

La Copa América Centenario en Perú: una revisión discursiva a su cobertura y tratamiento televisivo.

The Copa America Centenario 2016 in Peru: a discursive review of its television coverage and treatment.

Alonso Pahuacho Portella¹
Pontificia Universidad Católica del Perú

Resumen

El presente artículo analiza la forma en que la prensa televisiva peruana construyó discursivamente los enfrentamientos futbolísticos entre la selección nacional y las selecciones de Ecuador y Brasil en el marco de la Copa América Centenario. En primer término, nos enfocamos en el examen de las características técnicas de la cobertura televisiva del encuentro, aspectos vinculados a los medios a través de los cuales se emitió el partido, el grupo periodístico que estuvo a cargo de tal tarea y los anunciantes publicitarios que se hicieron presentes. Luego, a través de la herramienta metodológica del Análisis Crítico del Discurso (ACD) y el cuadrado ideológico, se revela la manera en que la prensa peruana representó dicho enfrentamiento futbolístico, donde se construye una suerte de dicotomía entre la habilidad técnica peruana frente a la fuerza y rudeza ecuatoriana. Este examen nos lleva a concluir que existió una clara estrategia de enaltecimiento hacia la actuación de la selección peruana frente a la minimización de la participación ecuatoriana; así como de tratamiento de “gesta épica” el triunfo ante Brasil sin importar que fuera con el antebrazo, reforzándose en ese mismo proceso estereotipos naturalizados desde hace muchas décadas entre ambas naciones.

Palabras clave: periodismo deportivo, análisis del discurso, Copa América Centenario, fútbol peruano, fútbol ecuatoriano.

Abstract

This article analyzes the way in which the Peruvian television press discursively constructed the football clashes between the national team and the national teams of Ecuador and Brazil within the framework of the Copa América Centenario. First of all, we focused on the examination of the technical characteristics of television coverage of the match, aspects linked to the media through which the game was broadcast, the journalistic group that was in charge of this task and the advertising that were presented. Then, through the methodological tool of the Critical Discourse Analysis (ACD) and the ideological square, the way in which the Peruvian press represented that football match is revealed, where a kind of dichotomy is constructed between the Peruvian technical skill against the Ecuadorian strength and rudeness. This examination leads us to conclude that there was a clear strategy of exaltation towards the performance of the Peruvian national team in the face of the minimization of Ecuadorian participation. This analysis also points to the

1 Licenciado en Periodismo de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Magíster en Estudios Culturales de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Doctorante en Estudios Culturales de la Universidad Autónoma de Barcelona, Investigador de la CLACSO. Correo electrónico: a20059052@puccp.pe

irruption of the expression “epic deed” to refer to the victory against Brazil, regardless of whether the Peruvian goal was scored with the forearm, reinforcing stereotypes naturalized for many decades between both nations in the same process.

Key words: sports journalism, critical discourse analysis, Copa América Centenario, peruvian soccer, ecuadorian soccer.

Recibido: 31 de septiembre de 2016.

Aceptado: 20 de octubre de 2016.

A. Tipo de transmisión

En Perú los derechos para transmitir la Copa América Centenario fueron adquiridos por América Televisión (Canal 4), un medio de capitales privados pero de señal abierta. América, a su vez, es parte de un consorcio denominado Plural TV, conformado por los dos grupos periodísticos más poderosos e influyentes del medio peruano: el grupo *El Comercio* (con el 70% de las acciones representativas de Plural TV, y el Grupo *La República* con el 30% restante). Ambos colectivos, a su vez, son dueños de los dos diarios de mayor lectoría y larga trayectoria en el país andino, de nombres homónimos a los grupos.

En un inicio, los hinchas peruanos imaginaron que canal 4 iba a transmitir todo el torneo en vivo, pero se dieron con una ingrata sorpresa. Fue así que existieron algunos partidos que se emitieron en diferido, especialmente los de la primera ronda (Panamá-Bolivia, Estados Unidos-Costa Rica, Chile-Bolivia). Esto, según revelaron diversos medios, se debió a que algunos partidos de la Copa se cruzaban en horario con tres programas estelares de la parrilla de América TV: el *reality* juvenil de competencias físicas “Esto es Guerra”, la telenovela de producción nacional “Al fondo hay sitio” y el *reality* de baile “El Gran Show”². Ante la disyuntiva, se especuló que los directivos televisivos habrían preferido apostar por su programación tradicional ya que ésta obtendría picos de rating más altos que los encuentros anteriormente referidos. Otra cuestión a considerar es que

2 Incluso, tanto Esto es Guerra como El Gran Show eran promocionados en plena transmisión de los partidos de la selección peruana.

los partidos de la primera fecha del grupo C (Jamaica-Venezuela y México-Uruguay) que se disputaron el domingo cinco de junio no se emitieron en directo debido a que ese día se realizó el balotaje presidencial en Perú, por lo que el canal 4 estuvo dedicado por entero a la cobertura de tal evento político.

