

Hace 50 años...

La Misión Argentina



Voces de radio

Fue, en su momento, un suceso de cierta importancia. Durante poco más de tres días, y en lugares muy distintos del país, hombres y mujeres que jamás se habían interesado por tal cuestión, incluso los niños en los recreos escolares, escuchaban con profunda atención la radio para saber qué pasaba en Nürburgring, donde la lluvia parecía eterna. Sin embargo, toda esa emoción, toda la preocupación y toda la conmoción sostenidas por las voces que relataban lo que allí sucedía ya no parecen tener significación alguna. Sin piedad, el tiempo fue borrando el recuerdo de aquel hecho. De cualquier modo, evidencias fílmicas y objetos se conservan para quienes lo consideran un particular acto épico digno de remembranza, aun bajo el riesgo del pensamiento nostálgico que supone que todo tiempo pasado fue mejor.

Telegrama

FELICITO AL SENOR PRESIDENTE DE LA IKA-RENAULT POR LA BRILLANTE ACTUACION DE LOS AUTOMOVILES TORINO EN NURBURGRING PUNTO ESOS TRES ALTOS EXPONENTES DE LA INDUSTRIA NACIONAL FUERON LAS HERRAMIENTAS APROPIADAS PARA QUE LA MISION ARGENTINA PUDIERA LOGRAR LA DESCOLLANTE ACTUACION EL SALUDO QUE HICE LLEGAR A LOS VOLANTES Y TECNICOS QUE INTEGRARON EL GRUPO AGREGO MI FELICITACION A ESA EMPRESA QUE TUVO TANTA PARTICIPACION EN ESTE BRILLANTE HECHO PARA NUESTRO HISTORIAL DEPORTIVO - JUAN CARLOS ONGANIA-

PRESIDENTE DE LA NACIÓN

La carrera de Nürburgring fue algo más que un hecho deportivo, aunque el presidente de facto Juan Carlos Onganía, regido por las protocolares palabras de un telegrama y ya jaqueado por el Cordobazo, lo redujese a ello. La participación en la competencia conocida como “La maratón de la ruta” tenía la finalidad de promover la comercialización del Torino, un auto rediseñado en Argentina y fabricado en su mayoría con autopartes nacionales. Más allá de esta intención primera, lo sucedido en Alemania –incluso por inesperado– dio lugar a esa fatídica mezcla en la que un acto deportivo se amalgama con un sentimiento de carácter nacional que no pocas veces roza el chauvinismo, promoviendo cuestionables lecturas políticas. No debemos olvidar cómo, casi una década más tarde, un mundial de fútbol le daba oxígeno a una dictadura cívico-militar que en esos momentos torturaba, secuestraba y forzaba la desaparición de personas. Retomando este problema para el hecho particular del cual estamos tratando, consideremos las siguientes palabras de Hugo Semperena:

Su presentación y posterior aceptación en el mercado produjo sensaciones totalmente ambivalentes. A los buenos comentarios de la prensa especializada, les siguió buena parte del público, que se sintió atraído por el nuevo modelo de IKA, que, además, se trataba de una cupé. Pero otra parte del público, en especial el más ligado a los “fierros”, lo rechazó de plano. ¿Qué ocurrió? Tal como se acostumbra casi desde los inicios de la historia del automóvil, IKA decidió que la mejor forma de promocionarlo era a través de las carreras, de acuerdo con el conocido refrán “*Win on Sunday, sell on Monday*” (“Ganar el domingo y vender el lunes”).

Para ello, eligió la categoría con más arraigo del automovilismo criollo: el Turismo de Carretera. Categoría entrañable, pero con las preferencias repartidas entre dos marcas con demasiada tradición como Ford y Chevrolet, desde la época de los Gálvez y Fangio, y por ese entonces renovada con los duelos entre los Emiliozzi y Casá defendiendo a la marca del óvalo, y Cupeiro, Pairetti y Bordeu por el lado del “Chivo”. Además, por ese entonces, los autos conservaban todavía las siluetas nostálgicas de las cupecitas de los cuarenta. Pero, de repente, aparecen estos autos “de calle” pero superveloces, gracias a la varita mágica de un tal Oreste Berta, y fue demasiado. El Torino pasó a ser el malo de la película, el que vapuleaba a sus rivales, los cuales, en inferioridad de condiciones, se debatían infructuosamente y se terminaban rindiendo ante no uno sino tres autos plateados (luego fueron más) que formaron aquella sigla histórica: CGT (Copello, Gardassi y Ternengo).

