

Vos podés ser parte de la historia:

registros etnográficos en los Juegos Olímpicos de la Juventud Buenos Aires 2018

Nemesia Hijós¹

Resumen: La organización de los Juegos Olímpicos de la Juventud, que tendrán lugar en octubre de 2018, ha habilitado una serie de intervenciones del espacio urbano y social que buscan la consolidación y el posicionamiento de Buenos Aires como una megapolis y ciudad abierta/global en el plano internacional. Estas políticas públicas impulsadas por el Gobierno de la Ciudad muestran, por un lado, el crecimiento de las lógicas del emprendedurismo y *coaching* para generar identificación y comunidad en la sociedad, despertando el espíritu olímpico, la unión y la cooperación con intenciones de trabajar de forma voluntaria; y por otro, el negocio inmobiliario propio de estos grandes eventos: el desarrollo de parques, el embellecimiento de nuevas zonas, la gentrificación y la expulsión de lo diferente hacia los márgenes. El objetivo de esta ponencia es mostrar la planificación y el desarrollo de este megaevento, el diseño de una *marca ciudad* con proyección a una *marca país*, y la interpelación de los ciudadanos a “ser parte de la historia” y “vivir el futuro” mediante su participación y trabajo en el Programa de Voluntariado. Para ello, mi observación participante durante el proceso de selección como voluntaria será la técnica metodológica usada con un enfoque autoetnográfico.

Palabras clave: Juegos Olímpicos de la Juventud; políticas públicas deportivas; ciudad; emprendedurismo; *coaching*; voluntariado.

Camino a los Juegos Olímpicos de la Juventud Buenos Aires 2018

Los Juegos Olímpicos de la Juventud (de ahora en más, JOJ) surgen como un proyecto propuesto por el ex presidente del Comité Olímpico Internacional (COI), Jacques Rogge, aprobado el 5 de julio de 2007 durante la 119ª sesión del COI celebrada en Guatemala (COI, 2007; Judge, Petersen y Lydum, 2009). Entre los objetivos principales de este nuevo evento se plantea “motivar a los jóvenes en la práctica del deporte, promover los valores olímpicos y difundir el mensaje del Movimiento Olímpico entre los jóvenes de todo el mundo” (COI, 2014; Wong, 2011, citado en Pardo Gila y Calle Molina, 2016, p. 18). Con su creación, se pretende que la educación y la cultura sean los componentes clave para el desarrollo de los JOJ, asegurando que los deportistas participen en actividades que promuevan los valores olímpicos de la excelencia, la amistad y el respeto, y aprendan sobre los beneficios

¹ Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG). Buenos Aires, Argentina. CONICET. Buenos Aires, Argentina. E-mail: nemesiahijos@gmail.com

del deporte, el estilo de vida saludable, la responsabilidad social y las nuevas formas de comunicación (COI, 2010). Siguiendo la idea pedagógica del olimpismo del llamado padre de los Juegos Olímpicos Pierre de Coubertin, una de las diferencias importantes con los Juegos de adultos es que éstos integran a la educación y la cultura como parte fundamental de su celebración. Estos Juegos resultan así un evento multideportivo de alto nivel a escala mundial, dirigidos a atletas de entre 15 y 18 años,² contando con una edición de verano y una de invierno que se disputan, alternadamente cada dos años, cada cuatro años.

En el año 2011 el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires anunció su voluntad de albergar los JOJ. En marzo de 2012 confirmó su candidatura para ser sede, habiendo cumplido con todos los requisitos exigidos por el COI y firmó el pacto correspondiente, recibiendo el apoyo del gobierno nacional. En febrero de 2013 el COI eligió a las tres ciudades finalistas que compitieron para obtener la tercera edición de los Juegos: Buenos Aires, Medellín y Glasgow, quedando eliminadas en este proceso Guadalajara y Rotterdam. En ese momento, los países que disputaban por ser anfitriones utilizaron como argumento en contra de la candidatura de Buenos Aires, que Argentina no era confiable debido al antecedente de haber ganado la sede para los Juegos Sudamericanos Odesur a fines de los años noventa y de haber desistido su organización. Es que las políticas neoliberales de esos tiempos concluyeron en la crisis del 2001 y nuestro país se vio obligado a renunciar a la realización de esos Juegos (*Página 12*, 29 de septiembre de 2018). En julio de 2013, las tres ciudades finalistas hicieron su presentación ante el COI en Lausana (Suiza), y luego de la segunda ronda de votaciones, el comité evaluador dio el apoyo rotundo para que la ciudad de Buenos Aires sea sede de los JOJ basándose en la evaluación en los Juegos Odesur 2006 y los Panamericanos Juveniles del 2013 (habiendo planificado con anterioridad también los Juegos Panamericanos de 1951) y considerando el compromiso con el deporte que tenía el gobierno nacional conducido por Cristina Fernández de Kirchner al promulgar diferentes leyes que lo beneficiaban³ y obras de infraestructura deportiva realizadas, la situación económica en la que se encontraba el país y el avance en la tabla de medallas en los últimos Juegos Olímpicos.⁴

² Para revisar el perfil socioeducativo y económico de deportistas adolescentes de élite argentinos, ver Farinola, Tuñón, Laíño, Marchesich y Pérez Rodríguez (2018).

³ Entre ellas, la Ley 26.462 de los Juegos Nacionales Evita (sancionada en diciembre de 2008 y promulgada en enero de 2009), la Ley 26.573 del Ente Deportivo de Alto Rendimiento (ENARD; sancionada y promulgada en diciembre de 2009), la Ley 27.201 del Ente Nacional de Desarrollo Deportivo (ENADED; sancionada en octubre de 2015 y promulgada en noviembre de dicho año, la cual el presidente actual dejó sin efecto), la Ley 27.202 del Deporte (sancionada en octubre de 2015, promulgada en noviembre de dicho año pero aún no reglamentada), la cual incluye la propuesta de igualdad de oportunidades para mujeres de participar e intervenir en todos los niveles de adopción de decisiones en la actividad física, junto con la creación de un Programa Nacional de Empoderamiento de la mujer en el Deporte (Hang, Hijós y Moreira, 2018).

⁴ No obstante, a diferencia de cuando se obtuvo la sede en 2013, hoy la base de la pirámide de cualquier disciplina deportiva se encuentra sin ningún apoyo del Estado: la Ley 27.098 de los Clubes de Barrio y de

Tras la elección del COI, es la primera vez que estos Juegos se disputan fuera del continente asiático⁵ y que la ciudad de Buenos Aires organiza en megaevento multideportivo y juvenil.⁶

¿Qué pasa cuando una ciudad es elegida como sede para un megaevento como los JOJ? Para un municipio como la ciudad de Buenos Aires, la organización de un evento de esta magnitud implica inversiones en infraestructura, seguridad y otras áreas especializadas, además de que el gobierno local haya considerado necesaria la creación de una Unidad de Proyectos Especiales (UPE) destinada a coordinar la organización de los Juegos,⁷ según se ha decretado en febrero de 2014. En 2012, cuando Buenos Aires presentó al COI su carta de intención para organizar los JOJ, tuvo que firmar un contrato con el gobierno nacional y el Comité Olímpico Argentino. Respecto al financiamiento del megaevento, Santiago Mancini – titular de la UPE desde diciembre de 2015– indicó que aunque no hubiera un presupuesto plurianual aprobado que comprendiera la totalidad del proyecto, la ciudad de Buenos Aires cubriría los costos de las obras de infraestructura necesarias para adecuar las instalaciones deportivas donde se realizarán las competencias y de la construcción de la Villa Olímpica de la Juventud en el barrio de Villa Soldati, buscando contribuir al desarrollo urbano y social de la ciudad, y la promoción de actividades culturales y educativas (Stewart Usher, 2016). Los testimonios de los funcionarios a cargo de la UPE dan cuenta de la historia de las postulaciones de la ciudad como candidata para los Juegos Olímpicos, y del último proceso de selección, que la llevó a convertirse en una sede olímpica por primera vez en la historia. Pero en las declaraciones públicas de los principales responsables del poder ejecutivo de la ciudad –especialmente del ex Jefe de Gobierno porteño y actual Presidente de la Nación Mauricio Macri⁸– se percibe la intención de utilizar esta oportunidad para exhibir al plano internacional

Pueblo (sancionada en diciembre de 2014 y promulgada en enero de 2015) no ha sido reglamentada; se le ha quitado autonomía al ENARD modificando su fuente de financiamiento; la Ley del Deporte continúa siendo ignorada en todos sus aspectos; así como se estableció en el presupuesto 2019 la derogación de la Ley del ENADED que dispone la AUH en el deporte y el apoyo a la infraestructura deportiva de base.