En consecuencia con lo dicho, las llamadas “previas” fueron muy reducidas de tiempo y para el caso del post-juego, este simplemente no existió en este canal³. En los partidos de la selección peruana las previas fueron con treinta minutos de anticipación, mientras que con el resto de selecciones apenas quince. Canal 4 envió dos reporteros a Estados Unidos a realizar la cobertura del equipo peruano: Juan Carlos Orderique y Vladimir Vicentelo. Durante las previas, se mostraban imágenes de la dupla grabadas con anterioridad al encuentro, es decir, no hubo enlaces en vivo. La televisión transmitía *bites* de entrevistas a los jugadores peruanos realizadas en los entrenamientos matutinos y, ocasionalmente, a algún miembro del comando técnico (el asistente Nolberto Solano) o dirigente (gerente deportivo Juan Carlos Oblitas).

Esta información servía de insumo para los comentarios del equipo de periodistas encargado de transmitir el partido para todo el Perú. Estuvo conformado por cuatro personas, todos varones, tres periodistas y un director técnico. El primero, Toño Vargas, un relator con amplia experiencia en el país andino, cuestionado en la actualidad

3 El post-juego, que incluyó la cobertura de las conferencias de prensa de los DT de los rivales de turno así como las entrevistas a los jugadores en la denominada “zona mixta” dentro de los estadios de la Copa, fue cubierta en vivo ampliamente por Movistar Deportes, canal de cable peruano, que también envió un reportero al evento en Estados Unidos.

por su uso excesivo de frases hechas en las transmisiones deportivas tales como “amigos de la televisión deportiva de la patria”, “la hora es la hora”, “se sienten pasos en el arco de...”, etc. No obstante ello, ha sido “la voz” de la selección peruana desde la década de 1990 en cada partido que ha jugado Perú a través de la pantalla de América TV. Hay que anotar que a lo largo de las emisiones, Vargas casi no aportaba ningún comentario ni análisis más allá de su narración, salvo algún dato histórico empleado para contextualizar al partido de turno.

La dupla de periodistas encargados del análisis estuvo conformada, para todos los partidos de Perú, por Gonzalo Núñez y Erick Osoreo. Núñez es un abogado que ejerce el periodismo deportivo televisivo desde 1992 y fue considerado “la cara” de los deportes en el canal 4 por más de veinte años⁴. Sin embargo, su trayectoria no ha estado exenta de polémica, pues es recordado por usar un lenguaje políticamente incorrecto en las transmisiones de los partidos de la selección peruana, incluyendo lisuras y groserías. A raíz de ello se ganó el apelativo de El Loco. Si bien algunos entienden que se trata de la pasión que puede generar la selección nacional y, a fin de cuentas, el periodista es un peruano más, Núñez ha reconocido sus excesos en los últimos años y cambió su forma de expresarse en las coberturas de la selección a través de América TV. Por ejemplo, en la edición de la Copa América Centenario, no osó lanzar su característico “vamos Perú carajo” al inicio de los partidos. Erick Osoreo, en contraparte, sí estudió periodismo y posee un tono más conciliador que polémico. La visión de este periodista sobre el equipo peruano que participó en la Copa fue, en líneas generales, positiva, pues según su pensamiento aquel torneo debía servir para probar jugadores de cara a las Eliminatorias al Mundial.

El último miembro del equipo fue José Guillermo del Solar (*Chemo*), exjugador de la selección peruana en la década de los 90 y actual entrenador del club Sporting Cristal. No era la primera incursión de Del Solar en la televisión, pues se había estrenado un año antes en el mismo torneo, en Chile, y por la misma casa televisora. Se entendía que con la presencia de *Chemo* en los comentarios se podía tener una doble perspectiva útil para el análisis: la experiencia de haber sido jugador de la selección (y haber participado en Copa América) junto con el aporte que un técnico de fútbol brinda en aspectos vinculados a las tácticas y estrategias dentro del partido. Aun cuando las aportaciones de Del Solar podían ser muy útiles respecto a esto último, fue duramente criticado por los hinchas peruanos, pues su equipo, la USMP, marchaba penúltimo en el torneo peruano al momento de desarrollarse la Copa América Centenario. De esta forma muchos hinchas, irónicamente, comentaban el porqué Del Solar no aplicaba todo lo que “pregonaba” en la televisión a su propio equipo.

En cuanto a los anunciantes que se hicieron presentes durante las transmisiones de los partidos de Perú, podemos clasificarlos en tres tipos: los patrocinadores oficiales, sponsors eventuales y publicidad estatal. Los patrocinadores oficiales son empresas que han acompañado a la selección peruana desde hace muchos años e invierten fuertes sumas de dinero tras cada proceso de Eliminatorias. Por un lado, se encuentra la transnacional de bebidas gaseosas Coca Cola, que utilizó el slogan “Siente el sabor del fútbol” para su campaña dedicada a esta Copa América. Junto a ella, la cerveza considerada más tradicional en el país andino “Cristal” también apostó por un spot que simulaba una reunión de amigos –con cajas de cerveza en mano– en un barrio limeño para ver los encuentros de la selección.

