



Artículo / Artigo / Article

## Fútbol, música y narcisismo: algunas conjeturas sobre “Brasil, decime qué se siente”

Pablo Alabarces

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

Universidad de Buenos Aires, Argentina

palabarces@gmail.com

### Resumen

Durante la Copa del Mundo 2014 en Brasil, los hinchas argentinos viajaron en gran cantidad e inundaron las calles (incluso más que los estadios) cantando de modo unánime una canción de aliento, reconocida por su primer verso: “Brasil, decime qué se siente”. La canción, basada en una vieja melodía del grupo de rock norteamericano Creedence Clearwater Revival, fue rápidamente adoptada por centenares de miles de hinchas en Brasil y otros millones en la Argentina, viralizándose asimismo por las redes sociales. A partir de este fenómeno, el trabajo analiza la canción, las tradiciones musicales y políticas sobre las que trabaja, así como la relación entre música y nacionalidad que puede desprenderse de ese análisis; en el mismo sentido, discute esa relación en la historia de las Copas del Mundo. La actuación de los hinchas argentinos se convierte, entonces, en una actuación centralmente musical, en la que es posible leer la cultura futbolística argentina, organizada por el narcisismo y las lógicas del *aguante*.

**Palabras clave:** fútbol, música popular, Copa del Mundo, hinchas, narcisismo

---

## Futebol, música e narcisismo: algumas conjeturas sob “Brazil, me diz como se sente”

### Resumo

Durante a Copa do Mundo de 2014 no Brasil, os fãs da Argentina viajaram em grande número e inundaram as ruas (ainda mais do que os estádios), cantando de modo unânime uma canção de alento, conhecida pelo seu primeiro verso: “Brazil, me diz como se sente”. A canção, com base em uma antiga melodia da banda americana de rock Creedence Clearwater Revival, foi rapidamente adotada por centenas de milhares de fãs no Brasil e outros milhões na Argentina, viralizándose pelas redes sociais. A partir deste fenômeno, o artigo analisa a canção, as tradições musicais e políticas nas que trabalha, e a relação entre música e nacionalidade que pode-se seguir a partir dessa análise; no mesmo sentido, debate essa relação na história da Copa do



Los trabajos publicados en esta revista están bajo la licencia Creative Commons Atribución- NoComercial 2.5 Argentina

Mundo. O desempenho dos fãs argentinos torna-se, então, em um desempenho centralmente musical, no qual é possível ler a cultura do futebol Argentina, organizada pelo narcisismo e pela lógica do *aguante*.

**Palavras-chave:** futebol, música popular, Copa do Mundo, torcedores, narcisismo

---

## Football, Music and Narcisism: Some Speculations on “Brazil, Tell me How it Feels”

### Abstract

During the 2014 World Cup in Brazil, Argentina fans traveled in large numbers and flooded the streets (even more than the stadiums) unanimously singing a song of encouragement, renowned for its first verse: “Brazil, tell me how it feels”. The song, based on an old melody of the American rock band Creedence Clearwater Revival, was quickly adopted by hundreds of thousands of fans in Brazil and also millions in Argentina, becoming viral by social networks. From this phenomenon, the article analyzes the song, the musical and political traditions on which works, and the relationship between music and nationality that can be followed from that analysis; in the same sense, debates that relationship in the history of the World Cup. The performance of the Argentine fans then becomes in a centrally musical performance, in which it is possible to read the Argentina football culture, organized by narcissism and the logic of *aguante*.

**Keywords:** Football, popular music, World Cup, fans, narcissism

---

Fecha de recepción / Data de recepção / Received: septiembre 2014

Fecha de aceptación / Data de aceitação / Acceptance date: noviembre 2014

Fecha de publicación / Data de publicação / Release date: enero 2015



## 1. Introducción desviada por los senderos del *Roots Rock*

A comienzos de los años 60, un grupo de jóvenes norteamericanos, más precisamente californianos, que habían nacido todos en 1945 y se llamaban John Fogerty, Doug Clifford y Stu Cook, formaron una banda de rock, como tantas otras que se formaban en esa época (o mejor aún: desde esa época hasta la actualidad) en California, en la costa oeste norteamericana. Eran de una pequeña ciudad llamada El Cerrito, al norte de San Francisco. Primero se llamaron The Blue Velvets, un nombre con algo de ridículo y algo de sonoro; era la época en que, por ejemplo, el cantante argentino Roberto Sánchez se hacía llamar Sandro y tenía una banda que se llamaba Los Caniches de Oklahoma. Era muy usual en esos años ponerle ese tipo de nombres a los grupos musicales, en la senda que habían abierto Bill Halley & The Comets a comienzos de los años 50 y luego profundizarían The Beatles, The Rolling Stones o The Doors, para mencionar sólo algunos; o en el caso argentino, Industria Nacional o Pintura Fresca (nombres ya depurados de la desenfadada influencia anglófona).

Lo cierto es que el trío The Blue Velvets decidió complejizar su formación y se transformó en cuarteto, con el auxilio de Tom Fogerty, hermano mayor de John, quien aportó una guitarra rítmica a la guitarra y la voz de John, al bajo de Doug Clifford (que antes tocaba el piano) y a la batería de Stu Cook. Luego del servicio militar de Clifford, Cook y el menor de los Fogerty, consiguieron un productor musical que les recomendó cambiar el nombre de la banda: así, en 1967 pasaron a llamarse Creedence Clearwater Revival (otro nombre sonoro, pero mucho más original). En 1968 consiguieron un primer contrato con el que grabaron su primer álbum, que se llamó, homológicamente, *Creedence Clearwater Revival*; en 1969 sacaron el segundo disco, que se llamó *Bayou Country*, donde está uno de sus famosos singles, “Proud Mary”. En 1969, en abril, Creedence editó un single que fue “Bad Moon Rising”, la canción que más hemos escuchado durante junio y julio de 2014 en el Cono Sur. En agosto editaron su nuevo álbum, el tercero, que se llamó *Green River* (dicho sea de paso, otro gran single). En noviembre editaron otro *long-play*, que se llamó *Willy and the Poor Boys*. En 1970 grabaron primero un single, el famoso “Travelling band”, cuyo lado B era “Who’ll stop the rain?”, y en julio de 1970 editaron su álbum más exitoso, que fue *Cosmo’s Factory*. Fue el disco más vendido de toda la carrera de Creedence, vendiendo a lo largo de los años más de 4 millones de placas y alcanzando el número 1 en los *charts* de Estados Unidos, Gran Bretaña y Australia, entre otros.

En diciembre de 1970 sacaron otro *long-play* más, *Pendulum*: el éxito de *Cosmo’s Factory* era impresionante y decidieron, como lógica consecuencia mercantil, no dejar pasar un año para sacar otro largo. En 1972, aunque ya con bastantes conflictos internos, editaron *Mardi Grass*, último *long-play* de Creedence Clearwater Revival, que vendió mucho menos y encontró a la banda en medio de enormes disputas internas: Tom Fogerty ya la había abandonado unos meses antes, en buena parte motivado por el gigantesco narcisismo de John Fogerty, que escribía, componía y cantaba todos los temas. Lo cierto es que el 6 de octubre de 1972 es la fecha oficial en la que la compañía Fantasy Records comunicó la disolución de la banda, y Creedence Clearwater Revival desapareció del mapa. En 1990, la muerte de Tom Fogerty a consecuencia de complicaciones derivadas del SIDA (del que se había contagiado por una transfusión) canceló

definitivamente cualquier posibilidad de una nueva reunión, mientras que John Fogerty aún continúa interpretando los éxitos originales, ahora como solista, mientras que Clifford y Cook formaron en 1995 una banda de autohomenaje, llamada Creedence Clearwater Revisited, con la que también interpretan las mismas canciones, una y otra y otra vez.