⁵ Ver más en: <http://www.buenosaires2018.com/>

⁶ En una conversación con Jesica Kessler, integrante del Comité Organizador de los JOJ Buenos Aires 2018, me comenta que *hablar de megaeventos en la ciudad entra en una categoría diferente a la de Juegos Olímpicos. Si bien todo Juego Olímpico es un megaevento, si nos metemos en el universo del posicionamiento de Buenos Aires como hub (centro) de megaeventos entran en discusión cuestiones de planificación urbana a largo plazo e intencionalidades políticas que escapan a los Juegos y las implicancias del deporte en la sociedad (aunque los mismos no dejan de formar parte de esta lógica).*

⁷ Para más información, consultar el decreto N° 66/14 del 14 de febrero de 2014, publicado en el Boletín Oficial N° 4341 del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en: <https://documentosboletinoficial.buenosaires.gob.ar/publico/20140217.pdf>

⁸ Mauricio Macri es heredero natural de Socma Sociedad Macri, uno de los conglomerados de capitales nacionales más importantes de Argentina, en el cual se involucró principalmente durante la década del ochenta. En la segunda mitad de los noventa se alejó de la actividad empresarial familiar para acercarse a la gestión deportiva del Club Atlético Boca Juniors. En Boca, Macri forma, conduce y transfiere su legado a Daniel Angelici. En la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta fue quien ocupó el lugar de “delfín” cuando Macri se postuló como candidato a Presidente de la Nación en 2015.

la imagen de la ciudad, planteando el vínculo entre este megaevento y la Buenos Aires como una relación recíproca de beneficios, que incluye el prestigio nacional y la proyección mundial en contrapartida al fortalecimiento de la marca del evento, a través de una correcta y bien estructurada organización (Cortes de Lira, 2012).

Hace varios años que la gestión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires viene trabajando para presentar a Buenos Aires como una ciudad atractiva,⁹ un lugar que vale la pena ser visitado, con *muchísimas actividades culturales y recreativas durante todo el año. Desde barrios emblemáticos como San Telmo y La Boca hasta atracciones de todo tipo, como sus ferias de antigüedades y mercados, es una ciudad imperdible por donde se la mire.* Expresiones artísticas como el arte callejero, presentes en circuitos y acompañados por bicisendas, lugares para patinar en *rollers*,¹⁰ junto con pistas de *skateboarding* o plazas donde improvisar partidos de fútbol, hacen de la ciudad un escenario cosmopolita, que respeta la naturaleza y promueve un estilo de vida deportivo, al aire libre (Hijós, 2018).¹¹ Las políticas culturales y la gestión cultural durante los recientes gobiernos del PRO¹² han contemplado este modelo de ciudad, impulsando ciertas intervenciones que apelan a la creatividad¹³ y a estos usos del espacio. El programa “Ciudad Verde”,¹⁴ por ejemplo, propone *generar conciencia y educación, con el compromiso de toda la sociedad, en la separación de residuos, el uso de la bicicleta y el cuidado del medio ambiente*, en consonancia con el discurso gubernamental y la planificación urbana, que muestran a Buenos Aires como una

9 Ver más información en: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es>

10 La cursiva en el cuerpo del texto debe entenderse para destacar algunas expresiones a consideración de la autora y para resaltar las palabras en otro idioma.

11 Dentro de las actividades no aranceladas que ofrece el Gobierno de la Ciudad, uno de los programas de mayor promoción y visibilidad es “Buenos Aires Corre” (BAC) desarrollado por la Subsecretaría de Deportes y destinado al *running*, dirigido a jóvenes y adultos “de todos los niveles”. Las clases se dictan en diferentes barrios porteños, en 11 sedes diferentes. Recientemente se ha incorporado el programa “Running BA: circuitos por barrios”, donde las personas que se inscriban podrán hacer un recorrido turístico y urbano corriendo por los puntos atractivos más destacados de Palermo, Puerto Madero, Recoleta y San Nicolás (centro de CABA). En esta misma línea, en septiembre de 2016, el Jefe de Gobierno Horacio Rodríguez Larreta lanzó una convocatoria para el “*running* vecinal”, donde las personas seleccionadas (previamente concursadas) podían ir charlando con él sobre las problemáticas que los aquejan, mientras se ejercitaban por los Bosques de Palermo. Ahora el programa se llama “Corré conmigo” y dice materializar el fanatismo que el funcionario, al igual que otros integrantes del gabinete, tienen por el *running*.

12 Propuesta Republicana (PRO) es un partido político argentino reconocido legalmente en el año 2005 con el nombre de Compromiso para el Cambio, modificando su nombre a Propuesta Republicana en 2008. En 2007, 2011 y 2015 el PRO ganó la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, con las candidaturas de Macri (mandatos 2007-2015) y Rodríguez Larreta (mandato 2015-2019). El frente Cambiemos, coalición política fundada en 2015, es la que ha ganado en las últimas elecciones presidenciales de Argentina con el candidato Macri, luego de su triunfo sobre Daniel Scioli (Frente Para la Victoria) en el balotaje de noviembre de 2015, resultando entonces la actual coalición gobernante del país.

13 Desde los últimos años, la creatividad tiene implicancia en las políticas públicas y la gestión cultural, particularmente en las intervenciones realizadas en la ciudad de Buenos Aires. Se apela a la creatividad (rentable), evocando a la cultura, atribuyéndole un papel fundamental para resolver problemas sociales, económicos y políticos (Bayardo, 2015).

14 Ver más información en: <http://www.buenosaires.gob.ar/ciudadverde>

ciudad saludable, con espacios verdes, parques y plazas, donde los vecinos¹⁵ practican deportes, separan los residuos y reciclan, en pos de una vida sana y activa. Buenos Aires se presenta así como un lugar atractivo, una ciudad deportiva, con compromiso hacia lo ecológico y una vida saludable para sus habitantes. Esta presentación contribuye al desarrollo de una *marca ciudad* o una *marca país*, que elabora su iconografía y desarrolla su marketing como artefacto cultural (que se puede fabricar), ofreciéndose como experiencia para ser consumida. Además de su función tradicional de concentrar servicios, la ciudad *debe* contar con ciertos centros, bares, hoteles, aeropuertos y una agenda nutrida. Debe tener capacidad de atracción, con *calidad de vida* (donde se vive bien), otorgando sentido a la visita, a través de la oferta de entretenimientos y *amenities*. En la economía de la atención en la que vivimos, lo principal es captar el interés del mundo entero, particularizando para ser elegidos en un contexto de tanta oferta. Pero, ¿cómo se dirige la atención en un tiempo tan finito, cómo se atrae el interés? A partir de las representaciones que otros crean sobre nosotros, de las visiones desde afuera y lo que se espera encontrar, mediante lo que pretendemos ser reconocidos a nivel global: el tango, el folklore, el fútbol, el asado, los parques, los museos, los teatros, además de actividades vinculadas al arte y la cultura, a los deportes y el aire libre, la gastronomía y la noche porteña.

