



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
UNIDAD DE POSGRADO

**PRENSA DEPORTIVA EN EL PERÚ. ANÁLISIS DE LA
COBERTURA INFORMATIVA DE LOS DIARIOS
EL BOCÓN, LÍBERO Y DEPOR DURANTE LA
PARTICIPACIÓN DE LA SELECCIÓN PERUANA DE
FÚTBOL EN LAS ELIMINATORIAS MUNDIALISTAS**

(2010-2013)

**PRESENTADA POR
CARLOS SALINAS GUERRERO**

**ASESOR
CÉSAR MEJÍA CHIANG**

**TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

LIMA – PERÚ

2015



CC BY-NC-ND

Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

UNIDAD DE POSGRADO

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

**Prensa deportiva en el Perú. Análisis de la cobertura informativa de los diarios *El Bocón*,
Líbero y *Depor* durante la participación de la selección peruana de fútbol en las
eliminatorias mundialistas (2010 – 2013)**

CARLOS SALINAS GUERRERO

ASESOR:

CÉSAR MEJÍA GUERRERO

2015

A mi madre, Ana Isabel,
por estar siempre a mi lado.

A mi esposa María Esther y a mi hijo Diego,
por tanto amor y por impulsarme a seguir siempre adelante.

A los doctores Amador Navarrete Canales y César Mejía Chiang,
por su invaluable colaboración para hacer posible este trabajo.

“No hay nada más peligroso que no arriesgarse”.

Josep Guardiola

ÍNDICE

1. Planteamiento del problema.....	8
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	8
1.2. Formulación del problema.....	9
1.3. Objetivos de la investigación.....	10
1.3.1. Objetivos generales.....	10
1.3.2. Objetivos específicos.....	10
1.4. Justificación de la investigación.....	10
1.5. Formulación de la hipótesis.....	16
1.5.1. Indicadores de la variable independiente: Sucesos acontecidos en torno al desempeño de la selección peruana de fútbol (junio 2010 – diciembre 2013).....	16
1.5.2. Indicadores en la variable dependiente 1: Tratamiento periodístico de <i>El Bocón, Líbero y Depor</i>	17
1.5.3. Indicadores en la variable dependiente 2: Diseño periodístico de <i>El Bocón, Líbero y Depor</i>	17
1.5.4. Indicadores en la variable dependiente 3: Niveles de lectoría de <i>El Bocón, Líbero y Depor</i>	17
1.6. Viabilidad del estudio.....	17
2. Marco teórico.....	19

2.1. Antecedentes de la investigación	19
2.2. Fútbol, el deporte rey	23
2.2.1. Breve reseña histórica.....	25
2.2.2. Fenómeno sociológico.....	29
2.2.3. Espectáculo global.....	34
2.3. Realidad deportiva del país	38
2.3.1. Organizaciones deportivas.....	46
2.3.2. Fútbol peruano.....	47
2.3.3. Federación Peruana de Fútbol.....	50
2.4. Periodismo deportivo	60
2.4.1. Orígenes.....	62
2.4.2. Principales publicaciones en el mundo.....	66
2.4.3. Diarios deportivos de América.....	70
2.4.4. Publicaciones en Lima.....	74
2.4.5. Géneros periodísticos empleados.....	83
2.4.5.1. Noticia.....	85
2.4.5.2. Crónica.....	86
2.4.5.3. Reportaje.....	89
2.4.5.4. Entrevista.....	90
2.4.5.5. Columna.....	91
2.4.6. Lenguaje deportivo.....	93
2.4.7. Perfil del periodista deportivo.....	96
2.4.8. Lector de prensa deportiva.....	102
2.5. Diseño periodístico	107
2.5.1. Portada.....	109
2.5.2. Titular.....	110
2.5.3. Fotografía.....	113

2.5.4. Colorimetría.....	114
3. Metodología.....	117
3.1. Tipo de investigación	117
3.2. Diseño y procedimiento.....	117
3.3. Población y muestra.....	118
4. Trabajo de campo.....	119
4.1. Selección peruana de fútbol.....	119
4.1.1. Caso “Golf Los Incas”.....	121
4.1.2. La llegada de Markarián y los primeros escándalos.....	123
4.1.3. Copa América 2010.....	128
4.1.4. Eliminatoria al Mundial Brasil 2014.....	130
4.2. Referencia histórica de los tabloides deportivos a analizar.....	140
4.2.1. <i>El Bocón</i>	142
4.2.2. <i>Líbero</i>	144
4.2.3. <i>Depor</i>	146
4.3. Markarián ante los medios.....	147
4.3.1. Portadas.....	147
4.3.2. Noticias.....	150
4.4. Primeros amistosos.....	157
4.4.1. Portadas.....	157
4.4.2. Crónicas.....	160
4.5. Concentración en Panamá: Caso “Veneto” y castigo a Jefferson Farfán.....	165
4.5.1. Portadas.....	165
4.5.2. Crónicas.....	169
4.5.3. Noticias.....	172

4.6. Retorno de Jefferson Farfán a la selección.....	179
4.6.1. Portadas.....	179
4.6.2. Noticias.....	180
4.7. El tercer lugar en la Copa América 2010.....	183
4.7.1. Portadas.....	183
4.7.2. Crónicas.....	190
4.8. Proceso eliminatorio (2011-2013).....	206
4.8.1. Portadas.....	207
4.8.2. Crónicas.....	223
5. Análisis de resultados.....	268
5.1. Portadas.....	268
5.2. Diseño.....	272
5.3. Síntesis de los contenidos.....	282
6. Conclusiones.....	285
7. Fuentes consultadas.....	288

NOMBRE DEL TRABAJO

Reporte_Tesis _ Prensa deportiva

AUTOR

Carlos Salinas Guerrero

RECUENTO DE PALABRAS

95856 Words

RECUENTO DE CARACTERES

491277 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

318 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

7.6MB

FECHA DE ENTREGA

Feb 5, 2024 9:01 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Feb 5, 2024 9:09 PM GMT-5

● 3% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 3% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado

1. Planteamiento del problema

1.1. Descripción de la realidad problemática

El periodismo deportivo tiene una significativa importancia y una especial trascendencia en la actualidad mundial, convirtiéndose en una de las áreas de especialización periodística más atractivas para el público en general, entre los que se encuentran lectores, televidentes, radioescuchas o cibernautas, debido a la forma en la que se brinda información relacionada con las diferentes disciplinas deportivas. Es tal su relevancia que en muchos países se habla del “fenómeno del periodismo deportivo”, y ello ha determinado que esta rama del periodismo se haya transformado en el producto estelar de las empresas y grupos periodísticos no solo por la singularidad y repercusión de sus informaciones, sino también por los ingresos que genera en materia de lectoría, audiencia o venta publicitaria.

Si abordamos el periodismo deportivo, es preciso destacar la notoriedad que ha tomado la prensa en las últimas décadas, en razón de la forma cómo aborda la realidad deportiva, gracias al uso de un lenguaje particular, de una vistosa y colorida disposición gráfica y de la utilización de diversos géneros periodísticos para describir coberturas especiales sobre diversos eventos deportivos. Tal ha sido el impulso del periodismo deportivo en la prensa escrita que las informaciones de este tipo no se limitaron a una sección determinada en los diarios de contenido general, sino que fueron ganando espacio hasta fomentar la creación de diarios especializados con contenidos exclusivos de los deportes. Países de habla hispana, como España, Argentina, Colombia, Venezuela, México, Honduras, Costa Rica y El Salvador cuentan en la actualidad con uno o varios diarios especializados, los cuales, contrariamente a la tendencia mundial que dicta un marcado descenso de los promedios de venta del formato papel, muestran niveles sorprendentes de crecimiento.

El Perú no ha sido ajeno a la evolución del periodismo deportivo en la prensa. En los últimos 40 años hemos sido testigos del nacimiento de hasta 16 diarios deportivos en Lima y así como

algunos de estos desaparecieron por diversos factores, otros se consolidaron hasta convertirse en la actualidad en generadores de corrientes de opinión en base a la cobertura y al tratamiento informativo de las noticias, así como al comentario atildado de plumas de connotados columnistas y de jóvenes comunicadores. Los diarios deportivos capitalinos mantienen la tendencia de otros rotativos especializados en el mundo y centran sus contenidos en el fútbol, dándole a este hasta un 80 o 90 por ciento de despliegue en las diversas páginas, dedicando limitados espacios a la difusión de otros deportes. Es el balompié el que más atención demanda en las redacciones deportivas debido a su popularidad y al hecho de ser considerado, por muchos periodistas, como el único tópico de interés para los receptores.

Cierto es que al referirnos al fútbol no podemos dejar de mencionar la identificación que cada potencial lector tiene por un equipo en particular, lo cual invita a observar la forma en la que los diarios deportivos se dirigen a esa masa que en muchos casos se mueve por la pasión y el fanatismo. Y al hablar de identificación, es importante detenernos en el interés nacional que despierta la selección peruana de fútbol por encima de las preferencias que cada aficionado siente por una determinada camiseta. El denominado “equipo de todos” tuvo desde junio de 2010 hasta diciembre de 2013 al uruguayo Sergio Markarián como su entrenador y durante ese periodo participó en la Copa América 2011 en Argentina y las Eliminatorias sudamericanas para la Copa del Mundo FIFA Brasil 2014.

Al proponernos abordar la función informativa del periodismo deportivo en la prensa limeña, analizaremos los diarios *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (junio 2010 – diciembre 2013) en la cobertura del desempeño de la selección peruana de fútbol, precisamente en la etapa de Sergio Markarián como entrenador.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera las ediciones impresas de los diarios *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (junio 2010 – diciembre 2013) informaron sobre el desempeño de la selección peruana de fútbol?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivos generales

- Describir la realidad del deporte en el Perú, poniendo énfasis en su evolución desde la segunda mitad del siglo XX, con el propósito de determinar su aporte a la sociedad, su desarrollo competitivo y su impacto en los medios de comunicación.
- Analizar las características del periodismo deportivo en la prensa de Lima desde la segunda mitad del siglo XX, a fin de identificar la evolución de esta rama del periodismo y describir los géneros periodísticos que emplea en sus informaciones.
- Determinar el nivel de influencia del periodismo deportivo en la prensa limeña, como generador de opinión pública, en base a la cobertura y el tratamiento informativo y el comentario que esta rama del periodismo le da a los acontecimientos deportivos.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar el tratamiento periodístico de los diarios deportivos *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (junio 2010 – diciembre 2013) en la cobertura del desempeño de la selección peruana de fútbol.
- Distinguir las características del diseño periodístico y establecer la importancia de la portada en cada uno de los tres diarios que son materia de investigación.
- Estudiar las características del lector de diarios deportivos de la capital y determinar los motivos que influyen en su decisión de consumir contenidos deportivos.

1.4. Justificación de la investigación

Perú es uno de los países de Latinoamérica que mayor cantidad de información deportiva produce en los diferentes medios de comunicación. Mientras que *Cable Mágico Deportes* es un canal de cable de cobertura nacional con 24 horas ininterrumpidas de contenido deportivo, hay canales de señal abierta que suspenden sus habituales parrillas de programación para la transmisión de determinados acontecimientos deportivos. Los picos de hasta 56 puntos de rating que registró *ATV* el martes 11 de setiembre de 2012, durante la transmisión del empate entre Perú y Argentina, por las Eliminatorias al Mundial Brasil 2014 (cf. *El Comercio*, 2012a), podrían explicar por sí solos el interés que despierta la difusión de la información deportiva en nuestro país. Mientras esto ocurre en la televisión, en las radios de Lima podemos encontrar emisoras como *Ovación* con 16 horas diarias de transmisión deportiva, además de innumerables programas repartidos en las diversas señales de la AM y la FM. Ni qué decir de la web y las redes sociales que aparecen inundadas de portales, blogs y cuentas de Twitter de especialistas que abordan segundo a segundo la realidad deportiva.

Si hablamos del periodismo deportivo en prensa, solo en Lima se generan un total de 116 páginas al día entre los diarios de corte general y los especializados. Ello arroja un aproximado mensual de 3 480 páginas de contenido que, en su mayoría, abarca el fútbol y en menor medida ocupa espacio en otras disciplinas. Es tal la demanda de información de este tipo, que los tres principales diarios deportivos del Perú registran niveles altísimos de tiraje y lectoría. Según información proporcionada por el departamento de distribución de cada diario, *Líbero* y *Depor* lanzan diariamente al mercado un promedio de 100 mil ejemplares a nivel nacional, mientras que *El Bocón* coloca en los kioscos de todo el país cerca de 60 mil por día. A estas cifras podemos sumar un estudio de *Kantar Media Research Perú* publicado por la Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú (cf. 2014: web), efectuado en Lima Metropolitana entre abril del 2013 y marzo del 2014, el cual reveló que *Depor* es el diario de mayor lectoría¹ en la capital peruana con 366 571 lectores diarios, seguido de *El Bocón* con 137 112 lectores y *Líbero* con 110 840 lectores diarios. Estos números nos dan una aproximación de los niveles que han alcanzado *El Bocón*,

¹ Los estudios de lectoría permiten estimar cuántas personas leen un ejemplar de diario o de revista en un período de tiempo determinado.

Líbero y *Depor*, los cuales se han convertido en los principales referentes de la prensa deportiva. En virtud de ello resulta importante analizar a estos tres medios para entender la función informativa del periodismo deportivo, además de su complejidad, los factores que rodean a la prensa especializada, su nivel de influencia y su impacto en la prensa limeña.

Para explicar la inquietud que despierta este trabajo, es importante citar a Alcoba (2005: 10), quien señala que ninguna otra actividad genera un mayor volumen informativo que el deporte y que el auge de este tipo de periodismo se debe a que informa de “un género específico comprensible a todas las mentalidades a través de un lenguaje universal que todos entienden, producto del espíritu y la filosofía del deporte, como fenómeno cultural más seguido y practicado desde comienzos del siglo pasado y que va en aumento en el siglo que hemos iniciado”. Teniendo en cuenta esta afirmación, será importante efectuar un recuento histórico del periodismo deportivo en la prensa limeña desde la segunda mitad del siglo XX, el cual permitirá observar su evolución y precisar momentos cruciales que sirvieron para su consolidación y crecimiento.

Lo que también busca exponer el siguiente trabajo es cómo se da el fenómeno del periodismo deportivo en la prensa capitalina, tomando en consideración que el deporte y el fútbol peruano no se encuentran en un nivel óptimo. Si en el plano competitivo el panorama no es halagador, lo es menos aun en el aspecto recreativo: el curso de Educación Física fue retirado hace más de dos décadas de los colegios estatales y no se fomenta la práctica deportiva en las universidades o institutos superiores. Mientras que en otros países el deporte sirve como un soporte importante para transmitir valores como el respeto y la superación, aquí no se considera la importancia de su trascendencia social como factor que pueda ayudar a mantener a la niñez y la juventud alejada de las drogas, la violencia y el pandillaje. No se descarta que también el deporte, y concretamente el fútbol, pueda servir como un factor de distracción, como bien apunta Vargas Llosa (Eslava 2011: 30) quien sostiene que “el fútbol ofrece a las gentes algo que apenas tienen: una ocasión de divertirse, de entretenerse, de entusiasmarse, de exaltarse, de vivir unas emociones que la rutina cotidiana rara vez les depara”.

El desolador panorama en la fase formativa también se ve reflejado en la alta competencia, donde son muchísimos más los sinsabores que los éxitos. La última medalla de plata alcanzada por el tirador Juan Gíha en los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992 y los títulos mundiales de Sofía

Mulanovich en surf y Kina Malpartida, Alberto Rossel y Linda Lecca en boxeo, aparecen como hechos aislados dentro de una problemática que sume al deporte peruano en una de sus mayores crisis de resultados en las últimas dos décadas. A todo ello habría que agregar que el atletismo, el básquet y la natación prácticamente no existen y el voleibol, que le dio al Perú las últimas alegrías deportivas en la época dorada de los ochenta, hoy intenta reverdecer viejos laureles. Al momento de describir la realidad deportiva del Perú, este estudio permitirá determinar en qué medida el deporte aporta a la sociedad y cuál es su nivel de trascendencia en los medios especializados.

Esta investigación también nos dará luces para comprender si es que la pobre realidad de otros deportes ha derivado en la “futbolización” de los diarios especializados y si es que esta supremacía del balompié en los contenidos obedece a un criterio editorial o si va de la mano con alguna decisión de carácter comercial, teniendo en cuenta que en varios países de habla hispana, donde también existen diarios deportivos, solo la difusión de grandes volúmenes de notas de fútbol pueden garantizar la venta en kioskos y, de paso, asegurar importante cuentas publicitarias.

Llama la atención que el fenómeno de los diarios deportivos se dé por la creciente demanda de un público objetivo ávido por leer noticias relacionadas al fútbol y que, contrariamente, no tiene una buena percepción de este deporte en nuestro país. Una encuesta sobre “Actitudes hacia el fútbol” realizada en diciembre de 2011, por Apoyo, Opinión y Mercado reflejó que un tercio del público encuestado considera que la situación del balompié peruano es mala o muy mala y que un 44 por ciento considera que no le gusta el fútbol “porque no hay nivel futbolístico”.

Ahora bien, al hablar de una “futbolización” del deporte, este estudio pretende encontrar respuestas al porqué de esta situación, ya que el fútbol tampoco ofrece resultados trascendentes. A nivel de clubes, destacan los títulos de Cienciano del Cusco en la Copa Sudamericana 2003 y la Recopa Sudamericana 2004. Sin embargo, estos logros pierden brillo al momento en que se empieza a revisar el pobre historial de resultados de Alianza Lima, Universitario de Deportes o Sporting Cristal y la dramática situación en la que se encuentra el campeonato profesional peruano, con instituciones quebradas, sin patrimonio y transitando en el más absoluto desgobierno. Todo ello ha abonado a que la calidad del espectáculo futbolístico haya decaído notoriamente debido a que no se trabaja en la formación de jugadores y los futbolistas que llegan a la primera división no suelen estar a la altura de la élite profesional.

Si esto ocurre a nivel de los clubes, que son la fuente desde donde se nutre el fútbol, no extraña observar que la selección peruana remonta su logro más resonante al año 1981, cuando el equipo dirigido por el brasileño Elba de Padua Lima “Tim” consiguió su clasificación a la Copa Mundial de España 1982, al eliminar a la poderosa Uruguay. Desde este hecho han pasado ya más de 30 años en los cuales el aficionado ha presenciado ocho procesos eliminatorios con igual número de fracasos.

Pese a esta dramática realidad, es el seleccionado nacional el que sigue atrayendo la atención casi total de los aficionados. No sorprende leer en los diarios que en los días previos a los partidos eliminatorios se produzcan largas colas de aficionados madrugando para comprar una entrada, pese a que la actual selección no ha ofrecido actuaciones convincentes y no logró su clasificación al Mundial de Brasil 2014.

Y ese multitudinario apoyo a la selección se ve reflejado en importantes ingresos por concepto de taquillas, que se suman a otros factores económicos como sponsorías, derechos de televisación o merchandising. No solo se incrementan las arcas de la Federación Peruana de Fútbol, sino que otros actores también pueden sacar provecho del lucrativo negocio que significa aliar sus empresas o sus marcas a los colores rojo y blanco.

Teniendo en cuenta que la selección peruana de fútbol tiene tras de sí un movimiento social que no distingue razas, sexos, edad, condición social o nivel intelectual y que además representa un símbolo de la identidad nacional, es de vital importancia analizar la forma en que los diarios deportivos le dieron cobertura a las informaciones referidas al combinado patrio no solo para entender la real dimensión de la función de los medios especializados, sino para comprenderla también desde un punto de vista sociológico y antropológico.

El estudio de la cobertura informativa de la selección desde junio de 2010 hasta diciembre de 2014 se hace con la finalidad de analizar el proceso del técnico Sergio Markarián desde sus inicios y conocer su evolución, tomando en cuenta los acontecimientos que incidieron en su desarrollo, así como sus consecuencias inmediatas. Cabe precisar que durante esta etapa se

registraron dos hechos importantes, como la Copa América y las Eliminatorias al Mundial Brasil 2014, los cuales captaron la atención de la prensa especializada.

También, este trabajo busca concluir si *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* incurrieron en la desinformación y la crítica desmedida a la hora de reflejar sus contenidos. Del mismo modo, pretende entender en qué medida están asociados estos diarios con el sensacionalismo y el espectáculo como claves del éxito en el que se sostiene el periodismo deportivo en la prensa limeña a fin de mantener o incrementar sus niveles de lectoría. Como define Rodrigo Alsina (2001: 67) “un caso especial en los informativos son los deportes donde nos encontramos ante una información que es espectáculo, seguramente más espectáculo que información”. Otro punto importante se centrará en la observación de la crónica deportiva la misma que ha mostrado una significativa evolución en las últimas décadas hasta hacerla más ágil, entendible y fácil de leer. En este punto se pretende explicar si este desarrollo tiene algo que ver con el predominio alcanzado por las TIC.

Tomando en cuenta que en la prensa deportiva la portada se erige como la página más emblemática donde se resumen los contenidos de todo el diario, se pretende hacer un exhaustivo análisis de las primeras planas para determinar su impacto icónico, cognitivo y de compra. En ese sentido, se pretende explicar también de qué manera se complementa el diseño periodístico con el tratamiento informativo de la portada y si elementos como la tipografía, la maquetación, la colorimetría, las fotografías y el fotomontaje en el tratamiento de la portada están ligados al arraigo que tiene el periodismo deportivo entre los lectores de Lima.

Resulta importante conocer el perfil deontológico del comunicador deportivo en prensa, saber su grado de formación académica y entender si su labor profesional se rige bajo los preceptos de la ética, la moral, la responsabilidad social y, especialmente, de la autorregulación. Asimismo, este trabajo busca servir como punto de partida para que en el futuro se puedan desarrollar estudios que profundicen aún más sobre el periodismo deportivo en el Perú, teniendo en cuenta que sobre esta materia son muy escasas las investigaciones serias y exhaustivas.

Por lo expuesto, este estudio científico, basado en la cobertura del desempeño de la selección peruana de fútbol en las ediciones impresas de los diarios *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (junio 2010 – diciembre 2013) trata de explicar la función informativa del periodismo deportivo en

la prensa limeña y a su vez busca ofrecer importantes conclusiones respecto al porqué del consumo masivo de diarios deportivos en nuestro país.

1.5. Formulación de la hipótesis

La cobertura del desempeño de la selección peruana de fútbol en las ediciones impresas de los diarios *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (junio 2010 – diciembre 2013) tuvo un tratamiento periodístico que alteró la función informativa, incurriendo en el sensacionalismo, la crítica desmedida y la desinformación. No obstante estos factores, los diarios referidos mantuvieron altos niveles de lectoría y se ubicaron como líderes en el mercado.

En el caso del diario *El Bocón* se destacó los hechos negativos de la selección y se abordó en gran medida los acontecimientos extrafutbolísticos y los que estuvieron ligados a la farándula. Por su parte *Líbero* fue crítico en su línea editorial e informativa al momento de describir el trabajo del técnico Sergio Markarián y de los jugadores, desde el punto de vista deportivo. Finalmente, *Depor* se mostró a favor de la selección y en muchos casos obvió o minimizó hechos polémicos, apostando por noticias o comentarios que destacaban el lado positivo del trabajo del combinado nacional. Aunque estos diarios presentaron una característica particular que los diferenció en el tratamiento informativo, los tres tuvieron muchos puntos en común, teniendo en cuenta que compartieron las mismas fuentes de información y estuvieron dirigidos a un mismo público.

1.5.1. Indicadores de la variable independiente: Sucesos acontecidos en torno al desempeño de la selección peruana de fútbol (junio 2010 – diciembre 2013).

- Inicio del proceso con el nuevo entrenador
- Protagonistas (técnicos, jugadores, empresarios de jugadores, dirigentes, hinchas, líderes de opinión, organismos ligados al fútbol, organismos políticos vinculados al deporte, sociólogos y antropólogos).
- Desarrollo de partidos amistosos y oficiales.

- Factores que afectaron positiva y negativamente el proceso con el nuevo entrenador.
- Consecuencias inmediatas.

1.5.2. Indicadores en la variable dependiente 1: Tratamiento periodístico de *El Bocón, Líbero y Depor.*

- Línea editorial y estilo periodístico de cada uno de los diarios a examinar.
- Contenidos y volumen de información de los tres diarios.
- Manejo de fuentes y nivel de contraste de cada diario a analizar.
- Objetividad, subjetividad, rumor y sensacionalismo en los tres diarios.
- Géneros periodísticos y características de la crónica deportiva en los referidos diarios.

1.5.3. Indicadores en la variable dependiente 2: Diseño periodístico de *El Bocón, Líbero y Depor.*

- Tratamiento de la portada.
- Disposición fotográfica.
- El fotomontaje como recurso noticioso.
- Uso de gráficos e infografías.
- Tipografía y colorimetría.

1.5.4. Indicadores en la variable dependiente 3: Niveles de lectoría de *El Bocón, Líbero y Depor.*

- Índices de venta y lectoría de los diarios.
- Perfil socioeconómico en Lima Metropolitana.
- Hábitos, costumbres y estilos de vida del lector deportivo.
- Sectores de Lima con mayor consumo de prensa deportiva.

1.6. Viabilidad del estudio

El presente estudio es factible, ya que se cuenta con una vasta experiencia laboral y formación profesional que permitirá la profundización en el mundo del periodismo deportivo. Es viable, además, porque se pondrá todo el interés y motivación con la finalidad de alcanzar los objetivos trazados en la presente investigación científica. Durante la fase de investigación y recolección de datos se buscará entrevistar a los periodistas de los tres diarios referidos en este estudio. Asimismo, se programará encuentros con periodistas deportivos de otros medios, dirigentes, deportistas, sociólogos y antropólogos con la finalidad de tener un panorama más completo que permita enriquecer el estudio y, además, conocer la percepción que estas personas tienen respecto al contenido de los diarios deportivos.

En el aspecto práctico, para visualizar y dar respuesta a las preguntas, objetivos e hipótesis de estudio, se aplicarán técnicas e instrumentos de recogida de datos, los mismos que se trabajarán en la población de estudio y en la muestra en particular. En el aspecto social se buscará que la investigación trascienda hacia lo social, ya que todo trabajo de investigación debe arribar a conclusiones y recomendaciones que ayuden a nuevos enfoques de la problemática de estudio. La poca experiencia en la práctica investigativa, así como la poca disponibilidad de tiempo debido a las diarias ocupaciones, no serán inconvenientes para afrontar el presente trabajo. Por el contrario, la voluntad de capacitación y formación como profesionales al más alto nivel será el aliciente necesario para suplir cualquier tipo de trabas o dificultades.

La cantidad insuficiente de bibliografía e investigación peruana que aborda la problemática propuesta en este estudio, deberá ser suplida con el trabajo final, el cual, justamente, tiene como objetivo ser el punto de partida de futuras investigaciones.

2. Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

Para la realización del presente trabajo es necesario recurrir a la bibliografía referida al periodismo deportivo. Teniendo en consideración que los estudios efectuados en el Perú no han profundizado sobre el particular, será imprescindible consultar investigaciones realizadas en Europa, principalmente en España y el Reino Unido, donde encontramos trabajos científicos que han abordado de manera amplia la realidad del deporte y del periodismo que se nutre de esta actividad. Del mismo modo, será valioso acudir a tratados escritos en Argentina y Brasil, los cuales analizan la realidad del diarismo deportivo en América Latina. Una de las primeras y más importantes publicaciones españolas fue escrita por el profesor de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y periodista deportivo, Antonio Alcoba, quien en su libro *El periodismo deportivo en la sociedad moderna* (1980), presenta un panorama de cómo el deporte va tomando significancia en la sociedad desde la segunda parte del siglo pasado, debido a su alto grado de participación y a la gran capacidad para generar fenómenos culturales de masas. Del mismo modo, Alcoba brinda las primeras aproximaciones científicas de cómo la función del periodismo deportivo, el proceso informativo, el lenguaje y la comunicación han convertido al periodismo especializado en deportes en una rama del periodismo capaz de concitar la atención de millones de personas. Alcoba llega a desmenuzar las facetas del lenguaje deportivo utilizado en los medios y establece seis campos para su análisis: la terminología, el lenguaje bélico, el lenguaje escueto semiológico, el lenguaje audiovisual y el lenguaje artístico. Esta publicación no solo fue el punto de partida de los siguientes trabajos del mismo autor como *Deporte y comunicación* (1987), con énfasis en el análisis sociológico sobre la importancia del deporte en la comunicación; *Cómo hacer periodismo deportivo* (1993), considerado un verdadero manual para periodistas especializados; y *Periodismo deportivo* (2005), donde detalla el proceso informativo

del deporte, sino que también marcó el derrotero de futuros tratados referidos al contenido de la prensa deportiva y la trascendencia que esta le daba al fútbol.

