que pedía: “que se vayan todos”. El suceso tuvo su origen a partir de la restricción, por parte del gobierno, de la libre disposición de los depósitos bancarios de la población. Este sector, quizás no de manera intencional, unificó su queja a la de otra porción de la población que hacía tiempo se encontraba en condiciones materiales sumamente precarias. En ese sentido, se puede decir que se confundieron los reclamos de ambas capas sociales, entre las cuales existían diferencias sustanciales. Sin embargo, los estratos marginados ya estaban llevando adelante sus propias quejas: los saqueos a supermercados sumados a los piquetes –que venían dándose de manera creciente desde mediados de la década del ’90– fueron moneda corriente en esos días plagados de confusión, angustia y vacío de poder.

Siguiendo un intento de revisión histórica del acontecimiento, podríamos encontrar reminiscencias de la revelación social en el episodio de las Invasiones Inglesas, particularmente la Segunda. El hecho anecdótico

que enlaza con nuestro análisis es que el pueblo manifestó su desacuerdo con la imposición británica arrojando a los soldados ollas de agua hirviendo. Quizás no haya sido el motivo fundamental por el cual los ingleses retiraron sus tropas, pero el suceso ha quedado en la memoria colectiva de muchos argentinos, como la afirmación del poder del pueblo cuando se mantiene unido.

Podría decirse que el cacerolazo es otro de los inventos argentinos: ha sido imitado en posteriores situaciones de crisis en otras partes del mundo, como en Grecia o España. Ello se debe a que en el reclamo público reúne a un sector de la población que pretende marcar, con esta protesta, el punto culmine de una situación crítica. Podemos ver, de esa manera, una “internacionalización” del cacerolazo como forma de reclamo social.

Hubo nuevos intentos en años posteriores. Si bien la concurrencia fue variada, es imposible observar los mismos efectos que tuvieron en 2001. ¿Es acaso porque los motivos son diferentes? ¿Es porque, para que tengan un efecto concreto, deben ser acompañados por situaciones de movilización de los sectores más humildes? Tampoco los motivos coincidían con los de aquella manifestación: “cacerolear” a favor del campo en 2008 parece hasta una traición a la esencia misma de la manifestación.

El tipo de protesta, sin embargo, quedó legitimada por la sociedad y temida por gran parte de la dirigencia política. El efecto que tuvo en 2001, al provocar la caída del gobierno del presidente De la Rúa, hace que en la sociedad surja el recuerdo emotivo de esos días.

A partir del recorrido propuesto, podemos inferir que apelar a esta clase de manifestación, hoy en día, no es casual ni azaroso: se está intentando equiparar la situación actual con la que se vivía hace una década, es decir, de tensión social, convulsionada, de fuerte inseguridad frente al futuro. No parece que simplemente un grupo de personas se hayan organizado para salir a protestar y casualmente tenían una olla a mano. El recurso del

cacerolazo, como se ha hecho notar, tiene una fuerte carga simbólica y un carácter popular que de otra manera, por las características de la población, estaría ausente en esta manifestación. Al mismo tiempo, al invocar la situación, en cierta forma, se le da un carácter de legitimación a la protesta.

**Argentinos: es lo que hay**

# **Las máquinas del futuro y el mito del ser nacional**

Daniel Nimes

Universidad Nacional de Mar del Plata

danielnimes@yahoo.com.ar

En *Mitologías argentinas: una aproximación semiótica* hay algo que está en juego, presente, podríamos decir, en la mirada de todos los que escribieron, aunque no completo en ninguno de ellos (como lo que planteaba Saussure acerca del lenguaje): las múltiples aristas que constituyen la formación del ser nacional, si es que tal cosa existe.

Si en pleno siglo XXVI o XXVII una expedición arqueológica a la zona en la que, se sospecha, alguna vez existió una ciudad llamada Mar del Plata encontrara un ejemplar de este libro y los tecno-sabios del futuro se guiaran por él para intentar reconstruir la imagen del ser nacional argentino en el siglo XXI (es decir, la reconstrucción de un mito), pronto comenzarían a ver que no es tarea simple. ¿Qué constituía la identidad en ese entonces? – se preguntarán, mientras someten el libro al arduo y exigente examen de las hiperveloces máquinas paranoicas que sostienen los pilares del pensamiento humano.

Acaso seguirán el orden que señala el índice. *Rituales*. Por allí empezarán. Y dirán: si aún sostenían rituales se trataba de una sociedad todavía con resabios de las épocas tribales. Pronto se preguntarán por qué esa sección hacía referencia, en su nombre, a los rituales, que ellos entienden como viejas prácticas impuestas por la tradición, en la que se sostiene una estructura determinada, que se pretende vencedora del tiempo y de los mundanos cambios. Martina Chapanay, entonces, Robin Hood

femenina y sanjuanina, develará una primera arista del ser nacional: la constante necesidad de revancha frente al Poder. ¿Qué cambios en la estructura general de la sociedad pudo realizar Chapanay? Quizás ninguno: la maquinaria del poder (casi) siempre tiene los recursos necesarios para asimilar y deglutar las experiencias individuales que intentan contradecirla. Si Chapanay, si Robin Hood, si los bandidos rurales a los que les canta León Gieco tuvieron el apoyo popular fue porque pretendían socavar el Poder, enrostrarle la dignidad del pobre en la cara, vengar las injusticias. La épica. La épica del débil que somete al poderoso. A lo largo de toda la historia de nuestro país se repite esta figura del débil que, salvando enormes perjuicios y superando temibles pruebas, doblegará al poderoso.