La popularidad de Creedence fue enorme, y sus influencias se disparan en varias direcciones. Para citar sólo dos, distantes en el tiempo y en el espacio: por un lado, Kurt Cobain, el recordado músico norteamericano, tenía una *banda tributo* con la que interpretaba canciones de Creedence antes de formar su celebrada banda Nirvana. Por otro, sudamericano: la banda argentina Callejeros, uno de los más importantes exponentes del llamado *rock chabón* en referencia simultánea a su música de cierto anacronismo y a sus públicos populares, se llamaba Green River antes de adoptar el nombre con el que alcanzara cierta fama local. El *roots rock* de Creedence –como tendió a clasificar la crítica el estilo de la banda– habría sido, entonces, la influencia decisiva para el nacimiento del *grunge* norteamericano y una presencia importante en el desarrollo del *rock popular* argentino. Esas influencias, prolongadas en el tiempo, pueden verse tanto en las distintas y muy variadas versiones que la obra de Creedence tuvo por parte de músicos contemporáneos o su importante utilización como banda de sonido o música incidental en múltiples productos de la cultura de masas –especialmente, el cine y la televisión<sup>1</sup>.

En particular, la canción “Bad Moon Rising”, como ya dijimos, fue grabada en 1969 y editada en abril de ese año como single, cuatro meses antes del álbum *Green River*; en poco tiempo alcanzó el número 2 en el ranking del *Billboard Hot 100 Singles Chart* y el número 1 en el *UK Singles Chart*, siendo su segundo disco simple de oro; en 2011, la revista *Rolling Stone* la eligió número 364 en su lista de las mejores 500 canciones. Las versiones del tema son por lo menos veinte, de los más variados estilos: entre otros, la interpretación *country* de Jerry Lee Lewis<sup>2</sup>, el *country rock* de Jerry Lee Lewis y John Fogerty<sup>3</sup>, la reconversión en música tradicional escocesa que hizo Battlefield Band<sup>4</sup>, el *punk* de Lagwagon<sup>5</sup>, el *folk pop* propuesto por Thea Gilmore<sup>6</sup> y la interpretación electrónica de Mourning Ritual<sup>7</sup>, que la acentúa como canción terrorífica para convertirla en banda de sonido de la serie *The Walkind Dead*. Wikipedia, en su versión en inglés, enumera estas y muchas otras versiones y utilidades de la canción, y entre ellas señala que:

La canción se ha vuelto especialmente popular en la Argentina como un cántico futbolero, utilizado por los hinchas en el estadio para alentar a sus equipos durante los partidos de fútbol. Existen distintas versiones de las letras para los distintos equipos, e incluso para partidos políticos. Durante la Copa del Mundo de la FIFA de 2014, una versión modificada titulada “Brasil, decime qué se siente”, con una letra en español que desafiaba a Brasil, el

---

<sup>1</sup> En Wikipedia hay una muy completa lista de estas apropiaciones y versiones: consultar [http://es.wikipedia.org/wiki/Creedence\\_Clearwater\\_Revival](http://es.wikipedia.org/wiki/Creedence_Clearwater_Revival) (Acceso 17/9/2014).

<sup>2</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=LBHGoY8TGuU> (Acceso 17/9/2014).

<sup>3</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=2NsKco1zSqY> (Acceso 17/9/2014).

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=xpdGR7JYiLc> (Acceso 17/9/2014).

<sup>5</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=2a22IE-hwu8> (Acceso 17/9/2014).

<sup>6</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=0J4mPbSBtHQ> (Acceso 17/9/2014).

<sup>7</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=l2S4GTD-AAw> (Acceso 17/9/2014).

rival tradicional de la Argentina, se volvió viral y muy popular en Argentina. Fue adoptada como una especie de himno no-oficial del equipo argentino por sus hinchas, y cantada por fanáticos y jugadores. Luego de la derrota de Brasil en la semifinal ante Alemania por 7 a 1, la canción fue nuevamente adaptada<sup>8</sup>.

## 2. Rock, peronismo e industria cultural

Sobre esta cuestión podrían hacerse dos preguntas. Ambas sólo admiten conjeturas como respuestas. La primera es: ¿por qué Creedence? La segunda es: ¿por qué “Bad Moon Rising”?

La primera conjetura es política. El crítico cultural argentino Fernando García afirma, en un brillante texto publicado durante la Copa (García 2014), que el rock de Creedence Clearwater Revival podría ser interpretado como una suerte de rock *peronista*, para lo que uno de sus indicios sería la cita que realiza el sociólogo y encuestador Artemio López, reconocido peronista cuyo blog de opinión –sistemáticamente alineado con las posiciones del oficialismo kirchnerista– se titula *Ramble Tamble*<sup>9</sup>. Como sabemos, “Ramble Tamble” es uno de los temas incluidos en el disco *Cosmo’s Factory*, de 1970; por las dudas de que esta cita fuera confusa, el blog de López incluye numerosos links que homenajean explícitamente a Creedence. Según la interpretación de García, el rock de Creedence debería ser visto como una música rústica, sencilla, física y visceral, vigorosamente anti-intelectual, lo que estaría marcado, además de por rasgos rítmicos y tímbricos de la música, por las camisas leñadoras que solían vestir sus integrantes: esas camisas representan, en una iconografía norteamericana, la ropa de trabajo de la clase obrera. Esos rasgos, reemplazando la vestimenta, serían isotópicos con una representación peronista: una versión rústica, sencilla, física, visceral y vigorosamente anti-intelectual de la política. Por otra parte, García extiende su interpretación en el sentido de que la difícil relación de Creedence con el rock *hippie* –hegemónico en los Estados Unidos de fines de los 60 y comienzos de los 70– puede considerarse análoga de la difícilísima relación entre el peronismo y la izquierda marxista-guevarista de la misma época.

Hay aquí posiblemente un exceso, en tanto las juventudes peronistas y de izquierda compartían un fuerte rechazo por la cultura rockera, a la que acusaban de pasatista, poco comprometida e incluso homosexual y adicta (“no somos putos, no somos faloperos/somos soldados de Perón y Montoneros”, decía un cántico de la época)<sup>10</sup>. Sí es cierto que la popularidad de Creedence en la Argentina sobrevivió en los márgenes, ajenos al canon *post-hippie* que organizó el rock argentino desde mediados de los 70 hasta el final de la dictadura militar; luego de muchas derivas, su reaparición estaría marcada por un rock *popular*, *barrial* y

<sup>8</sup> En [http://en.wikipedia.org/wiki/Bad\\_Moon\\_Rising\\_\(song\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Bad_Moon_Rising_(song)) (Acceso 17/9/2014). Dice el original: “The song has become notably popular in Argentina as a soccer (fútbol) chant, sung by fans at the stadium to support their teams during soccer matches. Different versions of the lyrics exist for different local teams, and even political parties. During the 2014 FIFA World Cup, a modified version, titled “Brasil, decime qué se siente” (“Brazil, Tell Me How It Feels”) with Spanish lyrics that taunted Brazil, Argentina’s traditional rival, went viral and became very popular in Argentina. It was adopted as the unofficial anthem for the Argentinian team by its fans, and was sung by fans and players alike. After Brazil lost 7–1 in the semi-final against Germany, the song was again adapted”.