Es de vital importancia citar además a Juan Castañón, quien en 1993 publica *El lenguaje periodístico del fútbol*, donde destaca el gran papel que ya ganaba el balompié en las páginas de las secciones deportivas y de los diarios especializados. Aquí analiza la historia lingüística del proceso que nace como un festejo local y que con el devenir de las décadas se ha convertido en una industria del ocio con sus condicionantes históricos, periodísticos, políticos y sociales, apelando a un lenguaje cargado con grandes dosis de pasión, creatividad y dinamismo. Castañón narra el “otro partido”, disputado por la prensa deportiva más allá de la línea de banda, en un nuevo encuentro que convierte los vocablos en una estrategia de ilusión. Sobre este mismo autor, es importante consultar *Tendencias actuales en el idioma del deporte* (2002), que aporta una amplia visión del idioma del deporte, la literatura de creación y los nuevos retos del siglo en los países de habla hispana, como también el *Diccionario terminológico del deporte* (2005) y *La comunicación deportiva y la lengua española* (2011), donde analiza la consideración del buen uso del lenguaje deportivo en los medios de comunicación y describe un ámbito en constante cambio que afecta a la renovación del idioma con datos comprendidos entre 1903 y 2010. No menos importantes son los artículos que Castañón ha elaborado a lo largo de la última década, los cuales son materia de consulta.

Tanto las publicaciones de Alcoba como las de Castañón ayudarán a trazar las líneas maestras de nuestra investigación, teniendo en cuenta que ambos han abordado de manera científica el denominado fenómeno del periodismo deportivo en España, el cual se ha visto impulsado por los innumerables éxitos del deporte español a nivel mundial, en disciplinas como el fútbol, el balonmano, el tenis y el automovilismo. Además, Alcoba y Castañón son citados en la mayor parte de las investigaciones, tratados y tesis que se han desarrollado sobre el periodismo deportivo en la península y otras latitudes.

Los aportes de José Luis Martínez Albertos en *Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos* (2004), *Curso general de redacción periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, TV y cine* (2001) y *El lenguaje periodístico. Estudios sobre el mensaje y la producción de textos* (1989) son de mucha ayuda para definir los géneros y estilos de

redacción en prensa, al igual que los alcances que sobre el particular han efectuado María Casals Carro en *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística* (2005) y Sonia Fernández Parrat en *Géneros periodísticos en prensa* (2008). Con el propósito de entender en profundidad el léxico, la composición y la sintaxis del lenguaje deportivo, así como la estructura y organización de la crónica, el género madre de este tipo de periodismo, es importante revisar también *El lenguaje de las crónicas deportivas* (2003) de Néstor Hernández Alonso. En el tema lingüístico, también son fuente de consulta *Periodismo deportivo de calidad* (2011) de José Luis Rojas Torrijos; y *Cultura y guerra del fútbol: análisis del mensaje informativo* (2009) escrito por Pedro Paniagua Santamaría, donde además se hace un repaso a la historia de la prensa deportiva española, pionera en hispanoamérica.

Ramon Boyle es uno de los autores ingleses que ha estudiado de manera profunda el impacto global del periodismo deportivo. En su obra *Sports Journalism: Context and Issues* (2008), analiza la tradición que desde hace más de un siglo ha tenido la prensa especializada en los deportes y acompaña su evolución hasta ubicarla en lo que Boyle denomina las eras “digital” y “24/7 media”.

Sobre la evolución del periodismo deportivo en algunos países de América Latina, es preciso citar *El deporte de informar* (2002) de Sergio Levinsky, quien refiere las condiciones en las que se hace hoy periodismo deportivo en la Argentina y la manera en que el fútbol incide como un monopolio casi total en la cobertura periodística en el ámbito del deporte, con contrapuntos de miradas que esbozan un cuadro del periodismo deportivo actual, en el que se conjugan por partes iguales negocio, espectáculo y auténtica pasión por el deporte. En este tratado, Levinsky cuestiona el nivel actual del periodismo deportivo y, sobre todo, hace hincapié acerca de la proliferación de jóvenes profesionales con poca experiencia. En esa misma línea, es obligatoria la lectura de *Jornalismo esportivo* (2011), de Paulo Vinicius Coelho, para conocer la realidad del diarismo deportivo en Brasil, el cual, según este autor, ha sufrido una merma en cuanto a su calidad.

Si bien en lo relacionado a la historia del periodismo deportivo peruano no existe abundante bibliografía, la revisión hemerográfica hecha por el historiador Alberto Cajas Ubidia en *El Fútbol Asociado* (1949), nos ayudará a encontrar los antecedentes de este tipo de periodismo desde finales del siglo XIX hasta inicios del siglo XX. Para complementar esta revisión cronológica, será preciso recurrir a las investigaciones de Juan Gargurevich en *Historia de la prensa peruana: 1594-1990*

(1991) y *La fundación de un diario popular* (2005), de Domingo Tamariz Lúcar en los tres tomos de *Memorias de una pasión* (1997, 2001 y 2006), y de Roberto Salinas Benavides y Justo Linares en *Última Hora. La revolución del periodismo en el Perú* (2012), ya que en estos trabajos se puede apreciar de qué forma diarios como *La Prensa*, *La Crónica*, *La Tercera* de *La Crónica*, *Última Hora* y *Ojo* ya empezaban a matizar sus ediciones con informaciones deportivas desde los años cincuenta del siglo pasado y en qué medida dichos contenidos fueron ganando protagonismo en las páginas de estos diarios, migrando en muchas ocasiones a las portadas hasta devenir en el nacimiento de los primeros diarios deportivos. Asimismo, estas publicaciones hacen referencia a las plumas que a lo largo de media década sentaron las bases de lo que hoy es el periodismo deportivo en nuestro país como las de Guillermo Cortez Núñez (“Cuatacho”), Eduardo San Román, Alfonso Grados Bertorini (“Toribio Gol”), Alfonso Rospigliosi (“Pocho”), Emilio Lafferranderie (“El Veco”), entre otros.

A esta bibliografía debemos agregar *Ese gol existe, una mirada al Perú a través del fútbol* (2008), de Aldo Panfichi, tratado que desde una perspectiva sociológica recorre la historia del balompié peruano desde fines del siglo XIX y analiza su impacto político y social como creador de una identidad cultural en las clases populares limeñas.

Con la finalidad de comprender si es que el espectro y la configuración de la cultura popular capitalina guardan relación con el fenómeno de los diarios deportivos, consultaremos *Cultura popular limeña y prensa chicha* (2011), de César Mejía Chiang, ya que esta investigación ofrece un panorama actualizado del sensacionalismo de nuestros días en los diarios de corte popular y también nos muestra el perfil del nuevo lector que está integrado por un conglomerado provinciano con sus propias tendencias populares. Sobre este mismo tema, es interesante estudiar *La prensa sensacionalista en el Perú* (2002), de Juan Gargurevich, para entender el nuevo sensacionalismo, los nuevos modelos sensacionalistas y los tabloides “chicha”. Del mismo modo, será oportuno recurrir a *Contra todo pronóstico. Prensa peruana rompe las tendencias* (2012), editado por la Empresa Editora El Comercio, en donde se presenta una valiosa recopilación estadística del *boom* de los diarios populares y deportivos en el Perú.

Finalmente, y con el objetivo de definir el papel responsable que debe tener el periodista deportivo en nuestros días, es valioso tomar como referencia el estudio de María Teresa Herrán y

Javier Darío Restrepo en *Ética para periodistas* (1995), así como el aporte de Gabriel Galdón López con *Desinformación, método, aspectos y soluciones* (2001). A estas obras es preciso sumar los conceptos que sobre el perfil deontológico del periodista se plantean en *La tolerancia y la manipulación* (2001), de Alfonso López Quintás, y en *La invención en el periodismo informativo* (2008), de José Manuel Burgueño.

2.2. Fútbol, el deporte rey

Para entender el fútbol no es posible exponer una simple argumentación semántica, teniendo en cuenta la pasión que mueve a este deporte y la importancia que tiene en determinadas colectividades. Paniagua (2009: 13) sostiene que el fútbol “es el arte de la guerra de forma civilizada” y añade que a pesar de las apariencias y, muy por encima de la televisión, el fútbol es “una triple magia de juego-espectáculo, de arte y de modelo de vida social”. También es una mezcla de sentimientos y así lo expresa Eslava (2011: 17): “Es el amor más largo y descabellado de nuestra vida. Es la pasión desesperada por los opuestos: pertenencia y privación, multitud y soledad, devoción y rencor. Alejarse del fútbol es mutilar parte de nuestro corazón”. Eslava añade que el fútbol genera tanta pasión que “puede provocar lo indeseable o conquistar lo imposible desde desatar una guerra hasta aplacarla, razón por la cual el arte literario recoge parte de esa experiencia humana y la enriquece con la palabra” (*ibídem*: 20).

Alcoba (2005: 68) señala que el fútbol presenta la peculiaridad de ser comprendido por la inmensa mayoría de las personas, sean o no aficionadas a este deporte. “Su reglamentación es asequible a todas las mentalidades y el desarrollo de un partido se reduce a un solo fin: conseguir introducir el balón en la portería”. A Francoise Segan, el balompié le recuerda viejos e intensos amores, “porque en ningún otro lugar como en el estadio se puede querer u odiar tanto a alguien” (*ápu*d Eslava, 2011: 17), mientras que Abelardo Sánchez León confiesa que el buen fútbol es como la poesía: “se regala, a veces se queda callado, no dice nada, es gratis, como el loco amor” (*ápu*d Jáuregui, 2006: 9).

Sin embargo, otras mentes brillantes han considerado a este deporte como una actividad que, lejos de contribuir a la sociedad, la degrada. Jorge Luis Borges dijo una vez: “El fútbol es feo estéticamente. Once jugadores contra otros once corriendo detrás de una pelota no son

especialmente hermosos” (*ápu*d Otamendi, 1985). Marta Hildebrandt va más allá de lo lingüístico y expone una definición mucho más pasional: “El fútbol solo entorpece al vulgo y droga a los cretinos” (*ápu*d Jáuregui, 2006: 9). Bajo un concepto más científico, Boniface (1990: 90) señala que “el fútbol es realmente el fenómeno más universal, mucho más que la democracia o la economía de mercado, de las que se ha dicho que ya no tienen fronteras, pero que no consiguen rivalizar con su extensión”, y relaciona la “aldea global” de Marshal McLuhan con el escenario mundial donde los habitantes más conocidos son los futbolistas más populares.

Teniendo en cuenta su importancia en la sociedad, Brochand (1999: 97) sugiere que el fútbol debería convertirse en un objeto de estudio e investigación para todo poder nacional, regional o local que quiera transmitir una buena imagen. Agrega que el fútbol no es sólo un reflejo, sino que también es un prisma que ofrece una lectura que demuestra las ambigüedades y contradicciones existentes en el mundo.

Augé (1999: 57-58) lo define como un “hecho social total”, y ve en el fútbol una dualidad de práctica y espectáculo. “Práctica lo suficientemente extendida para ser considerada en sí misma fenómeno de masas. Espectáculo lo suficientemente atrayente como para que el número de espectadores sea creciente”. Santiago Segurolo lo entiende como un “masificado divertimento social” conectado “con la industria del espectáculo”, pero relacionado también “con las emociones, con las pasiones, con la niñez” (*ápu*d Fernández Moores, 2012: web).

Para Bromberger (1999: 32) “el fútbol encarna a la vez una visión coherente y contradictoria del mundo contemporáneo. Exalta el mérito individual y colectivo en forma de una competición destinada a consagrar a los mejores, pero subraya también el papel del destino en el éxito, de la suerte y de las marrullerías, que son, cada una a su manera, burlas arrogantes del mérito”. Beckenbauer lo entiende como uno de los mejores medios de comunicación que existen en el mundo, por ser imparcial, apolítico y universal. “El balompié une a las gentes, día tras día, en todo el mundo. Jóvenes o veteranos, activos o pasivos, pobres o ricos, el deporte los hace a todos iguales, les apasiona, les alegra o les decepciona. Y lo mejor es que en un estadio de fútbol no tienen importancia ni el color de la piel, ni el idioma, ni la educación, ni siquiera la cuenta bancaria” (*ápu*d Eisenberg y otros, 2004: 319).

Con mucha sensibilidad, Vargas Llosa (2013: web), afirma que “el fútbol rompe barreras, hace comulgar a gente de todas las geografías en un mismo entusiasmo, hace saltar las fronteras que distancian a la sociedad, personas y tradiciones”. Pero quizá sea Carlin (2004: 115) quien sostenga, en el siguiente parecer, lo que realmente es este fenómeno de masas. “El fútbol permite llegar a los demás mejor que otros asuntos [...] Solo el fútbol une a hombres y mujeres de manera tan sólida y regular, al margen de su raza, credo, tribu, religión, lengua o clase social. El fútbol es la globalización. Es la cultura mundial dominante. Más allá de las necesidades inmediatas o domésticas, no hay nada que interese a tanta gente de manera tan intensa como el fútbol”.

2.2.1. Breve reseña histórica

Los antecedentes más remotos del fútbol no se encuentran precisamente en Inglaterra, considerada la cuna de este deporte. Elementos básicos de juego con un balón -como patearlo, lanzarlo o correr detrás de este-, han sido parte de los recursos naturales del hombre desde principios del mundo, sostiene Orejan² (2011: 10), y agrega que “muchas variedades de fútbol se han inventado en diferentes momentos y en diferentes culturas a lo largo de la historia”.

Según la FIFA (2013a), “la forma más antigua del juego, de la que se tenga ciencia cierta, es un manual de ejercicios militares que se remonta a la China de la dinastía Han, en los siglos II y III a. C.”. Por esos años, a una primitiva forma de practicar el fútbol se lo conocía como “Ts'uh Kúh”, y consistía en una bola de cuero rellena con plumas y pelos, que tenía que ser lanzada con el pie a una pequeña red. “Esta era colocada entre largas varas de bambú, separadas por una apertura de 30 a 40 centímetros”. Registros de unos 500 a 600 años más tarde dan cuenta del Kemari japonés, el cual se sigue jugando hoy en día. “Es un ejercicio ceremonial, que si bien exige cierta habilidad, no tiene ningún carácter competitivo como el juego chino, puesto que no hay lucha alguna por el balón. En una superficie relativamente pequeña, los actores deben pasárselo sin dejarlo caer al suelo”, añade la FIFA y detalla otras formas muy particulares de jugar con un balón en los siglos siguientes:

² “Researching the origins of football is somewhat confusing, to say the least. However, the basic elements -kicking, throwing, and running- have been part of man's natural urges since the world began. Many varieties of football have been invented at different times and in different cultures throughout history” (Orejan, 2011: 10).

“Mucho más animados eran el ‘Epislyros’ griego, del cual se sabe relativamente poco, y el ‘Harpastum’ romano. Los romanos tenían un balón más chico y dos equipos jugaban en un terreno rectangular, limitado con líneas de marcación y dividido con una línea media. El objetivo era enviar el balón al campo del oponente, para lo cual se lo pasaban entre ellos, apelando a la astucia para lograrlo. Este deporte fue muy popular entre los años 700 y 800, y si bien los romanos lo introdujeron en Gran Bretaña, el uso del pie era tan infrecuente que su ascendencia en el fútbol es relativa” (*ibídem*).

El “*thlatchi*” o “*gomacari*”, practicado por aztecas y mayas, consistía en patear una pelota con la rodilla e introducirla en un anillo vertical fijo unido a la pared³ (*cf.* Orejan, 2011: 13). La combinación de rugby, boxeo y lucha libre llamada “calcio”, jugado por los nobles de la ciudad italiana de Florencia, el dominio que tuvo el “*soulé*” en la campiña de Bretaña y Normandía, el “*kalagut*” de los esquimales o el “*hornusse*” suizo, también pueden considerarse como los ancestros del balompié (*cf.* Eisenberg y otros, 2004: 11-14).

Pero el fútbol moderno, en sí, fue obra de los británicos, aunque tuvo que sortear una serie de obstáculos hasta convertirse en lo que es hoy. Durante la Edad Media se hizo muy popular aunque muy violento, lo que motivó muchos decretos a nombre de los reyes Eduardo II, Enrique V, Eduardo IV y Enrique VIII, quienes pretendían prohibirlo, controlarlo o restringirlo⁴ (*cf.* Orejan, 2011: 18). En 1314, fue prohibida su práctica, bajo pena de prisión, debido al ruido que ocasionaba en la ciudad⁵ (*cf.* Brasch, 1970: 215), mientras que en 1477 fue considerado ilegal y se ordenó a las personas practicar con el arco y flecha, ya que se necesitaba de arqueros para la defensa nacional⁶ (*cf.* Walvin, 1994: 78) pues, por esas épocas, Inglaterra estaba enfrascada en un conflicto bélico con Francia, denominado la “Guerra de los Cien Años”. “En el transcurso del siglo XVI, sumó un nuevo frente de ataque: en los lugares donde comenzó a expandirse el puritanismo, se tildó a los deportes de frívolos en general, con el fútbol a la cabeza” (*cf.* FIFA, 2013c).

³ “According to Gardner (1978), in Mesoamerica the Aztecs as well as the Mayans played a game called *gomacari*, wich consisted of kicking a ball with the knee through a vertically fixed ring attached to a wall” (Orejan, 2011: 13).

⁴ “During the Middle Ages, the adapted version, which prohibited the ball from being thrown, became so popular and developed into such violent involvement that many edicts were issued in the names of Edward II, Henry V, Edward IV, and Henry VIII, which sought to ban, control, or restrict it: It was indeed violent enough for deaths and injures to be recorded” (Orejan, 2011: 18).

⁵ “For as much as there is great noise in the city, caused by hustling over large balls from which many evils may arise which Gold forbid, we commend and forbid, on behalf of the King, on pain of imprisonment such game to be used in the city in future” (Brasch, 1970: 215).

⁶ “No person shall practice any unlawful games such as dice, quoits, football and such games, but that every strong and able-bodied person shall practice with the bow for the reason that the national defense depends upon such bowmen” (Walvin, 1994: 78).

Entre los siglos XVII y XVIII, la práctica del fútbol en las Islas Británicas tenía mucha similitud con el rugby, donde prevalecían los golpes en cualquier parte del cuerpo, y a los jugadores se les permitía de todo, a excepción del asesinato, con tal de llevar el balón a la meta. En medio de tanta violencia, el jugar el balón con los pies no era la prioridad. “El fútbol primitivo no estaba regulado, era más violento y espontáneo, y no tenía limitación en el número de participantes. Muchas veces se jugaba ardientemente entre pueblos enteros y pequeñas ciudades, a lo largo de las calles, a campo traviesa, a través de zarzales, cercados y riachuelos” (cf. FIFA, 2013b). Keeton⁷ (ápu^d Orejan, 2011: 18) sostiene que “la versión salvaje, caracterizada por la lucha brutal y el ruido, involucró a cientos de participantes que intentaban lanzar, todos a la vez, una pelota en los objetivos que se colocaban a veces tan distantes como a dos millas”.

En el siglo XIX el fútbol ganó importancia en los exclusivos colegios privados o “public schools” ingleses y en esos ambientes comenzó su proceso de innovación y desarrollo, basándose más en la habilidad del regateo que en la potencia necesaria en medio del tumulto (cf. FIFA, 2013d). En dichos centros, este deporte era fomentado, además, para establecer una mayor disciplina entre los varones durante su tiempo libre, para difundir la lealtad y la abnegación y para fortalecer la relación entre los maestros y los alumnos (cf. Eisenberg y otros, 2004: 15-16). Murray (cf. 1996: 3) precisa que si bien las “public schools” no inventaron el fútbol, fueron sus exalumnos quienes, convertidos en profesionales, y ansiosos por seguir practicando su juego favorito, dieron impulso a la primeras normas del fútbol⁸.

En 1846 se fijaron algunas reglas y aunque seguía siendo permitido jugar con la mano y patear la pierna del adversario, solo por debajo de la rodilla, es recién en 1863 cuando se separaron los caminos del “rugby-football” (rugby) y del “association football” (fútbol), ambos con la misma raíz y un árbol genealógico de muy vasta ramificación. Tras la ruptura se fundaría ese mismo año la asociación más antigua del mundo: la “Football Association” (Asociación de Fútbol de Inglaterra), el primer órgano gubernativo de este deporte en el mundo (cf. FIFA, 2013c y 2013d).

⁷ “The wild version, characterized by brutal fighting and noise, was played in the streets and involved hundreds of participants simultaneously attempting to kick the ball into goals that were placed sometimes as far apart as two miles (Keeton, 1972)” (ápu^d Orejan, 2011: 18).

⁸ “The so-called public schools of England did not invent football, but it was their “old boys” (*alumni*) who, having entered business or professional life and being anxious to continue playing their favorite game from their university days, provided the ímpetus for the first national rules” (Murray, 1996: 3).

Fue en la Freemason's Tavern de Londres, en la Inglaterra de la Revolución Industrial, un 26 de octubre de 1863, cuando se definieron las leyes del fútbol moderno, dimensión del terreno, anchura de las porterías, función del árbitro, etc. (cf. Ramonet, 1999: 12-13). Seis años más tarde, el divorcio entre el rugby y el fútbol quedó más evidente aún, cuando en las reglas de balompié se prohibió el juego con la mano (cf. FIFA, 2013d). Pese a que tampoco era válido el patear las espinillas de los rivales, hubo equipos que hicieron caso omiso a estas disposiciones. Contra todo, el fútbol le ganó la batalla al rugby en el corazón y en la mente de los deportistas de la Inglaterra de esos años ya que lucía como un juego tan viril como el rugby, pero menos brutal. “Esto era importante para muchos jóvenes que tenían que trabajar para vivir y no podían perder su tiempo debido a lesiones ocasionadas al jugar” (Eisenberg y otros, 2004: 21-23).

Fuera de Inglaterra, el fútbol logró expandirse en virtud de la migración británica hacia otros países de Europa y América. Personal de bancos, de agencias comerciales o de transportes varios, ingenieros y cuadros operativos en obras de equipamiento o en fábricas, además de funcionarios y empleados de embajadas y consulados fueron los primeros agentes ingleses encargados de difundir el fútbol. A ellos se sumarían los marinos ingleses que jugaron al balompié con los locales en los puertos de Río de Janeiro en Brasil, Savona en Italia, Marsella en Francia y Callao en Perú (cf. Eisenberg y otros, 2004: 38).

Una vez instalado el fútbol fuera de las costas del Reino Unido se crearían las primeras asociaciones nacionales y luego en la fundación de la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) en mayo de 1904. “Para el año 1950, cuando se volvió a competir por tercera vez por un título del mundo (no hubo torneos durante la II Guerra Mundial), la FIFA contaba ya con 73 asociaciones. Durante la segunda mitad del Siglo XX, la popularidad del fútbol atrajo nuevos devotos, y para el Congreso de la FIFA de 2007, la FIFA contaba con 208 asociaciones en cada rincón del globo (cf. FIFA, 2013d).

Gran parte del planeta considera al fútbol como una forma de vida. “Se estima que hay 150 millones de jugadores registrados, entre profesionales y amateurs. Los aficionados y espectadores sólo pueden medirse por millones, según el país, y existen, aproximadamente, dos billones de personas, desde los cuatro hasta los noventa años de edad, que juegan este deporte en la arena, en

la hierba, en terrenos duros o fangosos. Es el deporte más popular y el deporte nacional de casi todos los países del mundo, excepto Estados Unidos, Australia y el sur de Asia, donde el béisbol, el rugby y el cricket, respectivamente, son más populares”⁹ (Orejan, 2011: 1).

El crecimiento registrado en las dos últimas décadas le ha valido al fútbol ser considerado como un inmenso y creciente negocio global, generador de grandes cantidades de dinero. Solo entre 2006 y 2010 el ingreso total de los clubes profesionales de Inglaterra, Alemania, España, Alemania, Francia e Italia por concepto de derechos de televisión, venta de entradas, patrocinadores, entre otros, aumentó de 2.500 millones de euros a 8.900 millones de euros. Sin embargo, esta aparente bonanza de la industria del fútbol trae consigo la pérdida del clima deportivo y la base obrera del juego (cf. Miller, 2012: 20-21).

2.2.2. Fenómeno sociológico

El carácter social del deporte ha abonado en la expansión cultural del fútbol en nuestros días. En ese contexto, Alcoba (cf. 2005: 29) señala que la historia del hombre no se puede explicar solamente por referencias alusivas a la religión, el poder y las guerras, factores que configuraron la vida de los hombres. En la evolución de la humanidad influyó el deporte cuya expansión ha sido tan espectacular que ni siquiera las religiones pueden presumir de tener tantos adeptos. Este concepto es aplicado al fútbol por Orejan (2011: 5) es su intento por explicar el impacto sociológico de esta disciplina: “No existe una práctica cultural más global que el fútbol. Bien o mal, no hay religión única que realmente pueda igualar la pasión geográfica y el alcance del fútbol”¹⁰.

El sociólogo Joffre Dumazedier, el primero en hablar de la “civilización del ocio”, incorporó a su estudio del asueto el análisis de la situación social del trabajador en su conjunto y señaló que la humanización del trabajo por el asueto es inseparable del asueto por el trabajo, y desde esta perspectiva, el deporte moderno aparece como una actividad de asueto específicamente adaptada a nuestra civilización predominantemente industrial (*ápu*d Levinsky, 2002: 47).

⁹ “There are an estimated 150 million professional and amateur registered players; fans and spectators can only be measured in the millions per season, per country; roughly two billion people from four to ninety years of age (some younger or older) practice kicking a ball on sand, on grass, and on hard or muddy play casts [...] football, is the most popular sport in the world. It is the national sport of almost every country on earth except the United States, Australia, and South Asia, where baseball, rugby, and cricket, respectively, are more popular” (Orejan, 2011: 1 y 5).

¹⁰ “There is no cultural practice more global than football. Right or wrong, there is no single religion that can truly match the geographical passion and scope of football” (Orejan, 2011: 5).

Poniendo como ejemplo a la sociedad española, Otero (2003: web) explica que en el primer tercio del siglo XX la sociedad de masas irrumpió con fuerza en el escenario de los países desarrollados:

“La mayor disponibilidad de tiempo libre encontró un nuevo espacio en el deporte. En este complejo entramado, la práctica y la afición por el deporte fue difundiéndose a través de la escala social española, desde las restringidas elites de principios de siglo a las clases medias urbanas y, posteriormente, al mundo del trabajo, de la mano de la implantación de la jornada laboral de 8 horas y la elevación de los ingresos de los trabajadores. Con su popularización la oferta deportiva registró sustanciales modificaciones, los deportes aristocratizantes como la esgrima o la hípica fueron cediendo protagonismo a otras prácticas menos elitistas, como el ciclismo, las carreras todavía denominadas con el apelativo inglés de cross, el boxeo, la democratización del excursionismo y, de manera particular, el *football*”.

Según Alcoba (2005: 34), el mayor tiempo libre, al racionalizarse el trabajo con horarios más justos, y la necesidad de las masas, atrapadas en una convivencia urbana que les agobiaba, de salir de ese mundo que había convertido las ciudades en hormigueros, permitirá que el deporte “suponga la válvula de escape a la opresión causada por el trabajo agotador y el permanecer horas en un espacio reducido con otras personas”.

Horne, Tomlinson y Whannel argumentan que el ocio y el deporte no pueden ser entendidos adecuadamente si no son contextualizados respecto a los procesos, relaciones y dinámicas sociales (*ápu*d Naranjo, 2011: 100). Por su parte, Coackley explica que hay diversas teorías que buscan explicar de qué manera el deporte está relacionado con los procesos de formación de identidad o qué conexiones existen entre las opciones de participación deportiva y el contexto cultural, social, político y económico en el que se desarrolla la vida del individuo (*ibídem*). Por todos estos aspectos, sostiene Andrés Mercé Varela “el siglo XX es el siglo en que el deporte se ha convertido en el hecho social más determinante de nuestro tiempo” (*ápu*d Alcoba, 2005: 27).

A criterio de Joan San Valero y Enrique Gastón, el deporte ha podido desarrollarse pese a las limitaciones de tiempo y espacio del hombre. “El deporte se da en dos bienes muy realmente escasos, el espacio, que es un bien muy escaso, y cada vez lo será más, y el tiempo... Dado que estos bienes son escasos, el deporte desde los primeros tiempos ha estado implicado en serios

problemas de estatus social o de clase social... La discriminación se cumple por el simple hecho económico”¹¹ (*ápu*d Alcoba, 2005: 34).