Zukin (1995) insiste que lo nuevo en la economía simbólica es la simbiosis entre imagen y producto, el alcance y la escala de las imágenes de venta a escala nacional e incluso global, hablando por o representando la ciudad, porque “todo esfuerzo por remodelar el espacio en la ciudad es también un intento de representación visual. Aumentar el valor de la propiedad, el objetivo de la mayor parte de agentes urbanos, requiere imponer un nuevo punto de vista” (p. 23-24). En definitiva, en las políticas públicas urbanas hay mucho más que marketing, hay una estrategia discursiva que se expande y alcanza distintos actores: los ciudadanos, los medios de comunicación, los agentes económicos, los académicos. El objetivo de estos intentos es volver a posicionar a Buenos Aires como un espacio de gentil, armonioso, equilibrado, borrando la ciudad, para convertirla en un paisaje urbano de rostro amable para disfrutar, que ofrece oportunidades y es consciente de un necesario cambio de estilo de vida. La estética y la moralidad también juegan un papel notable en la reconfiguración de las ciudades, donde pesa un tipo de aceptación peculiar. Hay ciertos lugares que se espectacularizan, se estetizan, se patrimonializan, se embellecen, incluso hay veces donde estos cambios no tienen un correlato directo con las demandas y reclamos de los ciudadanos.

15 Si bien la Ciudad Autónoma de Buenos Aires cuenta con casi tres millones de residentes permanentes, los funcionarios del Gobierno porteño utilizan habitualmente la categoría “vecino”, instalándola como un uso legítimo próximo para referirse al ciudadano y generando una sensación de cercanía con el habitante.

El mundo de la cultura es proveedor de símbolos, contenidos y signos, al mismo tiempo que se invita al ciudadano a ser un proveedor de hospitalidad frente al turista. Estas actividades contemplan una nueva comprensión espacio-temporal, con lugares originales que van de la mano con la fabricación de territorio para reclamar y representar en el marco de la globalización, con modernos tipos de posicionamiento a través de la proliferación de festivales, exposiciones de arte, cultura y megaeventos, aunque sin dejar de atender la recuperación patrimonial.

La organización de los JOJ Buenos Aires 2018 permitiría una inserción en las redes globales,¹⁶ transformándose en una “una confiable ciudad-negocio” (Fiori Arantes, 2000, p. 16). Con estas decisiones políticas de algunos gestores culturales se impulsan los proyectos de animación cultural y se pone a la vista el propio emblema de la credibilidad a través de servicios de alta visibilidad. El nuevo ciclo de gestión de ciudades, que bien puede haber comenzado en Barcelona (Balibrea, 2011) para devenir en un paradigma de regeneración urbana dentro de lo que se convino en llamar “urbanística de tercera generación” (Fiori Arantes, 2000, p. 18), también se cristaliza en Buenos Aires con proyectos de ciudad definidos por un plan estratégico en torno a los objetivos comunes del *city marketing*. El propósito de estas gestiones, en definitiva, es desarrollar una imagen fuerte y positiva de las ciudades, incorporando estrategias de *image-making* y la consecuente reconversión empresarial de las mismas. En esta fabricación cultural y de territorios deliberada, hay un trabajo sobre lo simbólico, las imágenes y lo comunicacional, una espectacularización y una patrimonialización a través del desarrollo de eventos y acontecimientos para el disfrute de los vecinos y turistas. Es así que la planificación estatal de las nuevas estrategias urbanas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires busca promover una agenda nutrida, que refuerce la vitalidad cultural. Por un lado, exhibirse como cosmopolita y parte del universo global da señales de estar en el mundo, de ser parte del movimiento, mientras que reforzar lo local enseña la identidad, la particularidad y la idiosincrasia porteña. Esta exposición puede potenciarse más al ser sede de un campeonato deportivo de ámbito mundial para los próximos años (Cortes de Lira, 2012). Actualmente y desde hace unos años, las competencias deportivas internacionales más populares toman la forma de megaeventos que involucran

¹⁶ En el ámbito deportivo, justo antes de la celebración de los JOJ, el COI impulsó la primera edición del Foro Olimpismo en Acción (*Olympism in Action Forum*) el 5 y 6 de octubre en Buenos Aires. La iniciativa del foro es abordar los temas que más afectan al deporte y la sociedad a través de un diálogo constructivo con líderes de los sectores público y privado, de la prensa y atletas. Entre los temas de agenda, figuran: cómo proteger mejor a los atletas limpios y cómo preservar la integridad del deporte, los argumentos para que una ciudad celebre los Juegos Olímpicos, la contribución del deporte a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, la lucha contra la corrupción en el deporte, el futuro del deporte y el uso del deporte para fomentar el empoderamiento de los jóvenes.

delegaciones de casi todas las partes del mundo. Los Juegos Olímpicos –y el deporte en general– proveen a los Estados la posibilidad de desarrollar el orgullo nacional (si sus representantes muestran una buena performance), el patriotismo, e incluso algunas veces contribuir a fortalecer la legitimidad de sus gobiernos –no olvidemos que en 1978, la organización del Mundial jugó un papel fundamental en la construcción de una “imagen argentina frente al mundo”, “unida, progresista y normal”, y contribuyó a fortalecer la legitimidad de la última dictadura argentina, al mismo tiempo que representaba un intento flagrante de repudiar las denuncias sobre las violaciones de los derechos humanos y encubrir secuestros y fusilamientos masivos llevados a cabo por el régimen militar. Además, por su carácter de juegos de suma cero, las contiendas deportivas son una manera útil y pacífica de proyectar una imagen de poder.¹⁷

La transformación hacia sociedades modernas puede estar vinculada al deporte de tres maneras: en primer lugar, la FIFA argumenta que el desarrollo de la infraestructura de un país para albergar un megaevento generaría beneficios en las telecomunicaciones, las redes de transporte y el turismo. La segunda idea sostiene que los mismos eventos fomentan la inversión extranjera directa en el Estado huésped, contribuyendo a su desarrollo socioeconómico. Por último, estas inversiones fomentan los negocios y la responsabilidad social empresaria. En definitiva, el aprovechamiento estratégico de un megaevento internacional contribuiría en convertir a las ciudades en vitrinas del mundo nuevo de la globalización. Volviendo al caso de Barcelona, sin la Olimpiada del 92’, tal vez no se hubiera traducido en una fórmula de exportación y un nuevo ciclo de gestión urbana. Sennet (2018) plantea que las ciudades deberían generar oportunidades, conectar a sus habitantes con los recién llegados, liberarnos de los estrechos confines de la tradición; es decir, la ciudad debería ayudar a profundizar la experiencia. En cambio, las ciudades modernas parecen hacer todo lo contrario: la inequidad urbana restringe las oportunidades; la segregación espacial aísla a las personas en grupos homogéneos de clase y etnias; y fomenta a que los espacios públicos ya no sean lugares de innovación política.

¹⁷ Como ejemplo de la utilización de la diplomacia deportiva, podemos citar el caso de los BRICS. La evolución política-económica que experimentaron estos países en las últimas décadas, les ha permitido acumular poder y proyectarse como potencias regionales, en su búsqueda de ganancias relativas en materia de prestigio internacional, que desafía al status quo. Esto explica que la mayoría haya optado por celebrar megaeventos deportivos. Si las perspectivas se confirman, en un plazo de quince años, entre todos los Estados que conforman los BRICS, se habrán organizado al menos ocho competencias mundiales: los Juegos Olímpicos de Verano de Beijing 2008, la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA Sudáfrica 2010, los JOJ Nanjing 2014, la Copa Mundial de Fútbol Brasil 2014, los Juegos Olímpicos de Invierno Sochi 2014, los Juegos Olímpicos de Verano Río de Janeiro 2016, la Copa Mundial de Fútbol Rusia 2018 y los Juegos Olímpicos de Invierno Beijing 2022.