<sup>9</sup> <http://rambletamble.blogspot.com.ar/>

<sup>10</sup> Para un análisis del período, puede consultarse especialmente Pujol (2005) y Alabarces (1993).

simultáneamente marginal y de masas como el llamado *rock chabón*, sobre el que mucho se ha escrito y al que ya hemos referido más arriba<sup>11</sup>.

La segunda pregunta, aunque la primera no ha sido contestada sino a través de una conjetura desviada, puede ser contestada en la misma dirección. Si ¿por qué Creedence? admitiría una respuesta política (*porque Creedence sería un rock peronista*), la elección de la canción “Bad Moon Rising” nos lleva a pliegues similares. Porque la razón por la que una hinchada escoge una melodía para sus cánticos es siempre una memoria musical y una comodidad rítmica o métrica: la que une un reconocimiento fácil de la melodía (*que todos puedan cantarla de modo sencillo*) con la sencillez con la que pueda transponerse una nueva letra en el viejo formato métrico y rítmico; ese formato debe ser considerado tanto en términos musicales como literarios (por ejemplo, la medida del verso). Entonces, un primer problema provendría del hecho de que la canción de Creedence ya no era parte de la memoria musical de las generaciones jóvenes que la reinterpretaron. Y sin embargo lo hicieron, pero en clave política, con la versión popularizada por las juventudes kirchneristas y la agrupación “La Cámpora” en los últimos años:

Vengo bancando este proyecto  
Proyecto, nacional y popular  
Te juro que en los malos momentos  
Los pibes siempre vamos a estar  
Porque Néstor no se fue  
lo llevo en el corazón  
con la jefa los soldados de Perón<sup>12</sup>.

Y llegamos entonces a un clásico dilema entre huevos y gallinas: porque ¿simultáneamente? ¿antes? ¿después? se pudo escuchar en los estadios argentinos la versión futbolera de la melodía, primero –hay unanimidad en sostener que fue la primera hinchada en hacerlo– a cargo de los hinchas de San Lorenzo, por otro lado tradicionalmente sindicados como los más creativos del fútbol argentino:

Vengo del barrio de boedo  
barrio de murga y carnaval  
te juro que en los malos momentos,  
siempre te voy a acompañar...

dale dale matador  
dale dale matador  
dale dale dale dale matador<sup>13</sup>.

<sup>11</sup> Puede verse especialmente Semán (2006), Garriga Zucal (2008) y Alabarces *et al.* (2008).

<sup>12</sup> La versión cantada puede verse, entre muchas otras, en [https://www.youtube.com/watch?v=\\_o8WiAqV7e4](https://www.youtube.com/watch?v=_o8WiAqV7e4) (Acceso 2/9/2014).

<sup>13</sup> La versión cantada es accesible, entre otras fuentes, en <https://www.youtube.com/watch?v=DHGv-ukUSoc> (Acceso 17/9/2014).

La reiteración *ad nauseam* de “dale dale Matador, dale dale Matador, dale dale dale dale Matador” demuestra, a pesar del mito, cierta cortedad poética. Si en el trabajo sobre la primera estrofa no hay ninguna novedad significativa en las poéticas tradicionales de las hinchadas, el estribillo señalaría incluso algún retroceso. Pero lo cierto es que esta canción habría inscripto el pasaje de Creedence Clearwater Revival a la cultura musical-futbolística argentina.

Si aceptamos que la respuesta conjetural a ambas preguntas es simultáneamente política, y el peronismo es el puente que une ambas apropiaciones, quedan sin embargo muchas dudas por resolver. Una de ellas es la cuestión de la autoría. Como es sabido, aunque no ha sido muy trabajado por la bibliografía disponible, en los cánticos de hinchada todas las melodías proceden de la música popular. Todas: no hay ninguna excepción. Las hinchadas pueden jactarse de su creatividad poética pero no de su creatividad melódica. Todas las melodías han sido tomadas de la música popular; es decir, de la cultura de masas. Porque no se trata de melodías folclóricas o anónimas, sino de melodías que circulan por la cultura de masas. Toda canción de cancha y toda canción política procede de la música popular, entendiendo ésta en un sentido restringido como producto que circula por la cultura de masas. Al mismo tiempo, de las letras nunca se conoce el origen definido, salvo mitologías internas a las propias hinchadas. Por ello, podríamos ceder a la tentación de considerar a las letras de las canciones de hinchadas como un texto de la cultura popular y ya no de la cultura de masas; no como un producto mercantil difundido por los mecanismos “espurios, comerciales y todopoderosos” de la cultura de masas, sino encontrando allí un texto de la cultura popular: el texto sin mediación propuesto por la cultura popular. ¿Es que aquí, en la letra de un cántico de hinchada, podemos encontrar un espacio donde leer una voz subalterna inscripta sobre el texto de la cultura de masas?

Ese sueño del analista de la cultura popular debe retroceder, en este caso, frente a la evidencia. La apropiación que los hinchas argentinos hicieron de “Bad Moon Rising” y su transformación en el *hit* de la Copa del Mundo 2014 está, en este caso, bien documentada. Los versos de “Brasil decime qué se siente” fueron escritos por un tal Ignacio Harraca, amigo de un tal Diego Scordo, que a su vez la registró en la Dirección Nacional de Derechos de Autor para que sea regida por los beneficios de la ley 11.723, que ordena los derechos de autor en la Argentina. Según distintas fuentes periodísticas<sup>14</sup>, un grupo de jóvenes de clase media, con la holgura económica que les permitió pasar treinta y cinco días en Brasil, imprimieron cuatrocientas copias de su canción y la distribuyeron entre los hinchas argentinos que transitaban las calles de Copacabana los días previos al debut argentino: especialmente, entre los hinchas que intentaron un “banderazo” el sábado 14 de junio ocupando las calles cariocas como forma de señalar su presencia en “territorio” adversario, una práctica clásica de las hinchadas argentinas<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Entre distintas posibilidades, es interesante la cobertura de la BBC británica ([http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/07/140704\\_wc2014\\_brasil2014\\_argentina\\_brasil\\_decime\\_que\\_se\\_siente\\_irm.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/07/140704_wc2014_brasil2014_argentina_brasil_decime_que_se_siente_irm.shtml)), o el diario *La Capital* de Rosario ([http://www.lacapital.com.ar/ed\\_impresa/2014/7/edicion\\_2057/contenidos/noticia\\_5320.html](http://www.lacapital.com.ar/ed_impresa/2014/7/edicion_2057/contenidos/noticia_5320.html)).