En cuanto al fenómeno social del fútbol moderno, este dio de una forma en Inglaterra y de otra muy distinta en el resto del mundo. En las islas británicas siempre fue un juego de las masas y no de la aristocracia. A pesar de la desaprobación clara y los reiterados intentos por controlarlo en la Edad Media, el fútbol era una característica establecida de la vida rural y urbana inglesa. Esa popularidad hizo que fracasaran los intentos de los puritanos por eliminarlo¹² (*cf.* Orejan, 2011: 18 y 19). En el resto de países de América y Europa, el fútbol llegó a mediados del siglo XIX pero en un inicio le perteneció a los grupos de británicos instalados permanentemente en el exterior por cuestiones de negocios o por asuntos diplomáticos y, luego, se incorporó a una exclusiva clase económica y social local, la cual lo adoptó al considerarlo un deporte sinónimo de modernidad y distinción. Esta élite tenía la ventaja de contar con bienestar material y disponibilidad de tiempo libre para practicarlo, a diferencia de las clases populares que no gozaban de estos beneficios (*cf.* Eisenberg y otros, 2004: 38, 47 y 49).

A finales del siglo XIX, jóvenes adinerados que volvían a sus países luego de estudiar en universidades británicas tuvieron un papel fundamental en la difusión del fútbol en los demás estratos sociales de América y Europa (Bueno y Mateo, 2012: web). A este grupo se sumaron los alumnos futbolistas de universidades locales quienes formaron los primeros equipos y con el paso de los años se convirtieron en directivos o dueños de empresas y continuaron la práctica del juego, fundando clubes. “A comienzos del siglo XX, los obreros asalariados fueron ingresando progresivamente en los equipos y, con menos frecuencia, los formaron ellos mismos. Pero antes del nacimiento del fútbol obrero del movimiento socialista, el iniciador fue, por lo general, el patrón de una empresa, animado por un objetivo preciso: movilizar a los asalariados intentando que se

¹¹ Deustua, Stein y Stokes, señalan que hacia 1900, Lima era escenario de espectáculos deportivos como el tiro al blanco, la corrida de toros, la carrera de caballos y las regatas. Juegos recreativos acordes con la sociedad aristocrática de la época. Sin embargo, para practicar estos deportes se requería de una serie de elementos de los que ciertamente carecía la mayor parte del pueblo de Lima. Tanto el tipo de deporte, como las instituciones donde se practicaban, eran de élite, de la misma forma en que lo era la sociedad en su conjunto. “Deportes de élite, clubes de élite, expresiones propias de la sociedad oligárquica limeña de entonces” (*ápu*d Panfichi, 2008: 63-64).

¹² “Despite these bans, the game continued to gain popularity; it was a game of the masses, not the aristocracy, and it was banned several more times by the English monarchs over the next four centuries before royal approval and encouragement was obtained. For all the clear disapproval and repeated attempts to control it, football was an established feature of rural and urban life. Even the efforts of the Puritans to purge all forms of entertainment, particularly games and gaming failed” (Orejan, 2011: 18 y 19).

identificaran con la empresa”¹³ (Eisenberg y otros, 2004: 50 y 51). Otro factor que abonó en favor de la inserción del fútbol en todos los estamentos sociales fue su apertura hacia grupos marginados de aquella época. Murray (*cf.* 1996: 34) da cuenta que en 1911, el exclusivo Flamengo Club de Regatas rompió con sus orígenes aristocráticos y fundó un equipo de fútbol, el cual se identificó rápidamente con los empobrecidos afrodescendientes de Río de Janeiro, quienes en 1888 habían sido liberados de la esclavitud. Menos de una década después, la fuerza en la práctica del juego en Brasil vendría precisamente de este grupo racial¹⁴. Sobre 1924, el fútbol carioca consagraría como campeón a Vasco da Gama, un equipo integrado mayoritariamente por futbolistas de color, pese a la oposición de los grandes clubes brasileños¹⁵ (*cf.* Coelho, 2011: 9).

El hecho de no requerir un lenguaje específico para ser comprendido, también ha ayudado a su expansión. Francisco Echevarría explica que si a veintidós muchachos de veintidós países que hablan distintas lenguas, pertenecen a razas diferentes y profesan religiones diversas se les da un balón y un árbitro tienen muchas posibilidades de entenderse, jugar y divertirse (*ápu*d Alcoba, 2005: 26).

De acuerdo con un artículo aparecido en *El País Semanal* (22/VIII/99), el fútbol satisface múltiples necesidades emocionales elementales: “la necesidad de una tensión que se libera inmediatamente después; el instinto tribal, la necesidad que tiene el hombre de identificarse con un grupo más amplio que su familia; el ansia de héroes; y la oportunidad de compartir una intensidad emocional que la vida corriente no suele ofrecer. El fútbol es una fuerza, una fuerza irresistible que, en estos tiempos ideológicos, mueve el mundo como ninguna otra” (*ápu*d Hernández Alonso, 2003: 44). Para millones de aficionados del FC Barcelona en el mundo, Lionel Messi es “Dios” y no un simple jugador de fútbol y Jefferson Farfán fue el “salvador de la patria” cuando anotó el gol con el que Perú le ganó a Chile en Lima el 22 de marzo de 2013 por las eliminatorias al Mundial Brasil 2014.

¹³ “En Rusia, Harry Scharnock, hijo de un industrial textil originario de Lancashire, hizo jugar a sus trabajadores con la finalidad explícita de desviarlos del consumo de vodka los domingos” (Eisenberg y otros, 2004: 34).

¹⁴ “Flamengo broke away from the Flamengo Sailing Club in 1911 to become a separate football club, and later it became associated with the poorer Cariocas (Rio inhabitants), largely blacks, many of whom had only recently (1888) been freed from slavery. The wealthy elites retained their supremacy until the 1920s, but thereafter the strength of the game came from the poorer sections of Brazilian society, especially the blacks” (Murray, 1996: 34).

¹⁵ “O Vasco foi campeão carioca pela primeira vez em 1924, a pesar da oposição dos outros grandes, que sonhavam tirá-lo da disputa alegando que o clube dos portugueses e negros não possuía estádio à altura de disputar a primeira divisão” (Coelho, 2011: 9).

Augé (1999: 55) interpreta como un ritual el hecho de que “por primera vez en la historia de la humanidad, a intervalos regulares y en hora fija, millones de individuos se instalan delante de un aparato doméstico para asistir y, en el pleno sentido del término, participar en la celebración de un mismo ritual”, cuando encienden el televisor para ver un partido de fútbol.

Podríamos entender también que el carácter social de una nación se puede captar a través del fútbol. Enric Gonzales afirma que los italianos sufrieron durante quince siglos “un no parar de invasiones y ocupaciones” y eso ha grabado en la memoria de los *azzurri* “la necesidad de atrincherarse, resistir y buscar el golillo al contragolpe”, a diferencia de Alemania que ha vivido largos lustros deportivos de su seguridad en sí misma, por encima de todo (*ápu*d Grijelmo, 2009: 10). Juan Villoro añade que “México afloja en lo normal y se aplica en lo imposible”, mientras que “el fútbol estaba del lado de Portugal, pero también lo está su gusto por la tristeza” (*ibídem*).

Durante la Copa del Mundo de Francia 98, Paul Auster escribió, a propósito de la pintoresca manifestación de los hinchas en las graderías de los estadios, ondeando las banderas de sus países y cantando los himnos nacionales, que “los europeos habían encontrado, finalmente, un sucedáneo para la guerra” (*ápu*d Hernández Alonso, 2003: 22). En ese sentido, “solo una victoria bélica es capaz de provocar la emoción de las masas en igual medida que el fútbol” (*ibídem*: 44).

La trilogía “fútbol-sociedad-globalización” es descrita así por Baudillon (1999: 44): “el fútbol está notablemente implantado en nuestra sociedad desde que ha sido mediatizado” y remarca que sin la difusión de los medios de comunicación este deporte no sería más que un acontecimiento local.

Al profundizar en el fenómeno del fútbol desde una mirada sociológica peruana, Panfichi y Thieroldt (2008: 188-189) sostienen que los contenidos y los símbolos de identidad que se construyen alrededor de los equipos son una suerte de estructuras culturales “que permiten reducir la complejidad social que agobia a los individuos en determinado contexto histórico, y que los ayuda a definir con gruesos trazos quiénes son ellos y qué presentan”, y añaden que factores sumamente complejos de la vida social, como múltiples pertenencias, lealtades cruzadas, mezclas

y fronteras borrosas se redefinen en el terreno del fútbol permitiendo imaginar un escenario social más simple, con menos matices y grandes distancias.

Menos complejo en su argumentación sobre el balompié desde lo social intenta ser Vargas Llosa (1982b: 1) quien entiende que este deporte ha sido elevado a la categoría de religión laica porque “ofrece a las gentes algo que apenas tienen: una ocasión de divertirse, de entretenerse, de entusiasmarse, de exaltarse, de vivir unas emociones intensas que la rutina cotidiana rara vez les depara. Querer entretenerse, divertirse, pasar un rato agradable, es la más legítima de las aspiraciones, un derecho tan válido como el querer comer y trabajar”. La dualidad de ser emocionante y vacío permite, según Vargas Llosa, que el fútbol pueda ser gozado por igual por “el inteligente y el tonto, el culto y el inculto”.

Desde una posición dirigencial, el presidente de la Federación Peruana de Fútbol (FPF), Manuel Burga (2012: 8) argumenta que el fútbol peruano es también una muestra más de cómo el Perú y los peruanos “hemos adaptado y adoptado, ingredientes, idioma, religión, cultural, animales y les hemos dado contenido tan particular y diferenciado que pueden ser distinguidos en cualquier parte del mundo como peruanos”, mientras que para el ex titular de la FPF, Nicolás Delfino (1999: 8), el fútbol se ha convertido en un fenómeno sin precedentes en la historia del mundo: “Ya no es un simple pasatiempo sino una actividad plena de significados para la vida moderna: no conoce de las barreras socioeconómicas o étnicas; los hombres de toda condición se hermanan conversando o discutiendo de fútbol”.

2.2.3. Espectáculo global

El proceso de globalización que han experimentado el deporte, y el fútbol en particular, en las últimas décadas, ha sido materia de estudio por varios expertos debido su complejidad e impacto en la sociedad. Castañón (2012: 342) precisa que “la mundialización deportiva ha traído cambios relacionados con la concentración de capitales, la homegeneización cultural, una creciente información de todos los torneos internacionales, la transformación de las entidades deportivas en grandes corporaciones y la revisión de su identidad por motivos mercantiles tal y como ha ocurrido en camisetas, vestimentas, salas de prensa, nombres de estadios y campeonatos”.

En esta misma línea, Allen Guttman y Eric A. Wagner señalan que la globalización del deporte puede ser vista desde distintas ópticas: como un proceso de modernización que implica el considerar la naturaleza de las transformaciones globales o como una fase de homogeneización más que de americanización o de imperialismo cultural (*ápu*d Naranjo, 2011: 103). Joseph Maguire y Xavier Ginesta opinan que los defensores de ambas teorías concuerdan en que “hoy se está viviendo una homogeneización del deporte global” (*ibídem*).

Alcoba (1987: 36) apunta que el deporte del espectáculo, desde siempre, contribuyó a un nuevo concepto de la comunicación. “Los nombres de personas o grupos promotores de una actividad generalmente presentada como inútil, comenzaron a ser tenidos en cuenta, por las respectivas sociedades e influyeron en la mayoría de las mismas, pero con especial interés en la actual, de la que forman ya un hecho reflejado en los medios de comunicación colectiva de manera constante”.

Si bien reconoce que los medios de comunicación son el mejor exponente de la importancia del deporte, y los periodistas deportivos aquellos profesionales de la información que difunden estas disciplinas, Alcoba (2005: 30) sostiene que no se les puede acusar de haber convertido al deporte en la actividad más practicada y que mayor volumen de información difunde en todo el mundo:

“Quienes han elevado a la cúspide del interés humano al deporte son precisamente los seres humanos, algo que no entienden quienes critican al deporte como desecho educativo o actividad física circense. Si el deporte ha alcanzado la popularidad que hoy posee es porque ha tenido la virtud de integrarse en todos los sectores de la sociedad, y ésta no sólo lo ha recogido como algo beneficioso para los seres humanos, sino porque puede explotarlo como algo útil y provechoso para sus particulares intereses”.

Una visión distinta tiene Boyle (*cf.* 2006: 3) al considerar que el periodismo deportivo está profundamente implicado en el proceso de promoción y transformación de grandes eventos deportivos¹⁶. Miller (*cf.* 2012: 23) refuerza esta tesis al destacar como se profundizó la relación

¹⁶ “There is no doubt that sports have become increasingly global in the contemporary mediated age. The fusion of sports and the media, and television in particular, has helped propel and transform major events such as the FIFA World Cup and the Olympic Games. This is also a process in which sports journalism is deeply implicated” (Boyle, 2006: 3).

simbiótica entre el fútbol y los medios con el advenimiento de la radio en 1930 y la televisión terrestre en 1950. Posteriormente, la globalización de las comunicaciones jugaron un papel decisivo sobre los aficionados, tal como lo refieren Bueno y Mateo (*cf.* 2012 web) al precisar que pese a los avances que ya habían en 1982, a los europeos los tomó por sorpresa la extraordinaria generación de futbolistas que lució Brasil en el Mundial de España, algunos de los cuales no habían visto jugar. “En la era de la globalización, eso es imposible”, agregan (*ibídem*).

Eisenberg y otros (2004: 254) exponen que “la relación entre los medios y el fútbol fue más bien el resultado de una creciente y visiblemente compleja interrelación que se conformó en el transcurso del siglo XX” y aclaran que esta interrelación originó numerosos desarrollos sociales imprevistos y no siempre deseados. Este punto es ampliado por Santiago Segurola cuando afirma que el proceso de globalización del fútbol guarda relación con la migración que tuvo este deporte de los campos de barrio a los estadios y de allí a las mesas de negociaciones. Agrega que el punto de quiebre hacia lo que hoy se denomina una de las mayores industrias de entretenimiento se dio a inicios de la década de 1990 cuando Rupert Murdoch¹⁷ puso sus ojos en la Premier League inglesa¹⁸. Según Segurola, la TV globalizada se adueñó definitivamente de la pelota y el hincha perdió ante el consumidor (*ápu*d Fernández Moores, 2012). “La televisión ha sido un factor decisivo en la historia del fútbol. No ha transformado el juego y sus tácticas, que dependen de otras circunstancias, pero sí lo ha universalizado. El siglo futbolístico anterior a la televisión mantuvo aislados a los continentes y a los países, a veces a la ciudades dentro de un mismo país” (Bueno y Mateo, 2012: web).

Miller (2012: 24-25) profundiza en este fenómeno y señala que el incremento de la globalización y de la demanda del producto fútbol se basó en tres puntos importantes: la llegada de la televisión satelital y por cable que rompió el poder monopsónico de las televisoras tradicionales, la introducción de modernas técnicas de mercadeo y las cambiantes demografías de los públicos

¹⁷ Rupert Murdoch es un magnate de medios de comunicación australiano, nacionalizado estadounidense, dueño de las cadenas televisivas Fox, Sky y Star, las cuales tienen los derechos de transmisión televisiva de algunas de las mayores competiciones deportivas del mundo, entre ellas la Premier League de fútbol de Inglaterra.

¹⁸ En la temporada 1992-1993, la Premier League facturó 67 millones de dólares por contratos televisivos. Dicho monto creció a 1,730 millones de dólares en 2010-2011 (*cf.* Deloitte Sports Business Group, 2011: 6-7). Para mediados de 2012, la Premier League se mantuvo como la competencia nacional de clubes profesionales más lucrativa del mundo al tener ganancias de 3,500 millones de dólares, un 12 por ciento más de lo recaudado el año anterior (CNN, 2012: web).

del fútbol. En muchos países, hombres jóvenes de todas las clases sociales y grupos de personas que rara vez veían televisión se vieron atraídos por las transmisiones de fútbol. La globalización de la teleaudiencia y el desarrollo de una base de aficionados a escala mundial generó “un crecimiento explosivo de las sumas pagadas por los derechos televisivos del fútbol de primer nivel” (*ibídem*).

El impacto de la televisión satelital es fabuloso, sin duda alguna. Se calcula que la consagración de España como campeón en el último partido de la Copa Mundial Sudáfrica 2010 fue vista por más de 2 mil millones de personas, mientras que la definición del título entre Alemania y Argentina en la Copa Mundial Brasil 2014 concitó el interés de casi 4 mil millones de televidentes en todo el planeta. Estas cifras lucen monstruosas si se comparan con la audiencia de 300 millones de personas que pueden alcanzar, cada una, las finales del Super Bowl de la Liga Nacional de Fútbol Americano (NFL), la Liga Nacional de Baloncesto (NBA), y la Serie Mundial de la Major League Baseball (MLB)¹⁹ (*cf.* Orejan, 2011: 5).

Barraza (2013a: 9) deja en claro que si bien alguien podría quejarse de la excesiva influencia de la televisión, es esta la que, en un gran porcentaje, sostiene al fútbol. En efecto, la FIFA facturó 2 mil 408 millones de dólares por la comercialización de los derechos de televisión de la Copa Mundial Sudáfrica 2010²⁰. Esa cifra le permitió al ente rector del balompié mundial cerrar su ciclo financiero 2007-2010 con ingresos de 4 mil 189 millones de dólares y un balance a favor de 630 millones de dólares. Ello aumentó la base de reservas de dicho organismo a mil 280 millones de dólares. (*cf.* FIFA, 2011: 9, 14 y 36). En el reciente Mundial de Brasil 2014, la FIFA recaudó por derechos de televisión un total estimado de 4 mil 300 millones de dólares, toda una marca histórica (*cf.* Mercado.com.ar, 2014). Y como si se tratase de una cadena productiva, son las grandes empresas las que, atraídas por el interés de publicitar sus productos, financian las transmisiones de la totalidad de eventos deportivos y futbolísticos a escala mundial. Para Maguire (1999: 28), el

¹⁹ “It is estimated that the final game of the 2006 World Cup, played in Germany, was watched by over 2 billion people simultaneously (Goldblatt, 2007), and the most recent World Cup final, in the summer of 2010 in South Africa, was watched by over 3 billion people (FIFA 2010). In comparison, the annual American Super Bowl of the National Football League (NFL), the finals of the National Basketball League (NBA), and the "World Series" of Major League Baseball (MLB) are each watched by an average world audience of 300 million people” (Orejan, 2011: 5).

²⁰ El ingreso total de la Copa Mundial Sudáfrica 2010 abarcó los ingresos de los derechos de televisión de 2,408 millones de dólares; de los derechos de mercadotecnia de 1,072 millones de dólares; de los derechos de hospitalidad de 120 millones de dólares y de los derechos de concesión de licencias de 55 millones de dólares (*cf.* FIFA, 2011: 36).

deporte y el fútbol están estructurados “en una política económica donde las multinacionales juegan un papel decisivo”.

Si bien Barraza (2013a: 9) refiere que la televisión convierte al fútbol en un fenómeno global y gracias a ella “una final del mundo no es un show para 80 mil privilegiados sino para el planeta entero”²¹, Bueno y Mateo (2012: web) concluyen que en el fútbol se vive una época “llena de partidos y de competencias que pueden verse en cualquier lugar del planeta, de análisis y debates en los medios de comunicación que desmenuzan todos los aspectos del juego, de millonarios contratos que son rápidamente superados por otros más millonarios aún. Y en medio del inmenso circo, los futbolistas, cada vez más ensalzados y cada vez más exigidos, pocas veces pueden cumplir las desmesuradas expectativas que suscitan, a menudo defraudadas por un calendario asfixiante que no admite tregua pues las cajas registradoras no pueden descansar”.

2.3. Realidad deportiva del país

La práctica del deporte moderno en nuestro país está estrechamente ligada a la introducción de los deportes por parte de los ciudadanos ingleses que llegaron a principios del siglo XIX, en primer término, para apoyar en la lucha por la independencia lograda en 1821, y, dos décadas después, atraídos por el auge económico producto de la explotación del guano y el salitre²² (cf. Álvarez Escalona, 2002: 40). Dauris (2011: 52) explica que muchos oficiales, marinos comerciantes, así como numerosos ingenieros y mecánicos británicos se asentaron con sus familias en el Perú y realizaron importantes contribuciones culturales, educativas, sociales y deportivas, siendo este último aporte el más enriquecedor. “Los primeros ingleses trajeron el cricket, el hockey, el golf, el polo, el tenis y, por supuesto, el fútbol”²³ (*ibídem*).

²¹ Durante el verano de 1998 más de un millón de personas se reunieron en los Campos Elíseos para celebrar la victoria de Francia en el Mundial. Según la opinión generalizada, fue la mayor manifestación pública de alegría que se haya visto en París desde la liberación de los nazis en 1944 (cf. Hernández Alonso, 2003: 22).

²² La era del guano y del salitre en el Perú se ubica entre las décadas de 1840 y 1870.

²³ Cabe puntualizar que se considera a Inglaterra como la cuna del deporte contemporáneo. La Revolución Industrial (segunda mitad del siglo XVIII y principios del XIX) fue el principal motor del nacimiento y evolución de diversas disciplinas deportivas ya que generó tiempos de ocio en los integrantes de las clases sociales inglesas: algunos practicaron actividad física y otros dedicaron su tiempo libre a presenciar acontecimientos deportivos. En este país también se reglamentaron deportes como el cricket, el hockey, el golf, el polo, el tenis y el fútbol, y se introdujeron los conceptos de tiempo, espacio, récord, apuesta, entrenamiento y trabajo en equipo, vigentes aún en la actualidad (cf. Rodríguez López, 2000: 168-172).

Transcurrió casi un siglo para que se oficializara una organización que agrupara a las diversas disciplinas deportivas. El 28 de abril de 1920, el entonces presidente Augusto B. Leguía dispuso la creación de la Federación Atlética y Deportiva del Perú (FADP)²⁴ y en 1921 dictó la Ley de Estructuración del Deporte Nacional. El 8 de septiembre de 1938, el presidente Óscar R. Benavides promulgó la Ley N° 8741, que creó el Comité Nacional de Deportes (CONADE) como autoridad superior en materia deportiva. Mucho después, durante el régimen del general Juan Velasco Alvarado, entró en vigor la Ley Orgánica del Deporte Nacional, Decreto Ley N° 17817, del 17 de setiembre de 1969, y cuatro años más tarde se sustituyó el CONADE por el Instituto Nacional de Recreación, Educación Física y Deportes (INRED). José Quiñones, presidente del Comité Olímpico Peruano (*cf. La República*, 2011: 2), refiere que el INRED fue una copia mal hecha del sistema cubano y a partir de su creación el Estado centralizó todo “metiendo en un mismo saco al deporte, la recreación y la educación física”.

Tras el gobierno militar, y bajo el mandato de Fernando Belaunde Terry, el INRED fue transformado en el Instituto Peruano del Deporte (IPD), adscrito a la presidencia del Consejo de Ministros, mediante Decreto Legislativo N° 135, del 15 de Junio de 1981 (*cf. IPD*, 2011a: 17). Posteriormente, el presidente Alan García promulgó la Ley General del Deporte, Decreto Legislativo N° 328, el 8 de febrero de 1985, que establecía de interés nacional la promoción y el fomento al deporte. Además, se dictó el Decreto Supremo N° 082-2005-PCM que ubicaba al IPD como órgano dependiente del Ministerio de Educación (*ibídem*: 18). Pese a esta legislación, durante el primer gobierno de García se eliminó la práctica obligatoria de la educación física en los colegios a nivel primario. “Fue una decisión desacertada que décadas después incidió en el bajo nivel de nuestros deportistas”, señala Francisco Boza, presidente del IPD (2013), mientras que Quiñones (*La República*, 2011: 2) sostiene que a raíz de ello “nuestros niños y niñas son inválidos deportivos cuando llegan a los trece años” porque no han tenido educación física y desconocen los reglamentos básicos del deporte.

En 1991, el presidente Alberto Fujimori declarararía en emergencia al sistema deportivo nacional y ocho años después daría luz verde a la nueva Ley General del Deporte, N° 27159 (*cf.*

²⁴ Cuando se creó la Federación Atlética y Deportiva del Perú, ya existía la Confederación Deportiva Peruana que representaba a los deportes que se practicaban en las dos primeras décadas del siglo XX. En 1924, la Confederación Deportiva Peruana se convirtió en lo que hoy se denomina Comité Olímpico Peruano.

IPD, 2011a: 17), la cual quedaría sin efecto el 24 de julio de 2003, durante la presidencia de Alejandro Toledo, al entrar en vigencia la Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte, Ley N° 28036 (cf. *El Peruano*, 2003: 248630) que, entre otros puntos, creaba el Sistema Deportivo Nacional, órgano dependiente del IPD, para articular el trabajo que en favor del deporte deben desarrollar todos los organismo públicos y privados a nivel nacional, regional y local (cf. IPD, 2011a: 36).

En la actualidad, la ley 28036 se mantiene vigente aunque cinco leyes posteriores variaron su contenido: ley modificatoria N° 28523 del 25 de mayo 2005 (cf. *El Peruano*, 2005: 293145), ley modificatoria 28910 del 3 de diciembre de 2006 (cf. *El Peruano*, 2006: 333925), ley modificatoria N° 29544 del 24 de junio de 2010 (cf. *El Peruano*, 2010: 421105), ley modificatoria N° 29665 del 19 de febrero de 2011 (cf. *El Peruano*, 2011: 436463) y ley modificatoria N° 29825 del 5 de enero de 2012 (cf. *El Peruano*, 2012b: 458593).

Los cambios de denominación que ha sufrido el órgano rector del deporte y la diversa legislación implementada desde 1920 a la fecha, han hecho un flaco favor a la organización deportiva en el país, según señala Patrick Espejo (2013): “Hemos pasado del CONADE al INRED y del INRED al IPD pero poco cambió. Tampoco ayudaron las leyes y sus modificatorias. Estas marchas y contramarchas en el marco legal se reflejan hoy en el poco fomento deportivo a nivel recreativo, la ausencia de educación física en los colegios²⁵, la falta de entrenadores debidamente capacitados, el aislamiento de los órganos promotores al deporte, la presencia de dirigentes con poca disposición al trabajo, el escaso apoyo económico y el bajísimo nivel de nuestros deportistas en la alta competencia”.

Problemas como la desnutrición infantil y la escasez de espacios públicos, son otras de las barreras que también debe enfrentar el deporte nacional. Un informe de la Organización Mundial de la Salud, del 2007 al 2010, señala que la desnutrición crónica en niños menores de 5 años en el Perú es del 23 por ciento (*ápu*d Jaramillo y Sánchez, 2013: A17) y precisa, además, que Lima tiene

²⁵ El Acuerdo Nacional, suscrito el 22 de julio de 2012, indica en la 12° Política de Estado, letra (j), que “El Estado restablecerá la educación física y artística en las escuelas y promoverá el deporte desde la niñez”.

apenas 2.7 m² de áreas verdes por habitante, uno de los índices más bajos en América Latina, cuando lo recomendado es de 8 m² por persona²⁶ (*ápu*d Meier, 2013: A7).

La realidad del deporte peruano fue puesta de manifiesto en el Plan Nacional del Deporte 2011-2030 (PND), elaborado por el IPD, el cual concluyó que, después de varios años de promulgada la ley 28036, el Sistema Deportivo Nacional no había logrado articular a todos los estamentos del sector estatal que promueven el deporte, los cuales seguían trabajando de manera aislada. “Se evidencia el poco interés y apoyo de las más altas autoridades gubernamentales en el desarrollo del deporte, reflejado en la falta de coordinación entre los Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales, y el IPD, para la definición de objetivos nacionales y regionales en materia deportiva y el establecimiento de políticas de Estado para el deporte en todos sus niveles” (IPD, 2011a: 36). Y en relación a la serie de modificatorias que sufrió la ley 28036, desde su dación en 2003, el PND, a sugerencia del IPD, propuso que:

“El ejecutivo debería designar una comisión especial multidisciplinaria para que proponga una nueva ley que resuelva, entre otros aspectos importantes, el funcionamiento real del Sistema Deportivo Nacional, sistema que también debe ser activado a nivel regional, e incluso a nivel de distritos, reforzando la actuación del IPD como órgano Rector del Deporte en el país. El nuevo dispositivo debe precisar las competencias de los distintos niveles de gobierno, así como de las organizaciones deportivas quienes, además de orientar su gestión hacia el ámbito del deporte de competencia, por delegación del Estado, en el marco de su responsabilidad social (deporte derecho social) deben ampliar el alcance de sus actividades hacia la masificación de sus disciplinas deportivas en beneficio de toda la población del país” (*ibídem*).