Una figura emblemática, acaso una de las más épicas del siglo XX (junto con el Che Guevara y Rodolfo Walsh, sin pretender equiparar a ninguno, cosa que puede terminar en la banalización de sus figuras), será la de Diego Armando Maradona, quien marcó, de algún modo, los ritmos de la vida argentina y de la opinión pública desde fines de los setenta hasta la actualidad. La figura de Maradona ha generado innumerables textos literarios, canciones y películas que destacan, en su mayoría, el mito que aquí traemos a colación, que no sería sino una adaptación regional del mito universal del héroe: el héroe que se construye a sí mismo, que sale de la nada, que enfrenta al poderoso (los dos goles a los ingleses: el “robo” primero y después, el mejor gol de la historia, humillación pública a los creadores del fútbol) y que termina derrotado por la maquinaria del poder (la enfermera llevándoselo de la mano en el Mundial ‘94, el doping positivo, la memorable frase “me cortaron las piernas”). Maradona señalando el ritmo del ánimo nacional: la alegría con el campeonato mundial obtenido en 1986, con el –reciente– retorno democrático. O Maradona jugando con el tobillo roto en 1990, de un tamaño descomunal, en un equipo que no levantaba vuelo pero que, llevado –arrastrado– por sus toques de magia logró llegar a la final, donde perdió porque, otra vez (como

con las Malvinas, como con el Menemismo que estaba llegando) los extranjeros nos robaron: último minuto y penal inexistente para Alemania. El héroe (y por lo tanto el país) cae. Luego, vendrán las internaciones de Maradona: desbordado por las drogas y los excesos, con el corazón funcionándole a menos del diez por ciento de su capacidad, producto de una desgastante década (los ‘90) de exuberancias, derroches y fiestas incontrolables. Casi como una metáfora del Menemismo que se agota (y agota al país), junto con la salida del presidente del poder se produce la grave crisis cardíaca de Maradona quien, con el corazón desgastado, se interna en Cuba en enero del 2000, con su vida pendiendo de un hilo, al igual que Argentina, que se dirige con ritmo inexorable hacia la crisis del 2001. Y luego: resucita increíblemente. Maradona y el Kirchnerismo. Parecería que con el paulatino afianzamiento de Kirchner en el poder, a partir del 2003, la salud de Maradona mejora (aunque previa nueva crisis en el 2004).<sup>5</sup> El país comienza a salir de la crisis, Maradona también (o viceversa). Baja kilos y kilos y se transforma en el rey de la televisión con *La noche del diez*, en el 2005, con ratings exorbitantes. Y, más tarde, en el 2008, deviene director técnico de la selección de fútbol en lo que fue, acaso, la Última Gran Ilusión Nacional: dar la vuelta olímpica de la mano del Diego –esa mano mágica y vengadora, como sus pies–. Pero no: fue otra vez volver al barro, comprender que Maradona es mortal (y, por lo tanto, los argentinos también). A partir de ahí, con la muerte simbólica del último eslabón capaz de unificar los fervores argentinos (pese a sus eternos detractores), la vida argentina se polarizó, se dividió tajantemente en dos polos de discusión de los que, acaso, “el Diego” pueda sacarnos con alguna otra vuelta de tuerca en su vida.

Sin embargo, por el momento, la figura del jugador como factor de unificación parece haber caducado. Hay un sucesor, Lionel Messi, pero no parece revestido por los valores de la épica: es un habilidoso –extraordinario– que no genera relato (ni discurso propio, algo en lo que

Maradona siempre se destacó). Últimamente, con el principio del retroceso del poder del Kirchnerismo (si leemos así, al menos, su descenso de porcentaje de votos obtenidos en las últimas elecciones) vemos cómo Maradona aparece otra vez envuelto en escándalos: rumores de fiestas, críticas hacia su rol paterno, polémicas con ex colaboradores, etcétera. Acaso se trate del mito del eterno retorno, el ciclo del héroe que recomienza una y otra vez: de la gloria al barro y nuevamente a nacer. Acaso la frase del propio Maradona sobre la crisis del 2001 nos diga algo al respecto: “En este país siempre pasa lo mismo. Es el mismo partido que lo pasan cuarenta mil veces en diferido”.

Dejemos de lado el mito maradoniano. Las máquinas del futuro siguen leyendo. Santa Gilda, leen. Y comprenden que una chica, cantante de cumbia, tiene para muchas personas, de alguna manera, poderes: sana, es capaz de escuchar desde otro mundo. Es decir, que el ser nacional argentino modelo siglos XX y XXI no ha logrado desprenderse del esoterismo, de la creencia en el milagro (acaso porque Maradona nos mal acostumbró, con sus goles y resucitaciones). El “milagro” como estructura simbólica parece ser otro de los elementos que sostienen el andar del país: el argentino, constantemente a la espera del golpe de suerte personal, privado, o del milagro público: que vuelva Perón, que la Presidente sea eterna (o reviente), que Maradona vuelva de la muerte y nos lleve agónicamente al mundial (eso sí pasó, dos veces: en el repechaje contra Australia para el Mundial ‘94, en el que bajó infinitos kilos, trotó frente a las cámaras, transpiró y transpiró y logró clasificarnos, pese a que estaba alejado del fútbol) y en el mundial que lo tuvo como DT, en el que puso a un increíble –increíble por la edad, por la lejanía con su propio estilo fino– Palermo y, bajo la lluvia torrencial (otra vez la épica), el jugador que eligió metió el gol necesario para la clasificación en el último minuto. Cuando la “estructura milagrosa”, cuando la espera del golpe de suerte o del milagro individual se concentra sobre una figura y comienzan a surgir “casos testigo” (“curó a mi hija”, “le

dejé una estampita y conseguí trabajo") se transforma en sistema de creencias. Se instaura alrededor de esa figura –Gilda, en este caso– algo que se parece mucho a una proto-religión: santuarios, ofrendas, oraciones. La versión irónica del mito que deviene creencia la tenemos en la existencia de la Iglesia Maradoniana, como recordatorio jocoso del proceso de formación de una religión (Maradona es Dios, tienen sus diez mandamientos, su Padrenuestro, su Credo, etc.).