<sup>15</sup> Las hinchadas le llaman “banderazo” a una movilización callejera en la que abundan las banderas con los colores del club –sean éstas las oficiales o las banderas de grupos particulares con leyendas especiales, marcando adscripciones a territorios o simplemente nombres de personas que explicitan los lazos amorosos con el equipo. Estas movilizaciones pueden ser por alguna protesta puntual o simplemente para exhibir un respaldo afectivo ante, por

Pero el éxito de su intentona –el hecho de que la nueva versión de la canción fuera adoptada unánimemente por los presentes en los estadios brasileños y por los hinchas que no pudieron viajar– se transformó también en un gesto mercantil: los autores cobran aún derechos de autor cada vez que su “versión” de la canción de John Fogerty es emitida en los medios de comunicación, según las tarifas fijadas por SADAIC (la Sociedad Argentina de Autores y Compositores que detenta la administración de los derechos autorales musicales). Por *segunda* vez en la historia futbolística argentina, un canto de hinchada redundó en beneficios económicos para sus autores.

Pareciera que, nuevamente, la tentación populista de reivindicar la autoría anónima, colectiva y popular de los fenómenos de masas debe ceder frente a la organización capitalista, espectacular e industrializada de la cultura de masas. A la que el fútbol no puede escapar, y ni siquiera lo intenta.

### 3. Vericuetos rítmicos de la(s) patria(s) en la globalización

En su artículo ya citado, García (2014) propone otros pliegues interpretativos respecto de la versión patriótico-futbolera de “Bad Moon Rising”:

La inversión rítmica que practicaron las hinchadas argentinas sobre el original explica mejor que cualquier investigación de campo hasta dónde se hundieron los viejos hits de Creedence en la pirámide social. La versión que dio paso al coro militante de La Cámpora y, luego, al “Decime qué se siente” ralentiza el original de Creedence hasta situarlo en un lugar de acuerdo entre la murga y la cumbia.

Así, finalmente, los barras terminaron nacionalizando el gusto de clase por Creedence para imponerlo como la nueva canción oficial de la Selección Argentina. El “Vamos Vamos Argentina” podría ya ser estigmatizado como un residuo resiliente del período 76-83 y hasta la compleja urdimbre de su autoría encaja en el puzzle del Mundial 78 como triunfo maldito del fútbol argentino (op.cit., s/p).

Simultáneamente, la cita nos remite a dos aspectos. El primero, en la última referencia, justamente a un caso anterior de lucro por derechos de autor sobre una canción. El hit “Vamos, vamos Argentina” había sido popularizado durante la dictadura y conocido su clímax durante la Copa del Mundo de 1978, en la que se escuchó masivamente la canción:

Vamos vamos, Argentina  
Vamos vamos, a ganar  
Que esta barra kilombera  
No te deja, no te deja de alentar

A pesar de la precariedad y simpleza metafórica y lírica de la canción –o quizás, precisamente por eso–, estos versos y esa melodía se transformaron en el casi único cántico “nacional” durante tres décadas. En el mismo momento en que la cultura futbolística argentina se jactaba de su creatividad sin límites, el aliento a la selección argentina recaía una y otra vez en los versos heredados del Mundial de la dictadura. Sobre la canción hubo un largo litigio autoral,



resuelto recién en este siglo a favor de la dupla integrada por Rocky Mellace y Enrique Núñez, que habían registrado la canción en 1977 aunque luego distintos intérpretes y re-versionadores intentaran apoderarse de ella<sup>16</sup>. La aparición del “Brasil, decime qué se siente” vino a saldar, esperemos que definitivamente, esta deuda simbólica: que la canción hegemónica en los juegos de la selección nacional fuera una herencia dictatorial.

Pero el texto de García propone otro pliegue más productivo, que es la referencia de clase y la referencia rítmica. Como bien señala García, el ritmo propuesto por las hinchadas –ya presente en la versión político-peronista y mantenida sin cambios de velocidad en la futbolística– abandona el rock original de Creedence para detenerse en los abismos rítmicos de la cumbia. Las distintas versiones disponibles de la canción muestran estas alteraciones rítmicas con precisión. Un video aficionado en You Tube propone al propio Creedence Clearwater Revival interpretando la música original, pero con una voz cantando los versos futbolísticos<sup>17</sup>; otro, a cargo de nuevos aficionados, lo reversiona como chacarera, un ritmo originario del Noroeste argentino, especialmente de la provincia de Santiago del Estero<sup>18</sup>; finalmente, una banda de cumbia decidió hacer su propia versión, ahora acentuando la estructura rítmica del género<sup>19</sup>. El mayor contraste, empero, procede de una especie de contra-versión brasileña, difundida por las redes sociales, que no parece haber tenido mayor difusión ni eco popular<sup>20</sup>, y que dice:

Argentina me diz como se sente  
Ver de longe cinco estrelas a brilhar  
Te juro, ainda que os anos passem  
Você nunca vai me alcançar  
Cinco Copas só eu tenho  
E sem trapacear  
'Mi papa' não se dopou para jogar  
Uma coisa eu te digo  
Para nunca se esquecer  
O Pelé tem mais Copa que você

No importan aquí las palabras –volveremos sobre ellas–. Sí importa el patrón rítmico, que abandona la cumbia “argentina” y vira hacia el samba “brasileño”. Retomo entonces la afirmación de García, respecto de “las barras nacionalizando el gusto de clase por Creedence”: el patrón rítmico se transformaría entonces en un doble índice que señala las dimensiones de la clase y la nación. A la inversa, la apropiación brasileña no tendría más remedio –como una suerte de obligación étnica– que “nacionalizar” la versión argentina. Hay aquí un exceso y al mismo tiempo una posibilidad de interpretación sobre la que quiero insistir. El exceso radica en que la “cumbificación” de Creedence no nos reenvía a un gusto de clase, sino a los modos en que la cumbia se transformó en una suerte de música nacional argentina. Desplegar esta

<sup>16</sup> La breve historia de esa disputa está, nuevamente, en García (2014).

<sup>17</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=l514H7zPImM> (Acceso 17/9/2014).

<sup>18</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=cEI6FYgLeU8> (Acceso 17/9/2014).

<sup>19</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=a-PEn2qjRKQ> (Acceso 17/9/2014).

<sup>20</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=yBYQplyM0WA> (Acceso 17/9/2014).

afirmación exigiría un enorme espacio, y ya hemos trabajado sobre esto en otro lugar (Alabarces y Silba 2014). La cumbia remite a un universo popular, pero excede los límites de la clase social y se vuelve una suerte de patrón rítmico mucho más amplio, especialmente apto para su utilización por las hinchadas por su sencillez y capacidad para soportar las versiones más variadas.

En cambio, la posibilidad de lectura que la cumbia –y su contraste con la versión de samba– habilita es mucho más sugerente, porque nos coloca en otra intersección decisiva en el tratamiento y el análisis de los grandes eventos como las Copas del Mundo: la que tiene que ver con los relatos nacionales y las representaciones patrióticas. Aunque esto ha sido largamente analizado (incluso, en mi propio trabajo)<sup>21</sup>, no hay demasiadas menciones al modo en que estas discusiones pueden ser cruzadas, justamente, con las cuestiones musicales. No sólo de las hinchadas, que trabajan en general sobre variaciones rítmicas reducidas y más o menos estables (aunque, insisto, estos temas aún precisan mayor investigación, escapando radicalmente de las interpretaciones celebratorias, populistas o neo-románticas que hablan solamente de la creatividad popular). No: me interesa aquí llamar la atención sobre musicalizaciones más extensas de las Copas del Mundo, y centralmente las que tienen que ver con las músicas “oficiales”, con las canciones o temas musicales que funcionan como presentación e identificación “universal” del evento.