En esta línea, el Comité Olímpico Peruano, en su informe técnico de participación de la delegación peruana en los XXIX Juegos Olímpicos Beijing 2008, también recomendó solicitar al gobierno cambios en la ley 28036 para incentivar el aporte económico de las empresas privadas al deporte con la finalidad de obtener mejores resultados en los eventos del Circuito Olímpico²⁷. “El no tener un presupuesto comparable con nuestros países vecinos nos hará centralizar el apoyo a un grupo reducido de atletas”, detalla el informe (COP, 2008: 27). Sin ir muy lejos, el deporte peruano

²⁶ El informe de la Organización Mundial de la Salud indica que Bogotá tiene 4,3 m² de áreas verdes por habitante, Santiago 10 m² y Curitiba, que lidera los indicadores, posee 52 m² (*ápu*d Meier, 2013: A7).

²⁷ Los eventos del Circuito Olímpico son, en orden de importancia de menor a mayor, los Juegos Bolivarianos, los Juegos Sudamericanos, los Juegos Panamericanos y los Juegos Olímpicos.

se ha visto largamente superado por Colombia que en los Juegos Olímpicos de Londres 2012 cosechó 19 medallas, frente a ninguna de nuestra delegación. Solo para la preparación de sus deportistas olímpicos, el gobierno colombiano invirtió 28 millones de dólares, mientras que el IPD destinó apenas 557 mil dólares (*cf.* Cruz, 2012: 25).

El PND agrega que la participación del sector privado en la promoción del deporte es mínima y consiste en auspicios a determinadas actividades deportivas o en la firma de algunos convenios de cooperación, siendo la oportunidad de promocionar su marca lo que motiva a las empresas (IPD, 2011a: 38). Si bien la falta de articulación de los estamentos ligados al deporte y el complejo marco legal son dos de las mayores deficiencias reseñadas por el PND, otro de los principales problemas gira en torno al poco presupuesto con el que anualmente dispone el IPD para desarrollar las actividades que por ley le corresponden.

Atendiendo a la necesidad de dotar de mayores recursos al IPD, el Estado ha incrementado en el último quinquenio el presupuesto destinado a fomentar la actividad física, la recreación y el deporte, pero este aumento no ha sido suficiente porque la mayor inversión ha estado destinada a ejecutar proyectos en infraestructura deportiva o a la realización de eventos del calendario olímpico (*cf.* IPD, 2012a: 13). En 2010 y 2011, el crecimiento del presupuesto del IPD obedeció básicamente al financiamiento de la rehabilitación del Estadio Nacional de Lima (*cf.* IPD, 2012a: 13) y, según explica Boza (2013), “El presupuesto de 2012 se elevó para financiar las obras de infraestructura de los Juegos Bolivarianos de Playa en 2012 realizados en Lima y en 2013 las cifras casi se duplicaron por la realización en Trujillo de los Juegos Bolivarianos”. Si nos remitimos a las cifras, el Presupuesto General del IPD se ha incrementado en un 41.8 por ciento de 2010 a 2013 y aunque se ha visto una mejora de la infraestructura existente y se han construido nuevos escenarios para la práctica deportiva, las medallas y los triunfos siguen siendo escasos.

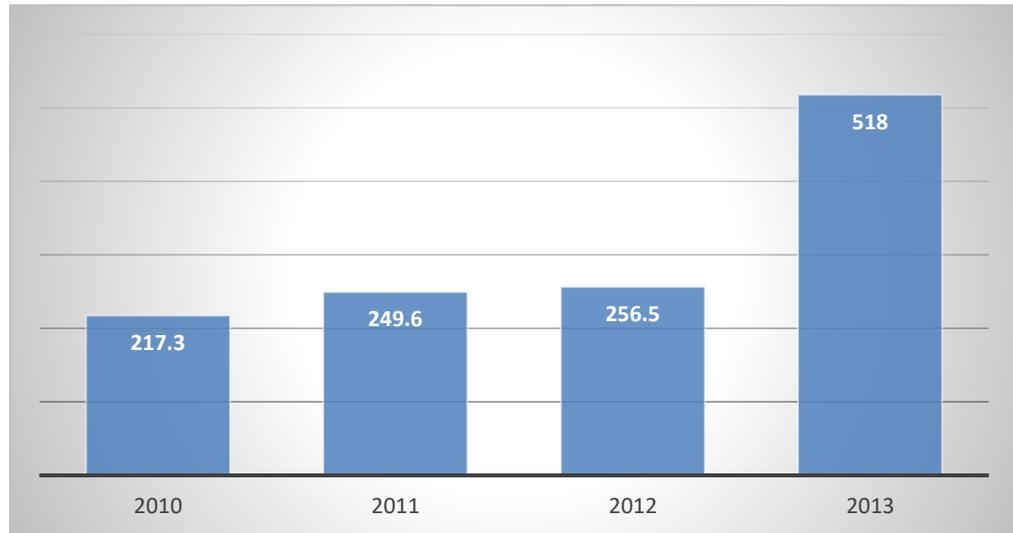


Figura 1: Presupuesto General del IPD 2010 – 2013 en millones de soles (IPD, 2012b y Transparencia 2013).

La deficiente inversión para el desarrollo del deporte competitivo en el Perú se pone de manifiesto al analizar cuáles han sido los logros del país en tres de los eventos deportivos más importantes en los cuales participa regularmente. En 113 años de participaciones en Juegos Olímpicos²⁸, Perú solo ha sumado una medalla de oro y tres de plata en los deportes de tiro y voleibol²⁹.

En los Juegos Panamericanos, las delegaciones nacionales han obtenido 5 medallas totales en los últimos 50 años. El análisis de la participación peruana en Juegos Sudamericanos muestra una tendencia similar: En la última versión de este evento desarrollada en 2010, Perú ocupó el séptimo lugar de un total de 15 participantes, ganando 71 medallas, lo que representó apenas el 4,6 por ciento de preseas repartidas (*ibídem*: 14-15).

Finalmente, los resultados en los Juegos Bolivarianos 2009 tampoco fueron alentadores. La delegación peruana ocupó el cuarto lugar con 141 medallas, el 10 por ciento del total entregadas, frente a las más de 250 preseas obtenidas por cada una de las delegaciones de Venezuela, Colombia y Ecuador (*ibídem*: 16). Pese a todo, la participación del deporte peruano evidenció una sustancial

²⁸ La primera participación peruana en Juegos Olímpicos se remonta a París 1900.

²⁹ La medalla de oro la ganó Edwin Vásquez en Londres 1948 y las de plata fueron obtenidas por Francisco Boza en Los Ángeles 1984, la selección femenina de voleibol en Seúl 1988 y Juan Giha en Barcelona 1992.

mejora en los Juegos Bolivarianos 2013 desarrollados en Trujillo, donde se lograron un total de 226 medallas, aunque se mantuvo el cuarto lugar, cuando la ambición era ser tercero, por el hecho de ser el país organizador.

Para el IPD, las cifras reseñadas líneas arriba dejan en claro que el Perú pasa por un estancamiento en el desarrollo del deporte de alta competencia, no evidenciándose resultados significativos en los últimos años, lo que amerita una atención especial y un rediseño de la estrategia que se venía implementando para la preparación de los deportistas a nivel nacional. Curiosamente, esta realidad deportiva no guarda relación con la estabilidad macroeconómica del país (*ibídem*). A criterio de Michel Dancourt, “el país progresa, pero ese desarrollo no llega al deporte” (*La República*, 2011: 2). Boza (2013) señala que luego de la elaboración del PND, su despacho se trazó como meta incrementar la inversión económica para la preparación de los deportistas de alta competencia con la finalidad de obtener resultados a corto, mediano y largo plazo. Por esa razón, el presupuesto para los deportistas de alto rendimiento³⁰ se elevó en un 770 por ciento, es decir de 21.5 a 154.4 millones de soles.

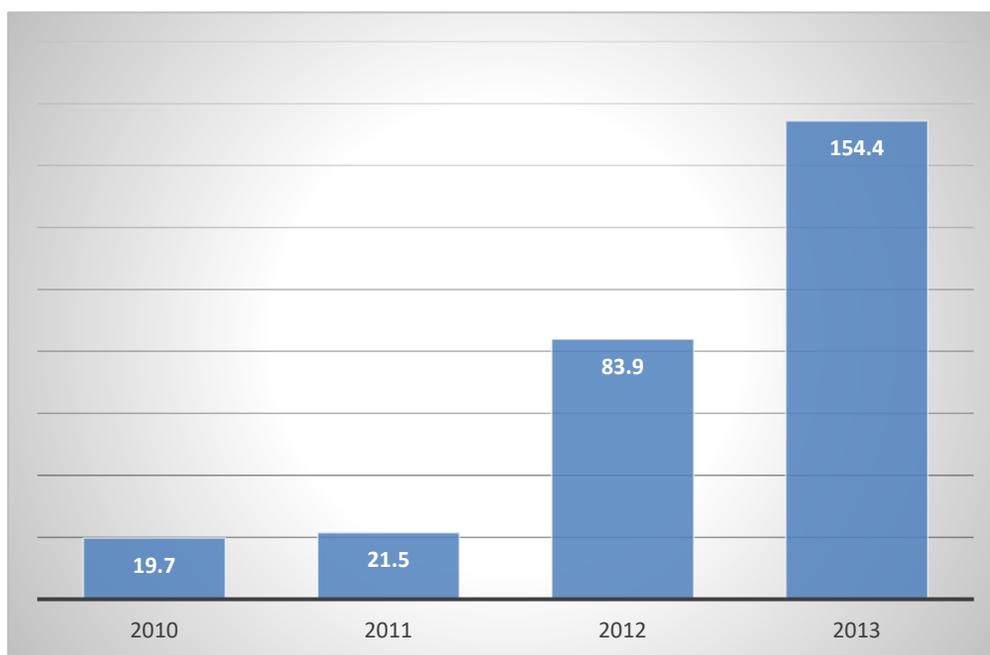


Figura 2: Presupuesto del alto rendimiento 2010 – 2013 en millones de soles (IPD, 2012b y Transparencia 2013).

³⁰ Se define al deportista de alto rendimiento como aquel que tiene opciones de lograr medallas en competencias deportivas internacionales de primer nivel.

Boza (2013) apunta que los resultados de este apoyo se vieron reflejados con el título logrado por Perú en los Juegos Bolivarianos de Playa 2012 y el incremento de medallas en los Juegos Bolivarianos 2013. “Ahora, nuestra meta es lograr que uno de nuestros deportistas suba al podio en los Juegos Panamericanos de Toronto 2015 y en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016”. Paralelamente a este incremento en el presupuesto del IPD, el gobierno del presidente Ollanta Humala ha dado algunos pasos en favor de la restitución de la educación física en los colegios al destinar desde principios de 2014 un total de 70 millones de soles para la contratación de profesores de educación física en el marco de los Lineamientos para la Ejecución del Plan Nacional de Fortalecimiento de la Educación Física y el Deporte Escolar en las Instituciones Educativas Públicas de Primaria y Secundaria de Educación Básica Regular (*cf. El Peruano*, 2014: 515771-515772).

Eddie Fleischman (2013) considera “irrelevante el monto que se destina al deporte si no existe una política de Estado que defina lo que se tiene que hacer con esos recursos”. Ello impide el desarrollo de esta actividad, no solo en la alta competencia sino también en todos los estamentos de la sociedad. Según el IPD (2012a: 26-29), la falta de políticas en favor del deporte limita la participación de niños, jóvenes y adultos en actividades físicas y recreativas y, además, deja escapar oportunidades de inclusión social y moral de la población marginada por barreras sociales, culturales y religiosas o individuos marginadores por razones de género o discapacidad. Las consideraciones de Fleischman y del IPD colisionan con una realidad marcada principalmente por la improvisación si es que se toma en cuenta que la gestión de Francisco Boza fue cortada abruptamente por un escándalo de supuestos lobbies para modificar los presupuestos asignados al IPD (*El Comercio*, 2014a: web). A ello se suma la indefinición sobre la realización en Lima de los Juegos Panamericanos 2019, un evento que, de llevarse a cabo en nuestra capital, daría un significativo impulso al deporte nacional (*El Comercio*, 2015: web).

Hay que tener en consideración que por su carácter lúdico “el deporte y la educación física permiten transmitir valores fundamentales como el respeto por el adversario, la observación de reglas, el juego limpio y el trabajo en equipo. Ninguna otra actividad libera tanta fuerza, energía y poder para movilizar y reunir a la gente más allá de las barreras culturales, lingüísticas, profesionales y generacionales lo que hace único al deporte y que determina su calidad intrínseca” (IPD, 2011a: 6).

Además, el deporte es el mejor camino para acceder a los grupos de mayor riesgo, como los niños de la calle, los adolescentes, así como los jóvenes que viven en la pobreza. “Puede promover un comportamiento más consciente con el propio cuerpo y ofrecer modelos y ejemplos positivos” (IPD, 2011a: 10). En ese sentido, “el deporte no es un lujo, sino una inversión crucial en el presente y en el futuro, por lo que los países hoy lo reconocen como un derecho humano, un derecho del pueblo y como consecuencia un compromiso ineludible del Estado” (IPD, 2011a: 8). Por ello, la Organización Mundial de la Salud (OMS) considera que la actividad física y el deporte complementan las estrategias para mejorar la dieta y desalentar el consumo de tabaco, alcohol y drogas, mejora la autoestima, ayuda a manejar el estrés y la ansiedad, y alivia la depresión. Basado en recientes investigaciones científicas, la OMS señala que en Estados Unidos cada dólar consagrado al deporte y a la actividad física hace economizar más de tres dólares en gastos médicos (*ibídem*).

2.3.1. Organizaciones deportivas

El Sistema Deportivo Nacional es el conjunto de órganos y organismos públicos y privados, estructurados e integrados funcionalmente, que articulan y desarrollan la actividad deportiva, recreativa y de educación física a nivel nacional, regional y local. Está conformado por el Instituto Peruano del Deporte (IPD), los consejos regionales del deporte, las organizaciones deportivas de los organismos públicos, privados y comunales, los gobiernos locales, las universidades, los institutos superiores, las Fuerzas Armadas, la Policía Nacional del Perú, los centros educativos, los centros laborales y las comunidades campesinas nativas. El IPD, el ente rector del Sistema Deportivo Nacional, constituye un organismo público descentralizado con rango ministerial adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, con autonomía funcional y administrativa (*cf. El Peruano*, 2003: 248630).

Dentro de las funciones del IPD están las de formular e impartir la política deportiva, recreativa y de educación física. También la de organizar, planificar, promover, coordinar, evaluar e investigar, a nivel nacional, el desarrollo del deporte, la recreación y la educación física en todas sus disciplinas, modalidades, niveles y categorías (*cf. IPD*, 2012c: web). Otras funciones de este organismo son las de formular y aprobar presupuestos y plan de inversiones; de promover la formación y capacitación de deportistas, técnicos, dirigentes, profesionales del deporte y agentes

deportivos; dotar de presupuesto a las federaciones nacionales e incentivar la participación activa de la empresa privada en la promoción y desarrollo de la recreación y del deporte en sus diferentes disciplinas y modalidades (*cf.* IPD, 2012d: web).

El IPD agrupa a 55 federaciones nacionales, cada una de las cuales tiene a su cargo el manejo institucional, administrativo y deportivo de sus respectivas disciplinas, siguiendo los lineamientos trazados por el ente rector del deporte. Estas federaciones están subdivididas en federaciones departamentales y estas a su vez en ligas provinciales y distritales que agrupan a los clubes. Además, estas federaciones nacionales se encargan de organizar eventos deportivos de carácter nacional o regional, de promover la participación de los atletas y de convocar a los mejores deportistas para integrar seleccionados peruanos. Por sus logros o por su trascendencia, podemos destacar, entre las más importantes, a la Federación Peruana de Voleibol, la Federación Peruana de Tiro, la Federación Peruana de Atletismo, la Federación Peruana de Básquet, la Federación Peruana de Boxeo, Federación Peruana de Natación y Federación Peruana de Tenis. Cabe señalar que a excepción de la Federación Peruana de Fútbol, todas las demás federaciones reciben recursos económicos por parte del IPD.

Otra entidad que destaca en la organización deportiva nacional es el Comité Olímpico Peruano (COP), que representa al Comité Olímpico Internacional (COI) en nuestro país. El COP trabaja de la mano con el IPD en la preparación y la participación de los equipos o delegaciones peruanas en las competencias multideportivas regionales, continentales o mundiales patrocinadas por el COI y en los eventos del circuito olímpico (*cf.* COP, 2012a: web).

2.3.2. Fútbol peruano

Es complicado elaborar una cronología confiable sobre el proceso de introducción del fútbol en el mundo (*cf.* Eisenberg y otros 2004: 38). Y concretamente en Perú, diversas investigaciones (Gálvez, 1966; Álvarez Escalona, 2002; Panfichi, 2008 y Federación Peruana de Fútbol, 1997 y 2012) tampoco han logrado precisar con exactitud cuándo se empezó a practicar este deporte en nuestro país. Si bien la presencia del balompié estaría muy relacionada con la migración inglesa a inicios del siglo XIX, Gálvez (1966: 215) sostiene que, específicamente, la práctica del fútbol en

Lima y Callao se remontaría a la década de 1870³¹, en los años previos a la Guerra del Pacífico (1879-1883), pero dejó de jugarse, al igual que los demás deportes, debido a este incidente bélico. Recuperado el país luego del conflicto, el balompié volvería a tomar interés. Miró (2011: 66) da cuenta que “primero jugaron los gringos entre ellos”, luego los ingleses realizaron partidos con los peruanos que habían estado en Oxford y, finalmente, los ingleses con los peruanos que no habían visitado Inglaterra “pero que querían parecer ingleses”.

El primer partido de fútbol en el Perú, del cual se tenga documentación, se jugó el 7 de agosto de 1892 entre un equipo de Lima y uno del Callao en el campo de Santa Sofía, actual Politécnico José Pardo de la avenida Grau³². Los planteles estaban integrados por jóvenes deportistas peruanos a los que acompañaban “algunos súbditos ingleses de barcos que arribaban al Callao” (Federación Peruana de Fútbol, 2012: 18). El equipo del Callao fue integrado por Foulke, Conder, Walson, Jolly, Corwan, Pearson, McBride, William, Robertson, Roltaston y Vowel, mientras que por Lima alinearon Larrañaga, Denegri, Cooper, Biggs, Polis, Tenaud, Hamilton; Brooke, Solís, Wilson y Grau. Sin embargo, no se conoce, a ciencia cierta, el resultado de este encuentro (*ibídem*, 1997: 40).

Panfichi (2008: 177) refiere que “los peruanos de la elite”, junto con ciudadanos ingleses, fueron quienes fundaron los primeros clubes dedicados a la práctica del fútbol. “El primer club deportivo formado en el Perú, alrededor de 1859, fue el Lima Cricket and Lawn Tennis Club, que en 1906 cambió su nombre a Lima Cricket and Football Club porque la mayoría de sus socios (residentes ingleses en la capital) practicaban ese deporte”. En 1893 se fundó el Unión Cricket, primer club de fútbol, tenis y cricket para socios peruanos. Posteriormente, en mayo de 1897, nació el Association Football Club, primera institución deportiva que llevó la palabra “football” en su nombre y que décadas después se fusionó con el Ciclista Lima (Empresa Editora El Comercio, 2001: 17). El 15 de febrero de 1901, se registra la fundación del Sport Alianza por parte de un

³¹ Después de una conversación que sostuvo con Alfredo Benavides Canseco, jugador de fútbol de la última década de XIX, José Gálvez concluye que fue Alejandro Garland (1852-1912), comerciante e investigador peruano de descendencia británica, con estudios en Gran Bretaña, quien promovió decididamente la práctica del fútbol entre limeños y chalacos antes de la Guerra del Pacífico.

³² Se hará referencia nuevamente a este partido, con mayor detalle, en el apartado relacionado a las primeras publicaciones deportivas.

grupo de niños que vivía cerca de los terrenos del desaparecido Stud Alianza, en la calle Cotabambas. Con el tiempo, Sport Alianza pasaría a llamarse Alianza Lima (*ibídem*: 12).

Según Álvarez Escalona (cf. 2002: 43), el fútbol empezó en una élite, pero poco a poco los sectores populares mostraron interés y entusiasmo por practicarlo. Se difundió rápidamente desde los clubes de inmigrantes ingleses y jóvenes de élite hacia las escuelas públicas y las fábricas textiles, y de allí hacia los barrios populares de Lima. Si bien Panfichi (2008: 177-178) afirma que aprender y jugar fue fácil pues bastaba rellenar una media con trapos viejos y encontrar un terreno vacío, “la temprana pasión por el fútbol parece estar relacionada con el hecho de permitir que grupos de individuos organizados en clubes pudieran competir en igualdad de condiciones por el triunfo, sin que el color de la piel, la capacidad económica, o el linaje de los apellidos intervengan decisivamente en el resultado final del encuentro”.

A finales de 1930, dos equipos de fútbol se habían consolidado como los más importantes de la capital: Alianza Lima (1901) y Universitario de Deportes (1924). Como explica Panfichi (2008: 178), ambos surgen como las identidades rivales y antagónicas por naturaleza. “Esta rivalidad se ha incrementado sustantivamente hasta convertir el enfrentamiento entre ambos equipos en uno de los momentos de mayor diferenciación y polarización entre los peruanos de toda condición social”.

Es preciso señalar que en más de un siglo de presencia del fútbol en nuestro país, han sido contados los triunfos deportivos logrados en esta disciplina. A nivel de selecciones mayores, el Perú registra cuatro participaciones en las Copas del Mundo de 1930, 1970, 1978 y 1982, además de los títulos en el Sudamericano de 1939 y la Copa América de 1975. Lo más destacado en clubes lo ostenta Cienciano del Cusco que ganó la Copa Sudamericana 2003 y la Recopa Sudamericana 2004. También cabe mencionar los subtítulos de Copa Libertadores de Universitario de Deportes en 1972 y Sporting Cristal en 1997. En divisiones menores, la selección logró una medalla de oro en los Juegos Olímpicos de la Juventud de Nanjing 2014 y el primer lugar del Sudamericano Sub 15 en 2013, mientras que la “U” campeonó en la Copa Libertadores Sub 20 en 2011. A este panorama poco alentador en materia de resultados deportivos, se suma en la actualidad el descrédito de la estructura dirigencial y la crisis económica del fútbol peruano en todas sus escalas.

2.3.3. Federación Peruana de Fútbol

Como se ha referido en apartados anteriores, el fútbol fue introducido en el Perú por los ingleses que migraron durante el siglo XIX y a inicios del siglo XX este deporte ya se había popularizado en diferentes estratos sociales a tal punto que en Lima y Callao existían muchos clubes, los cuales no estaban agrupados en una entidad matriz. Es bajo esta coyuntura que el 12 de mayo de 1912 se fundó la Liga Peruana de Foot Ball con el objetivo de reglamentar el juego y organizar los torneos oficiales entre los clubes asociados. Sin embargo, esta entidad afrontó una serie de problemas debido a diversos reclamos y a la imposibilidad de convocar a los clubes chalacos que en esa época tenían un peso representativo. Tras disolverse la Liga, los clubes de Lima y Callao lograron una serie de consensos permitiendo la creación de la Federación Peruana de Fútbol (FPF) el 23 de agosto de 1922 (*cf.* FPF, 1997: 52-54).

Las primeras tareas de la FPF fueron las de elaborar cuadros organizativos, crear ligas provinciales, potenciar los campeonatos y, sobre todo, manejar la selección nacional. Tras lograr su afiliación a la FIFA en 1924, su ámbito de acción creció hasta convertirse en el ente rector del fútbol en todas sus manifestaciones. Hacia 1941, y con el advenimiento del profesionalismo, la FPF delegó la organización de los campeonatos a la Asociación No Amateur (ANA) que por ese entonces nació para agrupar a los clubes más representativos del país. En 1951, la ANA pasó a llamarse Asociación Central de Fútbol y, finalmente, en 1962 adoptó el nombre de Asociación Deportiva de Fútbol Profesional (ADFP), organismo que continúa llevando a cabo los campeonatos, con la supervisión de la FPF (*cf.* FPF, 1997: 76-86 y Asociación Deportiva de Fútbol Profesional, 2012: 21).

Si bien está integrada al Sistema Deportivo Nacional, desde principios de 1990 la FPF se ha proclamado autónoma por el hecho de no recibir recursos económicos del Estado y ha enfatizado que tampoco se siente en la obligación de rendir cuentas de sus actividades al IPD o algún otro organismo gubernamental o parlamentario³³ (*cf.* FPF, 1997: 227). En reiteradas oportunidades, la FPF ha dejado en claro que sus estatutos se rigen bajo los lineamientos de la FIFA en lo relacionado

³³ En ningún punto de la Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte, Ley N° 28036, así como en las posteriores leyes modificatorias de esta norma, se establece la autonomía de la FPF (*cf.* *El Peruano*, 2003: 248630, 2005: 293145, 2006: 333925, 2010: 421105, 2011: 436463 y 2012: 458593).

a generación de recursos, manejo financiero, gestión deportiva, procesos electorales y política institucional.

A lo largo de sus casi cien años de historia, la FPF siempre ha estado en el ojo de la tormenta, especialmente en las tres últimas décadas, debido a la crisis institucional, económica y deportiva del fútbol y a los constantes enfrentamientos de este organismo con el Estado, el Congreso, la ADFP, la Segunda Profesional, la Agremiación de Futbolistas y la prensa deportiva. Una de las situaciones más complejas se vivió entre 1980 y principios de 1990, cuando los reiterados cambios ordenados por el Gobierno en la FPF pusieron al balompié peruano al borde de la desafiliación internacional debido a que la FIFA prohíbe injerencias gubernamentales en sus federaciones asociadas. Entre 1981 y 1992, ocuparon la presidencia de la FPF Alberto Espantoso (1981-1983), Luis Vargas (1983-1984), Jorge Quiroz (1985), Oswaldo Ramírez (1985-1986), Josué Grande (1987-1991), Manuel Burga (enero de 1992) y Walter Indacochea (febrero-junio de 1992), es decir 7 presidentes en 11 años. Al delicado escenario dirigenal se sumaban la eliminación de la selección para tomar parte en las Copas del Mundo de México 1986 e Italia 1990 y la realización de un caótico e interminable torneo nacional de 44 equipos, llamado Campeonato Regional, que no estaba adecuado al calendario internacional de fútbol y que era seriamente cuestionado por denuncias de irregulares “partidos fantasmas” los cuales registraron marcador final y actas firmadas, pero que nunca se habían jugado³⁴.

Para evitar la separación de FIFA, el Ministerio de Educación, el IPD y la ADFP designaron mediante resolución No. 606-92-CND-IPD de junio de 1992 a Nicolás Delfino como presidente de la FPF y le encomendaron la misión de adecuar sus estatutos a la normativa FIFA, incluyendo en la Asamblea de Bases a 22 federaciones departamentales y 16 clubes profesionales³⁵ para llevar a cabo el primer proceso electoral. Superado el impase con la FIFA, Delfino fue electo presidente en octubre de 1994, pero luego recibió severos cuestionamientos, principalmente, por la no clasificación de la selección a las Copas del Mundo de Francia 1998 y Corea del Sur-Japón 2002. Si bien Delfino logró la construcción del complejo de la FPF en la Villa Deportiva Nacional

³⁴ A mediados de 1990 se descubrió que en la Zona Centro del Campeonato Regional, los clubes Deportivo Junín de Huancayo, Deportivo Anda de Aucayacu y Alipio Ponce de Mazamari habían fraguado actas de partidos que nunca se habían realizado. Estos tres clubes fueron descendidos de categoría por la FPF (*cf.* Asociación Deportiva de Fútbol Profesional, 2012: 148-149).

³⁵ En 2001, la FPF, mediante la resolución 001-FPF-91, redujo de 44 a 16 el número de equipos en primera división.

(Videna), que incluye sede institucional y canchas de entrenamientos para las selecciones nacionales de fútbol, su gestión también fue criticada por la escasa fiscalización del gasto excesivo de los clubes profesionales para contratar jugadores, la poca transparencia administrativa de la FPF y el afán reeleccionista del propio Delfino, que lo llevaría a ganar los comicios para el periodo 1998-2002, con el apoyo total de las federaciones departamentales y algunos clubes.