Viví el futuro

El deporte ha dejado de ser un campo exclusivamente recreacional y de competencia para ser un escenario permeado por la lógica mercantil global. Desde el punto de vista económico, los JOJ generan millonarios flujos de divisas, gracias a los derechos de la televisación y en concepto de patrocinio, especialmente desde la apertura del COI a los sponsors durante la presidencia del empresario español Juan Antonio Samaranch. Por otro lado, los Estados (o ciudades, en el caso de los Juegos Olímpicos) compiten entre ellos por obtener el derecho a albergar estos eventos multitudinarios que ponen el foco de la atención del mundo entero en sus naciones por unas pocas semanas cada cuatro años. El objetivo de la postulación de la ciudad de Buenos Aires para ser sede de los JOJ 2018 despliega una estrategia de política exterior del gobierno, tal como anunciaba Macri, siendo Jefe de Gobierno porteño: “Estamos muy entusiasmados con la posibilidad de ganar y tener un evento deportivo de esta magnitud. Pensar a largo plazo, abrimos al mundo, apoyar el deporte y la educación, estimular las inversiones, el turismo... Esto es lo que queremos para Buenos Aires” (Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2013). Sus declaraciones demuestran interés por participar de las relaciones internacionales, a través de contactos con entidades públicas o privadas extranjeras, con intercambio de valores y aspectos culturales. Tras la selección de la sede, en 2014 volvió a referirse a la organización del megaevento: “Estamos ante una gran oportunidad para que los argentinos le demos al mundo qué y cómo somos” (Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2014). En las últimas décadas, bajo la promesa de volverse atractivos a los capitales privado y así impulsar el desarrollo económico y moral, otros países en vías de desarrollo o con pretensión de convertirse en potencias regionales, utilizaron esta herramienta para cautivar otros actores, desde Estados, pasando por capitales privados y organizaciones internacionales como el COI y la FIFA. Cortes de Lira (2012) sostiene que los megaeventos constituyen negocios para las grandes empresas, al mismo tiempo que implican el mejoramiento urbano para el Estado, ambas alianzas donde se deja afuera a la sociedad misma.

La mayoría de los representantes del gobierno porteño, egresados de institutos de formación en gestión y administración (en su gran mayoría privados), saben dominar la gramática empresarial, los fundamentos de la gerencia y el marketing, conocen las estrategias y las reglas del mercado porque participaban (o aún participan) en el mundo de los negocios y hoy las trasladan al campo de la política. Influenciados por la psicología experimental, el furor actual por las neurociencias, por los conocimientos, libros y conferencias acerca del cerebro y la mente, la inteligencia emocional, el *mindfulness* y el emprendedurismo, estos

funcionarios empujan “la maleabilidad de lo humano” (Bayardo, 2015, p. 282) y promueven un estilo de vida responsable, saludable y activo, con un argumento moral sobre aquello que *está bien y hace bien* a la mente y al cuerpo, y por eso, entre tantas actividades y responsabilidades, dedican tiempo para desarrollar prácticas deportivas como el *running* y el *cycling*.¹⁸ Scribano (2017) sostiene que es posible advertir la producción de ciertas sensibilidades específicas donde se puede constatar la concurrencia de tres componentes básicos: a) su inscripción en una economía política de la moral; b) la promoción de emociones específicas; y c) su “colaboración/articulación” con la mercantilización de las emociones:

- a) La otrora función de compensación de las crisis que en el Estado de Bienestar tenía la provisión infraestructural al capital, como modo de reducción de los costos de producción y aseguramiento de sus tasas de ganancias, se ha modificado. Hoy el Estado brinda similares prestaciones, pero orientadas a garantizar la reproducción de la emocionalización, el consumo y el disfrute. Zonas verdes, lugares para disfrutar y experimentar devienen contenido básico de aquello que hace el Estado con el mercado para los ciudadanos: vivir verde y vida sana, recital y “ocio colectivo”, espacios públicos y disfrute son los ejes imperativos del “cómo vivir” garantizado por el Estado y comercializado por el mercado.
- b) En el marco de las ciudades, esos espacios-tiempos para disfrutar las intervenciones infraestructurales promueven ciertas prácticas del sentir: alegría, “tener una experiencia” y “paz” suelen ser las más favorecidas.
- c) La ciudad se transforma así en una “Venta de Sensaciones” que van desde la “seguridad” hasta el “disfrute, pasando por lo “saludable”. La anterior relación entre embellecimiento y orden social se trastoca convirtiéndose en objeto de disfrute y control social. (p. 348)

Dentro de la política de mejoramiento de Buenos Aires se contempla el embellecimiento urbano y la valorización de ciertos espacios, que llevan al desplazamiento y la movilidad (Yúdice, 2008), porque implican medidas que buscan cambiar el esquema de la ciudad, tornarla más activa, cambiar el trazado urbano, con nuevos espacios.¹⁹ Así, las ciudades actuales –cosmopolitas, modernas, como Buenos Aires– se festivan y se parquemetizan. Ellas mismas se ofrecen como un tema, planteando su accesibilidad, donde la población se convierte en actores y actrices, que llevan adelante una puesta en escena, algo construido, que incluye imágenes para otros y el comercio global, para la entrada de divisas. Existe además, en este contexto, una competencia para aparecer, de convertir las construcciones culturales en un posicionamiento mundial, en boca de todos. Las ciudades se

¹⁸ No es novedad que en la campaña de algún candidato político se lo vea practicando *running* o ejercitando algún deporte de forma individual. Partiendo de que existe una visión moral hacia ciertas prácticas deportivas, esto podría traer repercusiones sobre su imagen: por ejemplo, ser una persona “exitosa” por practicar deportes bien vistos por el *establishment*. El espíritu de superación, de voluntad y de perseverancia (aunque la mayoría de las veces esté enfocado en la productividad personal, la competitividad y el individualismo) genera sentidos positivos asociados, y está relacionado con el culto por el cuerpo. Esto también se cristaliza cuando los periódicos económicos entrevistan a altos ejecutivos a propósito del *running*, las escuelas de negocio forman grupos para correr y las grandes empresas crean carreras y competencias.

¹⁹ Un ejemplo sería el barrio de Puerto Madero, una zona prácticamente deshabitada, que luego fue poblada con el desplazamiento urbano. En el caso de Palermo, ante el nuevo trazado urbano, la gente local del barrio se moviliza y los vecinos se renuevan, debido al aburguesamiento que implicó el nuevo esquema de la ciudad.

estetizan y se culturalizan, están dispuestas a mostrar diversidad y a generar reconversión urbana, para evolucionar de la ciudad-problema a la ciudad-negocio, que atrae inversiones y también talentos, donde se aburguesa la población y se renuevan los habitantes.

Más recientemente, las ciudades empezaron a ser vistas cada vez más como parte de un sistema económico y cultural global, de manera que tienen importantes vinculaciones con otras ciudades del mundo. Es así que se han convertido en un contexto, en un escenario de producción económica, proyección y mercantilización. Las intervenciones estatales vinculadas a la planificación de megaeventos deportivos que resulten correctas o traigan aparejadas buenos resultados deportivos, podrían conducir rentabilidad al campo político y de gestión gubernamental, al dar un mensaje acerca de las capacidades del Estado. El caso sudafricano es un ejemplo de cómo el deporte puede servir a un Estado con un pasado de fragmentación y una débil identidad nacional, para proyectarse como una potencia regional que progresa en la consolidación de su democracia y la reconciliación de su sociedad. En este momento el interés está puesto en el valor productivo, en lo que genera riqueza, beneficios económicos, status y propaganda externa, aunque también puede ser valor cultural, simbólico y de significación. A lo largo del posicionamiento de Buenos Aires como sede de los JOJ, los funcionarios del gobierno local han pensado el sur de la ciudad de Buenos Aires como un negocio que debe ser limpiado y barrido desde el punto de vista de la capital, para consolidar prestigio nacional, proyección mundial y fortalecimiento de la marca. En definitiva, una de las motivaciones que ha llevado a los funcionarios del gobierno a impulsar la candidatura de la ciudad como sede olímpica, y a apoyar la organización –tanto política como económicamente–, está estrechamente relacionada con *vivir el futuro*: situar a Buenos Aires como un actor en el escenario internacional, reconocida como una ciudad abierta al mundo, que fomenta la promoción de determinados valores (en este caso, los valores olímpicos) y que tiene conciencia por la vida saludable.²⁰ Sin embargo, si bien la organización de megaeventos deportivos de carácter mundial puede ser útil como herramienta para el desarrollo de estrategias de reconocimiento social y recursos económicos, en ningún sentido reemplaza el