A raíz de la ceremonia de inauguración de la Copa del Mundo 2014, el tono dominante en la prensa argentina fue el lamento por la “ausencia de brasileñidad”. Incluso, un muy buen artículo escrito por un estudioso de la literatura y la cultura brasileña, Gonzalo Aguilar, se extendió en consideraciones sobre la importante relación entre música y fútbol en el Brasil, relación que la fiesta de inauguración habría dejado de lado (Aguilar 2014). Aguilar invoca a un amigo brasileño que afirma: “¡¡¡Que Pitbull se vaya a abrir el Mundial de béisbol!!!” (íbidem). Sin embargo, un debate en la lista electrónica de discusión de la IASPM-L (Asociación Internacional de Estudios sobre Música Popular – Rama Latinoamericana) señalaba que la presencia de Claudia Leitte en la ceremonia mostraba de manera decisiva esa “brasileñidad”, pero no como estereotipo tropicalista sino como señal de la inserción del pop brasileño en el pop global. Como afirma el colega Felipe Trotta: “O que vejo e ouço no Brasil é uma profunda identificação com o mundo pop global, no qual o Brasil apresenta um ‘sotaque’ importante, diferente, mas que não deseja ser realmente disonante” (comunicación personal). Son imprescindibles más análisis sobre el tema –especialmente, análisis integrales que tomen en cuenta todos los elementos musicales puestos en escena durante la Copa, en la inauguración y en el cierre, tanto en términos rítmicos como melódicos, y a la vez las performances corporales en los despliegues de ambas ceremonias, para señalar sólo algunos de los signos que deben ser atendidos–. Pero una primera conjetura es que la crítica argentina –en el periodismo gráfico y televisivo, la condena fue unánime– habría trabajado más sobre el estereotipo que sobre el análisis: es decir, habría fundado su crítica sobre lo que esperaba e imaginaba de la ceremonia a partir de un imaginario estereotipado que reduce la complejidad de la cultura brasileña a un mix

---

<sup>21</sup> Básicamente, Alabarces (2002), pero también, recientemente, Alabarces (2014b).

más o menos atractivo de samba, caipirinha, mulatas y carnaval –de ser posible, todo eso junto en una playa de arenas blancas<sup>22</sup>.

Por cierto, el análisis de las músicas mundialistas debe lidiar con una intersección compleja entre distintos elementos simultáneamente: estereotipos, auto y hétero atribuciones, tradiciones locales, folklorismos y pop global, todo eso sabiamente sazonado con la condición ineludible de las Copas del Mundo como mercancías globales. Y para colmo, ese análisis debe producirse en un eje histórico que nos revela procesos de cambios que no se han producido necesariamente en una dirección única, aunque sí con una tendencia bastante marcada a partir de la Copa de Italia de 1990. La primera música reconocida como “Canción oficial” fue la de Chile 1962, un rock & roll (“El Rock del mundial”, firmado por Los Rambles, un ignoto grupo local) claramente deudor de Bill Haley y Elvis Presley: es decir, tributario de la explosión del rock norteamericano de la época<sup>23</sup>. La segunda, en cambio, en la Copa de Inglaterra 1966, fue una balada folk de Lonnie Donegan, conocido como el “Rey del Skiffle”, titulada “Where In This World are We Going” (“Dónde nos vamos en este mundo”), y que produce un giro esperable: la puesta en escena de músicas locales ante acontecimientos mundiales (la ausencia de transmisión satelital y simultánea para todo el mundo impide llamarlos aún *globales*)<sup>24</sup>.

La Copa de México 1970 ratificó esa tendencia, con la canción “Fútbol México 70”, de Roberto Do Nascimento, un espanto que combina aires del pop internacional con claros acentos de ranchera mexicana, y un coro infantil decididamente insoportable<sup>25</sup>. La música de Alemania 1974 introdujo una innovación, no demasiado feliz: la canción “Fussball Ist Unser Leben” (“El fútbol es nuestra vida”), de Werner Drexler, un aire de marcha germana que fue cantado, junto a músicos profesionales, por jugadores del equipo de fútbol alemán<sup>26</sup>. Salto deliberadamente la música de 1978: en 1982, la Copa de España fue musicalizada por el famoso tenor local Plácido Domingo interpretando “El Mundial”, una canción horrible que exhibe todos los lugares comunes de la retórica del evento deportivo y del localismo musical<sup>27</sup>. Finalmente en esta serie anterior a 1990, la Copa de México 1986 fue musicalizada por la canción “La Ola verde”, nuevamente con la participación de jugadores del equipo nacional: un jingle publicitario, convencional y marchoso, pero al menos con pocos acentos folkloristas<sup>28</sup>.

Como anticipamos, la Copa de Italia 1990 es un punto de transformación: la bibliografía coincide en señalarlo como el torneo en el que las Copas se vuelven decididamente eventos globales, transmitidos a miles de millones de espectadores en todo el mundo y con una sinergia potente entre deporte, televisión, *sponsoring*, *merchandising* grandes marcas y estrellas

---

<sup>22</sup> Esta dimensión del estereotipo ha sido ampliamente trabajada: en términos generales, en el libro de Frigerio y Ribeiro (2002); sobre el estereotipo brasileño y su “orientalismo tropicalista”, en el trabajo de Ribeiro en el mismo volumen (Ribeiro, 2002); sobre el fútbol, los trabajos paralelos y convergentes de Guedes (2009) y Alabarces (2014), con primeras ediciones entre 2002 y 2003.

<sup>23</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=A0oJQfIw6q0#t=77> (Acceso 17/9/2014).

<sup>24</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=0TO7QHp-W1c> (Acceso 17/9/2014).

<sup>25</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=bVZimsXKDGk&list=PL2riImDVCPkK4p5r6Fr6oWIYgy4D-QPK5> (Acceso 17/9/2014).

<sup>26</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=v19ZyiZpSEw> (Acceso 17/9/2014).

<sup>27</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=JwvQyIC4krE> (Acceso 17/9/2014).

<sup>28</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=PSEp4Bz73WA> (Acceso 17/9/2014).

deportivas ahora globalizadas. Del mismo modo, la música deja de combinar tintes locales y celebraciones deportivistas para asumir, definitivamente, el pop global como lugar de enunciación. La canción “Un’estate italiana” (“Un verano italiano”, interpretada y co-escrita por Gianna Nannini y Edoardo Bennato, es usualmente considerada la mejor de esta historia musical particular<sup>29</sup>, y muestra en sí misma la transformación que estamos marcando: una primera versión, “To be Number One”, con música del italiano Giorgio Moroder (ya reconocido musicalizador en Hollywood) y letra del norteamericano Tom Whitlock<sup>30</sup> fue desechada por Moroder, que encargó a Nannini y Bennato la versión que fue finalmente interpretada en el sorteo y la inauguración de la Copa. Así, transformó una canción “deportivista” y centrada en la experiencia puramente deportiva del jugador –la canción se estructuraba desde ese punto de vista– en otra que, por el contrario, enunciaba desde el lugar del espectador:

Tal vez no será una canción  
para cambiar las reglas del juego  
pero quiero vivirla así esta aventura  
sin fronteras y con el corazón en la garganta

Y el mundo en una pelea de colores  
y el viento acaricia las banderas  
llega un escalofrío y te arrastra  
y se desata en un abrazo la alegría

Noches mágicas y siguiendo un gol  
bajo el cielo de un verano italiano  
Y en los ojos tuyos ganas de vencer  
Un verano, una aventura más

Aquel sueño que comienza de pequeño  
y que te lleva siempre más lejano  
no es una fábula –y de los vestuarios  
salen los jugadores y estamos nosotros.