En la sección *Rituales*, por último, las máquinas se encontrarán con una reflexión acerca de los modos de tratar la muerte. Las grandes muertes han marcado la historia argentina. La muerte es también, para nosotros, un mito productivo: a partir de ella, en particular en la política, se construyen los pilares de un ideal que vendrá a sostener el devenir de gran parte de los movimientos políticos nacionales: la muerte de Evita, la muerte de Perón y, más cercanamente en el tiempo, la muerte de Néstor Kirchner y la de Raúl Alfonsín (que, acaso, pudo prolongar o mejorar un tanto la vida del Radicalismo, a punto de extinguirse por una notoria incapacidad de generar figuras líderes como la del fallecido ex presidente. De hecho, en las últimas elecciones, el partido ha tenido un leve repunte en las urnas). Tal vez, en ese sentido, política y religión se hermanen: ambas necesitan de un muerto ilustre para sostener y erigir un sentido. El muerto se constituiría como el ideal, el mito de la perfección: Jesús o Perón, Alfonsín o Kirchner. Los muertos como cruzados contra las injusticias, contra el desamparo de los pobres, luchadores (por la fe, por la democracia, por los débiles). El muerto-mártir que dejó la vida por los otros (la asociación, por ejemplo, lanzada desde el propio discurso oficial, de la muerte –por una afección cardíaca– de Néstor Kirchner como producto de la enorme preocupación ocasionada por el crimen de Mariano Ferreyra: "Máximo [Kirchner] dice que la bala que mató a Mariano Ferreyra rozó el corazón de Néstor" – Cristina Fernández de Kirchner a Jorge Rial, en una reciente entrevista televisiva–.

Punto y aparte. Las máquinas del futuro, luego de pasar por el esoterismo, la necesidad de la creencia en los milagros, los muertos-mártires y los vengadores llegan a la segunda parte del libro: *Mediáticos*. Se sienten más complacidos. En el futuro, los medios de comunicación todavía existen (acaso sólo existen ellos y el Estado como tal ha desaparecido). Allí encontrarán un asunto que les llamará la atención: cómo en los programas de cocina del siglo XXI todavía se ponía en juego algo que –ya lo descubrirán en algún momento– fue una de las constantes discursivas del país desde el siglo XIX en adelante: la dicotomía campo/ciudad. El mito del campo o el de la ciudad, dependiendo desde qué óptica se tratara: la sarmientina, por ejemplo, promovía el mito de la ciudad como el lugar del progreso; la de los programas de cocina siglo XXI, la imagen del campo como ideal, lugar de refugio, paz, descanso y donde todo es mejor: el paisaje, la comida, la salud. La eterna dicotomía se actualiza y re-significa (y acaso se despolitice). De las cruentas diatribas políticas que enfrentaban una u otra mitificación a Francis Mallman, abandonando por un rato Palermo Hollywood para conducir *Patagonia mía*.

Luego de la degustación anterior, las máquinas se encontrarán con algo que les es más familiar: la publicación online de la escritura propia, los *blogs*. El mito de la pérdida de la figura autoral en internet. Mito que debería ser desmitificado, a mi entender, dado que la presencia de *followers*, los seguidores, son los que sostienen activos los *blogs*. Me permite dudar de esa falta de preponderancia de la primera persona, de la figura del autor, en los *blogs*. La carencia de imágenes del autor no implica necesariamente su corrimiento, su desplazamiento hacia los márgenes (algo que vendría a decir algo así como “esto es sólo un río de escritura”, alejándose por completo del “Madamme Bovary soy yo” de Flaubert). Por el contrario, dado los rasgos de las nuevas escrituras (en particular de las *blogueras*) que suelen inclinarse por lo que se ha denominado la *autoficción*, creo que lo que menos hacen es hacer ese movimiento. Por el contrario, la figura

autor al surge una y otra vez en la construcción de narradores insoportablemente (quiero decir, llamativamente) similares a los de sus propios autores. Hace unos días asistí a la presentación de un libro que era una compilación de textos de un *blog* (un buen libro, por cierto). Alguien hizo la pregunta: “¿Por qué se siguen publicando libros?”. Creo que se trata, justamente, de que el mito de la figura de escritor sigue absolutamente activo en nuestra sociedad (al menos entre quienes se dedican a la lectura y la escritura) y que internet, pese a los seguidores, a los “me gusta”, a los *retwitteos*, no alcanza a tener el peso, la visibilidad que implica la publicación del libro: una presencia *física*, palpable, que ocupa un lugar en un estante, en una librería, en un bolso. La cadena de presentaciones del libro, de reseñas. Los modos en que circula un libro aún difieren de los modos de circulación del *blog*. Pasar de uno al otro es como un salto más que cuantitativo, cualitativo (al menos, ilusoriamente). Sigue primando, me parece, un mito que podríamos formular como “cualquiera tiene un *blog*, pero no cualquiera tiene un libro” (no me ocuparé aquí de la fácil desmitificación de este enunciado, para lo cual alcanzaría con hacer una larga lista de títulos).