Tras diez años de un cuestionado ciclo, Delfino dejó el cargo en 2002 y su vicepresidente, Manuel Burga, quien había ejercido brevemente la presidencia de la FPF a inicios de 1992, fue electo con el respaldo absoluto de los dirigentes departamentales para liderar la entidad por cuatro años. Apenas asumió el cargo, Burga emitió una serie de medidas con el fin de formalizar del fútbol y, fundamentalmente, institucionalizar a los clubes que habían acumulado millonarias deudas, principalmente con los jugadores. En la Resolución 010 publicada por la FPF en noviembre de 2002 (*cf.* FPF, 2003: web) se indicaba que los clubes tenían la obligación de presentar sus balances de los años 2000, 2001 y su presupuesto 2003 antes de la fecha señalada para la confección del fixture del campeonato del 2003, presentar el balance del año 2002 hasta el 31 de julio del 2003, estar al día en sus pagos con los jugadores según contratos inscritos en la FPF durante el año 2002 o tener refinanciada la deuda conjuntamente con el 2001, señalar una cancha propia o alquilada y presentar padrón de socios. El incumplimiento de estas disposiciones acarrearía la no participación de los clubes en las competencias oficiales del año 2003 y las vacantes que se produzcan como consecuencia de la aplicación de la disposición serían cubiertas bajo el sistema de licitación o concesión. A propósito de estas medidas, *Semana Económica* (2003: 3) realizó un reportaje en el que precisaba que al no haber derechos de propiedad bien definidos en los clubes, sus dirigentes no tenían “el más mínimo interés por cuidar del negocio a largo plazo, sino de disfrutarlo en el corto y al estilo político”. El mismo semanario apuntaba que solo en el periodo 2000-2002 los clubes debían casi un millón de dólares a sus jugadores y era la “U” el que concentraba el 52% de toda la deuda. Los únicos que estaban al día con sus planteles eran Sporting Cristal y Alianza Atlético de Sullana. En la misma publicación, Burga justificaba así las nuevas medidas de la FPF: “lo primero que hemos hecho es obligarlos a ordenarse [...] los clubes deben adecuarse a una organización más formal y sólida, con un enfoque comercial que les permita explotar al máximo su potencial como negocios y obtener mejores resultados deportivos a largo plazo” (*ibídem*).

Lamentablemente, Burga no se preocupó en poner en práctica sus propuestas. Los clubes incumplieron el pago de sus deudas y ello determinó que el torneo Descentralizado 2003 sufriera una paralización y posterior suspensión debido a la huelga de la Agrupación de Futbolistas que exigía a los clubes el pago de sueldos atrasados y, además, cuestionaba a la FPF por su falta de apoyo. “La formalización del fútbol quedó en el papel porque Burga se dio cuenta, rápidamente, que si la ejecutaba tendría a los clubes en su contra, pues estos querían seguir operando en la informalidad. Tener a los clubes como enemigos era un escenario que no jugaba en favor de su ya pensada primera reelección”, afirma Salinas Guerrero (2013). A este turbulento inicio de gestión, se sumarían luego los cuestionamientos que recibió Burga por el pobre desempeño de la selección en los años 2004 y 2005 durante en el proceso de clasificación al Mundial de Alemania 2006 que derivó en una nueva eliminación.

Posteriormente, en julio de 2006, el Consejo Superior de Justicia Deportiva y Honores del Deporte (CSJDHD) del IPD inhabilitó a Burga como directivo y lo destituyó de su cargo por supuestamente no haber adecuado los estatutos de la FPF a la modificación de la Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte N° 28036³⁶. Pese a la sanción, Burga se mantuvo en su puesto, pero lejos de convocar a elecciones en octubre de 2006 amplió su mandato hasta finales de 2007 en que volvió a ser elegido con el respaldo unánime de las departamentales. Estos comicios serían doblemente cuestionados porque, de acuerdo al dictamen del CSJDHD, Burga estaba inhabilitado de postular y, además, las elecciones no respetaron una nueva modificación de la ley 28036 que incluía a los clubes de la Segunda Profesional en la Asamblea de Bases de la FPF, dándoles derecho a voto³⁷.

Debido al escenario descrito líneas arriba, el IPD se negó a reconocer a Burga y nombró una Comisión Transitoria para intervenir la FPF, lo que generó en noviembre de 2008 la suspensión parcial del fútbol peruano por parte de la FIFA, aduciendo injerencia gubernamental, aunque

³⁶ En mayo de 2005, la ley modificatoria N° 28523 sustituyó la Sexta Disposición Complementaria de la Ley N° 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte, por el siguiente texto: “En un plazo máximo que vence el 31 de diciembre del año 2005, las Directivas de las Federaciones Deportivas Nacionales, deberán adecuar sus estatutos a lo establecido en la presente Ley. Este proceso será evaluado por el Consejo Directivo del Deporte, a fin de proceder a su Registro conforme lo establece el inciso 6 del artículo 11 de la Ley N° 28036”.

³⁷ La ley modificatoria 28910 promulgada en diciembre de 2006, cambió el artículo 44 de la ley 28036 y en parte de este texto se señala que “las Federaciones Deportivas Nacionales que tienen nivel profesional, sus órganos de base serán cada una de las Ligas Departamentales y los Clubes profesionales, de acuerdo a ley”. Según el congresista Renzo Reggiardo, autor de esta norma, se le daba derecho de voto a los clubes de la Segunda División por ser profesionales. Sin embargo, la FPF consideró que estos clubes eran amateurs.

semanas después esta medida quedaría sin efecto al presentar el IPD y la FPF una carta en conjunto a la FIFA en la que ambas entidades se comprometían a superar sus diferencias. Paralelamente a estos hechos, la Subcomisión de Juventud y Deporte del Congreso denunció que la FPF, al estar impedida de realizar operaciones financieras por no tener inscripción ante Registros Públicos, supuestamente transfirió de manera irregular sus fondos al Instituto de Entrenadores “Alfonso Huapaya Cabrera” con el fin de girar cheques y afrontar los gastos de la selección que no clasificó a la Copa del Mundo de Sudáfrica 2010. Esta situación determinó que el congresista Renzo Reggiardo denunciara a Burga ante la Fiscalía de la Nación por el delito de lavado de activos, aduciendo que el titular de la FPF “fue patrocinador de un millonario negociado en la escuela Huapaya con una variedad sospechosa de montos que duró de octubre de 2003 a agosto del 2008” (*El Comercio*, 2014c: web). Al tener una citación de grado o fuerza, Burga fue llevado por policías al Congreso y en su presentación del 18 de junio del 2010 aclaró que la FPF era una entidad privada, culpó a los parlamentarios por la crisis en el deporte peruano y negó su responsabilidad en las acusaciones por lavado de activos, los contratos de intermediación entre la FPF y el instituto “Alfonso Huapaya Cabrera”. Tras afirmar que todas las denuncias provenían de “chismes”, afirmó que asistía al parlamento “bajo protesta” y se sentía víctima de un trato “parcializado y excesivo” (*cf. El Comercio*, 2010d: web).

A pesar de los escándalos y de la férrea resistencia de algunos los clubes de la ADFP y de la Segunda División, Burga convocó a comicios a finales del 2010. Por esas fechas, la prensa deportiva informaba que un importante grupo de presidentes de las federaciones departamentales estaba muy molesto con Burga y analizaba la idea de no votar por él si insistía en convertir a la Copa Perú en un torneo de tercera división, impidiendo así el ascenso del campeón a la profesional. En concreto, lo que planteaba la FPF era crear una División Premier con los clubes de la primera división, fortalecer el torneo de segunda división con ascenso directo y transformar la caótica Copa Perú, relegándola a un certamen de tercer nivel. Según Pulgar Vidal (2015: 130) “el proyecto fracasó, como todos los que propuso Manuel Burga desde el 2002, debido a la amenaza de los presidentes de los clubes y ligas departamentales de quitarle su apoyo para una próxima contienda electoral. Una vez más el sistema electoral conspiraba en contra del fútbol. Al parecer, al expresidente de la FPF le interesaba más quedarse en el cargo que solucionar los males estructurales de nuestro balompié. El sistema de clientelismo estaba, una vez más, al servicio de los directivos y no del propio fútbol nacional. Nunca se creó la División Premier y la Copa Perú se sigue jugando

con su desorden característico, con miles de reclamos, con violencia y con directivos que apoyan a algunos equipos porque tienen algún interés que va más allá del fútbol, probablemente un cargo político en la región en la que residen”.

Burga canceló las reformas y ello le permitió ser reelecto para un tercer mandato consecutivo, siendo reconocido su directorio por el IPD a mediados de 2011³⁸. Este nuevo periodo de gobierno se caracterizó por el colapso de los clubes profesionales que estuvieron inmersos en situaciones sumamente delicadas: los directivos de Alianza Lima, Universitario de Deportes y Sport Boys fueron acusados judicialmente por no pagar a sus jugadores y emitir planillas falsas como si efectivamente hubiesen cumplido con cancelar las remuneraciones a los futbolistas (*El Comercio*, 2013b: web). En esta denuncia también estuvo comprometido Burga por supuestamente haber avalado esta irregular situación (*Perú 21*, 2012b: web). Según las bases del campeonato del 2011, la “U” debió perder la categoría por adulterar sus planillas y no cumplir con el pago de sueldos, sin embargo la FPF evitó su descenso. Esta maniobra generó el reclamo de Alianza Atlético de Sullana, club que se había ido a la baja por malos resultados deportivos, pero que sí había estado al día en sus pagos y exigía mantenerse en la profesional³⁹. Los sullaneros fueron impedidos de jugar el torneo del 2012 y frente a ello entablaron una demanda ante la justicia peruana contra Manuel Burga⁴⁰.

Además de las deudas a los jugadores, los clubes tampoco habían cumplido con sus obligaciones tributarias. A inicios del 2012 se conoció que Universitario de Deportes debía 146 millones de soles por concepto de tributos, mientras que Alianza Lima adeudaba 27 millones (*La República*, 2012: web). Ambos clubes estaban a punto de ser liquidados por la SUNAT. Ante esta realidad, la FPF consideró muy importante estructurar un cambio en el concepto negocio de la marca fútbol y de los sistemas de campeonatos peruanos con la finalidad de articularlos, de tal

³⁸ Con fecha 20 de julio de 2011, el IPD reconocería a la junta directiva de la FPF, encabezada por Burga, mediante resolución No. 024-2011 P/CD/IPD.

³⁹ Al finalizar el torneo del 2011, Alianza Atlético y CNI de Iquitos ocuparon la última y penúltima posición, respectivamente, con 33 puntos. Ambos se fueron al descenso. Universitario fue antepenúltimo con 34 unidades. Al término de esa temporada, CNI y la “U” debían a sus jugadores, mientras que Alianza Atlético estaba al día.

⁴⁰ En setiembre de 2013, el presidente de Alianza Atlético, Lánder Aleman, demandó penalmente a Manuel Burga por usurpación de funciones. Burga denunció que Aleman buscaba presionarlo para que devolviera a los sullaneros su derecho a jugar en la profesional. Posteriormente, Aleman retiró la demanda al llegar a un acuerdo con Burga quien le garantizó iniciar un arbitraje ante la FIFA para lograr el retorno de su club a la profesional. En octubre de 2014, la FIFA ordenó el regreso de Alianza Atlético a la profesional.

manera que sirvan al objetivo de mejorar el espectáculo, de atraer inversión y de conseguir una verdadera solidez institucional (cf. FPF, 2013). Estas sugerencias no tuvieron eco en los clubes y la FPF no insistió en su implementación. “El tema no consistía, tan solo, en elaborar estudios, planes estratégicos o emitir resoluciones. Todo lo sugerido por la Federación quedó en letra muerta porque nada se ejecutó. Nunca insistió en la formalización porque ello le significaba enfrentarse a los clubes y a los presidentes de las federaciones departamentales, que en suma eran sus votantes y con los cuales no se podía enfrentar”, refiere Salinas Guerrero (2013).

Ante la inacción de la FPF y frente la necesidad de buscar el cobro de la deuda tributaria de los clubes, el Poder Ejecutivo promulgó el 4 de marzo de 2012, el decreto de urgencia N° 010-2012 que ordenó la reestructuración de la actividad futbolística. Mediante el dispositivo legal se reemplazó a los directivos y a los socios por administradores temporales para hacer viable el proceso de saneamiento y el pago de las deudas de los clubes sin que estos dejen de funcionar (cf. *El Peruano*, 2012a: 462029). Sin embargo este decreto de urgencia fue derogado por ser “inconstitucional ya que la Carta Magna precisa que un documento de este tipo debe darse ante situaciones de emergencia que afectan la economía nacional y el caso del fútbol no lo era”, apunta Beingolea (2013). Por esa razón, el 10 de julio de 2013 el Parlamento publicó la Ley N° 30064 que básicamente incluía las mismas normas del derogado decreto de urgencia (cf. *El Peruano*, 2013: 498984). Solucionado el tema legal, Alianza Lima, Universitario de Deportes, Sport Boys, FBC Melgar y Cienciano continuaron bajo la gerencia de administradores temporales.

Su falta de liderazgo, la crisis de los clubes y el sumar una nueva eliminación mundialista en el proceso rumbo al Mundial de Brasil, no impidieron a Manuel Burga soñar con su tercera reelección en los comicios del 2014, algo que muchos querían evitar. *El Comercio* (cf. 2013a: web) planteó diversas opciones para bloquear la continuidad del cuestionado presidente de la FPF: que se convoque a una asamblea extraordinaria para forzar su salida, que se le declare culpable de un delito penal, que sea derrotado en las urnas, que se descubra un ilícito en las federaciones departamentales, que los sponsors ya no apoyen económicamente a la selección o que el gobierno desaloje a la FPF de la Videna. Ninguna de estas alternativas intimidaron a Manuel Burga quien en sendas entrevistas radiales (cf. *RPP*, 2014: web y *Canal N*, 2014: web) dijo ser víctima de bullying ante tantos cuestionamientos: “¿Cuál es el problema de ir a la reelección? Esto es un bullying contra mi persona. Éxitos deportivos han habido, lo que pasa es que la prensa oculta los

éxitos de la federación. Mi único fin es seguir haciendo crecer los proyectos, que las cosas sigan caminando. El fútbol te da fama y no prestigio. Siempre pasan estas cosas. Es regla general que hayan denuncias en este tipo de coyunturas, como en las elecciones. Yo creo que tenemos que cerrar filas frente a la bajeza y no dejarse amedrentar. Por eso yo me voy a presentar al cuarto mandato”.

A pesar de su insistencia por buscar una tercera reelección, la candidatura de Burga fue tachada por el Comité Electoral de la FPF en la noche anterior a los comicios previstos para el 30 de octubre de 2014. En respuesta, Burga convocó a una Asamblea Extraordinaria de Bases en la cual cesó al Comité Electoral por supuestas irregularidades, anuló las elecciones en curso y ordenó la designación de un nuevo Comité Electoral. Esta maniobra fue duramente cuestionada por el presidente Ollanta Humala y por el congresista Daniel Abugattas quienes instaron a Burga a no buscar otra reelección. Sin embargo, Burga asumió una actitud desafiante y en una entrevista concedida al programa “Cuarto Poder” de *América TV* la noche del 2 de noviembre de 2014 retó públicamente al gobierno y a los congresistas: “Quiero decirle algo a los señores congresistas. Si ellos creen que le daría una gran alegría al pueblo peruano (con mi renuncia) yo les propongo una doble alegría: Si ustedes aprueban una ley que dice que no hay reelección inmediata de los congresistas yo me comprometo a retirarme del fútbol. Así que señor Abugattas ponga la ley y tan bien el presidente la promulgue yo me retiro” (Youtube, 2014). Minutos después de estas declaraciones, el ministro del interior, Daniel Urresti, anunció en el programa “Punto Final” de *Frecuencia Latina* que si continuaba el limbo que protagonizaba Manuel Burga sobre su continuidad en la presidencia de la FPF, su despacho evaluaría no autorizar la vigilancia policial a los partidos del Descentralizado (*El Comercio*, 2014b: web). De esta manera, Urresti tomaba la iniciativa que un día antes había planteado el diario *Líbero* la cual consistía en que el Estado no volviera a proporcionar custodia policial a los espectáculos futbolísticos hasta que Burga no renuncie a la Federación Peruana de Fútbol (*Líbero*, 2014: 19). Aunque pocos creían que esta sería una acción eficaz, Urresti se mantuvo firme y se negó a dotar de policías a los partidos que debían jugar Sporting Cristal y Juan Aurich por la final del campeonato nacional, hecho que generó un clima de total inestabilidad en el fútbol. Ante el caos, Burga no tuvo más opción que renunciar a su intento de postular a otra reelección el 15 de diciembre de 2014. Tres días después, se realizaron los comicios en la FPF, resultando ganador el empresario azucarero Edwin Oviedo quien se había desempeñado como presidente del club Juan Aurich de Chiclayo.

Salas (2014) considera que a lo largo de 12 años Burga se preocupó más en mantenerse en el cargo que en realizar las reformas que tanto prometió:

“Obsesionado por la reelección, Burga se transformó [...] Cedió al modo informal de la Asamblea de Bases y no solo no le exigió mejoras, sino que se plegó a su folclorismo. No fue duro con los clubes porque necesitaba sus votos ni fue implacable con las ligas porque requería su apoyo. Debilitado para liderar en serio, dictó resoluciones que luego incumpliría [...] Más que para la hinchada, Burga gobernó para los votantes. Y más que un presidente reformista, fue en el fondo un presidente-candidato que mantuvo el status quo a cambio de reelegirse [...] El pacto tácito de ‘dejar hacer’ a las ligas y a los clubes a cambio de sufragios, lo elevó casi a ser un vitalicio en la Videna, pero hundió al fútbol peruano en la mediocridad institucional. ¿En 12 años crecieron en masa los clubes con divisiones menores? No. ¿En 12 años los equipos profesionalizaron en mayoría su gerencia de mayores y menores? Tampoco. ¿En 12 años las ligas promovieron al menos tres jugadores seleccionados con formación para ser titulares? Mucho menos. A diferencia de lo que cree parte de la tribuna, Burga no tiene la culpa de la mala puntería de Carrillo, pero sí de no haber impulsado una medida que hoy debería ser prioridad para Oviedo: la conversión de ‘equipos’ en instituciones. Las responsabilidades de un presidente son organizacionales antes que futboleras. Ni Maradona jugaba bien por Grondona ni Manco se juerguea por Burga. En ese sentido, más que la deuda de no ir al Mundial, el doctor se va con un pagaré más grande y costoso, que es haber alejado a su deporte del empresariado [...] Burga renuncia con un producto fútbol debilitado en posicionamiento, subestimado en credibilidad y menospreciado justamente por ese sector que habría podido reactivarlo”.

Por la ineficiencia de sus cuadros directivos, la poca transparencia en su gestión económica, la crisis del fútbol peruano en todos sus estamentos y la escasez de resultados deportivos relevantes, la FPF tiene una imagen de descrédito y una sensación de rechazo en los aficionados y en la prensa deportiva, apunta Danocurt (2013): “Valiéndose de su autonomía, tanto Delfino como Burga convirtieron a la Federación en una isla dentro del aparato deportivo nacional. Cualquier intento de fiscalización o de intervención gubernamental fue automáticamente bloqueado con la amenaza de desafiliación del fútbol peruano por parte de la FIFA”.

Aunque la FPF (*cf.* 2008: 10) reconoce como una de sus principales fortalezas el contar con patrocinadores de primer orden que le permiten gozar de una solidez económica para desarrollar

sus procesos⁴¹, Osores (2013) sostiene que esta aparente bonanza no guarda relación con la crisis generalizada del fútbol peruano. “Tenemos por un lado una federación con millonarios ingresos, generados básicamente por taquillas, patrocinios y derechos de televisión de la selección nacional, mientras que por otro lado encontramos clubes quebrados y con deudas millonarias”. A criterio de Monsalve (cf. 2012: 9) la crisis de los clubes, quienes realmente sostienen el espectáculo futbolístico en el país, ha repercutido sobre la calidad del juego y la capacidad para generar ingresos.

Cabe precisar que la FPF encargó a la empresa Apoyo Consultoría el diseño de una estrategia para mejorar la competitividad e incrementar la rentabilidad. El estudio, realizado en 2001, fue denominado “Desarrollo e implementación de una estrategia para la mejora de la competitividad e incremento de la rentabilidad en el fútbol peruano” y definió al balompié profesional como un producto que tiene ofertantes (clubes), demandantes finales (los simpatizantes e hinchas del fútbol) y clientes intermedios (las empresas patrocinadoras y la televisión) (cf. FPF, 2004: web). Además, el informe sugirió, entre los puntos más importantes, eliminar la violencia en los estadios, mejorar el espectáculo, incrementar la calidad de los jugadores, de los equipos y de los campos deportivos, entender al fútbol como un producto que hay que vender, fortalecer a los clubes y, sobre todo, reestructurar internamente a la FPF y a la ADFP (cf. FPF, 2002: 99-102). De otro lado, a inicios de 2008, y en un intento por redefinir su enfoque de cara al futuro y formular las bases sobre las que debería transitar el fútbol para garantizar un proceso evolutivo capaz de elevar los estándares de eficiencia y de competitividad deportiva, la FPF elaboró el “Plan Estratégico 2009-2020”. El documento reconocía que el rendimiento alcanzado por nuestras selecciones de fútbol, tanto de mayores como de menores, en los últimos años, no habían sido los mejores en los torneos internacionales y, salvo escasas excepciones, “muestran resultados por debajo del nivel de la media sudamericana” (FPF, 2008: 5).

Pese a las propuestas planteadas por Apoyo Consultoría y a las directivas señaladas en el plan estratégico de la FPF, los resultados a nivel de selección no mejoraron y la situación de los clubes empeoró. “Con el pretexto de formar equipos competitivos, los clubes hipotecaron hasta sus presupuestos futuros para ofrecer jugosos sueldos a jugadores que, en muchos casos, no tenían

⁴¹ Solo en las eliminatorias al Mundial Brasil 2014, la FPF recaudó cerca de 20 millones de dólares por concepto de taquilla, derechos de televisión y sponsors de la selección nacional (cf. *Libero*, 2013).

nivel. Todo esto se hizo a vista y paciencia de la FPF y bajo el aval de clubes con dirigentes inescrupulosos que, incluso, idearon la figura del doble contrato con el objetivo de apropiarse de gran parte del porcentaje del salario de los futbolistas. Los pocos ingresos por derechos de televisión y recaudación se gastaron en costosas planillas y no hubo preocupación por hacer frente a los compromisos con la SUNAT y otros acreedores” (Dancourt, 2013).

A criterio de lo expuesto, la crisis del fútbol peruano parece ser generalizada y la presencia de administradores temporales en los clubes no garantiza superar, al menos, el tema de las deudas, según apunta Alonso (2013: A21): “La hinchada no espera que el equipo gane plata, sino que gane campeonatos. Los intereses del hincha nunca estarán completamente alineados con los de un dirigente preocupado solamente por el retorno de la inversión. Un club puede adoptar exteriormente la forma de una sociedad anónima si la ley lo obliga a hacerlo, pero ello no impedirá que incumpla sus compromisos, que contraiga deudas o que caiga en las manos de gerencias inescrupulosas”. Monsalve (2012: 9) considera al tema de la propiedad de los clubes como uno más si se le compara con la problemática del fútbol peruano, caracterizado por su poca capacidad para generar ingresos. Este autor agrega que factores como la violencia en los estadios y la poca calidad del juego alejan al espectador y a los anunciantes quienes no quieren asociar su marca a un fútbol en crisis.

2.4. Periodismo deportivo

En opinión de Esteve (*cf.* 2010: 11), la creciente especialización de la comunicación, tanto en medios como en contenidos y en profesionales, representa uno de los elementos más característicos de la actual sociedad de la información y surge como una lógica consecuencia del desarrollo en la sectorización de la ciencia y de los conocimientos. Este autor agrega que la especialización emerge, por tanto, de la propia necesidad del ser humano de acortar el campo de su investigación y conocimiento para lograr mayores resultados. Sobre este punto, Rivadeneira Prada (1991: 286) señala que un fenómeno común a todas las ciencias es la atomización, la subdivisión cada vez mayor en ellas. “La combinación, los conceptos actuales de la multidisciplinariedad e interdisciplinariedad. Al periodista le ha sucedido lo mismo que a cualquier otra parcela del conocimiento y actividad humanos”.

Alcoba (1999: 23) define al periodismo deportivo como un género “cuya información se dedica, con exclusividad, al tratamiento específico de cuánto sucede en el mundo del deporte” y agrega que, insertado en la mecánica empresarial, esta especialización logró una particularidad en relación los restantes géneros, la cual le ha servido para obtener un estatus distinto, traducido en una serie de situaciones que no se toleran en otros géneros específicos. Esa peculiaridad es la demostración del poder del deporte en los medios de comunicación en la actualidad, respaldada por las cifras de miles de lectores y altos niveles de audiencias en los medios audiovisuales. En España, por ejemplo, *Marca* es el segundo diario de mayor venta en todo el país, detrás del emblemático *El País* (cf. Alcoba, 2005: 111 y Oficina de Justificación de la Difusión, 2013: web).

Boyle (cf. 2006: 30) destaca la vinculación que siempre tuvo el periodismo deportivo con la prensa escrita y solo entendiendo esta relación será posible analizar el impacto que ha logrado esta rama del periodismo especializado. Bajo este concepto, explica Alcoba (cf. 2005: 156), el diarismo deportivo forma parte de un negocio periodístico, cuya principal función, como la de cualquier empresa periodística, no es solo la de informar a la opinión pública, sino ganar dinero y “cuanto más, mejor”.

La prensa deportiva le saca el mayor provecho al aumento de aficionados deseosos de conocer el más mínimo detalle sobre las competiciones y la vida de los deportistas famosos (cf. Alcoba, 2005: 157). “Esa ha sido la razón de llevar las tiradas de sus ejemplares a los primeros puestos, codearse de tú a tú con la prensa de información general y en algunos casos, como ha sucedido en España, superar en niveles de venta a los diarios teóricamente serios” (*ibídem*). Rojas Torrijos (2011: 17) considera a la comunicación deportiva como “un auténtico fenómeno de masas que ha cobrado en los últimos años un especial protagonismo hasta consolidarse actualmente como la parcela del periodismo de mayor alcance social tanto en España como en la gran mayoría de países de habla hispana”, mientras que Burgueño (2008: 136) considera que “No es fácil encontrar temas periodísticos que muevan masas y emociones de forma tan extendida y continuada. Ni en economía, ni en sociedad o internacional, ni siquiera en política -incluso en momentos críticos o con temas muy polémicos- la información está llamada de esta manera a transmitir pasión y entusiasmo [...] lo cual deja un espacio limitado al periodismo equilibrado, imparcial u objetivo”.

Sin embargo, hay aspectos que dañan la imagen del periodismo y de ello no escapa la prensa deportiva. Según una encuesta realizada a periodistas profesionales argentinos, la mentira, la compra o venta de información, el dar una información ajena como propia, el no chequeo de las fuentes, la violación de la intimidad y la retención de la información, son algunos de los problemas que atentan contra el diarismo especializado (cf. Majul y Gorbato, 1999: 91).

Levinsky (2002: 149) considera que en el ambiente mediático se asocia la sección deportes a lo “anti-intelectual” por la cobertura de eventos más vinculados a la acción que a la reflexión. Esta percepción está asociada, sin duda, a la poca calidad del discurso periodístico en la prensa deportiva, según entiende Eco (cf. 1996: 242-243). Rojas Torrijos (2011: 19) plantea una urgente reflexión académica en razón del deterioro continuado de los contenidos deportivos⁴². “Dicha reflexión tiene que ver con la gran responsabilidad social que tienen estos medios al emitir sus informaciones al ser los más seguidos y, por tanto, los que mayor influencia ejercen en las formas de decir y hacer de los ciudadanos, especialmente entre los más jóvenes”.

2.4.1. Orígenes

La comunicación deportiva ha seguido desde tiempos remotos un largo camino hasta convertirse en una de las especializaciones más trascendentes del periodismo, apunta Alcoba (cf. 2005: 10). Analizando sus orígenes, este autor (2005: 48-49) explica que en *La Ilíada* de Homero hay una serie de referencias sobre las primarias competencias deportivas. “La descripción de los Juegos Funerarios organizados por Ulises en honor de su amigo Patroclo, muerto por Héctor, puede ser considerada como la primera crónica deportiva, con el tiempo llevada a texto [...] Píndaro, en sus *Olímpicas*, ofrece una versión halagadora de los vencedores en los Juegos Olímpicos, se dice que posiblemente realizadas esas odas por encargo de los propios campeones, sus familiares o los gobernantes de las ciudades de las que eran oriundos”. Alcoba apunta, además, que los apuntes que sobre la práctica deportiva hacen el apóstol San Pablo en sus *Cartas a los Corintos*⁴³ y el insigne

⁴² El tema relacionado al contenido deportivo será analizado en detalle en el subcapítulo referido al “Lenguaje deportivo”.

⁴³ Alcoba (2005: 48-49) interpreta un pasaje de las Cartas a los Corintios (9: 24-27): “¿No sabéis que los que corren en un estadio, todos a la verdad corren, más uno solo se lleva el premio? Corred de tal manera que lo obtengáis. Todo aquel que lucha, de todo se abstiene y ello, a la verdad, para recibir una corona corruptible; más a nosotros incorruptible. Así que yo de esa manera corro, como cosa incierta; de esta manera lucho, no como quien golpe al aire; antes hiero mi cuerpo y lo reduzco a servidumbre, no sea que habiendo predicado a vosotros, yo mismo vega a ser reprobado”.

escritor Miguel de Cervantes en *Don Quijote de La Mancha*⁴⁴, ubican a ambos personajes como los primeros periodistas deportivos de la historia (*ibídem*).