Esta canción instaló definitivamente una retórica musical y lírica: el género sería, a partir de allí, solo el pop global, aunque esto implicara las combinaciones necesarias con la *world music* como para integrar “multiculturalmente” las diferencias “regionales”. La música de la Copa de Estados Unidos 1994 fue compuesta por Daryl Hall and Sounds Of Blackness y se llamó “Gloria de la tierra” para Estados Unidos 94, combinando el pop con un coro gospel<sup>31</sup>. En Francia 1998 aparecen los artistas “latinos” integrados a esa gramática: fue el turno de Ricky Martin con “La copa de la vida” y la integración de la percusión latina con coros salpicados por partes iguales con “Go, go, go” y “Alé, alé” (“Allez, allez”)<sup>32</sup>. En Corea-Japón 2002, “Boom!”, de la australiana Anzacia, disipó cualquier riesgo de orientalismo por duplicado<sup>33</sup> y mostró que

<sup>29</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=HX1x\\_J2JC7U](http://www.youtube.com/watch?v=HX1x_J2JC7U) (Acceso 17/9/2014).

<sup>30</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=\\_XXIW-rXiss](http://www.youtube.com/watch?v=_XXIW-rXiss) (Acceso 17/9/2014).

<sup>31</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=9lyNR0UMVic> (Acceso 17/9/2014).

<sup>32</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=8BkYKwHLXiU> (Acceso 17/9/2014).

<sup>33</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=0jcC\\_ejluLw#t=23](http://www.youtube.com/watch?v=0jcC_ejluLw#t=23) (Acceso 17/9/2014).

hasta el Lejano Oriente estaba padronizado por el pop global. En Alemania 2006, los anfitriones olvidaron sus marchas bávaras para dar paso a “The Time of our Lives” (“El tiempo de nuestras vidas”), del cuarteto vocal Il Divo y la cantante norteamericana Toni Braxton (por supuesto, en inglés y español, sin una mínima nota en un alemán tan poco global<sup>34</sup>). El periplo se cierra con la primera aparición de la colombiana Shakira, en la Copa de Sudáfrica 2010, con su “Esto es África” o “Time for Africa”, también conocida como “Waka Waka”<sup>35</sup>.

Dejamos de lado deliberadamente la copa de Argentina 1978: porque, sólo en principio, contradice lo enunciado. Como la memoria histórico-política de la mayoría de los hinchas suele limitarse a su propia experiencia, el recuerdo de la Copa de 1978 ya está bastante ocluido. Por eso es que una de las innumerables intervenciones en las redes sociales durante la Copa de 2014 aludió a esto que estamos narrando:



Es decir: frente a la “desbrasileñización” de la inauguración de la Copa de 2014, los hinchas argentinos proponían un exceso argentinizado: popular, cumbiero y peronista<sup>36</sup>. Pero la realidad no fue así: ni mucho menos. No se trató ni de pop global –la inauguración de 1978 fue anterior al establecimiento de esa gramática– ni de folklorismo, ni de rock: ni mucho menos. Argentina utilizó dos musicalizaciones: la “Marcha oficial” compuesta por Ennio Morricone, una melodía interminable guiada por un coro sin letra<sup>37</sup>; y “25 millones de argentinos”, compuesta por Martín Darré, una espantosa canción con demasiadas reminiscencias de marcha militar en sus bronces y su percusión de banda<sup>38</sup>. El folklorismo ruralista se concentró en la mascota: el gaucho Mundialito, un diseño de Néstor Córdoba, de los estudios de Manuel García Ferré.

<sup>34</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=4aOxDHqWyK0> (Acceso 17/9/2014).

<sup>35</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=dzsuE5ugxf4> (Acceso 17/9/2014).

<sup>36</sup> Damas Gratis es el nombre de la banda de “cumbia villera” más importante de la Argentina, liderada por Pablo Lescano, el creador del sub-género. “Al palo” significa “a todo volumen”.

<sup>37</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Bb6IUr3LSUk#t=20> (Acceso 17/9/2014).

<sup>38</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=QzCVOosTZ8k> (Acceso 17/9/2014).

La auto-presentación de la Argentina en su Copa del Mundo consistió, entonces, en un fuerte acento sobre el discurso estatal del momento: es decir, de la dictadura militar presidida por Videla. Disciplinamiento represivo, silenciamiento de toda diferencia: “veinticinco millones de argentinos” jugando un Mundial que se instituyó como empresa patriótica. Nuevamente, la puesta en escena musical significó una auto-representación imaginaria de una sociedad simultáneamente ante la mirada propia y la del otro:

25 millones de Argentinos  
jugaremos el Mundial

Mundial la justa deportiva sin igual  
Mundial un grito de entusiasmo universal  
vibrar, soñar, luchar, triunfar  
luciendo siempre sobre la ambición y la ansiedad  
temple y dignidad

Jugar en limpia competencia hasta en final  
sentir latente en cuerpo y alma el ideal  
así brindar a todos nuestra enseña grande  
y fraternal, azul y blanca celestial

Con fervor enfrentaremos  
con amor recibiremos  
con honor en la victoria o en la derrota  
palpitando igual, nuestro corazón

Luciremos nuestra imagen  
en deporte y en cultura  
brindaremos a hermanos  
de otras tierras nuestra proverbial hospitalidad

Por supuesto, lo que la Copa de 1978 permite discutir es otro pliegue de las preocupaciones sobre la relación entre fútbol y política que excede estos intereses musicales: el que nos remite a las hipótesis manipulatorias más lindantes con el opio de los pueblos. Pero no podemos extendernos aquí en esa dirección, que por otra parte ya hemos trabajado ampliamente (Alabarces 2002 y 2014b).