Así, el nuevo auto fue rechazado, atacado (literalmente hablando) por el común de la gente. Fue muy duro, y los fanáticos de Ford y Chevrolet no aceptaron el Torino, hasta que el milagro se produjo.

Nace el mito. Y entonces, el auto con entrañas norteamericanas y cirujano italiano termina por bautizarse como “argentino hasta la muerte” en... ¡Alemania!

Como todo mito, porta enseñanzas, pero también la clausura de la reflexión.

¹ Cipolla, F. H. (2015). *El Torino. Historia de una proeza industrial, tecnológica y deportiva*. Buenos Aires: Lenguaje claro Editora, pp. 13-14.

La Misión Argentina

El nombre que asumió todo el equipo responsable de los Torinos en Nürburgring –“La Misión Argentina”– refleja la perspectiva de corte nacional que suele acompañar a este tipo de competencia deportiva, sin la cual sería imposible capturar el interés público. Pero, más allá de esta lectura, es significativo tomar conciencia de los enormes obstáculos que se debían resolver solo para llegar a tener los autos en la pista. La prueba en sí misma era de una dificultad cuasi inconmensurable. Se llevaron a Europa tres Torinos para competir y uno muleto, los cuatro preparados por Oreste Berta en Córdoba. Recordemos que la producción se realizaba en la fábrica de IKA-Renault con sede en Santa Isabel y que era heredera de un proyecto de producción automotriz logrado por un acuerdo entre el Estado argentino y las Industrias Kaiser a mediados de la década de 1950. Por aquel convenio, los autos no solo serían ensamblados aquí, además tendrían piezas de producción nacional, promoviendo el desarrollo industrial de la fabricación de autopartes.

Antes del inicio de la carrera, dos de los Torinos quedaron inutilizados. Aunque uno de ellos pudo ser reconstruido, no quedó en su mejor performance. La anécdota sobre uno de esos accidentes refleja la capacidad de liderazgo de Juan Manuel Fangio y pone en cuestión el problema de la verdad. Así lo cuenta Oreste Berta:

Cuando salimos para Alemania, íbamos a correr en una clase; cuando llegamos allá, decidimos correr en la clase mayor. Modificamos los guardabarros, modificamos las cubiertas, el tipo de ruedas. Casualmente, con ellas yo tuve un problema, tuve un serio accidente debido al apuro para hacer estas ruedas, pero el proveedor en la Argentina hizo modificaciones, cargaron las ruedas en un avión y tuvimos lo necesario para poder correr. Salí a probar el auto, realmente estaba muy preocupado: los pilotos decían que ese auto no funcionaba bien. Salí, lo probé. Realmente estaba muy difícil de manejar. Paré en los boxes, me hice ajustar el cinturón –tenía un cinturón de tipo paracaidista–. Me hice cambiar el casco porque me quedaba flojo. Di Palma me trajo otro casco y salí de nuevo de los boxes y en la segunda curva seguí de largo, caí en un precipicio, el auto se destruyó completo; yo salí indemne. Volví caminando a los boxes y le fui a decir a Fangio que había destruido el auto, que no sabía qué había pasado, pero que el auto estaba totalmente destruido. Entonces, él me dijo “vamos a ver lo que pasó”. Subimos en el auto particular de él, fuimos hasta el lugar. Me decía que no podía ser que hubiera pasado algo, viéndome preocupado como yo estaba, viendo todo lo que yo había hecho, que nadie tenía accidentes cuando se tomaba las cosas tan en serio. Los accidentes solo ocurrían cuando alguien estaba muy cansado o estaba muy despreocupado, pero no en el caso mío. Yo le dije que no, el problema fue mío, no del auto. Llegamos al lugar, yo bajé a ver lo que había quedado y cuando subo me dice “vení a ver esto”.