En el Perú virreinal se destaca la pluma del Inca Garcilaso de la Vega quien en sus *Comentarios Reales* narra los juegos ceremoniales que efectuaron los habitantes durante el gobierno de los Incas. Por su parte, Huamán Poma de Ayala, en *Nueva Crónica y Buen Gobierno*, incluye en sus ilustraciones el “picoyñu”, un juego de trompo introducido por los conquistadores (*ápu*d Romero, 1986: 16-17).

Siglos más tarde, fue la prensa, antes que la radio y la televisión, la que desde los remotos orígenes del juego promovió el interés de practicantes y espectadores (*cf.* Alcoba, 2005: 37). Poco a poco las notas sobre deporte se fueron ampliando con artículos descriptivos de los juegos más practicados, motivados por la moda del *sport*, que desde Inglaterra se extendió por Europa. Tal éxito motivó, en 1828, la aparición en París de *Le Journal de Haras*, una revista dedicada al deporte, y en 1852 en Inglaterra de, el que puede considerarse como el primer diario deportivo, *Sportman* (*ibídem*: 38) que en 1859 pasaría a llamarse *Sporting Life* y en 1883 se convirtió en un diario que se vendió hasta 1998 (*cf.* Naranjo, 2011: 187).

El origen de las publicaciones deportivas en habla hispana está situado en 1856 con la revista *El Cazador*, editada en Barcelona (*cf.* Castañón, 1993: 9). Como la práctica deportiva, los medios también experimentaron un rápido desarrollo en España a partir de 1860, con el nacimiento de diversas revistas especializadas con características muy distintas a las de hoy. Aparece el anglicismo *sport*, omnipresente durante todo el siglo XIX, el XX y que, incluso, llegará hasta hoy. Cabe precisar que en algunos textos de 1893 ya se hablaba de fútbol “a propósito de la expectación que levantaba en Gran Bretaña” (*cf.* Paniagua 2009: 15, 16 y 19). Castañón (*cf.* 1993: 42) refiere que es recién en 1894 cuando por primera vez se informa en España sobre un encuentro de este deporte en el País Vasco, según nota de *El Noticiero Bilbaíno*⁴⁵.

⁴⁴ Alcoba (2005: 48-49) hace referencia al siguiente pasaje de la obra de Cervantes: “No pareciéndole ser bien casarla con Basilio, que no tenía tantos bienes de fortuna como de naturaleza; pues si va a decir las verdades sin invidia (sic), él es el más ágil mancebo que conocemos, gran tirador de barra, luchador extremado y un gran jugador de pelota; corre como un gamo, salta más que una cabra y birla los bolos por encantamento”.

⁴⁵ En Sudamérica, hay registro de dos noticias publicadas con anterioridad a la información de *El Noticiero Bilbaino: The Standard*, uno de los tres diarios británicos que circulaban en Buenos Aires a finales del siglo XIX, había publicado el 23 y 26 de junio de 1867 la síntesis de un partido de fútbol jugado el 20 de junio de ese mismo año (*cf.* López y

La prensa deportiva seguía floreciendo. En 1891 aparece *Le Vélo* en Francia y en 1904 sale a la luz *Verde e Azzurro* en Italia (cf. Hernández Alonso, 2003: 37). Sin duda, la realización en 1896 de los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna en Atenas, cubiertos por enviados especiales del parisino *Le Figaro* y el londinense *The Times*, sirvieron como punto de quiebre a los medios especializados en deportes (cf. Alcoba, 1993: 64).

Otro hecho significativo ocurrió en Estados Unidos: fue la decisión del magnate de la prensa norteamericana, Willian Randolph Hearst, propietario del *The New York Journal*, rival del *The New York World*, del famoso empresario periodístico Joseph Pulitzer, de incluir en las páginas de su diario información deportiva (cf. Alcoba, 2005: 39). “En 1895 comenzó a informar primero sobre las carreras de caballos y seguidamente de otros deportes. Con ello consiguió superar en tirada a todos los periódicos de la Unión, obligando a que sus rivales se decidieran a dar el espacio que exigía la información deportiva” (*ibídem*).

Alcoba (cf. 2005: 155) explica que era imposible incluir toda la actividad deportiva en las páginas puestas a disposición del deporte en los diarios, de manera que la información deportiva se redujo a aquellos deportes de mayor popularidad: los deportes espectáculo. Esa decisión sirvió para contentar a una parte de los aficionados, pero defraudó al resto, por lo que no hubo más remedio que, sin dejar de ofrecer el mayor espacio a los deportes espectáculo, no cerrar las páginas a los que comenzaron a denominarse deportes minoritarios, en el sentido de no interesar como espectáculo a las masas:

“Sin embargo, las pinceladas que estos ofrecían no saciaban el ansia de información de los lectores aficionados a esos deportes, solucionándose el problema con la aparición de revistas dedicadas exclusivamente al deporte y otras monográficas, en las que todo el contenido trataba de un solo deporte. Pero esta solución no terminó con el problema, y como la demanda de información deportiva persistía, unos empresarios periodísticos se decidieron a pasar de la revista deportiva, mensual o semanal, al diario. Así nació el diario deportivo” (*ibídem*).

López, 2011: web) y el 3 de agosto de 1892, los diarios peruanos *El Nacional* y *El Callao* anunciaban la realización de un partido entre limeños y chalacos (cf. Cajas, 1949: 26). Esta última información será detallada en el subcapítulo “Publicaciones en Lima”.

El 3 de abril de 1896 se publica en Milán, Italia, el diario deportivo en circulación más antiguo de Europa: *Gazzetta dello Sport*⁴⁶ (cf. Rojas Torrijos, 2011: 22). Si bien el diario deportivo con mayor antigüedad que se publica hasta hoy en España es *El Mundo Deportivo*, que nació como semanario en Barcelona el 1 de febrero de 1906⁴⁷ (cf. Alcoba, 2005: 38), fue el ya desaparecido *Excelsior de Bilbao*, puesto en circulación en 1924, la primera publicación deportiva de habla hispana con frecuencia diaria. Incluía información sobre muchos de los deportes que hemos visto hasta ahora, como atletismo, boxeo, ciclismo, fútbol, hípica y pelota vasca (cf. Paniagua, 2009: 22). Es en las primeras tres décadas del siglo pasado que en España aumenta la presencia del deporte en los diarios de información general, así como el número de periodistas especializados. Ambos hechos se ven favorecidos por avances en el terreno deportivo o de política deportiva (*ibídem*). Otros factores que contribuyen al aumento de la información deportiva en España son el profesionalismo de los deportistas, a partir de la década de los veinte, la construcción de estadios y el considerar al fútbol “como un sustituto de la guerra capaz de permitir una violencia reglamentada” (Castañón, 1993: 45).

Respecto a los estilos de redacción empleados en los albores del siglo pasado, en la primera década se añade a la crónica una valoración de la actuación individual de los jugadores. Siguen dominando los anglicismos puros. En los años veinte se adoptan modelos de crónicas extranjeros con un estilo divulgador, en el que se produce una primera reducción de anglicismos. No se usan recursos tipográficos que separen las distintas partes de las crónicas, a excepción de la distinción del titular y el cuerpo de la crónica (cf. Marín Montín, 2001: web). “A partir de 1926, se adopta el modelo francés para mezclar la objetividad y la subjetividad. El modelo francés es una forma mixta entre los contenidos realistas del deporte y el enlace con sus aspectos superficiales para dar amenidad” (*ibídem*).

Tras la Primera Guerra Mundial las publicaciones deportivas experimentan un aumento en lo que se refiere a la presencia de publicidad y de fotografías. Refiere Paniagua (2009: 22):

⁴⁶ Un análisis de este diario será ofrecido en el siguiente subcapítulo.

⁴⁷ Esta publicación pasó a ser diaria desde 1929 (cf. Naranjo, 2011: 191).

“Se ponen en práctica otras prácticas hasta entonces inéditas, como la venta por correspondencia, y, en general, los medios se empiezan ya a ver como un vehículo de entretenimiento, alejándose cada vez más del tono didáctico y divulgativo que habían tenido hasta entonces”.

México fue la cuna del periodismo especializado de Latinoamérica con la aparición de *La Afición* en 1930. Esta publicación se mantuvo como diario hasta setiembre de 1999, fecha en que fue comprado por el Grupo Multimedios y se convirtió en el suplemento deportivo del diario mexicano *Milenio* (cf. Musacchio, 2003: 171 y Caloca, 2003: 222). Coelho (cf. 2011: 9) sostiene que en 1931, el *Jornal dos Sports* de Río de Janeiro, “fue el primer diario exclusivamente dedicado a los deportes” en Brasil⁴⁸.

Años más tarde, en Madrid, aparecería *Marca*, fundado el 21 de diciembre de 1938 por la prensa del Movimiento (cf. Hernández Alonso, 2003: 37). La Guerra Civil española afecta por igual a los medios deportivos y a los de información general. “Por ejemplo la censura. En ese sentido, en los deportivos se prohíbe hablar de materias tan ajenas a la política como las incidencias antideportivas o violentas que protagonizan los aficionados: altercados, gamberrismo, etcétera”⁴⁹ (Paniagua, 2009: 26).

2.4.2. Principales publicaciones en el mundo

Uno de los países que más destaca por la cantidad de noticias deportivas que produce es España. Lo que publican *Mundo Deportivo*, *Marca*, *As* y *Sport*, sus diarios nacionales de deportes, sumados a las secciones respectivas de los periódicos generalistas y ediciones regionales, llegan a acumular cerca de 800 páginas de información deportiva al día. Ningún otro país hispanoparlante produce el volumen de material deportivo impreso que ofrece España (cf. Samper, 2011: web). De las cuatro publicaciones referidas, *Mundo Deportivo* es la de mayor antigüedad. Pertenece al Grupo Godó y se publica en Barcelona en lengua castellana. Según Naranjo (2011: 191) “se puede definir

⁴⁸ “Em 1931, o *Jornal dos Sports* nasceu no Rio de Janeiro. A rigor, foi o primeiro diário exclusivamente dedicado aos esportes no país” (Coelho, 2011: 9).

⁴⁹ El franquismo consideró importante dar una imagen de paz y orden en todos los niveles de la sociedad española. Se prohibió también hablar de asuntos como dimisiones de directivos y cantidades de traspasos de jugadores, mientras estos no se hubieran firmado. Y se prohibió, por último, criticar a organismos públicos deportivos, como federaciones y a los árbitros, pues ellos son los legítimos representantes del poder en el campo de juego, y están por lo tanto, investidos de infalibilidad (cf. Paniagua, 2009: 26).

como un periódico especializado en el FC Barcelona, ya que le dedica a este club la mayor parte de sus contenidos”. Desde 1996 funciona con el sistema de multiedición, con siete rotativas repartidas por toda España que le permiten ampliar sus puntos de venta, con el consiguiente aumento de tirada y difusión. Su Director y Consejero Delegado es Santi Nolla (*ibídem*).

As, editado en Madrid y perteneciente al Grupo PRISA, es el segundo diario deportivo español en antigüedad. Apareció como revista semanal el 7 de junio de 1932, para dejar de publicarse un mes antes del comienzo de la Guerra Civil española y reeditarse nuevamente, ya como diario, el 6 de diciembre de 1967 (*cf.* Alcoba, 2005: 39). Es el segundo diario deportivo más vendido de España. *As* da especial cobertura a la actualidad de los equipos madrileños de mayor tradición: Real Madrid y Atlético de Madrid. Ha sido el primer diario español con todas sus páginas a color (*cf.* Naranjo, 2011: 193).

El más famoso de los cuatro diarios referidos es *Marca*. Apareció como semanario en 1938, en plena Guerra Civil, se dice que con todos los pronunciamientos favorables del franquismo (*cf.* Alcoba, 2005: 39). Su director fundador fue Manuel Fernández-Cuesta, hermano de Raimundo posterior ministro del general Franco, y en su primer número agotó los 30.000 ejemplares salidos de las rotativas (*cf.* Toro, 2008: 17-26). En 1942 pasó a tener una periodicidad diaria y su popularidad lo llevó a vender 150.000 ejemplares en 1965. (*cf.* Naranjo, 2011: 193). Prácticas instituidas por el periódico desde su fundación, como las de los trofeos Pichichi y Zamora, otorgados al delantero más goleador y al portero menos batido de la Liga, respectivamente, perviven hasta la fecha (*cf.* Paniagua, 2009: 26).

Según Toro (2008: 26), “*Marca* ve la luz, en cierto modo, como una publicación revolucionaria. Aporta una gran calidad gráfica para la época y un diseño innovador en la combinación y distribución de fotografías, caricaturas y textos en el conjunto del papel”. En la actualidad, *Marca* pertenece al Grupo Unidad Editorial y tiene como director a Óscar Campillo. Se imprime simultáneamente en diversos puntos de España lo que le permite contar con catorce ediciones diarias: once regionales y tres provinciales, además de la edición nacional (*cf.* Naranjo, 2011: 193-194). Su contenido se centra en el fútbol y da especial difusión a las informaciones del Real Madrid.

Sport nació el 3 de noviembre de 1979 en Barcelona. Pertenece al Grupo Zeta y dedica gran cobertura a las informaciones del Fútbol Club Barcelona. *Sport* es el cuarto diario deportivo de más venta y ha iniciado una campaña de expansión con la creación de periódicos deportivos en otras comunidades españolas pero con distinta cabecera: *Deporte* en Galicia y *Equipo* en Aragón. Su director es Joan Vehils (cf. Naranjo, 2011: 195). Otros diarios deportivos de España, con menos venta y alcance solo regional, son *Deporsport* de La Coruña, fundado en 2004, y *Súperdeporte* de Valencia.

Datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (2013: web) de España, indican que *Marca* es el diario deportivo con mayor promedio de difusión (venta) y tirada⁵⁰ en ese país, seguido de *As*, *Mundo Deportivo* y *Sport*:

DIARIOS	PROMEDIO DIFUSIÓN (Miles de ejemplares)	PROMEDIO TIRADA (Miles de ejemplares)
<i>Marca</i>	181.416	266.633
<i>As</i>	158.164	221.223
<i>Mundo Deportivo</i>	71.219	108.844
<i>Sport</i>	65.163	102.477

Figura 3: Promedios de difusión y tirada de los diarios deportivos españoles, enero 2013 – diciembre 2013 (Oficina de Justificación de la Difusión, 2013: web).

Rojas Torrijos (cf. 2011: 24-25) explica que a diferencia de lo que ocurre en España, la mayor parte de diarios deportivos más importantes de Europa no suelen estar tan circunscritos a un territorio ni mostrar tanta afinidad por determinados clubes o deportistas, ya que tienen una distribución nacional y se dirigen a un público compuesto por aficionados de distinta índole, como es el caso de *Gazzetta dello Sport*, decano de la prensa deportiva europea, el cual se constituye en el gran periódico deportivo nacional de Italia. Si bien no se parcializa con un equipo en particular, Valenti (2013) explica que este diario ofrece contenido diferenciado en las ciudades de Roma,

⁵⁰ La difusión es la suma de ejemplares vendidos o suscritos de un diario y la tirada es la suma de ejemplares que se imprimen. La diferencia entre el número de ejemplares impresos (tirada) y los devueltos (no vendidos) da como resultado a difusión.

Milán, Nápoles, Bari y Palermo. Un 60% de las informaciones corresponden al fútbol y el resto a otros deportes y a contenidos de política, economía, sociedad, modas y espectáculo. “Tenemos una sección de cuatro páginas denominada ‘Otro Mundo’ en la que se incluyen notas no deportivas. La idea es arriesgada y nace de la necesidad de mantenernos en la preferencia de un lector que ya no puede comprar dos diarios. La intención de *Gazzetta dello Sport* no es convertirse en un diario genérico, sino pasar de ser un diario deportivo a un diario completo en una coyuntura en la que cada vez se vende menos papel”⁵¹, añade Valenti. En Italia también circulan *Corriere dello Sport* en Roma y *Tuttosport* en Turín, ambos con un enfoque informativo más local que versa sobre los resultados de los grandes equipos de fútbol de sus respectivas ciudades: la Roma y la Juventus, respectivamente (cf. Rojas Torrijos, 2011: 24-25).

Una realidad distinta se vive en Francia donde *L'Equipe* representa a otra escuela del periodismo deportivo. Según explica Rojas Torrijos, este único diario especializado parisiense tiene un modelo menos popular y algo más elitista. “Se caracteriza por tener un estilo textual y visual muy cuidado y por ofrecer una amplia y diversa oferta informativa sobre competiciones nacionales e internacionales en la que el fútbol no siempre protagoniza las primeras páginas” (*ibídem*: 25).

El resto de Europa tiene una diversidad de diarios deportivos. En Portugal existen tres con un contenido mayoritariamente futbolístico: *A Bola*, el de mayor prestigio y difusión, *Record* y *O Jogo*. Los dos primeros con sede en Lisboa y el tercero en Oporto. En Grecia también hay tres diarios especializados: *Goal News*, *Fos ton Sport* y *Ora gia Sport*. Turquía tiene en *Fanatik* a su único diario especializado (*ibídem*). *Tips Bladet* circula en Dinamarca y en Rumania se publica *Gazeta Sporturilor* (cf. Naranjo, 2011: 188). El mercado de diarios deportivos de Rusia cuenta con dos publicaciones: *Sovetsky Sport*, fundado en 1924, y *Sport Express*, que circula desde 1991. Curiosamente, Reino Unido, Alemania y Holanda no tienen diarios deportivos⁵².

⁵¹ Valenti (cf. 2013) explica que en 1993 *Gazzetta dello Sport* vendía 800 mil ejemplares los domingos y lunes. Luego, esos números cayeron a un promedio diario de 500 mil ejemplares en el 2000. Hoy, el decano de la prensa deportiva mundial se sostiene con una media por día de 253 mil ejemplares.

⁵² Rojas Torrijos (cf. 2011: 24) afirma que en estos países no ha prosperado el diarismo deportivo porque el nicho de tabloides lo domina la prensa sensacionalista. Sin embargo, en Alemania destaca *Kicker*, una de las revistas deportiva ilustradas más importantes de Europa.

Si bien Europa ha dado a luz un buen número de publicaciones, en Estados Unidos ha sido difícil la consolidación de la prensa deportiva diaria. El último intento con *The National*, publicado el 31 de enero de 1990 y distribuido en Chicago, Los Ángeles y Nueva York, terminó en fracaso 16 meses después (cf. Rojas Torrijos, 2011: 27). Un panorama distinto ocurre en Japón donde circulan *Tokyo Sports*, *Nikkan Sport* y *Sport Nippon*. A esta lista de diarios deportivos japoneses de tiradas millonarias deben añadirse *Kyushu*, *Osaka Sports* y *Sankei Sports* (cf. Alcoba, 2005: 39).

En el rubro de revistas deportivas, Alcoba (*ibídem*) refiere que la más popular y difundida es la norteamericana *Sport Illustrated*, que tiene una tirada cercana a los cuatro millones de ejemplares. Según Rojas Torrijos (2011: 25), también destacan las revistas *Kicker* y *Freunde11* (Alemania), *Voetbal International* (Holanda), *Sport* (Suiza) y, desde 2011, *The Blizzard* (Reino Unido).

2.4.3. Diarios deportivos de América

Así como ocurre en Europa, el diarismo deportivo también ha logrado posicionarse como uno de los referentes en la mayoría de países americanos, gracias a la gran demanda que tiene entre una amplia población, afín a sus informaciones. Rojas Torrijos (2011: 26) explica que, de hecho, “existe una prensa diaria especializada con mucha tradición y arraigo popular, que en los últimos años ha florecido con multitud de cabeceras”.

Los diarios deportivos aun en circulación con mayor antigüedad en América Latina son los mexicanos *Esto* y *Ovaciones*. *Esto* fue fundado el 2 de setiembre de 1941 y se caracteriza por ser impreso en color sepia. Pertenece al Grupo Organización Editorial Mexicana (OEM), propiedad de Mario Vázquez Raña, actual presidente de la Organización Deportiva Panamericana, y junto con la edición de México D. F. tiene ediciones regionales en Jalisco, San Luis Potosí, Guanajuato, Veracruz, Coahuila, Puebla, Sinaloa, Baja California y Chiapas. Su actual editor es Salvador Aguilera González. Por su parte, *Ovaciones*, salió a la luz el 26 de enero de 1947 como un semanario taurino y posteriormente le fue dando más cobertura a otros deportes. Pertenece al grupo Editorial Ovaciones S. A.

Respecto a *Esto* y *Ovaciones*, Rojas Torrijos (2011: 26) explica que ambos rotativos “sentaron las bases de un periodismo deportivo caracterizado por ofrecer información amplia sobre deportes y otros espectáculos nacionales, como fútbol, la lucha, la charrería (rodeo) o los toros, con el objetivo de llegar a un público amplio y diverso, y ganar así una importante presencia en el mercado”. Si bien *Esto* y *Ovaciones* se erigen como los de mayor tradición, *Récord* es uno de los que goza en la actualidad de mayor preferencia en México. Fue fundado el 8 de mayo de 2002 por el Grupo Editorial Notmusa, tomando como referencia los patrones de diseño del español *Marca*. Esta característica le ha valido ser premiado como el diario mejor diseñado del mundo por parte de The Society for News Design con sede en Washington. Actualmente es dirigido por Víctor Edú Rodríguez y tiene ediciones regionales en Monterrey, Ciudad de México y Guadalajara (cf. Chávez, 2013).

Otro diario deportivo de México es *Estadio Deportes*, de reciente aparición. “Es editado por Grupo MAC Multimedia, que tiene en el mercado mexicano periódicos de bajo perfil. En el caso de *Estadio*, le ha costado trabajo posicionarse como un medio importante debido a sus constantes fallas editoriales, principalmente en el área de redacción y corrección de estilo de sus páginas y porque pinta como un intento de copia de *Récord*, casi mismo papel y método de impresión a todo color” (*ibídem*).

Rojas Torrijos (2011: 26) agrega que el “marcado estigma patrio” que presentan los diarios deportivos mexicanos también se puede notar en Venezuela con *Meridiano*, uno de los de mayor penetración en dicho país, fundado el 3 de noviembre de 1969 por la editorial Bloque Dearmas y dirigido por Víctor José López. Incluye en sus contenidos algunos temas de farándula. También destaca la cabecera deportiva *Líder*, puesta en circulación desde el 4 de octubre de 2004 por la Cadena Capriles en asociación con *Marca*. Desde 2008 adoptó la particularidad de invitar, una vez al año, a un deportista reconocido para que asuma el papel de director por un día y decida, con total autonomía, el contenido y la portada. Es dirigido actualmente por el periodista Jovan Pulgarín. Teniendo en cuenta que en Venezuela el fútbol no tiene el nivel de popularidad de otros países de América Latina, *Meridiano* y *Líder* atienden preferentemente las necesidades informativas del Caribe y otorga espacios a los deportes más seguidos allí, como el béisbol y otros pertenecientes a las ligas profesionales estadounidenses, tales como el baloncesto o el fútbol americano.

En Argentina, *Olé* es el segundo diario deportivo en la historia del país después del desaparecido *Última Hora*⁵³. Editado por el Grupo Clarín, entró en circulación el 23 de mayo de 1996 impulsado por un gran lanzamiento publicitario con regalos de ropa deportiva, pelotas de fútbol y dinero en efectivo, lo que le permitió ascender velozmente a los 130.000 ejemplares de venta diaria (cf. Ulanovsky, 1997: 396). En la actualidad es dirigido por Leo Farinella quien hizo público su hinchaje por River Plate sin que ello haya parcializado la línea editorial. “El haber expresado mis preferencias por un equipo abona en favor del carácter pasional del diario. Soy periodista y también soy hincha. No ando con rodeos cuando me preguntan de quien soy fanático y eso quiero dejarlo en claro a los lectores”, asegura Farinella (2013). En sus más de 50 páginas, *Olé* ofrece un 80 por ciento de contenido sobre fútbol y el resto se reparte en notas de básquetbol, autos, tenis, rugby o algún otro deporte destacado en Argentina. Se edita en Buenos Aires y no cuenta con ediciones diferenciadas para el resto del país.

Por su trascendencia e influencia en el diarismo deportivo latinoamericano debemos mencionar al histórico semanario argentino *El Gráfico* fundado el 30 de mayo de 1919 y que hasta hoy se mantiene en circulación. Es dirigido por Alberto Pomato y tras pasar por varios propietarios a lo largo de su existencia, actualmente pertenece a Revistas Deportivas S. A. *El Gráfico* llegó a ser en su momento la publicación de mayor resonancia en América por la calidad de reconocidos periodistas como Ricardo Lorenzo Rodríguez (“Borocotó”), Osvaldo R. Orcasitas (“O.R.O.”), Julio César Pasquato (“Juvenal”), Ricardo Alfieri y Osvaldo Adriaazzone, quienes fueron referentes de futuras generaciones en la prensa deportiva. Cuando Argentina se consagró campeona del mundo en 1978 y 1986, alcanzó récords memorables de venta: 595.924 y 690.998 ejemplares, respectivamente (López y López, 2011: web). Actualmente, su frecuencia de publicación es mensual.

Un mercado similar al argentino es el de Brasil que también cuenta en la actualidad con un único diario deportivo: *Lance*, fundado en 1997 por el grupo económico liderado por el empresario Walter de Mattos quien se inspiró en los ejemplos de *Olé* y *Marca*. Anteriormente, habían circulado los ya desaparecidos *Jornal dos Sports*, *Gazeta Esportiva*, *O Jornal* (cf. Coelho, 2011: 9-10, 105-

⁵³ *Última Hora* salió a las calles de Buenos Aires por primera vez el 2 de agosto de 1965 y lo editó Editorial Sarmiento (el mismo de *Crónica*), pero no cumplió con las expectativas y tuvo una corta duración (cf. López y López, 2011: web).

107) y *Marca Brasil*. En la actualidad, *Lance* cuenta a diario con ediciones diferenciadas en São Paulo y Río de Janeiro, mientras que los lunes entrega un suplemento local para los estados de Minas Gerais y Río Grande do Sul. El récord de venta de este diario se registró un día después que Brasil ganó el Mundial Corea-Japón 2002 con 500 mil ejemplares agotados. Teniendo en consideración el marcado descenso de la lectura en papel, *Lance* busca ofrecer contenidos diferenciados: contando historias, descubriendo personajes y analizando en profundidad el deporte (cf. Gomes, 2013).

En marzo de 2013 apareció *Marca Colombia*, ocupando el espacio dejado por el desaparecido *Diario Deportivo* que se editó hasta 2008. Siguiendo los parámetros de diseño de la versión española, *Marca Colombia* es editado en Bogotá por el Grupo Semana y en sus primeros días de venta repartió 60.000 ejemplares en las principales ciudades del territorio colombiano, según comenta Fabián Rozo (2014), actual editor general. Ofrece diariamente entre 32 y 40 páginas que incluyen un 70 por ciento de contenido relacionado al fútbol y el resto es dedicado a otros deportes como ciclismo, boxeo, béisbol, atletismo, patinaje y Fórmula Uno. Rozo señala que *Marca Colombia* está dirigido “a un público joven que consume mucho fútbol internacional y que está entusiasmado por los éxitos del deporte colombiano y de la selección de fútbol⁵⁴”.

Una apuesta distinta es la de *El Gráfico Chile*, un diario deportivo gratuito que bajo la patente de la revista argentina del mismo nombre se distribuye desde mayo de 2012 en las estaciones del metro de Santiago y en varios puntos del territorio chileno, con un tiraje promedio de 88 mil ejemplares por día. Editado por *Publimetro*, este diario de 24 páginas⁵⁵ a color no solo le da importancia al fútbol. “A la semana tenemos la obligación de elaborar una portada con algún tema polideportivo”, señala su director Andrés del Brutto (2013) quien deja en claro que la gratuidad del producto les da la posibilidad de explorar en temas que no tocan las secciones deportivas de los diarios generalistas chilenos y de incluir titulares de portada con hashtag para generar tendencias en las redes sociales.

⁵⁴ El deporte colombiano tuvo una participación histórica en los Juegos Olímpicos de Londres 2012 al sumar 8 medallas (una de oro, tres de plata y cuatro de bronce), mientras que en fútbol llegó hasta los cuartos de final del Mundial Brasil 2014.

⁵⁵ Durante los partidos de la selección chilena de fútbol en el Mundial Brasil 2014, este diario se amplió a 32 páginas, en virtud del contenido y el avisaje.