#### **4. Los hinchas argentinos: homoerotismo, homofobia y narcisismo como desmesura**

El recorrido por las músicas mundialistas nos llevó a enfatizar las características rítmicas y armónicas de los ejemplos: entendimos que, salvo alguna excepción, lo que queríamos analizar estaba mejor ejemplificado en los significantes más estrictamente musicales que en los verbales. Es un buen momento, sin embargo, para volver a las letras. Y para volver al comienzo de este trabajo: si los hinchas argentinos pusieron en escena sus actuaciones como texto privilegiado en la Copa de 2014 –arriesgo: como un texto más privilegiado que la propia actuación

futbolística<sup>39</sup>–, el análisis de la canción “Brasil, decime qué se siente” puede ofrecernos algunas nuevas líneas para discutir. No es el caso de las hinchadas, a las que no les sobran novedades:

Brasil decime que siente  
Tener en casa a tu papá  
Te juro que aunque pasen los años  
Nunca nos vamos a olvidar  
Que el Diego los gambeteó  
El Cani los vacunó  
Están llorando desde Italia hasta hoy  
A Messi los van a ver  
la Copa nos va a traer  
Maradona es más grande que Pelé

Los dos primeros versos condensan el eje de interpretación: una hinchada “visitante” que afirma haber ocupado el territorio (“en casa”) del adversario, hinchada que a la vez funciona como “padre” simbólico. Por un lado, la ocupación del territorio se transformará en la afirmación central de la acción de los hinchas argentinos a lo largo de toda la Copa; si antes señalamos el primer “banderazo” en Copacabana, el día anterior al debut argentino, eso será solo el comienzo de reiteradas “ocupaciones”. No necesariamente de los estadios, aunque las historias en torno de la odisea para conseguir entradas se reiteraron hasta el final de la Copa –historias centradas en torno del dinero necesario para la reventa o de la corrupción de los dirigentes argentinos, que finalizaron involucrados en mecanismos oscuros–, en progresivo aumento a medida que el equipo argentino pasaba de ronda y la búsqueda de entradas se volvía más desesperante. Para los hinchas argentinos, era central la ocupación del espacio público, como modo de marcar la condición “invasiva” de los hinchas: ocupaban, reitero, territorio ajeno, pero para colmo territorio brasileño, el gran rival según la mitología futbolera. Asimismo, esa ocupación se sabía televisada: tanto por los medios globales –lo que volvía a la experiencia una épica universal, que mostraba al mundo la condición irrefutable de “mejores hinchas del planeta”– como por los nacionales: pero si eso no fuera suficiente, esta fue la Copa de la autoproducción de imágenes y su viralización por las redes sociales, por lo que el artefacto central de la experiencia no fueron las banderas o los instrumentos musicales: fueron los teléfonos celulares. La imagen más repetida en YouTube (con más de tres millones de visitas) es la de los hinchas argentinos el día del “banderazo” en Copacabana: como se puede apreciar, hay tantos celulares como hinchas<sup>40</sup>. La acción central parece no ser cantar, sino *filmar el acto de cantar*. Filmación destinada, por supuesto, a la viralización –es decir, la exhibición narcisista– y el almacenamiento para la reproducción familiar o amistosa –es decir, la satisfacción narcisista: *yo estuve ahí*–.

Pero por otro lado, como dijimos (y dice la canción), la “paternidad”: la afirmación de Argentina como *padre* se desarrolla en los siguientes cinco versos, destinados a argumentar la razón de esa paternidad. Como todos sabemos, la misma se reduce a un único episodio: el triunfo

<sup>39</sup> Es lo que afirma también, recientemente, el colectivo de académicos y periodistas *De pies a cabeza* (2014).

<sup>40</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=1HOGFENyGJM> (Acceso 22/9/2014).

de Argentina sobre Brasil por 1 gol a 0 en la Copa de Italia 1990, en octavos de final. Así, la canción narra ese episodio como inolvidable, introduciendo además dos actores: “el Diego”, referencia que no es preciso explicar, que “gambetea” y “el Cani” (Claudio Caniggia) que “vacuna”. Debemos detenernos otra vez aquí.

Porque en términos estrictamente futbolísticos, la paternidad invocada es minuciosa y conscientemente falsa. Si la paternidad remite a la prioridad en una serie de enfrentamientos entre rivales históricos, el historial entre Brasil y Argentina es desfavorable para Argentina, al menos en las Copas: 2 triunfos para Brasil, uno (éste) para Argentina y un empate, en 1978. Los dos triunfos brasileños, además, fueron inapelables. Tomando en cuenta las Copas, Brasil ganó cinco, frente a dos ganadas por Argentina; hay que contar todos los juegos disputados desde 1908 para encontrar una ventaja argentina de... un solo partido ganado más: 36 a 35. En la tradición de los hinchas argentinos, esa diferencia no constituye “paternidad”. La frase “los tenemos de hijos” remite a series de victorias mucho más abrumadoras y prolongadas: por ejemplo, los veinte juegos ganados de diferencia entre River Plate e Independiente de Avellaneda hasta la actualidad.

Por supuesto que no se espera que una canción de hinchadas sea informativa o argumentativa, sino pegadiza; y su contenido es una excusa para narrar más el deseo que lo real. Justamente: la canción habla del deseo, porque habla de una ausencia (la superioridad) que se impone como relación homoerótica. Y allí, la “vacuna” de Caniggia: “vacunar” es otra de las metáforas con las que los hinchas argentinos describen la penetración anal, forma máxima de señalar la superioridad del “macho” frente al “no macho”. Aquí, en sus dos variantes: el otro es no-hombre porque es a la vez “vacunado” –es decir, penetrado– y calificado como “hijo” –es decir, niño, no-hombre. En suma: lo que la canción vuelve a poner en escena es el hinchismo argentino como manifestación de la posesión del *aguante*, sobre el que ya hemos argumentado largamente.<sup>41</sup> La relación entre hinchas e hinchadas se masculiniza de un modo desbordado, por lo que todas las metáforas que narran esa relación se vuelven, como dijimos, homoeróticas. Prueba de ello es una inscripción dejada por los hinchas argentinos durante la Copa en las paredes de Copacabana:



---

<sup>41</sup> Hay ya una larga bibliografía sobre el *aguante* argentino. Recientemente, he vuelto sobre él (Alabarces 2014b). En una perspectiva más antropológica, Alabarces, Garriga Zucal y Moreira (2008).



Simultáneamente, la ocupación del espacio ajeno debe inscribirse en el territorio, para lo que pintar las paredes es una práctica reiterada. Pero en este caso, la leyenda duplica su significado: es tanto el “aquí estamos/estuvimos” como el “nosotros somos machos: los brasileños no”. Para eso, los hinchas personificaron la atribución de homosexualidad sobre Pelé. Un viejo cántico, reiterado hasta el abuso en la época del Mundial 1978, extendía esa atribución a todos los brasileños, pero en un tono desdoblado en el racismo: “Ya todos saben que Brasil está de luto/son todos negros/son todos putos”. En tiempos de corrección política, ni las hinchadas pueden ser homofóbicas y racistas a la vez; sólo una cosa. Así, ni siquiera la homofobia argentina podía reivindicar una muestra tan arcaica de racismo, por lo que ese cántico debía ser archivado (junto al ya narrado “Vamos vamos, Argentina...”). La novedad consistió, entonces, en trabajar sobre una vieja anécdota según la cual Pelé habría debutado sexualmente con un joven: la versión sintética y argentinizada se presenta como “debutó con un pibe”. Hay mucho de paradójico en la crítica: después de todo, los hinchas argentinos metaforizan su posesión de *aguante* en la práctica de sexo homoerótico activo mediante la penetración anal (“romper el culo”)<sup>42</sup>. En ese contexto, la actividad sexual de Pelé no sería discordante. Sin embargo, los hinchas argentinos olvidan su homoerotismo metafórico para asumir una condena homofóbica explícita: Pelé no sería un “puto” simbólico, sino un “puto” real.