Me mostró las marcas del aluminio de la rueda. Unos quince o veinte metros antes de la curva la rueda se había roto. Lo miramos; evidentemente, esa era la explicación de lo que había pasado, y me dijo: “Pero esto es entre vos y yo, los pilotos no tienen que enterarse de lo que pasó, seguí cargando con la culpa, más adelante se sabrá”.²

Tras dos días de competencia, solo quedó en pie el tercer Torino. Por ello, es interesante la recomendación que, casi al término de la carrera, Juan Manuel Fangio hizo a Oreste Berta cuando le sugirió regular la marcha. Es que no se trataba de salir primero forzando el auto y arriesgando un abandono que los dejara sin nada: si terminaban en alguno de los primeros puestos era, sin duda, un triunfo para la tecnología del Torino, un auto desconocido a su llegada y por el cual nadie en Nürburgring hubiera apostado demasiado.

Final de carrera

Durante cuatro días, gran parte de la población estuvo sumergida en esa extraña atmósfera onírica definida por un logro que mostraba cómo se desplaza el límite de lo imposible, cómo se define la percepción de que, a partir de ahora, las cosas serían distintas. ¿O acaso no quedaba en evidencia que había capacidad tecnológica para un desarrollo propio? Los autos en Alemania parecían sostener el paso y dar certeza a la perspectiva de que, con un poco de voluntad y buena intención, se podrían abordar y resolver los problemas que marcaban la realidad social en la Argentina. La dureza de la dictadura se disolvía bajo el símbolo de una bandera a cuadros.

Pero estas formas del sueño social no son únicas ni son propias. Algo similar, en una dimensión mucho mayor, modelaba la lectura de un acontecimiento ocurrido tan solo un mes antes. La llegada del hombre a la Luna se mostraba como un punto de inflexión en la historia de la humanidad. Cientos de millones de personas expectantes, un recibimiento multitudinario y, sin embargo, nadie se interesó por los subsiguientes viajes de las misiones Apolo. Después de todo, el mundo había cambiado menos con el paso de Armstrong que con el ojo de Galileo observando, en el siglo XVII, la superficie lunar a través de la lente del telescopio.

¿Qué importancia podría tener el hecho que aquí relatamos? ¿Qué valor pedagógico le asignamos frente a tantas temáticas exigidas a la educación? Una competencia de autos parece un tema trivial. No obstante, las lecturas sobre la carrera de Nürburgring de 1969 portan perspectivas sobre el problemático crecimiento industrial de la Argentina. La planta de Santa Isabel nació marcada por

² *La Misión Argentina*, de Adrián Jaime (2014).

una perspectiva sobre el desarrollo automotriz de una empresa de origen norteamericano con una política productiva en los países en vías de desarrollo muy diferente a la que tenían General Motors, Ford o Chrysler, tres compañías que dominaban el mercado. El Torino fue la expresión material de esa perspectiva. Con el tiempo, la planta se transformó para asumir su nueva identidad vinculada a Renault.

El último Torino se produjo en el año 1981 en un mundo en el cual ya no podía tener lugar. En 1973, tras la guerra de Yom Kipur y el boicot petrolero, hubo un giro sobre el uso de combustibles fósiles. Aunque las sociedades siguieron siendo dependientes del petróleo, sus caras se fueron transfigurando. Comenzaba el declive del Estado de bienestar. Poco después llegarían autos más eficientes y la revolución conservadora de Margaret Thatcher y Ronald Reagan.

Respecto de la trivialidad o banalidad de los temas, bien vale recordar las palabras de Stephen Jay Gould: “Todo aquel que no capte la íntima yuxtaposición que se da entre lo vulgar y lo académico tiene una visión de la vida o bien excesivamente refinada, o bien excesivamente compartimentada. La fascinación abstracta y la visceral son igualmente válidas y no están tan lejos la una de la otra”³.

³ Gould, S. J. (1995). *La sonrisa del flamenco*. Barcelona: Crítica, p. 56.