A continuación, aparece la metáfora del Rey León como referencia a la figura de Marcelo Tinelli en la televisión argentina. El mito, aquí, tiene que ver, a mi entender, otra vez con el Poder: un rey que, presente o ausente, logra generar su camino hacia la Fama, sustentada en encarnizadas luchas de las figuras menores. Creo que la *sensibilidad pop* que nos inunda en la actualidad, nos permite apreciar, en este tipo de programas, lecturas que le sumen interés a lo que a veces se torna un tanto chabacano, vulgar o ramplón. Una microfísica del poder en el programa tinelliano (y sus satélites: los programas que lo comentan). Cómo la estructura del poder, tan bien explorada en alguna ocasión por el cine (en *El padrino*, por ejemplo) tiene su representación en la televisión: el Rey o Padrino Tinelli, con su corte de adoradores y adoratrices girando en derredor (el jurado, las

bailarinas del *staff* estable, la tribuna, las voces en *off*), la propia pérdida de la identidad propugnada por el canal (no se lo menciona por su nombre y apellido, sino sólo como “Marcelo”, al igual que se dice “la princesa Máxima” o “el príncipe Carlos”, despojados del apellido, que se hace innecesario), la pleitesía y el sometimiento que deben rendir los bufones (las figuras que van a bailar, por ejemplo) sometiéndose a una suerte de jocoso juego de humillaciones frente al público: el Rey demuestra su poder despojando de la pollera, desnudando, a la bailarina. El dominio sobre los cuerpos es una propiedad intrínseca del poder: legislar, censurar, indicar cuál es la norma, qué puede ser exhibido o no. El Rey exhibe el cuerpo de la bailarina porque, entiende, le *pertenece*: esa es su corte, esas son sus reglas y él manda. Una pesadilla kafkiana para quien decida oponerse: los gritos de la multitud, la exhortación de la locutora, la demanda de los jurados, la tijera avanzando inexorable hacia la ropa. El mito del Poder actuando en vivo y en directo, en convivencia con un público que, más tarde, dirá: “qué mal, qué mal”, pero que no logrará separar los ojos de la pantalla ni un instante. Me viene a la mente un cuento de Shirley Jackson, “La lotería”, en el que, en un pueblo cualquiera de Estados Unidos, cada año se realizaba un sorteo entre las familias del pueblo. El que salía sorteado era apedreado por los demás. En el cuento se muestra el horror paulatino, *in crescendo*, previo al sorteo: las voces que se oponen, que dudan acerca de si esa tradición está bien o debería anularse. Pero cuando llega el sorteo, esos mismos personajes aparecen, con gesto furioso, casi irracional, apedreando a la propia vecina que había sido sorteada.

Finalmente, en el texto dedicado a las publicidades de *Mr. Músculo*, encontramos cómo se repiten algunas imágenes tradicionales acerca del (relegado) lugar femenino en la sociedad y de cómo, esperablemente, reproducen los mecanismos de un sistema ultracapitalista. Creo, además, que en los avisos publicitarios de limpieza se pone en juego otro mito: el de la limpieza como combate contra la degradación, que es lo mismo que

decir: contra la muerte. Esto se daría especialmente en las publicidades de productos de limpieza para la ropa, que destacan cómo el producto hace retornar el color original, elimina ese color degradado, triste que afea “la piel” de nuestras remeras y pulóveres. Una reversión del clásico literario de Sheherezada y su relato como resguardo contra la muerte. Cada lavado, parecen decírnos las publicidades –contrariamente al sentido común–, no acerca a la muerte (del producto) sino que le da nueva vida (no me explayaré más en la cuestión: para un análisis de productos similares prefiero remitirlos al texto de Roland Barthes, “Sapónidos y detergentes” de su libro *Mitologías*).

Las máquinas del futuro se ponen contentas: llegan a una sección que les promete develar más directamente lo que están buscando: *Autóctonos*. Pero encuentran un primer problema: uno de los factores que se pretendía unificador, la figura del gaucho, aparece deconstruida en disfraz, es decir, máscara. Por lo tanto, si es una máscara, es ocultación, engaño, desvío. Imponernos la imagen del gaucho estereotipada fue un proyecto que se cultivó durante muchos años. Proyecto que comienza a percibirse, cada vez más, en su artificio. En los últimos años, sin embargo, hemos asistido a la imposición, desde el Estado (o desde las agrupaciones que sostienen, en parte, el poder de la parcialidad política que en la actualidad maneja el Estado) de otra figura, completamente diferente a la del gaucho Martín Fierro: el *Nestornauta*. Asociación del personaje de *El Eternauta* de Oesterheld y la figura del fallecido ex-presidente Néstor Kirchner. No es que se trate del reemplazo de una figura por otra, pero sí de la imposición de una imagen que se pretende representativa de algo: en este caso, del valor de los movimientos populares (al *Eternauta* se lo lee como “héroe colectivo”), de Kirchner como héroe popular y sacrificado por el bien colectivo, de la posibilidad del ser argentino; un anónimo, un argentino cualquiera puede transformarse en héroe y combatir al enemigo, a las fuerzas poderosas de opresión, a través de la unión y el trabajo positivo.

Resulta interesante el detalle de que el *Martín fierro* de José Hernández, ha dejado de ser lectura obligatoria en la escuela secundaria, pasando a ser “lectura sugerida”, mismo escalón en el que se encuentra *El Eternauta*.

Esta sección del libro, finalmente, se debate entre mitos sumamente diversos, lo cual alimenta la idea de que el ser nacional es un campo minado de aristas, recovecos, vueltas y figuraciones diversas que hacen casi ininteligible una esencia única o un todo homogéneo. Desde el mito del alumno-UBA, el intelectual de Buenos Aires como representante de la única intelectualidad válida (o, al menos, de la mejor) hasta el fútbol y el mate como dos elementos ineludibles en la composición. Respecto del primero, en los últimos años puede rastrearse la construcción, a mi entender, de espacios académicos que constituyen si no una contracara (porque los *modus operandi* son similares), sí una apertura en el panorama académico. Acaso se trate de la construcción de nuevos mitos de validación. En particular, el ejemplo emblemático del polo académico ubicado en Rosario, que ha cobrado –con un trabajo ya de muchos años– casi tanta visibilidad como el de Buenos Aires.