En El Salvador destaca *El Gráfico*, diario deportivo con 32 páginas de distribución nacional fundado en 2004 con el respaldo del Grupo Dutriz y destaca por ser la primera publicación diaria de deportes en Centroamérica. Su director, Christian Villalta (2013), afirma que el contenido dedica un 90 por ciento al fútbol y apenas un 10 por ciento a deportes motorizados. “Vendemos 45 mil ejemplares al día y nos dirigimos a un público de entre 22 y 28 años”, precisa Villalta.

El diario deportivo de Honduras es *Diez*, fundado el 27 de mayo de 2006 por Organización Publicitaria, S. A. En sus páginas se publican gran cantidad de notas sobre fútbol y algunos contenidos de la versión española de *Marca*. Lo dirige Luis Alberto Fuentes y tiene un promedio de venta de 80 mil ejemplares a nivel nacional.

Al Día salió a las calles el 4 de noviembre de 1992 como diario generalista en Costa Rica, pero 10 años después, el 20 de noviembre de 2012, se transformó en diario deportivo con un promedio de 280 páginas semanales. “Los martes y miércoles publicamos 32 páginas, los jueves, viernes y sábado 40 y los domingo y lunes 48”, explica su director Gustavo Jiménez (2013) quien agrega que el cambio a deportivo se debió “al potencial comercial, debido a la audiencia de lectores de informaciones de este tipo”. *Al Día* dedica un 55 por ciento de su contenido al fútbol y resto del diario abre sus páginas a deportes como el baloncesto, motores, ciclismo, béisbol, voleibol, natación, atletismo y tenis, tanto costarricense como internacional.

A criterio de Rojas Torrijos (2001: 27), “la prensa deportiva diaria tradicional o de papel se ha desarrollado de forma extraordinaria en ambos lados del Atlántico y sigue ocupando un lugar destacado en el mercado periodístico a pesar del empuje de las nuevas tecnologías”. Este autor sostiene que los sucesivos estudios de difusión muestran una demanda creciente de información deportiva entre la población, hecho que se ve reflejado en los medios impresos (*ibídem*).

2.4.4. Publicaciones en Lima

Diversas investigaciones, así como documentos hemerográficos, coinciden en señalar que el miércoles 3 de agosto de 1892 nació el periodismo deportivo peruano, con la aparición de noticias sobre la realización de un partido de fútbol entre equipos de Lima y Callao. *El Nacional*

publicaba textualmente que “El domingo 7 se verificará un desafío de *football*⁵⁶ entre limeños y chalacos en Santa Sofía Lima, organizado por los señores Larrañaga y Foulke, principiando a las tres de la tarde”. Por su parte, en *El Callao* se consignaba lo siguiente: “Desafío – El domingo 7 de agosto se verificará un desafío de *foot-ball* (juego de pelota) entre chalacos y limeños en Santa Sofía Lima, organizado por los señores Larrañaga y Foulke” (Cajas, 1949: 26). Sin embargo, en los días siguientes a dicho encuentro, ningún diario de la época⁵⁷ publicaría detalle alguno acerca del desarrollo o del resultado de dicho match (cf. FPF, 1997: 40).

La popularidad que tomaba el balompié en la sociedad limeña y chalaca de finales del siglo XIX, también se vería reflejada, paulatinamente, con el mayor número de noticias que aparecían en los diarios. En julio de 1899, *El Comercio* incluía en sus páginas un cable fechado desde Buenos Aires, el cual destacaba la repercusión que había suscitado entre los argentinos la victoria del equipo peruano del Unión Cricket sobre el cuadro inglés del Lima Cricket, con marcador de dos goles a cero en un partido internacional jugado el 29 de julio de 1899 en Lima. “Grata impresión ha producido en los centros *sportivos* de esta ciudad, el triunfo obtenido por los peruanos contra los ingleses en el match de *foot-ball* que se realizó en el campo de Santa Beatriz, con motivo de las Fiestas Patrias” (Cajas, 1949: 46).

Paralelamente al interés del diarismo de esa época por el fútbol, fueron apareciendo en Lima y Callao las primeras publicaciones de corte deportivo. Best (cf. 1969: 67) precisa que la pionera fue la revista *El Ajedrez*, editada en 1879 y dirigida por Eva P. Duclós, mientras que Cajas (cf. 1949: 43) puntualiza que en 1898 circuló en Lima una revista deportiva de muy poca vigencia. El mismo Cajas (*ibídem*) detalla que el 8 de junio de 1899, *El Comercio* (*ibídem*: 43-44) anunciaba la salida del quincenario *El Sport*⁵⁸ el cual exponía los siguientes propósitos en su primer editorial:

“Necesidad imperiosa obligada la presencia de un periódico que sirviera de órgano a las diversas sociedades de sport radicadas en esta capital, pues su continuo desarrollo y el entusiasmo cada vez mayor con que el público recibe sus incompletos resultados, hacía necesaria su existencia para consignar detalladamente el

⁵⁶ Así aparece escrito en el texto original.

⁵⁷ Hacia 1892 circulaban en Lima los desaparecidos diarios *El Nacional* (1865), *La Opinión Nacional* (1873), *El País* (1884), *La Integridad* (1885), *El Perú* (1886) y los aún vigentes *El Comercio* (1839) y *El Callao* (1883) (Cf. Tamariz 1997: 22-23).

⁵⁸ El 20 de agosto de 1900, la revista *El Sport* cambió de nombre por *Sport y Variedades* y desde ese momento dedicó sus páginas no solo al deporte, sino a informar sobre otras actividades (Cf. Cajas, 1949: 53).

objeto de cada uno de los clubes que nos ocupa [...] No ha⁵⁹ mucho apareció en esta capital un periódico⁶⁰ que llevaba idéntico programa, pero razones que no es del caso mencionar aquí, decidieron a su director, muy a su pesar, a suspender su publicación. Hoy que nosotros lo reemplazamos en su penosa tarea, no lo hacemos con otra mira que servir en algo a la beneficiosa propaganda que, de corto tiempo a esta parte, se viene notando entre nosotros”.

Junto con las notas de fútbol en los diarios y el nacimiento de las revistas, aparecerían también los primeros cronistas deportivos. Por esos años, el de mayor notoriedad escribía con el apelativo de “Tom Lee” en las páginas de *El Comercio* y destacaría por la crónica que hizo de un partido jugado el 13 de agosto de 1899, el cual perdió por 5-0 un combinado peruano frente a un equipo de ingleses llegados al Callao en el buque británico Leander. Cajas (1949: 46-47) precisa que “Tom Lee” escribió “una magnífica reseña-crítica del partido, censurando el juego de floreo (para las galerías) que hicieron los peruanos y achacando a ello la abultada derrota”.

El inicio de un nuevo siglo trajo consigo cambios significativos en la cobertura de los partidos de fútbol: los medios impresos no solo se dedicaron a publicar simples notas informativas. En el número correspondiente a la segunda quincena de agosto de 1900, la revista *Sport y Variedades* realizó una original cobertura de un choque entre Lima Cricket y Unión Cricket donde no solo se podía apreciar el comentario, sino que además se incluía una innovadora y detallada crítica del rendimiento individual de la mayor parte de los jugadores que tomaron parte del compromiso. Dos de los más cuestionados fueron los peruanos Ramírez y Poppe del Unión Cricket:

“P. Ramírez.- Muy desgraciado; no lo vimos pasar con la seguridad que acostumbra. Además, en el primer innings recibió un fuerte golpe que lo inutilizó, teniendo que retirarse sin haber concluido con el match”.

“M. Poppe.- Todo el juego que le vimos hacer fueron de dos a tres quites... muchos aplausos... y después nada... viene el full-back y le quita la pelota. ¿Hasta cuándo señor Poppe no juega Ud. pasando la bola y acordándose que tiene cuatro compañeros que están esperando el paso?” (*ibidem*: 53-54).

El mayor despliegue informativo se pudo notar también en *El Comercio* con la inclusión de una sección especial llamada “Sport” y el complemento del aporte gráfico. El 7 de febrero de 1904,

⁵⁹ Así aparece escrito en el texto original.

⁶⁰ No se sabe a ciencia cierta el nombre de dicha publicación.

este diario publicaría la que, según Cajas (*cf.* 1949: 84), sería la primera nota deportiva acompañada de fotografía. En la imagen se veía a diez jugadores que habían tomado parte de un partido de fútbol entre un combinado nacional y marineros del buque de guerra inglés Amphion.

Otra de las plumas destacadas de la época, junto con la del ya mencionado “Tom Lee”, sería la de un cronista que firmaba bajo el seudónimo de “Sportman”, el cual se hizo muy popular sobre 1907 por las críticas que publicaba en *El Comercio*. El 2 de mayo de 1912, *La Prensa*, que había salido a las calles el 23 de setiembre de 1903, inició una nueva etapa en el periodismo deportivo al inaugurar una sección especializada a dos columnas titulada “Notas Sportivas” en la que brillaban las informaciones suscritas por “Full-Back”, quien en realidad era Eduardo Fry, futbolista y dirigente, que gracias a sus aportes periodísticos colaboró decididamente en la creación de la Liga Peruana de Foot-Ball, de la cual fue su primer secretario (*cf.* Cajas, 1949: 115-118, 203 y 206-207 y Federación Peruana de Fútbol, 1997: 53). Romero (*cf.* 1986: 18), también destaca el despliegue de noticias deportivas en *La Crónica*, el primer tabloide nacional fundado el 17 de abril de 1912. Cajas (1949) agrega que este diario tenía una sección de notas breves tituladas “Sportivas”.

Más de una década después, habría un nuevo auge de revistas con contenido netamente deportivo. En 1923 vio la luz *El Ring*, dedicada al boxeo y fundada por E. Nugent y E. Álvarez Calderón (*cf.* Gargurevich, 1991: 132). Ese mismo año circularon *Aire Libre* y *El Gráfico*. Luego se publicaron *Referee* y la revista chalaca *Repórter* (*cf.* Best, 1969: 67-68).

Varios acontecimientos vinculados al deporte y al fútbol le darían otro gran impulso al naciente periodismo deportivo peruano: La primera participación en un Mundial en Uruguay 1930; el retiro de la delegación patria de los Juegos Olímpicos de Berlín en 1936, por la decisión de la FIFA de repetir el partido de fútbol entre Austria y Perú⁶¹; el gran nivel de futbolistas como Teodoro “Lolo” Fernández, Alejandro “Manguera” Villanueva, Adelfo Magallanes y Jorge “Campolo” Alcalde; el primer puesto de la delegación nacional en los Juegos Bolivarianos de 1938 en Bogotá; el título logrado por la selección de fútbol en el Campeonato Sudamericano de 1939 en Lima; y la medalla de oro conseguida por el tirador Edwin Vásquez en los Juegos Olímpicos de

⁶¹ Perú había vencido a Austria por 4-2 en los cuartos de final del torneo de fútbol de los Juegos Olímpicos de 1936. Sin embargo, la FIFA ordenó la repetición de dicho partido, aduciendo una supuesta invasión del campo por parte de los aficionados, algo que había sido reclamado por los austriacos. Esta decisión obligó al retiro de toda la delegación olímpica nacional (FPF, 2012: 33-35 y FPF, 1997: 262-266).

Londres en 1948 (cf. Romero, 1986: 18 y 60). Estos hechos produjeron un boom de revistas especializadas, iniciado en 1941 por *Mundo Deportivo*, publicada hasta 1956. También se distribuyeron *Deportes* (1942-1951), *Abecé* (1942-1951), *A* (1943-1944), *El Deporte* (1944-1952), *Sport* (1945-1948), *Grass* (1946-1947), *El Canillita* (1947), *Gaceta Deportiva* (1949) y *Equipo* (1949-1951), cuyo director, Raúl Villarán, tendría en los años siguientes un papel protagónico en la creación del periodismo sensacionalista en el Perú. En esta misma época, aparecerían también las primeras revistas con información exclusiva de un club en particular: *Alianza Lima* (1946-1949) y *Universitario de Deportes* (1949). Se publicarían, además, *La Afición* (1952) dirigida por Luis Ossio; *Crack* (1952-1953) al mando de Félix Accinelli; y *U* (1954-1956), bajo la batuta de Fernando Gassols (cf. Best, 1969: 68 y Gargurevich, 2002: 186).

A mediados del siglo XX se produjeron grandes cambios en el periodismo deportivo nacional, muchos de los cuales respondieron a los aires de modernidad que introdujo Pedro Beltrán⁶², propietario de *La Prensa*. Este diario no solo destacó por la organización y difusión de torneos masivos como los “Guantes de Oro” y el “Interbarrios de Fútbol”, sino que también ofreció en sus páginas la pluma de Alfonso Grados Bertorini, quien firmaba sus columnas deportivas con el famoso seudónimo de “Toribio Gol”. Beltrán sabía que en el rubro de tabloides había un gran mercado por explotar y el 13 de enero de 1950 puso en circulación *Última Hora*, que tras unos inicios azarosos, logró estabilizarse y romper esquemas gracias a la muñeca periodística de Raúl Villarán, quien impuso un contenido sensacionalista, ameno e innovador, plagado de jerga popular, explotando las noticias relacionadas al acontecer deportivo nacional en sus principales titulares de portada, aunque, a veces, el afán por dar informaciones de impacto hizo que el rotativo cometiera gruesos errores, como cuando en sus primeros números publicó en carátula el asesinato en Colombia del futbolista Máximo “Vides” Mosquera, noticia que sería desmentida luego por el propio jugador. En la sección deportes de *Última Hora* destacaron Guillermo “Cuatacho” Cortez Núñez, Carlos Wiese, Juan “Chueco” Honores y Paco del Busto con su columna “Luqueando Firme” (Gargurevich, 2005: 126-128 y 2002: 177 y ss.; Tamariz, 1997: 57, 84, 88, 134 y 165; y Salinas y Linares, 2012: 7 y ss.)

⁶² Pedro Beltrán (1897-1979) fue un político, diplomático y empresario peruano que tomó las riendas de *La Prensa* a finales de 1940 (Tamariz, 1997: 129-130).

Sin embargo, la verdadera revolución en el diarismo deportivo la marcaría el vespertino *La Tercera de La Crónica*, tabloide genérico de corte popular fundado el 9 de diciembre de 1953, el cual apareció para dar competencia a *Última Hora* y destacó por la calidad creativa e informativa de la sección deportes que lideraba Alfonso Rospigliosi. El diario fue llamado así porque los propietarios de *La Crónica* decidieron convertir a la *vieja La Crónica de la Tarde* en dos ediciones: *La Segunda* que aparecía a las 11 a.m. y marchaba a provincias; y *La Tercera*, a las 5 de la tarde (cf. Gargurevich, 1991: 190). “*La Segunda* no rindió beneficios y fue cancelada, pero *La Tercera* tuvo éxito básicamente porque informaba mucho sobre el fútbol profesional, en portada e interiores, y porque tenía a ‘Pocho’ Rospigliosi, un hombre muy creativo que con su peculiar estilo y con sus columnas de opinión transformó el periodismo deportivo peruano”, apunta Carlos Enciso (2013), redactor que laboró en ese diario hasta 1974. *La Tercera* constaba de 24 páginas, la mayor parte de ellas dedicadas al fútbol profesional y en menor medida a otros deportes. Una de las coberturas más brillantes de este diario la ofreció durante la participación de la selección peruana de fútbol en el Mundial de México en 1970. También llamaba la atención de los lectores el estilo de redactores como Teodoro Salazar (“Lolo”), Jorge Avendaño y Litman Gallo (“Gallito”), además de populares columnas tituladas “Coctelera”, suscrita por “Liotraslío” y “Servilletas de Papel”, firmada por Renato Gonzales bajo el seudónimo de “Míster Huifa” (*ibídem*). Tamariz (1997: 124 y 2001: 237) refiere que este vespertino vendía 100 mil ejemplares diarios y fue, por muchos años, el sostén económico de *La Crónica*.

“La expropiación de los diarios de circulación nacional en 1974 durante el proceso político conocido como la ‘Revolución de la Fuerza Armada’” (Gargurevich, 2012: 219) generó una serie de cambios en la sección deportiva de *La Tercera*: “Pocho” Rospigliosi, quien imponía su criterio periodístico, incluso por encima del director, fue despedido junto a su equipo. “A partir de entonces, se desplazaron las informaciones referidas al fútbol profesional para dar cabida a la cobertura de otras disciplinas, siguiendo los lineamientos que ordenaba el gobierno militar del general Juan Velasco Alvarado. En ese sentido, la directiva fue dar especial atención a la influencia cubana en el deporte, la cual apostaba al amateurismo en todas las disciplinas”, agrega Enciso (2013). El alejamiento de “Pocho” Rospigliosi de la prensa diaria no lo distanció del periodismo escrito ya que, inmediatamente, se embarcó en la consolidación de un proyecto editorial que había

lanzado al mercado en mayo de 1973. Se trataba de *Ovación*⁶³, un semanario deportivo que copió muchas de las exitosas secciones y columnas de *La Tercera*. Por su calidad, primicias y despliegue gráfico, *Ovación* dominó el mercado de revistas deportivas por más de una década.

Curiosamente, el tiraje récord de *La Tercera* se registró con un acontecimiento futbolístico, justo cuando ya no estaba “Pocho” y el balompié no era prioridad. El 22 de marzo de 1975, este diario puso en circulación 253 mil ejemplares con el gran despliegue del triunfo de Universitario de Deportes sobre Peñarol en Montevideo por la Copa Libertadores de América (Tamariz, 2001: 245-247 y 249). Manuel Paz (2013), redactor de deportes esa época, recuerda que el director Guillermo Thorndike “ordenó una amplia cobertura de la victoria de la ‘U’, desde la portada hasta la central, desplazando así las noticias de política, locales y policiales, las cuales solían ser publicadas en esas páginas”. Con el paso de los años el diario fue perdiendo presencia, sobre todo, por la crisis en la que se vio sumida *La Crónica*, hasta que dejó de circular en los primeros años de la década del noventa.

Previo a los cambios ocurridos en la sección deportes de *La Tercera*, y con la intención de dar pelea en el competitivo y lucrativo mercado de vespertinos, donde se encontraba también el ya referido *Última Hora*, la Empresa Editora *El Comercio* decidió poner en kioscos *El Comercio Gráfico* en febrero de 1962. Posteriormente, este rotativo fue sustituido por el que es considerado el primer diario deportivo del Perú: el 26 de febrero 1973 salió a la venta *Afición*⁶⁴ en formato tabloide y con un estilo de periodismo moderno para la época (cf. Ganoza, 1973: 9). Su lema era “el diario de los deportes y el espectáculo”, lo dirigía el destacado periodista Eduardo San Román, conocido como “La Catedral del Deporte” y en sus 24 páginas en blanco y negro se dedicaba gran cobertura al fútbol peruano, a los deportes, a la hípica y a algunas notas del espectáculo. Según uno de los redactores de entonces, Mario Fernández (2013), *Afición* tenía mucho parecido a los diarios deportivos de la actualidad: “Realizábamos producciones fotográficas a los futbolistas e, incluso, se hizo una promoción que premió a los lectores con viajes a Venezuela y Chile para ver a la selección que jugó ante esos países la eliminatoria al Mundial de Alemania en 1974”. Este diario se mantuvo en vigencia hasta un año después de la participación peruana en el Mundial de

⁶³ *Ovación* es también el nombre del programa deportivo radial que el mismo Alfonso Rospigliosi fundó el 11 de junio de 1964. En la actualidad, dicho programa está incluido dentro de la programación diaria de *Radio Ovación* 620 AM.

⁶⁴ *Afición* reemplazó en los kioscos a *El Comercio Gráfico*, vespertino que había sido fundado el 15 de febrero de 1962 por Empresa Editora *El Comercio* (Tamariz, 1997: 291-293).

Argentina en 1978. Los directivos de la empresa, por razones empresariales, decidieron sacarlo de circulación y anexar sus contenidos a la sección deportes de *El Comercio*.

Sin un diario que le diera exclusividad o espacio prioritario a los deportes en los ochenta, fueron los rotativos de corte general como *El Comercio* y *La Prensa*, y nuevos tabloides como *La República*, *Expreso*, *Extra*, *Correo* y *Ojo* los que incluyeron informaciones de este tipo en sus secciones especializadas o llevaron a sus portadas acontecimientos de interés popular, ya sea de fútbol como de otras disciplinas. En ese sentido, es importante destacar el gran despliegue que *El Comercio* le dio a la participación de Perú en el Mundial de España en 1982, donde además de crear un suplemento especial y enviar un equipo de periodistas para la cobertura del evento, sumó a sus filas los comentarios del laureado escritor peruano Mario Vargas Llosa y del reconocido periodista uruguayo Emilio Lafferranderie (“El Vecó”), proveniente de la revista *El Gráfico* de Argentina, quien luego del Mundial decidió radicar en Lima y desarrolló durante 28 años una prolífica actividad periodística en prensa escrita, radio, televisión y medios digitales.

La segunda gran apuesta por un diario deportivo se cristalizó el 28 de agosto de 1989 con el nacimiento de *Ídolo*, el cual incluyó como primer titular de portada un lacónico “¡No vamos al mundial!”, para describir la derrota de Perú ante Uruguay que nos dejó sin opciones de participar en la Copa del Mundo de Italia en 1990. Eran otros tiempos, las generaciones futbolísticas que nos clasificaron a tres mundiales ya habían desaparecido y el deporte se encontraba sumido en una crisis absoluta, la cual era el reflejo de una sociedad consumida por la hiperinflación y el terrorismo. En ese difícil contexto, Lorenzo Villanueva Regalado, un empresario que en sus años jóvenes había sido redactor deportivo en *Expreso*, creó un diario que rápidamente se ganó la aceptación del público. “*Ídolo* nació al son de un país que a la postre sería macroeconómicamente goleado por la inflación. Un descalabro de gobierno fue el panorama paralelo que vivió el diario en la calle. Y la gente, asqueada del día a día político, halló información distinta en los kioscos que fue determinante en el éxito empresarial. Tuvo 24 páginas de imaginación cotidiana. Destacaban la pluma de su director Roberto Salinas en su habitual columna ‘Los pasos del caminante’ y el aporte de periodistas de trayectoria como Óscar Moral, Alex Risi, Lalo Archimbaud y Javier Chávez Campoverde”, reseña Jaime Villanueva Regalado (2013), uno de los redactores fundadores. Al año de circulación, Lorenzo Villanueva decidió cambiar el contenido del diario con la finalidad de captar mayores avisos. “Quería lanzar un nuevo diario o hacer de *Ídolo* un híbrido que además le

abriera puertas para que la publicidad estatal siga llegando. Fue entonces cuando Lorenzo tomó la decisión de superponer en el contenido de su producto la cobertura política como primer renglón. Así, lo que fue un diario deportivo se convirtió en la sección deportiva de un diario variado”, agrega Jaime Villanueva. *Ídolo* sería relanzado con el nombre de *Súper Ídolo* y pese a regalar dinero en efectivo, desaparecería en 1991 debido a que no tuvo llegada en el público.

Dos nuevos diarios deportivos aparecerían en escena durante 1993. El primero de ellos fue *Todo Sport* que irrumpió el 17 de mayo, aunque vale aclarar que lo hizo como un semanario especializado que no sólo trataba temas como el fútbol, sino también de otros deportes que por ese entonces habían dejado de tener un espacio en los medios. Su primer director fue Moisés Wolfenson Wolloch y en la plana periodística contaba con expertos como Javier Rojas, Óscar Vergara, Fernando Jiménez, Alberto Best y las fotografías de Rolando Ángeles. Alcanzó su mayor apogeo en marzo de 1994, cuando decidió convertirse en diario, en plena Copa Libertadores que disputaban Universitario y Alianza Lima. Tras concentrar una importante masa de lectores, *Todo Sport* se fue diluyendo en el mercado con el paso de los años, tiempo en el que también sufrió sucesivos cambios en su dirección: Wolfenson cedió su cargo a Fernando Jiménez y este a Omar Farfán quien le dio un aire de modernidad. Farfán se alejaría del cargo y permitiría un breve retorno de Jiménez. En la actualidad, el diario está al mando de Gerardo Sosaya. “*Todo Sport* tiene 20 años en el mercado con un público cautivo de edad mayor y por el tiempo que se mantiene en circulación se ha ganado un lugar en la prensa deportiva nacional”, señala Farfán (2003).

Bajo el respaldo de Editora Onda, perteneciente al empresario Rafael Documet, el 19 de junio de 1993 circularía *El Gigante*, diario deportivo de 16 páginas y formato estándar que se mantuvo hasta octubre de 1994. Su jefe de informaciones, Alex Risi (2013), cuenta que desde el primer número ganaron la aceptación del lector amante de los deportes: “Salimos a las calles con la portada que graficaba el gran empate de Perú ante Brasil en la Copa América de Ecuador”. Risi agrega que el diario le daba buena cobertura al fútbol profesional aunque no descuidaba las informaciones vinculadas a otras disciplinas. En el verano de 1994, y previo al cierre de *El Gigante*, ya habían aparecido, casi simultáneamente, dos diarios deportivos más: *El Bacán*, dirigido por Tito Navarro y promovido también por Editora Onda, y *El Bocón*⁶⁵. Obligado por una resolución de

⁶⁵ Este diario será analizado en detalle en el trabajo de campo.

Indecopi, *El Bacán* cambiaría de nombre a *El Balón*, algo que aceleró su partida de defunción en diciembre de ese mismo año⁶⁶.

También en 1994, y solo semanas después del cierre de *El Gigante*, aparecería *Ovación* otro diario deportivo de corta duración que fue financiado y dirigido por el periodista y empresario radial y televisivo Micky Rospigliosi, hijo del recordado “Pocho”. “Micky intentó repetir la fórmula que había aplicado su padre en el periodismo impreso, pero pese a sus esfuerzos *Ovación* dejó de circular en diciembre de 1995 debido a razones económicas pues le era casi imposible competir con *Todo Sport*, *El Bocón* y el recién fundado *Líbero*⁶⁷ que contaban con el respaldo de importantes grupos periodísticos”, sostiene Carlos Enciso (2013).

En los años siguientes, otros diarios deportivos, de corta vigencia, aparecerían en el firmamento periodístico: *Soy Crema* (1996-1997), al mando de Ivlev Moscoso, y *El Potrillo* (1996-1998) dirigido por Richard Romero, ambos rotativos con información exclusiva relacionada a Universitario de Deportes y Alianza Lima, respectivamente; *La Fiera* (1997), liderado por Tito Navarro; *Córner* (1997), de apenas un mes de duración y comandado por Miriam Sánchez; y *Diario Gol* (1998-2002), con Pedro Uriarte a la cabeza.

Es importante destacar también el aporte del suplemento “Deporte Total” de *El Comercio*, en vigencia desde el 13 de julio de 1986, que con el transcurrir de los años se ha convertido en un referente de la prensa especializada. De frecuencia diaria, el también llamado “DT” ha logrado un importante nivel de posicionamiento gracias a la calidad de sus periodistas y a la veracidad de sus informaciones.

2.4.5. Géneros periodísticos empleados

La evolución de los géneros ha jugado un papel importante en la maduración de la prensa en el siglo XX y ello ha permitido canalizar datos, comentarios y análisis en textos informativos, opinantes e interpretativos, según apunta Mejía Chiang (cf. 2012: 201). Esta clasificación tripartita,

⁶⁶ Las razones del cambio de nombre de *El Bacán* a *El Balón* están relacionadas con los primeros meses de vida de *El Bocón*. Este tema será profundizado en el trabajo de campo.

⁶⁷ Este diario será analizado en detalle en el trabajo de campo.

a criterio de Vallejo Mejía (*ápu*d Paniagua, 2009: 59-60) ha dado sentido al pacto de lectura entre el autor y el lector: “además de su utilidad didáctica, la aproximación al género ayuda a comprender la vigencia de ciertos procedimientos narrativos, la aparición de nuevas formas, su evolución histórica”. Al considerarlos como un principio de orientación para el lector, Martínez Albertos (2004: 56) agrega que los géneros son “los fundamentos básicos para el conocimiento científico del lenguaje informativo”. Este mismo autor considera que la asimilación de los géneros por parte del futuro comunicador lo ayudará a comprender de manera sencilla las bases del periodismo.

Mientras Gutiérrez Palacio (1984: 99) destaca la flexibilidad de los géneros, los cuales abarcan un amplio campo que va desde la noticia hasta el editorial, Armañanzas y Díaz Noci (*ápu*d Mejía Chiang, 2012: 203) ponderan su orden, su clasificación y la facilidad que le dan al lector de sacar el mayor provecho a los textos. Santamaría (*ápu*d Mejía Chiang, 2012: 203) refuerza estos conceptos en el siguiente análisis:

“Los géneros periodísticos son el resultado de un largo proceso histórico de trabajo colectivo. Estudiar cómo se hace una noticia, un reportaje, una entrevista, una crónica, una crítica, un artículo, un editorial es más que seguir la disciplina de unas normas. Es comprender la función de un texto, de un medio”.