Por *sponsors* eventuales entendemos aquellas empresas que realizan una inversión económica en determinadas circunstancias (un torneo importante, algún partido definitorio, etc.) en las transmisiones de los partidos de

4 Gonzalo Núñez dejó de trabajar en América TV en diciembre de 2017. Actualmente es el conductor principal del programa Exitosa Deportes, por Radio Exitosa (canal 11).

Foto 1. Spot de fideos *Lavaggi*.

la selección peruana a fin de hacer visible su marca pero que no se caracterizan por un apoyo sostenido al equipo bicolor. Entre estas figuraron aquellas que fueron mencionadas en el mismo partido (con un llamado en las repeticiones o al recordar el tiempo y marcador) como la empresa de telefonía Claro y la entidad financiera Caja Piura. Otras apostaron por colocar sus spots en los comerciales que se dieron tras el medio tiempo. Podemos mencionar a Inkafarma (Farmacias), *Gillete* y *Old Spice* (Cuidado personal masculino), *Lavaggi* (Fideos), Foto 1, Plaza Vea (Supermercados) y Cemento Andino (Materiales de construcción).

En tercer término, debemos mencionar la publicidad estatal que estuvo presente con dos comerciales: uno del Gobierno del Perú propiamente dicho, y el otro del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (Senamhi), la entidad pública encargada de brindar información sobre el tiempo, clima y el agua en el país incaico. El primer spot versaba sobre la importancia de ir al colegio y, sobre todo, el culminarlo, a fin de poder conseguir un buen trabajo o seguir progresando en los estudios. Las imágenes estaban cargadas de niños y jóvenes de todas las regiones del Perú quienes muy contentos, con sendos libros bajo los brazos, iban al colegio al son de una pegajosa canción. En el segundo, el Senamhi alertaba sobre la llegada de temperaturas bajas, sobre todo en las zonas de la sierra del



Foto 2. Spot el Gobierno peruano.

Perú. Se combinaba a los padres a que tomen las debidas precauciones, tanto con los niños y los ancianos, y se abriguen contra el cambio de clima. Es interesante notar como el Estado peruano, sabiendo del gran interés que concita el fútbol en su territorio, se aprovecha de esto e invierte dinero en un canal privado para difundir de forma masiva sus mensajes, a sabiendas que seguramente muchos niños y adolescentes estarán viendo los partidos de la selección. Precisamente, tanto niños y adolescentes son su público objetivo final en ambos comerciales. Se trata, ciertamente, de una estrategia novedosa en el país andino y que seguramente será imitada en el futuro.

Para el encuentro Perú-Ecuador, válido por la segunda fecha del grupo B, canal 4 no realizó evocaciones a alguna posible rivalidad futbolística entre ambos países. Quizá se deba, en parte, a que ambas selecciones no se enfrentaban desde 1995 en este tipo de torneos. En cuanto a Eliminatorias, Ecuador ha tenido un marcado predominio en las últimas décadas. Fue recién en junio de 2013 que la selección peruana pudo derrotar a su par ecuatoriana luego de treinta y seis años jugando como local y en el 2017 obtuvo su primer triunfo jugando como visitante en Quito en su camino al Mundial de Rusia. En general, la transmisión de canal 4 se caracterizó por lo corto de su duración, dejando prácticamente todo su contenido a la visualización y narración del partido en sí.

Partido: Perú- Ecuador (Phoenix: 08 de junio de 2016).

B. Así nos vimos:

En este apartado discutiremos la imagen que construyó la transmisión televisiva peruana sobre el “nosotros” nacional (representado simbólicamente por la selección de fútbol incaica) en el partido Perú-Ecuador. En ese sentido, debemos precisar la perspectiva metodológica que guía esta parte de la pesquisa: el Análisis Crítico del Discurso (en adelante ACD). En la actualidad, coexisten diversos modelos dentro del ACD tales como el Enfoque Histórico-Discursivo (Wodak, 2003), la Psicología Discursiva (Edwards y Potter, 1992), la Lingüística Sistémico-Funcional (Halliday, 1994) y el enfoque Tridimensional (Fairclough, 1992), entre otros. Para el presente caso, utilizaremos el análisis discursivo sociocognitivo postulado por Van Dijk (2012) en la medida en que sirve mejor para los objetivos que perseguimos, a saber, revelar la forma en que la ideología nacionalista (peruana) se hace presente dentro de las transmisiones deportivas, en particular en el enfrentamiento que ésta tuvo con su similar de Ecuador.

Una de las herramientas utilizadas por Van Dijk dentro de su método de ACD es el denominado “cuadrado ideológico” (Van Dijk, 1999) el cual permite estudiar la forma en que los discursos se polarizan bajo la representación del nosotros (endogrupo) y los “otros” (exogrupo). La lógica de este instrumento se basa resaltar lo positivo del nosotros y lo negativo de los otros a través de cuatro movimientos que son las aristas del cuadrado ideológico:

1. Enfatizar lo positivo del nosotros.
2. Desenfatar lo negativo del nosotros.
3. Enfatizar lo negativo de los otros.
4. Desenfatar lo positivo de los otros.