En cuanto al mate y al fútbol, interesan en la medida en que se constituyen como prácticas que van de lo íntimo a lo público. El mate es un significante cuyo significado es variable. El mate para el estudiante universitario puede tener o bien el valor de práctica social (tomar mate mientras se estudia con los compañeros) o valor de supervivencia (mate y bizcochitos como base de la alimentación). El mate compartido por el dueño del campo y sus empleados acerca dos dimensiones de lo social: la clase alta y la baja; achica la distancia, corre simbólicamente la enorme distancia. Como un micro-carnaval anulador de distancias, el mate tiene un poder simbólico unificador. Es por eso que todos “deben” tomarlo. Es un mito de la argentinitud que puede rastrearse en el “pudor social” que genera un no bebedor de mate en el núcleo de un círculo de “materos”. “¿Qué clase de argentino sos, que no tomas mate?” –es una frase harto escuchada por

alguien que, como yo, hace caso omiso de los valores de argentinidad, digestión y hermandad del mate y prefiere beberse un buen café. Creo que casi todo lo que dice Barthes en otro texto de *Mitologías*, “El vino y la leche”, puede ser leído reemplazando la palabra “vino” por “mate”. Cito un fragmento, a modo de muestra:

Pero esta misma universalidad supone conformismo: creer en el vino es un acto de compulsión colectiva: el francés que tomara distancia del mito se expondría a problemas no graves pero sí precisos de integración; el primero de ellos consistiría, justamente, en tener que dar explicaciones” (Barthes 2008: 79).

Las explicaciones, la necesidad de justificar por qué no se bebe mate son una constante para el no-bebedor, que debe apelar a vagos recursos para justificar su posición en el mundo: la falta de tradición familiar –lo cual lo vuelve aún más sospechoso frente a los ojos de la *argentinidad*–, el rechazo por su sabor, cierto desagrado por el posible intercambio involuntario de saliva y gérmenes.

Por último, las máquinas del futuro irán dejando la sección con un asunto que, ya se ha demostrado, es crucial (al menos simbólicamente) en el devenir vital del país: el fútbol. En torno a él podrían identificarse múltiples mitos: un pasado ideal perdido que brindaba un espectáculo proporcionado por los equipos de las décadas del cuarenta y cincuenta, con jugadores que no entrenaban rigurosamente, pero sí realizaban una actuación formidable después de deglutar el asado del domingo. O el mito del *estilo argentino*, que se supone diferente –y mejor– que el de cualquier otro lugar del planeta. O, incluso, el mito del potrero: el lugar de salvación de miles de pibes que, al igual que Maradona, salen de la pobreza y se *salvan* en base a transpiración, gambeta y goles. Pero lo que me interesa destacar aquí sobre el asunto es el fútbol como mitificación totalizadora de los valores y estereotipos de circulación popular en Argentina. Quiero decir: en él están presentes, a partir de las propias figuraciones de los jugadores, representaciones que puede ser leídas simbólicamente como parcialidades de eso que hemos llamado el *ser nacional*. ¿Podrá decirse, como lo hacía

Barthes acerca del catch, que el fútbol no es un deporte sino un espectáculo? Pero no, considerando el camino que el fútbol argentino ha tomado últimamente, se ha perdido, a las claras, la *espectacularidad* del asunto. A modo de ejemplo: por un lado, tenemos al *fingidor*, el engañador, el timador, el experto en sustraer de los intersticios de la realidad (un leve roce, un acercamiento del rival), una impostación que cobra valor de verdad: la caída mortal en el área, fulminado, acompañado por gestos de dolor que llaman a la piedad. El árbitro, el juez, para ir a esa otra denominación que nos acerca más a la idea de justicia, es el que debe saber discernir entre realidad y ficción, entre engaño y dolor verdadero. A mayor habilidad del fingidor, mayores dudas en el juez y mayores probabilidades de que sancione la pena máxima a favor de este actor del sufrimiento. Toda una línea de jugadores puede ubicarse detrás del estereotipo: el Burrito Ortega acaso haya sido uno de los más emblemáticos durante toda su carrera, entre la última década del siglo pasado y la primera del presente. El rol del engañador que, sin embargo, no recibe el peso de una sanción moral social (acaso sí de sus circunstanciales rivales de turno) es casi la tipificación futbolística del *canchero* (justamente: *el que tiene cancha*), del *vivo* que se vale de cualquier recurso para alcanzar el objetivo, sea en la política, el espectáculo o el fútbol. Los valores de rectitud también están presentes. Por ejemplo, la figura del juez que representa la ley con rigurosidad extrema llegó a su punto de paroxismo en los '90 (cuando la ley fuera de la cancha se veía tan vilipendiada: la corrupción menemista, los indultos a los genocidas) en la figura del árbitro Javier Castrilli, casi una máquina implacable a la hora de aplicar el reglamento. Muchas veces sus partidos terminaban con tres o cuatro jugadores expulsados por cada lado. Como era esperable, la figura del fingidor fue una de las más perseguidas por el *Sheriff* –tal era su apodo–. Llegó a provocar una –otra– famosa frase maradoniana: “Maestro, ¿pero usted que... está muerto? ¡No está muerto!”. Estos signos que pueblan el campo del juego –el fingidor, el juez