²⁰ Más allá de presentarse como una ciudad deportiva, con jóvenes comprometidos con la actividad física, se busca hacer extensiva la conexión entre cuerpo y alma, trabajando en la articulación interreligiosa para dar una sensación de respeto y diálogo entre los diversos cultos de los ciudadanos y las comunidades de fe. Por ello, la Dirección General de Cultos de la ciudad de Buenos Aires (que asesora y asiste al Jefe de Gobierno y a sus funcionarios en materia de culto) decidió establecer un *Multifaith Centre* dentro de la Villa Olímpica de la Juventud, con el objetivo de brindar *un lugar para meditar, retirarse a rezar o tener la posibilidad de conectarse con referentes espirituales*, contando allí con material de los diferentes cultos y música para relajarse. Los JOJ también promueven una apertura y acompañamiento hacia políticas progresistas celebradas en la actualidad: Buenos Aires 2018 será la primera edición de un evento olímpico que tendrá la misma cantidad de participantes varones y mujeres, contribuyendo así a la igualdad de género.

ejercicio de una política pública para resolver el déficit habitacional, la fragmentación y la marginalidad de ciertas zonas.

Sé parte de la historia

Vivir el futuro no es un enunciado cuya responsabilidad recae exclusivamente sobre los funcionarios que planifican el megaevento olímpico que intentará situar a Buenos Aires como una ciudad deportiva, atractiva y cosmopolita. Este slogan publicitario de los JOJ también interpela a los ciudadanos a involucrarse con el desarrollo de este evento, a *ser parte de la historia* como anfitriones, espectadores, participantes o voluntarios, porque lo que tendrá lugar en la ciudad durante el mes de octubre será *un evento único en la historia*, del que *todos deberíamos ser parte*. Si bien los principales protagonistas de los grandes eventos deportivos son los propios deportistas, en los JOJ Buenos Aires 2018 poco sabemos de los competidores (además de las cifras anunciadas de 4.012 atletas provenientes de 206 países, participando en 32 deportes y 36 disciplinas), porque el foco está dirigido en el posicionamiento de la ciudad organizadora. Durante la preparación, los voluntarios son parte mano de obra fundamental de cualquier megaevento, para indicar las puertas de acceso, explicar los horarios, distribuir las entradas a la prensa, acompañar a las delegaciones de los diferentes países o acomodar a las personas en las tribunas. No siempre pueden/saben satisfacer todas las inquietudes, pero el mensaje debe ser transmitir cordialidad, con una sonrisa, aportando entusiasmo, alegría y positividad, o calma, tranquilidad y aliento cuando fuera necesario. El voluntariado es uno de los valores centrales del Movimiento Olímpico, por lo cual se apela a que *la celebración de los Juegos no sería posible sin la participación, dedicación y compromiso de los voluntarios, que recibirán la capacitación necesaria para cumplir sus funciones*. Los voluntarios se han convertido en un movimiento y, de manera indirecta, por “poner cuerpo y alma” a una labor no remunerada, muchas veces rutinaria y sacrificada, suelen ofrecer una imagen de juventud y solidaridad del país organizador. Si repasamos las cifras, por ejemplo, de la última Copa del Mundo Rusia 2018 tendremos un panorama más certero: 176.870 personas de 112 países (incluidos Suazilandia, Fiyi, Madagascar e Islas Mauricio) mostraron interés por apuntarse como voluntarios, de los cuales se seleccionaron 17.040, un número muy superior al de otras ediciones y más parecido a la organización de los Juegos Olímpicos.²¹ El 64% del voluntariado fueron mujeres y el grueso

21 También se alcanzó números récord en Programa de Voluntariado de la Copa Mundial FIFA Brasil 2014 en cuyo proceso de selección participaron aproximadamente 150 mil personas de diferentes países del mundo, estimándose 15 mil seleccionados. Se puede ver más sobre el Programa de Voluntarios de la Copa Mundial de la FIFA 2018 en <https://es.fifa.com/worldcup/organisation/volunteers/>

fueron rusos (el 93%) (*La Vanguardia*, 14 de julio de 2018). Por medio de *la oportunidad de ser parte de la historia*, sumada a la interpelación de *vivir el futuro*, la organización de los JOJ Buenos Aires 2018 convoca a los candidatos al Programa de Voluntariado a ser partícipes de *un evento único*. Hay caras que ya resultan familiares, no sólo porque sus áreas no tienen rotación durante el megaevento (para facilitar las tareas operativas la orientación de los asistentes), sino también porque varios de ellos forman parte del “movimiento voluntario” como una especie de estilo de vida, viajando de un país a otro y participando en otros eventos.

Desde fines de 2017 y hasta el 31 de marzo de 2018, se difundió vía redes sociales *la posibilidad de participar en el programa de voluntariado deportivo más grande de la historia argentina*. El 18 de marzo ya eran 20 mil los candidatos anotados. Con intenciones de elaborar registros etnográficos y obtener así información de primera mano para problematizar la organización de los JOJ Buenos Aires 2018 y el Programa de Voluntariado, en diciembre de 2017 me inscribí a través de la página oficial y completé los formularios con información personal, formación profesional y argumentos (como experiencias previas) que validaran mi candidatura como voluntaria en alguna de las múltiples áreas que ofrecían: asistencia al espectador, servicios de traducción, relaciones con medios de comunicación, asistencia en competencia deportiva, atención a delegación, salud y tecnología. El 5 de abril me confirmaron por mail que había pasado a la siguiente etapa del proceso de selección adjuntando un gráfico (ver imagen a continuación) con el recorrido que debía atravesar dentro del Programa, indicando que pronto me enviarían la propuesta para sumarme a un área determinada. También me invitaban a sumarme al grupo de Facebook de Voluntarios, donde podría encontrar otros candidatos que habían *dedicado tiempo y esfuerzo a la inscripción*.



El 24 de abril un nuevo mail decía que querían conocerme, me invitaban a saber *un poco más acerca del Programa y despejar todas las dudas*. Esta vez el título del correo no me felicitaba, sino que me interpelaba preguntándome si quería *ser parte de la historia* y me proponían una entrevista grupal, eligiendo entre dos alternativas: el jueves 26 a las 18 horas en Zabala 1837, el auditorio de la Universidad de Belgrano (UB), o el viernes 27 a las 10 horas en la sucursal de la consultora de recursos humanos Adecco ubicada en Av. Cabildo 4466 en el barrio de Núñez (posteriormente, entiendo que por una cuestión estratégica para evitar polémicas, empezó a ser anunciada como “Centro de Voluntariado”). Era la primera *instancia presencial y obligatoria para poder participar* del Programa de Voluntariado de los JOJ y el Estado me estaba citando en ámbitos privados. Confirmé mi asistencia para el día jueves y me acerqué al lugar indicado en el distinguido barrio de Belgrano.

Al ser una universidad privada, los amplios espacios se parecían más a un hotel de lujo o a un centro de conferencias que a un lugar de formación profesional: piso alfombrado que recorría una inmensa cantidad de salones, tres auditorios, un salón de exposiciones, confitería, agencia de viajes, librería, papelería, centro de fotocopiado, local de ropa deportiva, otro de accesorios y moda, además de la radio de la universidad, el museo UB y el departamento de televisión. Tras pedir indicaciones, tomar ascensores y escaleras, logré llegar al auditorio donde encuentro alrededor de 80 personas sentadas completando unas planillas, otras conversando y un grupo consultando a quienes estaban ubicados sobre el escenario. Le pregunto a un chico si él también estaba por la entrevista grupal: *sí, llegué hace un rato, tenemos que esperar a que arranquen, pero mientras tanto completar nuestros datos acá*. La información que teníamos que llenar se repetía con todos los formularios que habíamos hecho

antes de forma online, pero decidí hacer lo que todos hacían y sentarme luego a esperar el inicio. En el escenario se ubicaban dos jóvenes (mujer y varón) que seguramente no superaban los 25 años:

Bienvenidos al Programa de Voluntariado de los JOJ, mi nombre es Flor, tengo 23 años, soy parte del equipo Adecco y estoy trabajando en el Programa de Voluntariado Buenos Aires 2018. Mi compañero es Mauro, que aparte de ser deportista, y en eso nada que ver conmigo (se ríe), también integra el Contact Center de Adecco.