En este punto, en la búsqueda de analizar la forma cómo la transmisión televisiva peruana se “vio” a sí misma (es decir, construyó

discursivamente a la selección de Perú), examinaremos las dos primeras cláusulas que hablan del “nosotros” nacional con el objetivo de ubicar la presencia de la ideología nacionalista en los comentarios vertidos durante el partido por los periodistas a cargo.

Perú se adelantó rápido en el marcador con dos goles antes de los quince minutos de juego. Ello contribuyó en gran medida a que los conductores de la transmisión peruana vuelquen al aire una serie de adjetivos positivos sobre el desempeño del equipo peruano (enfatar lo positivo del nosotros). Un primer elemento en ser destacado fue la participación del delantero Paolo Guerrero. Erick Osoreo fue quien más resaltó las habilidades de este futbolista a lo largo del partido. Según el periodista peruano, Guerrero “en dos jugadas dejó bien en claro que Ecuador no la va a tener nada fácil”, además de que “lo han querido mover esos gigantes ecuatorianos y no han podido” en clara referencia a las constantes fricciones de este jugador ante las defensas rivales. Ya en otra ocasión (Pahuacho, 2014) hemos señalado la importancia que suscita Guerrero dentro de la prensa deportiva peruana, siendo construido habitualmente como un nuevo héroe nacional. En esta Copa América Centenario, Guerrero fue el capitán del equipo peruano y el hombre de más experiencia en todo el plantel, y la expectativa que generaba su presencia no pasó desapercibida ni para los periodistas y mucho menos la hinchada peruana.



Foto 3. Perú y Ecuador saltan a la cancha.

Los periodistas peruanos empezaron a construir discursivamente el partido a través de la dicotomía habilidad-fuerza. La primera característica estuvo representada por la propuesta peruana, especialmente en el primer tiempo; mientras que la fuerza le fue atribuida al equipo rival en razón de su mejor condición física y mayor envergadura. Según la transmisión de canal 4, el equipo peruano “ganaba bien y por ratos jugaba bonito” e incluso se daba el tiempo para “desactivar a la fuerza de Ecuador, que no encontraba el balón y debía recurrir a faltas si quería recuperarlo”. Otro elemento ensalzado fue la “sorpresa” de Perú, en el sentido en que se adelantó en el marcador muy temprano en el partido. “Ecuador ha sido sorprendido”, “Ecuador no sabe qué lo golpeó, no sabe qué le pasó”, “Perú sorprende a Ecuador yendo a buscar el partido más arriba de lo esperado”, “El equipo peruano tiene claro el concepto de que tiene que ir al partido a buscarlo, a ganarlo”, fueron algunos de los comentarios emitidos al aire.

Los momentos en donde se intentó invisibilizar lo negativo del nosotros fueron pocos, pero significativos. En medio de su relato y tras el segundo gol peruano, Toño Vargas pronunció casi en forma de reclamo: “Yo me he cansado muchas veces de relatar partidos donde [los jugadores peruanos] setenta mil veces han llegado al arco y no hacen gol y aquí en este partido imagínate en el primer tiempo dos goles, es alentador”. Esto, evidentemente, es un elogio a la efectividad inca en aquel partido, pero al mismo tiempo una crítica a las performances anteriores de la selección andina. Sumado a ello, luego del empate ecuatoriano en el inicio del segundo tiempo, Vargas añadió: “A ver si aparece la fortaleza y capacidad del equipo”. Este comentario puede entenderse también desde las texturas que se ocultan en su superficie: que, efectivamente, ni la fortaleza (en este caso mental) ni la capacidad han sido virtudes del equipo peruano en los últimos tiempos y es por ello que el relator las exigía en aquellos momentos de tensión, cuando el rival encimaba y los incas debían resistir el empate.

En lo que respecta a los términos o expresiones concretas para referirse al equipo peruano o al Perú de manera metonímica a través del significante “selección nacional”, se utilizaron casi siempre de manera general calificativos tales como “escuadra nacional”, “la bicolor”, “cuadro peruano”, etc. Además, el relator Vargas empleó frases que incluían verbos en indicativo presente y el pronombre personal “nos” que introduce su enunciado en modo elocutivo, creando un nosotros nacional relacionado a la selección de fútbol. Esto, por ejemplo, se evidenció en el relato flemático del gol peruano: “Gol Coca Cola, Christian Cueva **nos permite** cantar esa bendita palabra llamada gol, para todo el país, la señal potente de América Televisión, con el estruendo de nuestra pantalla para celebrar esta conquista peruana, el camino de la victoria en Phoenix Arizona”. Otro caso de metonimia se produjo cuando Gonzalo Núñez criticó a la defensa rival apuntando que “Ecuador da muchas licencias en defensa y **nosotros debemos** aprovecharlas”. Evidentemente, ese “nosotros” cumplía una función de representar no solo al equipo peruano, sino a los propios periodistas en la cabina de transmisión y, aún más, a todos los peruanos viendo el partido a través de las pantallas de América.