incorruptible e implacable— parecen presentar, al igual que en el catch (aunque tal vez en forma más involuntaria) una *dispositio* física que se ajusta a lo esperable de ellos: el gesto adusto en el rostro de Castrilli, el pelo tenso y engominado, la imperturbabilidad frente a cualquier reclamo, por ampuloso que fuera. La sonrisa pícara de Ortega, su desprolijidad y lo sorpresivo e inusitado de sus movimientos. Habría otros (muchos) roles representados en el fútbol que encuentran su eco en la sociedad (probablemente el orden de ese enunciado debería ser inverso): el jugador *del pueblo* (Tévez, por caso), el *esforzado* (no habilidoso pero luchador, eterno sufridor de contratiempos pero que alcanza, de vez en cuando, la recompensa: Palermo y sus tres penales errados en un partido, su pierna quebrada por una pared que cae sobre él mientras festeja un gol, su gol para clasificar a Argentina al mundial 2010 y su gol, también, en ese mundial – cuando el *habilidoso*, la máquina perfecta de movimientos (es decir, Messi) no logró meter ninguno–; el *rústico*, siempre alabado, casi con jocosidad, por las parcialidades correspondientes, por defender lo suyo con “uñas y dientes” (uno de los últimos estandartes del estilo sería Rolando Schiavi, recientemente retirado de la actividad). Otro representante de la rusticidad, el *Pelado* Laspada, ex-jugador de Olimpo de Bahía Blanca –entre otros equipos–, llegó a ser la figura central de un libro de poesía de Marcelo Díaz, poeta bahiense –*Laspada*, aparecido en el año 2002–. Barthes, en su ya mencionado texto sobre el catch, plantea que “Lo que se libra al público es el gran espectáculo del dolor, de la derrota y de la justicia” (22). Dolor, derrota y justicia son tres elementos de circulación constante por el mundo futbolístico. Porque la mayor parte del tiempo los equipos se sitúan en la derrota: vale decir, incluso ganando, no es frecuente que se obtenga más de un campeonato consecutivo –lo cual ya roza el terreno de la *hazaña*–. El fútbol entonces procesa dolores (y odios y broncas y resentimientos) colectivos, los pasa por el tamiz de la cancha y enfrenta al hincha con la posibilidad de la derrota y con la doble posibilidad de *hacer justicia* o, por

el contrario, sufrir la injusticia (el árbitro que no cobró un penal, el *tiki tiki* del equipo de Ángel Cappa derrotado por la efectividad poco vistosa de Vélez, el “me cortaron las piernas” de Maradona). Dolor, derrota y justicia (o injusticia) a la que el argentino, ya no sólo el hincha, sino el argentino medio, está acostumbrado a sufrir a manos de propios y ajenos (los sucesivos gobiernos depuestos por dictaduras militares, la pérdida de las Malvinas, la corrupción estructural, etcétera).

Finalmente, las máquinas del futuro llegan a la última sección del libro: *Políticos*. Allí, sus cerebros positrónicos pasarán a través de una cuestión que probablemente, para ellas, ya no sea llamativa: la vigilancia y el cercamiento como refugio contra la inseguridad. ¿El mito de la seguridad, podríamos decir? La construcción de mónadas de aislamiento –como un barrio privado– y de los ojos eternamente abiertos y omnipresentes de las cámaras que vigilan atentan contra otros mitos: el de la libertad y el del anonimato (eso que destacaba Baudelaire en sus incursiones por París, es decir, una de las propiedades intrínsecas de las ciudades). Por estos días, la mayor propuesta de uno de los candidatos “presidenciables” en Argentina es la de insertar cámaras por doquier, como solución inmediata a los casos de inseguridad. Es evidente que se trata de otro mito, que oculta, borra, corre de lugar las verdaderas razones por las que esas cámaras se hacen necesarias, es decir, lo que provoca la inseguridad: injusticia social, falta de oportunidades, casi nula posibilidad de los sectores marginados de insertarse realmente en una cadena educativa, productiva y de salud que los iguale con el resto de la población. La cámara como ojo que vigila no puede solucionar nada de eso, apenas puede registrar el *exabrupto*, el emergente de la situación que se encuentra *fuerza de cámara*. Lo que el ojo no ve –no quiere ver– es ese fuera de ángulo, el detrás de escena de la filmación: lo que la política argentina no ha sabido –o no ha querido– solucionar en décadas y décadas. ¿Quiénes viven en el country? ¿El ser nacional vive en un *country*? Ahí radica otro problema: la profunda heterogeneidad del *ser*

*nacional*. No hay homogeneidad de ningún tipo: está atravesado por capas y capas de divergencia, también en lo social. Los que viven en un *country* han construido su propia mitificación: intentan reconstruir un pasado en términos ideales (la época de los chicos jugando en la vereda, la puerta abierta todo el día, los espacios verdes y los recorridos en bicicleta). Ficción del fingimiento, los *countries* eligen *no pertenecer*, escindirse, separarse, buscar la frontera definitiva entre ellos y los otros (a los que han contribuido, en parte, a transformarlos más en *otros* que nunca).

Para terminar, las máquinas se enfrentarán con dos ideas que polarizarán su análisis: recibir/expulsar. Recibir inmigrantes (y que ellos sean uno de los pilares de la conformación de la identidad nacional: es decir, la *extranjería* como marca de origen) y detentar, como marca privilegiada de pertenencia, el lugar de origen de esas corrientes inmigratorias (Europa, mayoritariamente). Mito de origen que niega, borra amplios sectores de la población, cuyas raíces se encuentran definitivamente en otro lado que no es Europa. Entonces, *recibir* en este caso, también es *expulsar*: al reconocer sólo parcialmente las marcas identitarias provenientes del exterior y eludir el reconocimiento de la diversidad, se destituye de la conformación *argentina* a amplios sectores, que no se sienten identificados con ese mito creado desde la centralidad porteña.