Flor y Mauro son dos jóvenes que están estudiando sus carreras de grado vinculadas a la administración y el comercio en universidades privadas, y trabajan en la consultora internacional que tiene a cargo el proceso de selección de candidatos que la ciudad de Buenos Aires tercerizó para la organización de los JOJ. Si bien visten de forma elegante, se los ve desenvueltos conduciendo el encuentro como si fueran dos especialistas en *coaching*. Flor comenzó explicando las líneas generales de los JOJ, destacando que *es algo para valorar* que sea la primera vez que se organizan en América. A través de una presentación Power Point mostró los parques deportivos en los cuales tendrá lugar el evento olímpico y los presentó nombrándolos en inglés (lo cual se había hecho también en redes sociales y en la página oficial, pero luego se corrigió, proponiéndolo en ese idioma como alternativa): Parque Urbano (Puerto Madero), Parque Verde (Palermo), Parque Olímpico (Villa Soldati) y Parque Tecnópolis, sumado a otras cuatro instalaciones independientes (Club Náutico San Isidro, Club Atlético San Isidro, Hurlingham Club y el Paseo de la Costa en Vicente López). En el relato de la presentadora se enfatizaba la dimensión de *lo inolvidable*. Después de repasar los aspectos generales del evento, comenzaron a comentar acerca del Programa de Voluntariado. Hasta ese momento habían recibido más de 35 mil inscripciones online de candidatos, de los cuales sólo quedarían 8 mil voluntarios.

Para esta segunda etapa del encuentro, Flor –que seguía liderando la presentación, con un rol mucho más secundario para su compañero Mauro–, propuso jugar a “ponerse la gorra”, una especie de performance standapera para *descontracturar* y generar un *ambiente de diversión* entre los presentes, que nos manteníamos callados, sentados frente al escenario. El objetivo era ponerse una gorra la cual tenía una inscripción de los JOJ Buenos Aires 2018, presentarse y contar el motivo por el cual uno estaba presente ahí, qué expectativas tenía en relación a la participación en este evento olímpico, además de repasar alguna experiencia previa de voluntariado en caso de que la tuviera. Flor anunció que ella iba a ser la primera en tomar el *desafío*: *el objetivo por el cual me sumé a este proyecto es para aprender a trabajar en equipo... como les dije, no soy una gran deportista pero estoy convencida que puedo*

aprender a partir del deporte, ayudando... Le pasa el micrófono a su compañero, quien se pone una gorra similar pero con colores blanco y amarillo: *Mi caso es distinto porque yo fui deportista toda la vida, tengo un inmenso amor por el deporte... este evento me genera una ansiedad terrible porque por primera vez voy a poder participar desde adentro en un Juego Olímpico y sé que es una oportunidad única.*

¿Qué es lo que ofrece el Programa de Voluntariado a la persona seleccionada? Además de asegurar los traslados a los diferentes parques deportivos y espacios periféricos donde tendrán lugar los JOJ, las acreditaciones correspondientes y la indumentaria específica del evento (la cual los presentadores anunciaban que era *muy canchera, como la gorra*), se mostraba *otras ganancias* (de índole más simbólico) a partir de esta *gran experiencia*: una serie de aprendizajes como el *trabajo en equipo*, una *experiencia de servicio*, el hecho de ser elegido/seleccionado (entre una gran cantidad de candidatos) para un *evento único e inolvidable*, además de la posible capitalización de esta práctica a futuro, de forma laboral, personal, social o políticamente. Asimismo, luego de una breve exposición del Dr. Bau, especialista en doping de la Organización Nacional Antidopaje (ONAD), quien comentó la *oportunidad* de apuntarse como voluntario asistiendo en esta labor durante los JOJ, fue aún más evidente este mensaje de interpelación a los candidatos, sugiriendo que su participación podría ser un grano de arena para una *misión del país* (en este caso siendo parte del equipo de control de dopaje como “chaperón”, entrenado y autorizado por la Comisión Nacional Antidopaje). La *experiencia de servicio y responsabilidad* en la *misión del país* que nos convoca para trabajar *todos juntos y dejar una huella*, pero sin pasar por alto el *profesionalismo* y el *entusiasmo* propio del Programa de Voluntariado y de los JOJ, quedaba materializada en frases del Dr.: *Nosotros depositamos en ustedes el primer contacto con el deportista y el doping. Confiamos en ustedes para que se contacten con una estrella... porque en realidad ese joven de 15 o 18 años ya es una estrella del deporte.* El mensaje era claro, lo que pretendían transmitirnos a los que estábamos sentados en ese auditorio de una universidad privada de la ciudad de Buenos Aires, era que nos necesitaban, que no podían organizar este evento olímpico sin nosotros. Vuelve Flor a escena cuando el Dr. estaba terminando: *Me sumo*, dice de forma pausada –mientras camina lento hacia el centro del escenario–, pero con seguridad: *yo quiero ser parte de Buenos Aires 2018*, y se acomoda la gorra. Y la sigue Mauro: *No tenemos como opción perder y lo vamos a hacer juntos.* No sé a qué se refiere con el verbo *perder*, si al rendimiento deportivo o a la *misión-país*. Siguen los aplausos como si hubiera terminado un gran espectáculo. Después continúan algunas explicaciones sobre el envío de la carta de ofertas a las áreas, las actividades y los lugares

como voluntarios, lo cual sería confirmado a partir del mes de mayo. Asimismo, señalaron a quienes no hubieran completado los (exhaustivos) exámenes de idiomas, que podrían hacerlo en los próximos días. Luego de las aclaraciones, invitaron a subir al escenario, poniéndose la gorra, para contar las experiencias personales. Varios de los que relataron su recorrido no era la primera vez que participaban de un voluntariado deportivo: algunos habían estado en la Copa del Mundo Brasil 2014, en Sudáfrica 2010 o en los Juegos Olímpicos de Río. Había un par extranjeros, se presentaron en inglés y otros en portugués. Sus edades probablemente no superaban los 40 años. Cuando terminó la exposición de las trayectorias, Flor destacó la *pasión* y la *valentía* que implica participar de estas experiencias, que incluso se pueden transformar en *un estilo de vida para dar y recibir*; y nos invitó a finalizar el encuentro viendo un video sobre los valores del olimpismo, en el cual se hacía hincapié en la *energía de la juventud para crear un mundo mejor*, que incluían frases de cierre el hecho de *ser parte y vivir el futuro*. Siendo las 19:30 y antes de retirarnos, fuimos invitados por Flor a tomarnos una *selfie* grupal para dejar registro en las redes sociales de los JOJ Buenos Aires 2018.

¿Quiénes pueden ser voluntarios de los JOJ? El proceso de selección del Programa indica que son 8 mil los voluntarios que se eligen entre más de 35 mil candidatos locales y extranjeros inscriptos. Los requisitos básicos excluyentes establecen que aquellos interesados deben haber cumplido los 18 años antes del inicio de los Juegos el 6 de octubre del 2018 y no hay límite de edad. Además de la inscripción en la web, los postulantes deben completar un formulario obligatorio para poder avanzar a la etapa de evaluación. Uno de las condiciones es para participar es que puedan estar disponibles durante un mínimo de ocho horas diarias durante 10 días (contando con un franco cada cinco días trabajados; estas formalidades luego se modificaron a seis horas diarias por un mínimo de 11 días). Según se señalaba, los criterios de valoración son múltiples: formación, idiomas o experiencia en grandes eventos y en las áreas solicitadas, por lo cual las aptitudes serían estudiadas caso por caso. Evidentemente, si bien muchos de los interesados inscriptos en el Programa de Voluntariado pueden tener la formación suficiente, al igual que la energía, el entusiasmo, la dedicación y las ganas de *vivir el futuro y ser parte de la historia* a través de evento olímpico, hay condiciones materiales concretas que limitan los deseos de las personas y de acuerdo a la realidad de cada uno.