C. Así los vimos:

Continuando con el movimiento del cuadrado ideológico, en esta sección presentaremos cómo se construyó discursivamente la identidad ecuatoriana en la transmisión televisiva peruana a través de las premisas que enfatizaron sus aspectos negativos y mitigaron sus aspectos positivos. De acuerdo al contexto del partido, con un equipo peruano que se puso adelante por dos goles antes de los quince minutos, las principales críticas de los comentaristas peruanos a Ecuador fueron hacia su defensa. Así, Osorio afirmó que el jugador peruano Cueva “terminó ridiculizando al defensa Achillier en el primer gol” y que el equipo del norte se mostraba “claramente

desencajado, enojado y frustrado”, tras los primeros minutos de dominio peruano. En esta última clausula, vemos que el marcador modal epistémico “claramente” evidencia un alto grado de certeza respecto al contenido del enunciado que afirma el periodista, lo que respaldaría el hecho de resaltar los aspectos negativos del Ecuador. Otros casos, en el mismo sentido, están dados por las siguientes expresiones emitidas durante la transmisión (siempre refiriéndose al equipo ecuatoriano): “Dan muchas licencias defensivas” y “Ha defendido muy mal”.

Desde la segunda arista del cuadrado, se intentó minimizar los aspectos positivos del rival. Aquí los discursos se articularon desde una triple perspectiva: se reconoció la superioridad del rival (era el puntero de las Eliminatorias al Mundial a la fecha del partido) pero esta quedó opacada por el desempeño de un equipo de menor categoría (el peruano) al que Ecuador no le pudo ganar aun siendo el favorito; luego se valoró el físico de Ecuador como algo positivo y que podría generar un peligro para los peruanos, aunque una vez más para los discursos de la televisión incaica la habilidad y técnica de los suyos pudo prevalecer ante la corpulencia de sus rivales y, finalmente, se desmerecieron los goles del equipo ecuatoriano al postularse la idea de que el equipo peruano habría fallado en realizar la trampa del fuera de juego. Es decir, los goles rivales fueron por errores propios y no por virtudes de ellos.

Para el primero caso, frases pronunciadas al aire como “Perú ha salido con convicción y olvidándose seguramente de las múltiples proclamas de la superioridad del equipo ecuatoriano”, “Inesperado para Ecuador ir perdiendo 2-0 a los quince cuando saltaban a la cancha como favoritos” y “Pensé que Ecuador nos podía hacer una diferencia grande y Perú ha hecho que esa diferencia sea pequeñita”, reflejan fielmente este propósito. Los comentaristas peruanos no dudaron en reconocer la superioridad ecuatoriana desde antes del partido, tanto por actualidad como ranking FIFA. La idea que empezaron a

construir a lo largo de su transmisión fue que el equipo peruano podía competir de igual a igual con su rival –de hecho lo hizo- e incluso lo sorprendió de arranque con dos goles, para regocijo de los hinchas de la selección incaica.

Un segundo vector fue la valoración hacia el físico de los futbolistas ecuatorianos, que se hizo de forma recurrente durante el partido. Como se adelantó líneas arriba, la televisión peruana planteó la dicotomía fuerza-habilidad al momento de representar –estereotipadamente quizá- a ambas selecciones. Entre las expresiones más resaltantes emitidas encontramos: “Hay dos centrales que son dos torres, Achillier y Mina”, “Iba con fuerza Enner Valencia”, “Es difícil soportar a los de arriba por el físico que tienen, cómo se comportan”, “Mina es un ropero”, “Es un tractor Valencia”; e incluso esa fuerza cruza muchas veces el límite de lo permitido como lo señala Osoreo con el siguiente comentario “Paolo Guerrero tiene que tener claro que todo el partido le van a dar, no lo van a dejar respirar”.

Pero, ¿por qué resaltar el físico tendría una connotación negativa dentro del contexto del partido? ¿No es acaso el culto al cuerpo o la velocidad las nuevas armas de un nuevo estilo que marca la forma de juego en las ligas más competitivas del deporte rey? No negaremos aquí que un buen estado físico es importante para el desarrollo del juego, sin embargo, la historia del fútbol peruano se nutre más de pasajes vinculados a la técnica, habilidad, toque, elegancia que a la rudeza, velocidad, estado físico, etc. Quizá -y aquí nos aventuramos en lanzar alguna posible hipótesis- en medio de los comentarios los periodistas peruanos (re)produjeron un ideal soterrado, un llamado por recuperar la vieja identidad perdida de la recordada generación dorada de 1970. Como se comenta en el país incaico a modo de broma, probablemente ese ideal sea siempre la apuesta por un equipo “de buen pie”.

Desde un tercer ángulo, el equipo periodístico peruano desmereció el empate ecuatoriano

ya que se señaló que lo goles rivales habrían llegado a causa de errores de la zaga peruana. En un primer momento, en el descuento norteño en el primer tiempo, el relator Toño Vargas no cantó inmediatamente “Gol de Ecuador” sino que lanzó la frase “¿Dónde está la bandera?” como insinuando que habría existido un fuera de juego y que el juez de línea debía anular la jugada. Luego, con el 2-2 ya sobre la marcha, Osorio sostuvo que “los dos goles de Ecuador han sido producto de dos errores en la ejecución de la trampa del *off side*” lo que también sugiere la idea de un Ecuador inferior a Perú en el trámite del partido y que encontró el empate no por méritos propios.