Volviendo a los hinchas argentinos y su narcisismo aguantador, cabe aquí la acotación del colega Martín Bergel respecto de su exasperación como compensación simbólica:

Ese ser hincha de la hinchada, esa exasperación del hinchismo y del antibrasilerismo, surge como justificación simbólica, como compensación, para el caso de las decenas de miles de argentinos que hicieron el gran esfuerzo de ir a Brasil sin entrada. ¿Qué puede hacer un hincha que va a ver a su equipo muy lejos pero no puede ir a la cancha? Inventarse una tarea que justifique semejante travesía: ser hincha todo terreno, hacer de la *road movie* de ir a Brasil una gesta patria, portar todo el tiempo los condimentos, rituales y códigos del que sabe ser bien argento (es decir, antibrasilero). Porque además en el cumplimiento de todo ello se obtiene el beneficio de que los medios nacionales y el Pollo Vignolo<sup>43</sup> te ubiquen como la gran figura del mundial (comunicación personal, 1/7/2014).

Es que el saldo es, precisamente, ése: que la gran figura de la Copa para el público argentino fue, precisa y recursivamente, el público argentino. Los protagonistas de una gesta patria que los llevó a ocupar, como padres y *machos*, la casa del vecino. Porque, por su parte, negando el final de canción de los hinchas, Messi no “trajo la Copa”. El consuelo, entonces, también fue su inscripción “histórica” como niños cantores: por primera vez en la historia de las Copas del Mundo, la aventura brasileña no será recordada por goles épicos o atajadas descomunales, sino apenas por una melodía de Creedence Clearwater Revival cantada a garganta batiente.

---

<sup>42</sup> Podríamos argumentar que la narrativa de los hinchas argentinos se inscribe en lo que llamaremos el “ciclo epistémico maradoniano”, aludiendo a dos famosas declaraciones de Maradona al finalizar las Eliminatorias de 2009: lo que va del “la tenés adentro” (cifra de la penetración anal) a “que la sigan chupando” (referencia al sexo oral).

<sup>43</sup> Sebastián “el Pollo” Vignolo fue el relator televisivo de todos los juegos disputados por Argentina en las transmisiones del Canal estatal *Televisión Pública*.

## Bibliografía

- “Copa mostra acirramento da rivalidade Brasil-Argentina, afirma sociólogo”, entrevista de Alex Sabino a Ronaldo Helal en *Folha de São Paulo*, <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2014/07/1484416-copa-mostra-acirramento-da-rivalidade-brasil-argentina-afirma-sociologo.shtml> (Acceso 22/9/2014).
- Aguilar, Gonzalo. 2014. “Ponele música al Mundial”. Dossier Mundial 2014 de Informe Escaleno: <http://informeescaleno.com.ar/index.php?s=articulos&id=186> (Acceso 18/9/2014).
- Alabarces, Pablo. 2002. *Fútbol y Patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*, Buenos Aires: Prometeo.
- Alabarces, Pablo. 2014a. “Europeísmos y tropicalismos futbolísticos: la invención de la diferencia entre Argentina y Brasil (o para qué sirve el fútbol, si es que sirve para algo)”. En: Quitián Roldán, David y otros (comps.). *Naciones en campo. Fútbol, identidades y nacionalismos en América Latina*, pp. 135-145. Bogotá: Kinesis.
- Alabarces, Pablo. 2014b. *Héroes, machos y patriotas. El fútbol entre la violencia y los medios*, Buenos Aires: Aguilar.
- Alabarces, Pablo y Silba, Malvina. 2014. “‘Las manos de todos los negros, arriba’: Género, etnia y clase en la cumbia argentina”. *Cultura y Representaciones sociales*, VIII (16): 52-74. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.
- Alabarces, Pablo; José Garriga Zucal y Verónica Moreira. 2008. “La ‘cultura del aguante’: fútbol y violencia en la Argentina contemporánea”. *Estudos de Sociologia. Revista del Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFPE*, 14 (2) jul. a dez: 75-92. Recife: Editora Universitária da UFPE.
- Alabarces, Pablo; Daniel Salerno, Malvina Silba y Carolina Spataro. 2008. “Música popular y resistencia: los significados del rock y la cumbia”. En: Alabarces, Pablo y María G. Rodríguez (comps.), *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, pp. 31-58. Buenos Aires: Paidós.
- Casciari, Hernán. 2012. “Messi es un perro”.  
En [http://editorialorsai.com/blog/post/messi\\_es\\_un\\_perro](http://editorialorsai.com/blog/post/messi_es_un_perro) (Acceso 22/9/2014).
- De pies a cabeza. 2014. “El hinchamiento del fútbol argentino”. *Crisis* 20: 53-55. Buenos Aires: agosto-septiembre.
- Frigerio, Alejandro y Ribeiro, Gustavo Lins (orgs.). 2002. *Argentinos e brasileiros. Encontros, imagens e estereótipos*. Petrópolis: Vozes.
- García, Fernando. 2014. “El hit de la selección”. Dossier Mundial 2014 de Informe Escaleno: <http://www.informeescaleno.com.ar/index.php?s=articulos&id=227> (Acceso 17/9/2014).
- Garriga Zucal, José. 2008. “Ni ‘chetos’ ni ‘negros’: roqueros”. *Trans-Revista Transcultural de Música* 12. En: <http://www.sibetrans.com/trans/a89/ni-chetos-ni-negros-roqueros> (Acceso 20/10/2014).
- Guedes, Simoni Lahud. 2009. “Las naciones argentina y brasileña a través del fútbol”. *Vibrant*

- VI (2). En: <http://www.vibrant.org.br/issues/v6n2/simoni-lahud-guedes-las-naciones-argentina-y-brasilena-a-traves-del-futbol> (Acceso 20/10/2014).
- Ribeiro, Gustavo Lins. 2002. “Tropicalismo e europeísmo. Modos de representar o Brasil e a Argentina”. Em: Frigerio, Alejandro y Ribeiro, Gustavo Lins (orgs.). *Argentinos e brasileiros. Encontros, imagens e estereótipos*, pp. 237-264. Petrópolis: Vozes.
- Semán, Pablo. 2006. “Vida, apogeo y Tormentos del Rock Chabón”. En: *Bajo Continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, pp. 61-76. Buenos Aires: Gorla.



---

### **Biografía / Biografia / Biography**

Pablo Alabarces (Buenos Aires, 1961) es Doctor en Sociología (University of Brighton, Inglaterra). Es Profesor Titular de Cultura Popular en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, en la que dirigió su Doctorado entre 2004 y 2010, e Investigador Principal del CONICET. Ha sido profesor visitante y conferencista invitado en diversas universidades e instituciones académicas en la Argentina, Brasil, Chile, México, Ecuador, Colombia, Uruguay y Gran Bretaña. Sus investigaciones incluyen estudios sobre música popular, culturas juveniles y culturas futbolísticas. Es considerado uno de los fundadores de la sociología del deporte latinoamericana. Entre sus catorce libros publicados se cuentan *Fútbol y Patria* (2002, publicado en Alemania por Surkamp en 2010); *Hinchadas* (2005); *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular* (2008, compilador), *Peronistas, populistas y plebeyos* (2011) y *Héroes, machos y patriotas. El fútbol entre la violencia y los medios* (2014).

---

### **Cómo citar / Como citar / How to cite**

Alabarces, Pablo. 2015. “Fútbol, música y narcisismo: algunas conjeturas sobre ‘Brasil, decime qué se siente’”. *El oído pensante* 3 (1). <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/oidopensante> [consulta: FECHA].