El día del encuentro grupal, antes de retirarme de la UB, pasé por el baño donde encontré una fila de mujeres, muy arregladas, retocándose el maquillaje. Una de ellas me pregunta si había estado en la entrevista laboral de los JOJ y qué me había parecido. Desanimada, me dice que ella es de zona sur (su compañera de José León Suárez) y que tiene mucho viaje para llegar hasta la Villa Olímpica, además de poder cumplir con ocho horas que

pedían, pero que aun así le parecía *una gran oportunidad*, que iba a ver si podía arreglar con su jefa para que le diera las vacaciones en octubre. Tiempo después, tuve una conversación similar con otros colegas y compañeros que también se apuntaron al Programa de Voluntariado con fines académicos. Aunque la mayoría desistió cuando vio las formalidades, sólo dos mujeres y un varón jóvenes (menores de 25 años, con los que conversé para este trabajo) terminaron planificando sus compromisos u organizando las vacaciones en el trabajo para poder *ser parte* de los JOJ.

En mayo de 2018, la organización del Programa de Voluntariado me envió por correo electrónico el siguiente *manifiesto*:

*Cada acción que realiza un voluntario deja una **pequeña huella en la enorme historia olímpica**. Voluntarios y atletas han convivido **a la par** en cada edición de los Juegos Olímpicos, soñando, festejando y creciendo **culo a culo**. Sin atletas, no hay juegos. Sin voluntarios, tampoco. No habrá tarea pequeña, ni responsabilidad menor. Hay un lugar **esperándote**. Sé voluntario de Buenos Aires 2018. **Sé parte de la historia**. (el destacado es mío)*

El énfasis está puesto en que la realización y el éxito de los JOJ son posibles gracias a la participación y el esfuerzo de cada uno; enunciados que interpelan al esfuerzo individual para el bienestar y el desarrollo colectivo, discursos muy similares a la propuesta de ser empresario (emprendedor) de sí que podemos encontrar en la política contemporánea (pero también en los libros de autoayuda y de emprendimiento), y que tendrían como resultado el orgullo nacional. Mensajes similares continuaron llegando a mi casilla durante las siguientes semanas: *Estamos en el último tramo para hacer historia. Sólo 80 días nos separan del inicio de este evento tan esperado por todos. ¡Mantengamos ese espíritu y llevemos los valores olímpicos lo más alto posible!*

Tras no haber recibido ninguna carta de oferta, a principios de septiembre me contactó Catalina Pasman –NOC Assistants Coordinator, NOC Relations & Services Direction de los JOJ Buenos Aires 2018– (pero con su firma que hacía referencia al evento en idioma inglés: *Buenos Aires 2018 Youth Olympic Games Organising Committee*):

*Te escribo desde los Juegos Olímpicos de la Juventud porque no nos hemos podido comunicar telefónicamente con vos y era para consultarte si seguís teniendo interés en ser parte del Programa de Voluntariado porque tu postulación ha sido preasignada al área de Servicios a las Delegaciones. En esta área brindamos asistencia a las delegaciones de los 206 países que vendrán a los Juegos, el puesto que tenemos para ofrecerte es de Pool Compartido de Asistentes / Asistente a las Delegaciones donde podrás asistir en tareas diversas y operativas a las delegaciones que lo soliciten. El puesto se ubica en la Villa Olímpica de la Juventud (Villa Soldati) y está activo desde el 30 de septiembre al 20 de octubre, se pueden seleccionar dos horarios: 8:00 a 16:00 hs o 12:00 a 20:00 hs. El mínimo es de 11 días (**cuantos más, mejor**). Te pedimos que antes del jueves 20/9 a las 16:00 nos*

confirmes tu interés y un número telefónico para poder llamarte. En el caso de no contestar no tendremos en cuenta tu postulación para esta área. (el destacado es mío)

En su respuesta se presentaba nuevamente (pero en español), como coordinadora de los voluntarios que se encuentran seleccionados para “Servicio a las Delegaciones”:

*Nuestra área se llama NCS que significa Relaciones y Servicios a los Comités Olímpicos Nacionales y tenemos dos puestos, el del Pool Compartido y el de Asistente a los Comités Olímpicos Nacionales. Como indica su nombre, en ambas posiciones deberás asistir a alguna delegación o a muchas delegaciones. Sus tareas son variables, dinámicas y de acuerdo con los requerimientos de cada delegación. Unos ejemplos pueden ser como acompañar a la delegación a sus lugares de entrenamiento o competencia, que los acompañes a realizar alguna compra, que los ayudes con la comunicación debido a la diferencia idiomática, en fin, todas las tareas que llevaras a cabo serán las que te comunique tu Jefe de Misión, adulto legalmente responsable de todos los atletas que conforman la delegación. El puesto y tus tareas a llevar a cabo serán en la Villa Olímpica de la Juventud y está activo desde **el 30 de septiembre al 20 de octubre**. Necesitamos que nos informes a la brevedad que días y horarios (informados en el mail) podrás estar asistiendo, de modo que podamos enviarte un mail para que aceptes tus días y horarios que estarás trabajando como voluntario. **Es requisito que como mínimo participes 11 días (desde el 30 de septiembre al 20 de octubre pueden ser no consecutivos) y que sean al menos 6 horas diarias.** Es importante que apenas recibas el mail **acceptes tus horarios** ya que con dicha aceptación ya formarás parte FORMALMENTE de nuestra área y tu posición. Una vez que los aceptes, recibirás un mail desde el programa de voluntariado para que coordines con ellos el retiro de tu uniforme y acreditación. Asimismo deberás acceder al portal de voluntarios con tu usuario y contraseña para poder **realizar todas las capacitaciones que encontrarás que son obligatorias**. Puede ser que la plataforma demore en ver reflejada estas capacitaciones, pero te pido que entres a verificar hasta que las encuentres disponibles y las realices. En unos días nos contactaremos contigo para informarte definitivamente en qué puesto de los dos que te mencionamos estarás, pero es importante que sepas que ambas posiciones se refieren a asistir a los Comités Olímpicos Nacionales. (el destacado es del mail original)*

En el último intercambio por mail, Catalina me alentaba en que *los horarios podés coordinarlos de acuerdo a tu disponibilidad siempre y cuando cumplan con el requisito de 6 horas diarias entre las 8 y las 20 hs*. Al comentarle sobre mi disponibilidad y las dificultades que establece la exigente demanda horaria del Programa de Voluntariado, asintió: *Lamentablemente sí, es mucha la carga horaria requerida*. Para otros tantos candidatos inscritos que tampoco pudieron aceptar los requerimientos de esta modalidad, la alternativa para *ser parte* es a través de la adquisición del “Pase Olímpico de la Juventud”, una pulsera electrónica que tiene un chip integrado y da acceso a las sedes, parques y estadios en los JOJ. Contando con el Pase Olímpico (personal, intransferible y no arancelado), se podrá participar como espectador a las competencias deportivas y actividades culturales. El procedimiento, en este caso, fue más simple: para poder obtener dicha acreditación, era necesario registrarse previamente a través de la página oficial de los JOJ y luego retirar el pase en alguno de los puntos disponibles (locales de la marca Samsung, sponsor oficial del evento).²²

²² Entre la gama de sponsors de los JOJ Buenos Aires 2018, tal vez la participación de Samsung sea una de las menos criticadas. El sponsoreo por parte de empresas como Coca Cola, por ejemplo, es una de las grandes contradicciones

Consideraciones finales

En repetidas oportunidades, el presidente Macri enfatizó la urgente necesidad de que Argentina se desarrolle y vuelva a ser parte del mundo. También lo mencionó mientras presentaba oficialmente la Villa Olímpica junto al Jefe de Gobierno porteño Rodríguez Larreta, resaltando que “todo lo que hacemos genera credibilidad en el mundo”, lo cual podría aludir a una ironía en la actual situación del país: luego del nuevo acuerdo con el FMI y dependiendo del financiamiento externo para “recuperar la economía” (*Perfil*, 27 de septiembre de 2018). Bajo este panorama, la organización de los JOJ en Buenos Aires nos permite problematizar varias aristas: desde el posicionamiento de Argentina en el circuito global –destacando las particularidades locales– y el reconocimiento de Buenos Aires como una ciudad moderna, atractiva y cosmopolita; sin dejar de destacar que el discurso de la sociedad deportiva y saludable sirve a los intereses de los sectores dominantes y de los organismos internacionales y poderosos que organizan megaeventos millonarios.