Por otro lado, también se construyó otro tipo de discurso que no encajó exactamente en la lógica del cuadrado ideológico pero que sí es posible ubicar dentro de la representación de la alteridad Perú/Ecuador en la transmisión del partido que enfrentó a estos equipos. Nos referimos a los comentarios que ensalzaban de manera directa a los jugadores ecuatorianos por parte de los comentaristas peruanos sin desenfatar ni conjugar en condicional sus apreciaciones. Esto no quita fuerza a lo dicho en los párrafos anteriores sino, por el contrario, lo refuerza dialécticamente. Para entender esta nueva operación, es preciso sumar a nuestro examen los postulados de Bhabha (2002), teórico de origen indio y figura reconocida del pensamiento poscolonial. Precisamente este autor, dentro de su teoría de la alteridad del discurso colonial, desarrolla cuatro categorías centrales de entre las cuales la “ambivalencia” es la que se manifiesta en nuestro caso.

La ambivalencia se refiere a un proceso simultáneo de negación y de identificación con el otro. Bhabha dice que uno simultáneamente construye al otro como sujeto de desprecio (el “mono” ecuatoriano, como suele titular de manera racista la prensa deportiva peruana) pero a la vez también como sujeto de deseo (porque hay algo que seduce de esa supuesta barbarie/animalización/degradación de él). Es decir, hay una negación del otro

pero también hay una identificación con él. Funciona como un discurso amenazante pero también atrayente. En nuestro estudio, si bien la televisión peruana se comportó de manera políticamente correcta, no pronunciando ningún tipo de expresión racista ni xenofóbica hacia los ecuatorianos; lo que sí existió fueron esas señales de “atracción” hacia el otro que reconoce Bhabha.

Entre los reconocimientos que más destacaron, podemos mencionar: “Este jugador Montero es muy veloz, un jugador para tener en cuenta y tomar con marca especial”, “Estamos ante una selección con oficio como es Ecuador”, “Un cambio de ritmo terrible tiene Montero”, “Qué difícil se nos hace tomar a Montero, aunque para cualquiera es difícil, en el uno contra uno supera a cualquier defensor”. Como se distingue, todo lo que los peruanos “desean” del otro ecuatoriano se derivaría precisamente de “eso” que se despreciaría: la raza. Esa supuesta raza que los convierte en oponentes veloces, fuertes y vigorosos que son capaces de poner en jaque a los propios peruanos.

Partido: Perú-Brasil (Boston: 12 de junio de 2016)

A. Tipo de transmisión:

Perú enfrentó a Brasil por la tercera jornada del Grupo B de la Copa América Centenario con un solo objetivo en mente: ganar. No le alcanzaba otro resultado, pues cuando se presentó en el terreno de juego del Gillette Stadium en Foxborough (Boston) aquel domingo 12 de Junio, ya conocía de antemano el resultado de Ecuador (triumfo 4-0 sobre Haití) por lo que, debido a la amplia diferencia de gol de Brasil⁵, los incas debían prevalecer en el marcador si querían clasificar a cuartos de final. Una vez

5 Perú y Brasil llegaron a la definición del Grupo B con 4 puntos cada uno pero con una clara diferencia de goles a favor de los brasileños: +6 contra +1.

más, como en las presentaciones anteriores de Perú, el equipo encargado de comentar este partido estuvo conformado por el relator Antonio “Toño” Vargas, los periodistas Gonzalo Núñez y Erick Osoreo junto con el ex jugador y hoy director técnico José Del Solar. En cuanto a los anunciantes, estos repitieron también en este partido de la selección inca, lo que hace suponer que existió una inversión de estas empresas por toda la participación peruana en el torneo y no sólo por algunos partidos en específico.

En cuanto a los estilos narrativos reflejados en la transmisión, se notó incluso desde antes del inicio del encuentro la construcción de un discurso que alababa a la selección brasileña en cuanto a la habilidad de sus jugadores y grandeza de su historia. Aun cuando en los últimos años este equipo no ha estado acorde –según los entendidos– con el “verdadero” fútbol del país de la samba, la televisión peruana se encargaba de advertir de la peligrosidad de este rival, toda vez que los brasileños siempre han representado una selección de cuidado para los peruanos. Mientras que Del Solar afirmaba que “los brasileños te van a atacar de todas maneras y te va a tocar sufrir” en referencia a un posible trámite del encuentro, Osoreo se preocupaba por la actuación individual de la estrella peruana Paolo Guerrero: “¿Cómo tomará Brasil a Paolo?, ¡Qué no caiga en provocaciones!”.

B. Así nos vemos

La televisión construye imaginarios sociales a través de sus imágenes y discursos. Y precisamente, uno de los tipos de imágenes y discursos más consumidos en la actualidad son los referidos a los espectáculos deportivos. El fútbol es un deporte de masas y la Copa América Centenario logró reunir a millones de hinchas a través de una pantalla de televisión. Por ello, en las siguientes líneas nos abocaremos a discutir la forma cómo (es decir, de qué modo, a través de qué estrategias discursivas/retóricas) se construyeron ciertos imaginarios

e identidades sobre las selecciones de Perú y Brasil en el encuentro que disputaron en el referido torneo continental; a la vez que se revelará qué valores se refuerzan a través de estas mismas narrativas.