Expulsar, en el último de los textos, hace referencia a un deseo colectivo: “que se vayan todos”. Fórmula que no permite matices, surgió como expresión de deseo popular durante una de las mayores crisis socioeconómicas de la historia del país a fines del 2001. ¿Qué mito se esconde detrás de la frase hecha? ¿Qué implica la voluntad de expulsión totalizadora? ¿Si se van todos, no queda nadie, y si no queda nadie viene la anarquía, el vacío, el caos originario? No parece ser eso lo que se desprende de la voluntad del pueblo argentino. Por el contrario, el “que se vayan todos” implica no una necesidad anárquica, sino la disolución de ciertas

prácticas políticas (la corrupción sería una de ellas) profunda y profusamente arraigadas en el quehacer político nacional. Que se vayan todos, pero que venga alguien –otra vez, el héroe, el salvador–. La frase implica la necesidad de expulsar lo conocido, lo que ya se sabe probado y fracasado. Es así como en las siguientes elecciones presidenciales comenzará a surgir (tímidamente al principio, en cuanto a cantidad de votos) la figura de un nuevo líder, principalmente revestido de dos cosas que siempre han funcionado en la política argentina: carisma y novedad. Néstor Kirchner supo construir poder político con suma habilidad y pudo aprovechar el momento de expulsión de *lo viejo* (Menem bajándose de la segunda vuelta en las elecciones para presidente, ante la inminencia de una derrota) para imponer *lo nuevo*: el Kirchnerismo, que instalaría velozmente sus propias mitificaciones, figuraciones y estrategias simbólicas.

Las máquinas del futuro han terminado de leer el libro. Sus microcerebros ultra poderosos centellean. Intentan imprimir una imagen que represente al *ser nacional* argentino de unos siglos atrás. Imprimen. Los brazos suaves y delicados de una de ellas toman lo que ha impreso la otra. Sus ojos quisieran reflejar asombro, demudación, sorpresa pero –se lamenta, y eso sí puede hacerlo– aún no han desarrollado esa capacidad por completo. Lo que ha impreso su compañera es un monstruo. Monstruo frankensteiniano compuesto por mil partes, deformes, con enormes suturas que lo atraviesan. El *ser nacional* –ahora lo comprenden– fue (y es y será, se dice a sí misma la máquina) una entelequia, un imposible de alcanzar: no un ideal, porque un ideal tiene algo de impoluto, de perfecto, que lejos se encuentra de esa imagen del Horror. Lo cruza la historia, en sus facciones mezcladas de inmigrantes de todo el mundo, en el gesto adusto del que ha vuelto de una guerra cuyas atrocidades no se atreve a narrar; en sus labios se percibe aún el gesto del que ha saboreado la gloria y la decadencia, el triunfo y la derrota; sus cabellos, épicamente maradonianos, sus manos tendidas hacia adelante (¿las de Perón? –se pregunta la máquina); su

mirada, ella sí, azorada y asombrada, pero también sabia, surcada por miles de inteligencias científicas y artísticas, por la locura arltiana y el ingenio borgeano y, finalmente, su corazón, casi a la vista, como el rugido infinito de un cuerpo que se sabe casi inverosímil aunque existente, real, histórico. Enfrentarse al *ser nacional*, comprenden ahora las máquinas, asimilarlo por completo, es un imposible. El Monstruo cae al piso. Las máquinas se sienten derrotadas.

# Epílogo

Finalizar en un índice es otra forma de volver a empezar, de no cerrar un texto que pensamos abierto, de construcción social. El conjunto de mitos circulantes en el territorio argentino resultan imposibles de delimitar desde el punto de vista tópico y de su abarcamiento en tanto totalidad. Por tanto, más que una última reflexión, es ésta una convocatoria a completar el trabajo.

La mitología concebida por Barthes es un modo de producción, desmitificación del interés burgués, una producción que se reproduce, por lo que terminar en un inventario propuesto es un llamado a tomar la pluma o la palabra, a subvertir las formas del habla en el territorio mítico. Buscar, en términos barthesianos, la escribación del mito, el estilo, con los componentes de un habla argentina.<sup>6</sup> Convertir la palabra muerta de la escritura en la palabra viva del diálogo que entre texto y lector deseamos exista es brindar a este libro la posibilidad de ser en otros.

“Los que leen no escriben”, denuncia Barthes (2003: 190). Recogemos la denuncia. Ofrecemos una herramienta, la mitología; una reflexión, el conjunto de textos que integran este libro; un inventario, el índice: una invitación a completar, ampliar, desarrollar el texto que te ofrecemos.

## Regionales

- Uritorco.
- Siesta santiagueña.

- La vaca empantanada.

## **Inventivos**

- Colectivo.
- Birome.
- Dulce de leche.

## **Migracionales**

- La calidez argentina con el inmigrante o el síndrome Malinche.
- Oficios del inmigrante.
- Los argentinos descendemos de los barcos.
- Los hermanos uruguayos.

## **Deportivos**

- Diegooo, Diegooo.
- “La pelota no se mancha”.
- El Mesías, tan español como argentino.
- 6–0, Argentina–Perú.
- ¿Te creés Fangio?
- El *Dopping* y los negocios de Grondona.
- Marcar o embarrassar la cancha.
- Puerta 12. El nunca más que fue Cromañón.

## **Sexuales**

- Primera vez, puerperio y lactancia poblando la Argentina.
- Rubia, sexo y estupidez.

## **Gastronómicos**

- Locro.
- Asado (la mejor carne argentina).
- ¿Chori, tetra o coca?: Formas de ser argentino.
- Las mil y una recetas de la empanada regional.
- Una muzza, dos milicos.