En esta interpelación para que los ciudadanos se comprometan y sean parte de los JOJ, como si estuviera sirviendo a la patria para ser orgullo nacional, se esconde la fuente voluntaria de mano de obra gratuita. Guiándonos por la amplia respuesta y masiva inscripción en el Programa de Voluntariado de Buenos Aires 2018, en un contexto donde el INDEC confirma que la tasa de desempleo alcanzó el 9,6% en Argentina (20 de septiembre de 2018), no podemos pasar por alto las nuevas formas de trabajo que se configuran a partir de estos acontecimientos. Los voluntarios son presentados como una pieza clave en las competiciones como de la FIFA y el COI, los comité organizadores respaldados por los gobiernos prometen a sus participantes que serán parte de una *experiencia especial y única*, además de enaltecerlos como *personas importantes* que luchan para *ser elegidas*. Ante este nuevo orden, la sensación que subyace es si –más allá de la élite de jóvenes que históricamente han formado parte como voluntarios de los megaeventos viajando alrededor del mundo– estas experiencias sirven al juego del capitalismo actual como puntapié para validar y extender la transformación y flexibilidad laboral con tendencia hacia la precarización (con programas no arancelados y jornadas extendidas), a cambio del patriotismo y la distinción personal.

sistémicas: el Estado publicita la vida saludable asociada con la imagen de la bebida azucarada por excelencia, que aumenta el desarrollo de sobrepeso y obesidad, síndrome metabólico, enfermedades cardiovasculares y presión arterial que condicionan la vida futura. Desde 1928 Coca Cola patrocina los Juegos Olímpicos y durante su desarrollo monopoliza la comercialización y la publicidad de las bebidas, además del sistema de hidratación. En los últimos años la empresa logró frenar el aumento impositivo y, en el caso de los JOJ, determinó que el convenio de marketing con el COI fuera secreto (*Pelota de Trapo*, 1 de agosto de 2018).

Referencias bibliográficas

- “Mauricio Macri: ‘Todo lo que hacemos genera credibilidad en el mundo’” (27 de septiembre de 2018). *Perfil*. Recuperado de <http://www.perfil.com/noticias/politica/macri-todo-lo-que-hacemos-genera-credibilidad-en-el-mundo.phtml>
- Balibrea, M. P. (2011). Barcelona: del modelo a la marca. Caso de estudio. *YProductions*. Recuperado de <http://www.ypsitene.com/recursos/biblioteca/documentos/barcelona>
- Bayardo, R. (2015). Anegados en la cultura. Be Creative!. En Quevedo, L. A. (Coord.), *La cultura argentina hoy* (pp. 255-285). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.
- Comité Olímpico Internacional (2007). 1st Summer Youth Olympic Games in 2010. Lausana: Comité Olímpico Internacional. Disponible en <http://goo.gl/dcFDP8>
- Comité Olímpico Internacional (2010). Culture and Education Programme (CEP) Explanatory Brochure. Lausana: Comité Olímpico Internacional. Disponible en <https://goo.gl/gMclqL>
- Comité Olímpico Internacional (2014). The Youth Olympic Games: vision and principles. Lausana: Comité Olímpico Internacional. Disponible en <http://goo.gl/FXZjoU>
- Cortes de Lira, A. C. (2012). Los megaeventos y sus consecuencias urbanas. Posibles perspectivas hacia futuras experiencias brasileñas. *Arxiud' Etnografia de Catalunya*, (12), 9-32.
- Farinola, M. G., Tuñón, I., Laiño, F., Marchesich, M. y Pérez Rodríguez, M. (2018). Perfil socioeducativo y económico de deportistas adolescentes de élite argentinos. *Retos*, (34), 172-176.
- Fiori Arantes, O. (2000). Pasen y vean... Imagen y city-marketing en las nuevas estrategias urbanas. *Punto de Vista*, (66), 16-19.
- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2014). Boletín Oficial N° 4341. Recuperado de <https://documentosboletinoficial.buenosaires.gob.ar/publico/20140217.pdf>
- Hang, J., Hijós, N. y Moreira, V. (2018). Deporte, políticas públicas y sociedad en Argentina: Género y alto rendimiento. En prensa.
- Hijós, N. (2018). Buenos Aires como ciudad deportiva: camino a los Juegos Olímpicos de la Juventud 2018. En B. Mora Pereyra (Coord.), *Deporte y sociedad Encontrando el futuro de los estudios sociales y culturales sobre Deporte* (pp. 312-325). Montevideo, Uruguay: CALCO.
- Judge, L. W., Petersen, J. y Lydum, M. (2009). The Best Kept Secret in Sports: The 2010 Youth Olympic Games. *International Review for the Sociology of Sport*, 44, 173-191 <http://dx.doi.org/10.1177/1012690209335939>
- Martínez, J. B. (14 de julio de 2018). Mundial 2018: La fuerza de los voluntarios. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/deportes/mundial-2018-rusia/20180714/45883236007/mundial-rusia-2018-voluntarios.html>
- Melo, S. (1 de agosto de 2018). Coca Cola, un espónsor poco saludable. *Pelota de Trapo*. Recuperado de <https://www.pelotadetrapo.org.ar/2013-09-05-12-30-19/2018/4545-coca-cola,-un-esp%C3%B3nsor-poco-saludable-2.html>
- Moreira, V. e Hijós, N. (2013). Clubes deportivos, fútbol y mercantilización: los casos de Boca Juniors e Independiente en Argentina. *Question*, 1(37), 149-162.
- Morresi, C. (29 de septiembre de 2018). Políticas y presupuestos. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/145212-politicas-y-presupuestos>
- Pardo Gila, J. M. y Calle Molina, M. T. (2016). Los Juegos Olímpicos de la Juventud y las redes sociales (2010-2014): Evolución y retos en las nuevas formas de comunicación para la transmisión de valores olímpicos. *Citius, Altius, Fortius*, 9(2), 17-30. <http://dx.doi.org/10.15366/citius2016.9.2.002>
- Scribano, A. (2017). En A. Scribano y M. Aranguren M. (Comp.), *Aportes a una sociología de los cuerpos y las emociones desde el Sur* (pp. 331-353). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Estudios Sociológicos Editora.
- Sennett, R. (22 de junio de 2018). Conferencia magistral: Ciudad abierta. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.
- Stewart Usher, L. (2016). Diplomacia y deportes. Los Juegos Olímpicos de la Juventud Buenos Aires 2018 (Tesis de grado en Gobierno y Relaciones Internacionales). Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Argentina de la Empresa (UADE), Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Wong, D. (2011). The Youth Olympic Games: Past, Present and Future. *The International Journal of the History of Sport*, 28 (13), 1831-1851. <http://dx.doi.org/10.1080/09523367.2011.594687>
- Yúdice, G. (2008). Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social?. *Alteridades*, 18(36), 47-61.
- Zukin, S. (1995). Whose culture? Whose city?. En *The culture of cities* (pp. 1-15). Oxford, Inglaterra: Blackwell Publishers.