Tal como refiere Gastaldo (2003: 8), el hecho de que el locutor suela hablar en primera persona y en tiempo real, abre un gran ventana para manifestar su subjetividad, relativizando los rígidos controles del discurso periodístico (los llamados manuales de estilo) que señalan que hay que ocultar la subjetividad del enunciador. De esta forma, lo que tendríamos –si se trata de relatos sobre selección nacionales– sería la presencia de una suerte de “parcialidad consentida” ya que, se entendería, que el locutor de turno también es hincha pero, sobre todo, ciudadano del país que se encuentra en juego y que se identifica con él como el resto de sus televidentes.

Siguiendo esta idea, el locutor peruano Toño Vargas enunció frases a lo largo de la transmisión que no dejaron duda de su parcialidad hacia la selección peruana:

“Amigos de América Televisión, la señal deportiva del continente, desde la Atenas de América la ciudad de Boston, vamos a vivir entonces intensamente la presentación de nuestra selección, con la ilusión viva, con la esperanza de seguir caminando en el certamen continental, la Copa América Centenario, somos América Televisión desde los Estados Unidos”.

Notamos que Vargas, contrariamente a la denominada “objetividad periodística”, hace suyo en su discurso una evidente parcialidad, por lo que podemos afirmar que tanto su identidad de “comunicador” como de “hincha de la selección” se superponen en la mayoría de ocasiones. Esto no genera en el público ningún tipo de sanción negativa, por el contrario, lo acerca emotivamente más a la audiencia.

En el desarrollo de juego, Brasil fue superior al Perú. Tuvo las situaciones de gol más claras y la posesión del balón también le favoreció. A pesar de estar disminuido con la ausencia

de su estrella Neymar Jr., el equipo brasileño era ensalzado por los comentaristas peruanos por otra característica ajena a lo que tradicionalmente ofreció este país en el fútbol (magia, fantasía, técnica, habilidad, etc.): el orden defensivo. Decía Del Solar: “Hay algo que Dunga le ha dado siempre a Brasil y es el orden defensivo. Son selecciones un poco más fuertes defensivamente, con menos fantasía, más corredoras”.

Respecto al equipo peruano, los comentarios no eran muy alentadores, toda vez que los incas se vieron superados en el primer tiempo. Ante la obligación de ir ganar el partido soñando con una hipotética clasificación a la siguiente fase, los periodistas peruanos saludaron el orden defensivo peruano y el hecho de que, a pesar de haber sido superado en el trámite, no le hubiesen encajado algún gol. Gonzalo Núñez era crítico al respecto: “Le cuesta mucho a Perú progresar con la pelota porque la marca de Brasil es muy buena” y Osoreo reconocía que el equipo brasileño debía estar arriba en el score en el medio tiempo: “Sin ponerse rojo, Brasil mejor, mereciendo ya abrir el marcador. Pero está Gallese (arquero peruano) y el equipo peruano tiene voluntad”.

El principal encargado de construir una narrativa nacionalista peruana a través de su relato fue el relator del partido Toño Vargas. Fue él quien, en términos de Billig (2014), “enarboló” la bandera de la patria en el sentido de construir su discurso apelando a una serie de estrategias retóricas y lugares comunes del imaginario peruano. La más relevante de todas fue la denominada *deixis patriótica*, aquella referida a un “nosotros nacional”. Así, cuando Vargas enunciaba un “nosotros” a lo largo de su relato, no era meramente para estar refiriéndose a él mismo y a los oyentes, sino también ocasionalmente podría incluir al resto de los comentaristas (Núñez, Osoreo y Del Solar), a la selección de fútbol de Perú y, en mayor medida, a todos los habitantes de la nación peruana. Además, como se trataba de una transmisión televisión abierta, ese “nosotros” no necesariamente tenía que estar presente, por lo que debía de ser imaginado (Anderson, 1993).

Otro tipo de estrategia dentro de la narrativa nacionalista de la televisión peruana fue el empleo de asunciones y presuposiciones sobre la realidad de ese país. Al inicio del partido, Vargas se encargó de presentar así la transmisión: “Hoy hay aliento peruano de más de treinta millones de nuestra patria que por supuesto ponen fuerza para que la selección nacional siga caminando”. Si bien es cierto que el fútbol es el deporte más popular en el país andino (Universidad de Lima, 2008), se hace poco creíble que la totalidad de un país tan vasto como el Perú pueda, efectivamente, haber estado frente a una televisión a la hora de ese encuentro siguiendo las incidencias del mismo. El Perú, efectivamente, tiene algo más de treinta millones de habitantes según las estadísticas más recientes, pero eso de ninguna manera significa que todas las familias tengan acceso a la tecnología, menos aún mediante aparatos electrónicos como televisión o Internet.