## **Terroríficos**

- “No te metás”.
- “El silencio es salud”.
- “Algo habrán hecho”.
- “Los argentinos somos derechos y humanos”.
- La picana, inventiva argenta.
- Desparecidos, una construcción que no está.
- Mundial ’78.
- “Aquí hace falta mano dura”.
- Los problemas se resuelven con “mil ladrillos”.

## **“Culturosos”**

- Siempre mencionamos a Pugliesse.
- Charly: Enfermedad y talento vs. salud y pedorrez.
- El gomazo que te hace gil.
- *Vedette* o clon.
- Ceratti, en un infierno encantador.
- Víctor Sueiro: Volver de la muerte y sumar fama.
- El público más fervoroso del mundo.
- ¿Gardel nació en Argentina?
- El tango es argentino, pero triunfó en Francia.

## **Publicitarios**

- Tránsito lento.
- “Tengo el corazón con agujeritos”.
- El poder de la limpieza.
- La libertad es toallita.

## **Históricos**

- Bandera color de cielo.
- El gaucho “Cardón” de Güemes.
- El plan de operaciones.

- San Martín, un héroe sin proyecto político.
- Las malas juntas y triunviratos.
- Los *nac and pop*.

### **Clasistas**

- El amor sobre toda diferencia social o la Cenicienta argentina.
- Los pobres no quieren trabajar.
- Juguete chinos o nadie quiere trabajar.
- Todos somos Máxima.

### **Saludables**

- Terapias alternativas, productos o estilo de vida.
- El esqueleto *sexy* o la enfermedad como atractivo.

### **Políticos**

- El innombrable.
- Voldemort o Menem.
- El bigote de Macri.
- La abanderada de los humildes.
- Las villas son peronistas.
- Crecimiento poblacional en los planes sociales.
- Perón: los nazis en la Argentina.
- El primer ¿trabajador?

### **Soberbios**

- El granero del mundo.
- Dios es argentino.
- Viveza criolla.
- Macho argentino.
- Las mujeres más lindas del mundo.
- El río más ancho.
- La calle más ancha.
- General Paz, “El fin”.

- Dios atiende en Buenos Aires.
- La chancha, los veinte y la máquina de hacer chorizos.

### **Tecnológicos**

- El *celulardependiente* o El loco habla solo.
- Los adolescentes no se nutren, se conectan.

### **Devotos**

- Luz mala.
- Gauchito Gil.
- El Pancho es argentino: ¿golpista o democrático? Pancho para todos.

### **Vinculares**

- “No sos vos, soy yo”.
- “Lo hago por mis hijos”.
- “La plata va y viene, lo que importa es la salud”.

# **Notas**

[1] En esas expresiones, Barthes adelanta lo que actualmente Paolo Fabbri (2000), por ejemplo, considera un *giro semiótico*, donde se plantea la posibilidad de crear “universos de sentido particulares” (41), sin caer en generalidades, a partir del análisis de todos los “objetos-textos” de la comunicación: gestos, palabras, estados de materia, etc. Así, la semiótica pone en funcionamiento la significación en la combinación de palabras y “agentes especiales sintáctico-semánticos” –actores– (48), mediante la noción de *narratividad*. Desde esta perspectiva, a diferencia de la tradición anterior, los estudios involucran la concatenación de *acción* y *pasión* –que comprenden la dimensión afectiva y el cuerpo–. El *significado narrativo* puede ser manifestado por formas expresivas heterogéneas (gestuales, verbales, musicales, etc.) y mediante sustancias distintas (corporeidad, sonoridad, espacialidad, etc.). En este marco, el componente visual adquiere otra relevancia: la imagen posee características particulares, no traducibles directamente de manera lingüística, que expresan sentidos propios y pueden interpretarse a sí mismos –y a otros también–. Por consiguiente, una hermenéutica de sistemas de signos no lingüísticos toma protagonismo y deja de lado las propuestas que sólo analizan el lenguaje verbal. Al respecto, Eliseo Verón (1995) sostiene que en el “orden de lo discursivo” (22) repercute el proceso de *espaciotemporalización*; y además, los *objetos significantes* no son homogéneos, pues múltiples materias y niveles de codificación operan al mismo tiempo (imagen-texto, imagen-palabra-texto-sonido, palabra-comportamiento-gestualidad, entre otros). Este fenómeno aparece en varios textos que se convierten en “paquetes significantes complejos” que recorren “las redes sociales del sentido” (23). <<

[2] Al respecto, él mismo afirma: “Su primer texto más o menos (1942) está hecho de fragmentos; esta elección la justificaba entonces a la manera gidianamente ‘porque es preferible la incoherencia al orden que deforma’. De hecho, no ha dejado de practicar, desde entonces, la escritura corta: pequeños cuadros de *Mythologies* y de *L'Empire des signes*, artículos y prefacios de los *Essais critiques*, lexías de *S/Z*, párrafos titulados del *Michelet*, fragmentos del *Sade II* y del *Le plaisir du texte*” (1978: 104). <<

[3] Hacemos referencia al conductor y productor argentino Marcelo Tinelli, quien se ha vuelto muy popular en las últimas décadas dentro del ámbito artístico y mediático. <<

[4] Podríamos agregar que los partidos de fútbol contra Inglaterra son entendidos más bien como políticos, a diferencia de los encuentros contra Brasil, donde predomina la rivalidad deportiva. <<

[5] Claro que el Kirchnerismo también tendría su momento de crisis y zozobra en el conflicto con el campo, durante el año 2008. <<

[6] Barthes diferencia escritura de escribación: “el estilo del que escribe creyendo que el lenguaje no es más que un instrumento” (2003: 189). <<



**Atribución – No Comercial – Compartir Igual (by-nc-sa):** No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.

### Conversión a formato digital:

María Carolina Rojas / WebFH

Disponible en:



<http://fhmdp.edu.ar/ebooks>