Sin duda apelar a la totalidad de la nación e incluirla en el aliento colectivo a la selección nacional es una estrategia común en la retórica de los periodistas deportivos en muchos países de nuestro continente. Aunque esto más funcione como un simulacro de lo que ocurra en la realidad, se construye la idea de una comunidad imaginada (Anderson, 1993) que juntos hinchan por “su” selección en pos de la victoria. Ya con la ventaja inca en el marcador, Vargas continuaba apelando a todo el pueblo peruano: “Está ganando el equipo peruano con el aliento de más de treinta millones de peruanos que siguen poniendo su vibra, su fortaleza, su espíritu para que este Perú pueda seguir caminando en esta Copa Continental”.

Por otro lado, una de las situaciones más interesantes de analizar fue cómo se abordó informativamente el gol peruano que a la postre les permitió ganar el partido y clasificar a la siguiente fase. En un primer momento, erróneamente, los comentaristas peruanos creyeron que el árbitro del encuentro, el uruguayo Andrés Cunha, estuvo consultando con la tecnología para convalidar o no el tanto.

Esto reveló la total ignorancia de los periodistas peruanos de las nuevas normas FIFA, pues si bien se había dado a conocer que existían una nueva serie de estatutos que se habían modificado dentro del reglamento del fútbol, la cuestión de decisiones arbitrales con ayuda de la tecnología solo se implementaría en una fase de prueba en algunos campeonatos tales como la MSL, Bundesliga, Liga de Australia, etc. Incluso, se escuchó dentro de la transmisión peruana al periodista Gonzalo Núñez insistir que la revisión de imágenes en la televisión “estaba contemplado dentro de las nuevas doce normas FIFA”, lo cual era en realidad desinformar a los televidentes.

Acertadamente, el director de cámaras de la Copa Centenario no propaló ninguna repetición del gol de Ruidiaz hasta tener la confirmación del árbitro, quien finalmente señaló el gol para Perú. Una vez con el score a favor, todos los espectadores pudieron apreciar una serie de repeticiones desde distintos ángulos y tomas donde quedaba confirmado que el delantero peruano había introducido el balón a la portería brasileña ayudado con su antebrazo. Es interesante hacer notar la existencia de todo un “tiempo muerto” transcurrido entre el gol de Perú y el cobro oficial del mismo, donde peruanos y brasileños discutían con el árbitro defendiendo sus intereses a fin de que este señalé o no como válido el tanto. De hecho, como anota acertadamente Rial (2003: 70), aquellos momentos más densos de la emoción son revividos por la repetición (en este caso de la jugada polémica), y esta repetición no es considerada como una reproducción carente de aura (en el sentido de Benjamin). Esto se debe al hecho de que las transmisiones deportivas son consideradas por los espectadores como reproducciones en cuanto a distancia temporal, no a espacial. El juego que se desarrolla en la televisión, pero bajo la etiqueta de “en vivo” mantiene su interés latente. Muchos fans creen que, de hecho, que interfieren en el curso de un partido que anima en el televisor.

Por último, cabe anotar algunos comentarios que construyeron la actuación peruana como

una suerte de “gesta épica”, recordando la última victoria peruana sobre el Brasil “en 1975 eliminamos a Brasil por sorteo, hoy fue por la tecnología”, afirmaba envalentonado Núñez aunque de forma errónea. Desde su óptica, Chemo del Solar enfatizó el hecho de que Perú logró contrarrestar al equipo brasileño, aun cuando este fue superior en el desarrollo del juego: “en ese juego friccionado, de ir a muerte a todas las pelotas, Perú no arrugó (acobardó), fue también a todas. Brasil no apabulló a Perú”.

Referencias

- Anderson, B (1993). *Comunidades Imaginadas*. México D.F: FCE.
- Bhabha, H (2002). *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial.
- Billig, M (2014). *Nacionalismo Banal*. Madrid: Capitán Swing.
- Edwards, D. y J, Potter (1992). *Discursive Psychology*. London: Sage.
- Fairclough, N (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Gastaldo, E (2003). “Futebol, mídia e sociedade no Brasil: reflexões a partir de um jogo”, en *Cadernos IHU Ideias*, ano 1, número 10, pp. 1-24.
- Halliday, M (1994). *Introduction to functional grammar*. London: Arnold.
- Pahuacho, A (2014). “El tópico sacrificial en los discursos de la prensa deportiva en el Perú. El caso del futbolista Paolo Guerrero”, en *Correspondencias & Análisis*, número 4, pp. 155-177.

Rial, C (2003). "Soccer and Mass Media: The television rhetoric and its implications on national genre and religious identity", en *Antropolítica*, niteroi 14, pp. 61-80.

Universidad de Lima (2008). Estudio 434 – Barómetro Social. V Encuesta anual sobre la situación del deporte en el Perú. Provincia de Lima Y región Callao. Sábado 25 y domingo 26 de octubre. Lima: Universidad de Lima.

Van Dijk, T (2012). *Discurso y Contexto. Un enfoque sociocognitivo*. Barcelona: Gedisa.

Van Dijk, T (1999). "Estructuras ideológicas del discurso". En *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa, pp. 328-344.

Wodak, R (2003). "El enfoque histórico del discurso". En: WODAK, R y MEYER, M (Comp.). *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona: Gedisa, pp. 101-141.