A juicio de Martínez Albertos (2004: 54) “los géneros periodísticos, tal como aparecen hoy a nuestros ojos, son el resultado de una lenta elaboración histórica que se encuentra íntimamente ligada a la evolución del mismo concepto de lo que se entiende por periodismo”. Basado en el estudio de connotados investigadores⁶⁸, Mejía Chiang (2012: 201-217) establece también una trinidad funcional de géneros (de opinión, informativos e interpretativos), a la que suma elementos complementarios. Dicho autor elabora un didáctico cuadro resumen:

⁶⁸ Ulibarri (1994), Sánchez y López Pan (1998), Abril (1999), Martínez Albertos (2001 y 2004), Armentia y Caminos (2002), Casals Carro (2005), Fernández Parrat (2008) y Gutiérrez Palacio (1984).

Géneros de opinión	Géneros informativos	Géneros interpretativos	Elementos complementarios
Editorial	Noticia	Crónica	Despieces
Artículo	Entrevista de declaraciones	Entrevista de perfil	Bloques de antecedentes
Columna		Reportaje interpretativo	Infografías
Crítica			Caricaturas y chistes gráficos
Ensayo			

Figura 4: Géneros y estilos de redacción en la prensa (Mejía Chiang, 2012).

Ahora bien, al enfocarnos en el estudio de los géneros periodísticos en el diarismo deportivo, Hernández Alonso (2012: 59 y ss. y 2003: 42-43) precisa que estos coinciden con el resto de la prensa, aunque algunos se desarrollan de manera distinta. Sin embargo, dicho autor no profundiza en una diferenciación tripartita y clasifica a los géneros así: noticia, crónica, reportaje, entrevista, editorial, artículo de fondo y columna⁶⁹. Rojas Torrijos (2011: 163 y ss.) hace una diferenciación similar y establece la siguiente división genérica: noticia, crónica, reportaje, entrevista y opinión.

2.4.5.1. Noticia

Diversas son las definiciones que se han planteado sobre este formato periodístico, sin embargo, una de las más certeras corresponde a Martínez Albertos (2004: 61) quien señala que la noticia “es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión del mensaje”. Ortego Costales (*ápu*d Serrano, 2004: 149) la considera como “todo acontecimiento actual, interesante y comunicable”, concepto que es reforzado por Ross (*ápu*d Serrano, 2004: 149): “la noticia ha sido genéricamente definida como aquello que interesa a la gente, pero puesto que no todo lo que interesa a la gente es noticia, la definición es demasiado general. Un hecho es noticia si interesa a un público”.

⁶⁹ Más que una clasificación de géneros es una lista de formatos periodísticos más usados dentro de la prensa deportiva.

Sobre su estructura, Serrano (*cf.* 2004: 164) enfatiza que la noticia es elaborada siguiendo la regla norteamericana de las “5 *W*'s (*Who*/quién, *What*/qué, *When*/cuándo, *Where*/dónde y *Why*/por qué)” o bajo la concepción española de las “6 *W*'s (*Who*/quién, *What*/qué, *When*/cuándo, *Where*/dónde, *Why*/por qué y *How*/cómo)”.

En el caso de la noticia deportiva, esta es considerada por Rojas Torrijos (2011: 163) como el formato informativo por excelencia, exento de opinión e interpretación, basado comúnmente en la estructura de la pirámide invertida a la hora de su elaboración. “El máximo interés se concentrará en el primer párrafo con la narración del hecho más importante (que, a su vez, estará recogido en el título) y descenderá gradualmente en los siguientes bloques de texto, donde se colocarán los datos más secundarios del relato”, agrega.

Un detalle importante de la noticia deportiva es la flexibilidad de su redacción. Por ello, el *lead* o párrafo inicial no necesariamente dará respuesta a las preguntas qué, quién, cómo, cuándo y dónde, sino que estas interrogantes podrán desarrollarse a lo largo del texto. También se puede elaborar en orden cronológico invertido, es decir detallando el último acontecimiento al inicio y de allí contando hacia atrás, o utilizando la técnica denominada “diamante”, dando solo algunas referencias en el párrafo inicial y profundizando en el segundo y el tercer párrafo (*cf.* Marrero, 2011: 87).

Siendo la noticia uno de los géneros que más predomina en el diarismo deportivo cotidiano, Víctor Hugo Morales (*ápu*d Levinsky, 2002: 33) muestra su preocupación por su poca calidad y carencia de contexto.

2.4.5.2. Crónica

El subgénero que mayor atención concita en los diversos tratados a los que se ha acudido para el presente trabajo es la crónica, entendida como la narración o relato continuado de una competición deportiva, de un equipo o de un deportista y que permite al periodista abordar algunos temas relacionados sin salirse de la idea principal (*cf.* Alcoba, 1993: 140), utilizando dos técnicas para su redacción: la narración para informar lo sucedido y la argumentación para valorar y enjuiciar el hecho (*cf.* Hernández Alonso, 2003: 55). Al ser descriptiva e interpretativa, se le

considera un género híbrido (*cf.* Rojas Torrijos, 2011: 164). Reinardy y Wanta (*cf.* 2009: 1) puntualizan que la crónica tiende a ser creativa e inusual y busca responder al por qué y al cómo de un acontecimiento⁷⁰. Martínez Albertos (*cf.* 1989: 286) apunta que una crónica debe ser mitad narración, mitad valoración, debe llevar continuidad y regularidad en el relato, además de un estilo directo y llano.

Sanmartí (2004: 353) señala que en la prensa deportiva, la crónica no sigue normas fijas y “combina la información, la interpretación e incluso la opinión” sumando a ello juicios de valor muy subjetivos, figuras literarias (la ironía o la retórica) y un lenguaje muy especializado:

“La crónica es fruto, en efecto, de un estilo narrativo muy personal del redactor, que transmite no sólo sus conocimientos técnicos y periodísticos, sino también sus habilidades literarias o expresivas. Por ello, los libros de estilo suelen recomendar que las crónicas sean firmadas con la idea de asociarla claramente a su autor” (*ibídem*).

Paniagua (2009: 53) destaca en este género “el recurso de empezar y acabar con la misma idea, con las mismas palabras incluso, corresponde a un modelo de estructura típico de los géneros de opinión, denominado ‘estructura circular’, que aporta al texto una idea de unidad, de algo cerrado, compacto, coherente, bien construido”. Para este autor es importante una íntima reflexión por parte del periodista al momento de elaborar la crónica (*ibídem*: 62). En ese sentido, Sanmartí (2004: 354) considera vital que quien la redacte sea un especialista en el tema abordado: “A más especialización, más interpretación y, si cabe, más opinión”.

En la crónica, “la competición deportiva se plantea en términos de ‘contienda’ o ‘lucha’; los competidores como ‘héroes victoriosos’ o como ‘derrotados’; los héroes deportivos viven la competición al modo épico: se les ‘derrumban los sueños’, ‘agonizan sus esperanzas’, ‘palpitan sus corazones’, etc” (Atorressi, 1995: 26). La sinonimia, la anáfora y la catáfora, la elipsis, las implicaturas y las presuposiciones, la repetición de unos campos semánticos determinados y los marcadores textuales, ayudarán a la coherencia de este relato (*cf.* Hernández Alonso, 2003: 48).

⁷⁰ “Sport stories tend to be more creative and unusual [...] Sport stories concentrate on why and how”.

Al relatar acontecimientos que el lector vivió en un estadio o conoció previamente a través de la radio, la televisión o la internet, la crónica no puede ser meramente descriptiva sino que debe profundizar en detalles y reconstruir los hechos con un estilo directo, claro y ameno. Su elaboración no necesariamente respetará una línea cronológica: también puede seguir una secuencia no lineal mediante el uso del *flashback* (cf. Rojas Torrijos, 2011: 164).

Calificada como el género estrella del periodismo deportivo, diversos autores han destacado la calidad de la crónica, porque en ella “el lenguaje adquiere toda su grandeza y personalidad”, según opinión de Hernández Alonso (2003: 45). Pese a ello, este mismo autor (2012: 59) reconoce también que con el devenir de la última década, la crónica ha sufrido importantes transformaciones, perdiendo sus característicos recursos literarios, al punto de haberse debilitado: “ha cedido mucho, siendo hoy su papel semejante en importancia al de las fotografías y la tipografía”. Sobre este punto, Alcoba (2005: 160) pone como manifiesto el supuesto poco hábito de lectura del consumidor para entender el por qué ha bajado la calidad y el tamaño de los textos:

“Con el paso de los años y la competencia entre medios, la prensa deportiva ha perdido algunas de las peculiaridades que la llevaron a las posiciones que hoy ocupa. Una de ellas fue la calidad de las firmas que escribían en sus páginas, lo que convertía las crónicas deportivas en artículos literarios o de costumbres, que han quedado como recuerdo y exposición de cómo se desarrollaba el periodismo deportivo en las décadas de los años cuarenta, cincuenta y sesenta del pasado siglo. Curiosamente, aquella inconfundible característica ha sido traspasada a las páginas deportivas de los diarios de información general, en tanto que los diarios deportivos actuales muestran contenidos comprimidos, por considerar que los lectores...¡no leen!”.

Valenti (2013) da cuenta del fin de la crónica tradicional en un periodismo deportivo que, ciertamente, se transforma con la globalización y las nuevas tecnologías. “Ya no se puede escribir la crónica de finales del siglo XX, pues una nota de ese tipo la encuentra el lector en la web al minuto que acabó el partido. Hoy el comentario del día siguiente en el papel debe incluir discusión, debate y análisis. Es preciso ahondar en los aspectos técnicos del juego para generar la polémica”. Una opinión similar ofrece Gomes (2013) al afirmar que en la crónica del diarismo deportivo actual no interesa tanto el resultado, sino el juego, el análisis de lo técnico y lo táctico, con una profundidad que la televisión y la web no pueden ofrecer.

2.4.5.3. Reportaje

Son muchas las definiciones que en las últimas cuatro décadas se han planteado acerca del reportaje, ya sea por el simple paso del tiempo o por los cambios en los medios de comunicación (cf. Domínguez, 2004: 361). Por un lado, Martínez Albertos (1993: 302) lo concibe como “el relato periodístico, descriptivo o narrativo, de una cierta extensión y estilo literario muy personal en el que se intenta explicar cómo han sucedido unos hechos actuales o recientes, aunque estos hechos no sean noticia en un sentido riguroso del concepto”, mientras que Martín Vivaldi (1973: 46) valora el aporte interpretativo de quien lo redacta y afirma que el reportaje es “un relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un suceso de interés actual o humano; o también: una narración informativa, de vuelo más o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor-periodista”.

De carácter informativo-interpretativo, el reportaje permite investigar o profundizar sobre acontecimientos noticiosos que hayan concitado debate e interés, precisa Rojas Torrijos (2011: 166). Incluirá “datos procedentes de una multiplicidad de fuentes que serán siempre identificadas, se contrastarán estadísticas, se analizarán antecedentes y se confrontarán diversos puntos de vista, todo ello con el fin de contextualizar los hechos y aportar un enfoque o conclusión particular. Tenderá al análisis pero nunca a la opinión” (*ibídem*). Una visión similar tiene Cantavella (2002a: 24) al señalar que este subgénero “presenta el tratamiento global de un problema, cuestión de actualidad, recuerdo o recreación, y para ello se emplea material de archivo, documentos, consulta a fuentes diversas, datos, juicios y propuestas, recogidos en ambientes cualificados o populares”.

Hernández Alonso señala que el reportaje ocupa un lugar importante en publicaciones especializadas de periodicidad semanal, quincenal o mensual, pero es poco común de encontrar en los diarios deportivos (cf. 2003: 43):

“La menor importancia adquirida por los ingredientes fundamentales de este género en los relatos deportivos, especialmente en los deportes más seguidos, ha facilitado la decadencia de este género, como se comprueba diariamente, pues no son muchos los reportajes que hallamos en los medios en comparación con años atrás. Han perdido protagonismo, especialmente en la prensa escrita” (*ibídem*, 2012: 64).

2.4.5.4. Entrevista

Este subgénero vio la luz con la expansión del periodismo informativo durante el siglo XIX y alcanzó la preferencia de lectores ansiosos de conocer la vida y el pensamiento de algún personaje (cf. Cantavella, 2002: 9). Derivada de la palabra francesa *entrevoir*, que significa “verse el uno al otro” (cf. Quesada, 2004: 375), Mota (1988, vol. I: 282) define a la entrevista periodística “como una conversación de especiales características, en cuanto a su técnica, y que en su desarrollo periodístico expone las opiniones y noticias recogidas como respuestas a las preguntas formuladas o a los temas provocados”. Para Halperín (1995: 23) “es la más pública de las conversaciones privadas” y aclara que esta no es un diálogo libre entre dos sujetos, sino que es una conversación centrada en uno de los interlocutores “en la que uno tiene el derecho de preguntar y el otro el de ser escuchado”.

A juicio de Cantavella (2002a: 21 y 26), uno de los más estudiosos de este formato, la entrevista es “la conversación entre el periodista y una o varias personas con fines informativos” la cual se transmite a los lectores “como tal diálogo, en estilo directo e indirecto” publicando las palabras del personaje “más o menos literalmente” y aclara que no debe ser confundida como “un interrogatorio para obtener información que se empleará más tarde en cualquier tipo de texto periodístico”. Gargurevich (*ápu*d Cantavella: 2002a: 22) refuerza esta tesis señalando que no es lo mismo “interrogar para obtener datos” que “entrevistar”. Por otro lado, Cantavella (*ibídem*: 31-34) refuta a quienes la consideran como una modalidad del reportaje⁷¹ y enfatiza que por su desarrollo conceptual, su estilo y su variedad, la entrevista ha ganado autonomía como subgénero y “merece una atención particular”.

Basada en su estructura, Baena Paz (1990: 129-131) clasifica a la entrevista como noticiosa (de pregunta y respuesta), de opinión (efectuada a un individuo especializado en cierto tema) y de semblanza (retrato del entrevistado). Por su parte, Martínez Albertos (1962: 34-35) las agrupa así:

⁷¹ “Entre los que se niegan a darle ‘carta de ciudadanía’ a la entrevista figuran Dovifat, Martínez Albertos, Gaillard, Santamaría, Martínez de Souza, Jonson y Harris, Juárez Bahía; mientras que apuestan a ella como género independiente Quesada, Del Río Reynaga, López de Suazo, Cifra Heras, Sierra, Brady, Sherwood, Hohenberg, Mandel, Gargurevich, Cantavella, Muñoz Zapata, Ibarrola, Leñero, Pérez Miranda, Ulibarri, Díaz Rangel y los cubanos Rius, Benítez, Bianchi, Rodríguez Betancourt, Cardoso, Cabrea y Gonzales Castro” (Rodríguez Betancourt, 2001: 23).

- *De declaraciones*: Proporciona información con palabras textuales del personaje.
- *De personalidad*: La de mayor valor porque profundiza en el entrevistado. Se centra en la persona y no en sus declaraciones.
- *De fórmulas establecidas*: De carácter ameno, basada en un cuestionario fijo de preguntas que se formulan indistintamente a diversos personajes. Para ello toma como referencia el manual de Proust. También se incluyen en este grupo la entrevista fingida y la encuesta.

Por encima de sus elementos informativos e interpretativos, Sanmartí (2004: 355) destaca en la entrevista “su inmediatez, la posibilidad que tiene la audiencia de leer [...] la información directamente de la fuente. El periodista pone en contacto al entrevistado y a la audiencia de una forma prolongada y lo suficientemente completa”. Quesada (2004: 377) agrega que más que cualquier otro formato periodístico, “la entrevista consigue transmitir al lector la sensación de estar asistiendo en primera persona, como testigo mudo y privilegiado, a la conversación entre el entrevistador y el entrevistado”.

En la prensa deportiva, la entrevista reproduce, en forma de preguntas y respuestas, el diálogo entre el periodista y el deportista. Su transcripción irá precedida de una breve presentación del protagonista y las razones por las que se le interroga. Se le pueden incluir notas de apoyo que permitirán conocer mejor al entrevistado (*cf.* Rojas Torrijos, 2011: 167). A criterio de Hernández Alonso (*cf.* 2012: 60) este formato se ha vuelto muy común en el diarismo especializado durante la última década, impulsado por la enorme valoración alcanzada por los deportistas de élite en la sociedad.

2.4.5.5. Columna

Para Martínez Albertos (2004: 66), los artículos de opinión o comentarios que van dentro de una columna son la “exposición o argumentación hecha por un periodista acerca de las ideas y juicios de opinión suscitados a propósito de los hechos relevantes que están siendo tratados informativamente por los medios de comunicación”. Por su parte, Cantavella (2012: 23) la define

como “una especie de artículo, pero con unas características propias: ocupa siempre el mismo espacio en el periódico y mantiene una periodicidad fija”.

En estos textos, según Paniagua (*cf.* 2009: 64-65) hay una estructura clásica formada por tesis, argumentación y conclusión. Esta conclusión o veredicto es un juicio contundente a modo de cierre. Cantavella (2012: 23) habla de la libertad de su contenido, los cuales no siempre emiten una opinión: “Podemos encontrarnos con textos que se basan en todo o en parte en la información y en otras ocasiones, bastante más frecuente, toma el camino de la interpretación”.

Para Campmany (*ápu*d López Hidalgo, 1996: 65) la columna “llama la atención del lector hacia acontecimientos especiales y ofrece elementos de juicio para que el público medite, reflexione o abra los ojos ante una realidad que en principio no se ve muy claramente”. Sobre este género, Paniagua (2009: 138) destaca la relación entre el columnista y el lector: “Es indudable que muchos lectores, sobre todo el tiempo, leen una columna más que por su tema o por su título, por su firma”.

Escrito por especialistas, estos textos, profundos y fundamentados, reflexionan sobre algún acontecimiento deportivo determinado, dando al lector un mayor panorama de análisis, explica Hernández Alonso (2012: 62): “En la prensa deportiva, han pasado de las últimas páginas y de un tratamiento de relleno [...] a estar situados al lado de las crónicas en número variable. Vienen a ser breves reflexiones sobre aspectos determinados del acto deportivo [...] hechos de forma rápida y sin grandes pretensiones, pero colaborando en el ofrecimiento de un mejor saber del deporte tratado”.

A excepción del editorial, las columnas deberán ir firmadas. Si fue hecha por un redactor, bastará con que aparezcan su nombre y sus apellidos. Si la opinión es de un colaborador, se incluirán además su cargo o su profesión (*cf.* Rojas Torrijos, 2011: 168).

La columna también se ha visto afectada por la reducción de su tamaño, algo que se aplica a toda clase de textos periodísticos, según apunta Cantavella (2012: 9): “una tendencia imparable si tenemos en cuenta que cada día parece que es menor el tiempo de que dispone el público para abordar el contenido de los periódicos”. Sin embargo, estudiosos del periodismo deportivo como

Alcoba (2005: 161) muestran una posición bastante crítica acerca de la proliferación de las columnas, la cual le ha restado espacio de análisis e investigación al diarismo especializado:

“Todo se reduce a esa plaga que ha irrumpido en los medios, los llamados columnistas, quienes vierten su opinión en el reducto de una columna, casi siempre a posteriori. La opinión y la investigación han sido sustituidas por una palabrería, a veces insulsa y hasta chabacana, que pretende convencer, con una breve exposición, lo que precisa de documentación y análisis”.

2.4.6. Lenguaje deportivo

La globalización del deporte en las últimas décadas ha permitido también la difusión de su idioma en todo el mundo. Grijelmo (*cf.* 1988: 8) destaca en el lenguaje deportivo del periodismo el uso constante del fonema “R”, el cual otorga sonoridad, violencia fonética sílabas explosivas, expresadas en palabras como “rapidez, recorte, aferra, rompedor o batallador”.

“Ese lenguaje no obstante viene dado de las voces que configuran sus reglas y estas son tributo en gran parte del origen geográfico donde salieron: Gran Bretaña. Por ello el lenguaje deportivo en su mayoría se escribe y pronuncia en inglés”, sostiene Marín Montín (2001: web) y agrega que en muchos casos no ha sido posible españolizar estos anglicismos debido a su difícil traducción⁷². Según Devoto (*cf.* 1972: 164-169), el lenguaje deportivo se enriquece gracias a la presencia de tecnicismos y al hecho de que transfiere, sobre el plano fantástico-emotivo, los distintos momentos del acontecimiento deportivo al cual se refiere. Además, está en sintonía con la mentalidad agonística de un equipo en la lucha por lograr el fin perseguido.

Hernández Alonso (*cf.* 2003: 57 y ss.) habla de la particularidad propia de este tipo de lenguaje, conformado por un léxico deportivo que es el fundamento de su individualidad. En ese sentido, hace la siguiente clasificación léxica:

- *Léxico argótico*: Palabras o frases llenas de colorido, ironía y gran subjetivismo, las cuales nacen del lenguaje oral de los profesionales del deporte. La prensa, siempre atenta a lo

⁷² Voleibol (balonvolea), rugby, golf.

distinto, les da pronta cabida y luego son asimiladas por los aficionados⁷³. Ejemplos: “jugar en pared”, “enfriar el partido”, “gol cantado”, “pinchanguita”, “balón dividido” o “pelotero”.

- *Léxico técnico especializado*: Términos que emergen del reglamento de los diversos deportes, por lo tanto carecen de brillantez y de subjetividad. Sin embargo, su aporte ofrece precisión al lenguaje deportivo. Ejemplos: “delantero”, “defensa”, “árbitro”, “offside”, “área”, “brazalete” o “saque de banda”.
- *Léxico trasladado*: Está basado en palabras que proceden del léxico literario, militar, religioso, científico, político y del habla popular. Estos términos se trasladan al deporte por medio de las metáforas. Ejemplos: “torpedo”, “matador”, “Dios”, “infierno”, “balón de oxígeno”, “astro”, “candidato”, “besar la red” o “hacer papilla”.

Además, Hernández Alonso (*cf.* 2003: 81 y ss.) reconoce en el lenguaje deportivo términos que provienen de alguna lengua histórica y, también, palabras nacidas por el uso de algún monema y que luego toman una combinación desconocida. En el primer grupo se enmarcan préstamos del inglés (“córner”, “penalti” o “club”), del italiano (“catenaccio” o “tifosi”) y del alemán (“pánzer”). En el segundo campo se encuentran los neologismos (“bielsista”, “bilardista”, “maradoniano”). Rojas Torrijos (*cf.* 2011: 54) destaca a su vez el juego de palabras que hace más entretenido al lenguaje deportivo (“Kun todo”, “Messi... as”).

Vargas Llosa (*cf.* 1982a: 1) agrega que debido a la demanda multitudinaria de un público deseoso de ver fútbol no solo en los estadios sino también en los diarios, el lenguaje deportivo en el periodismo se ha convertido en una maquinaria de figuras mitológicas. “La crítica del balompié rompió ya con el realismo y accedió a ese estadio superior de la escritura, que es la creación de mitos” (*ibídem*). Por su parte, Casasús explica que el juego y su entorno reglamentario, las reacciones de los jugadores y las relaciones de estos con los espectadores, son transformados por

⁷³ El 12 de julio de 2011, luego de que Perú perdiera 1-0 ante Chile en un partido jugado por la Copa América en Argentina, el técnico de la selección peruana, Sergio Markarián, se molestó con “periodistas y entrenadores” que lo acusaban de “ratonear” o de plantear sistemas tácticos muy defensivos. Luego de ello, la palabra “ratonear”, que hasta antes de esa fecha no había sido utilizada por la prensa deportiva peruana, fue repetida muchas veces para explicar el juego defensivo de un equipo de fútbol. “Ratonear” y sus variantes (“ratoneando”, “ratoneador” y “ratonero”) se sumaron al argot del balompié (*cf.* YouTube, 2011b).

el periodista a través de la lengua. “El periodista contextualiza aspectos de temporalización, descripción, explicación, y circunstancialización del acontecimiento” (*ápu*d Hernández Alonso, 2003: 47). Alcoba (2005: 114) destaca lo fundamental del conocimiento del lenguaje especializado y de su modo de empleo, por parte del comunicador. En conclusión, explica Hernández Alonso (2003: 137), en el lenguaje deportivo “las palabras quieren parecerse a las imágenes, su auténtico fin”.

Un aporte importante es el que da Castañón (2012: web) al señalar que las formas comunicativas del lenguaje deportivo no solo atienden la práctica individual, asociativa o profesional, sino que han despertado un gran interés para las Ciencias Sociales. “Han desarrollado una dimensión cultural y social que comprende aspectos de integración, calidad de vida y transmisión de valores en una población con disposiciones afectivas y de expresión de su intensidad emotiva, tanto al mirar como al practicar deportes”.

Lázaro Carreter destaca la nueva épica que se presenta en la manera de narrar las pugnas deportivas. “Antes fueron las guerras y los torneos; ahora son los juegos deportivos los que satisfacen el ansia de presenciar hazañas en los pueblos. Los héroes de antes: el Cid, Roldán, Aquiles..., son reemplazados por Maradona, Ronaldo [...] Las gestas de unos y otros son comparables en la mente del aficionado” (*ápu*d Hernández Alonso, 2003: 138). Martínez Albertos (1997: 290-291) opina que la desmesura y el barroquismo que ostenta el discurso metafórico de los periodistas deportivos es un material solo inteligible para los ya iniciados. “El discurso deportivo se convierte en un enigma para todos aquellos ciudadanos que no participen de las claves y de los sobreentendidos épicos que nacen de una muy peculiar visión hipertrófica de la realidad social”, apunta.

En el libro de estilo del diario español *El Mundo* (2002: web), se habla de conjugar todos los aspectos del lenguaje deportivo: “Hoy en día no es aceptable una información deportiva solamente literario-épica, ni secamente técnica, ni únicamente volcada hacia los escándalos y trapos sucios del deporte. Todos esos elementos deben entrar constantemente en la ecuación”.

Sin embargo, tanto Hernández Alonso (*cf.* 2003: 86) como Rojas Torrijos (*cf.* 2011: 35-36) advierten que a lo largo de la historia este tipo de lenguaje no ha tenido un control administrativo

o literario, por lo que es objeto de vigilancia lingüística por parte de las principales autoridades académicas, debido a su influencia en la evolución del idioma lo que ha permitido que muchas de sus palabras se sumen al ámbito de la actualidad, la política, la economía o los temas de sociedad. Castañón (2012: web) refiere que es justamente en el siglo XXI que las expresiones del lenguaje deportivo “han establecido recorridos sin fronteras y un viaje oeste-este del Atlántico”. Para Alcoba (2005: 114), “el constante flujo de palabras que se incluyen en este particular idioma y sus derivaciones en otros estratos significan que el deporte es una de las actividades más vivas de la sociedad moderna”. Según Paniagua (*cf.* 2003, 16), la competitividad y el esfuerzo, tan presentes en las múltiples actividades del hombre, hace fácil esta exportación de términos y expresiones del deporte a otros campos de la sociedad.

Rojas Torrijos (2011: 57) incide en las debilidades del lenguaje deportivo, tanto desde el punto de vista ético y deontológico como del lingüístico:

“Entre esas debilidades, podemos señalar la consideración del lenguaje que utilizan los medios deportivos como una fuente de problemas idiomáticos, la creciente tendencia a convertir la información en puro espectáculo, la incitación de la violencia a través de la presentación de imágenes inadecuadas y un uso poco responsable del lenguaje, el tratamiento sexista de la información y la continua confusión entre noticias y opiniones”.

Mucho más severo en el análisis se muestra Levinsky (2002: 81 y 94) al hablar del “proceso de imbecilización cotidiana” y el uso de un “lenguaje para adolescentes zonzos” en el que parece estar sumido el periodismo deportivo. Gantman (*ibídem*: 97) asevera que “a partir de la explosión de los medios electrónicos, de la televisión y la llegada de Internet, en todo el mundo los medios gráficos tuvieron que readaptarse a las nuevas tecnologías y fueron dando una pelea por la forma y en la forma, se pierde el contenido”.

2.4.7. Perfil del periodista deportivo

A inicios del siglo XX, el periodista deportivo era una persona que gustaba de los deportes pero no tenía una formación académica que le permitiera hablar o escribir con mayor propiedad sobre determinado acontecimiento. Con el paso de las décadas, y gracias a la importancia que el

deporte fue alcanzando en la sociedad, el perfil del periodista cambió hasta alcanzar la profesionalización (cf. Esteve y Fernández del Moral, 1999: 287). En la actualidad, refiere Alcoba (2005: 66-69) el comunicador deportivo no es un simple aficionado que puede describir una competición o analizar el rendimiento de un equipo o un deportista. El periodista deportivo es un profesional capaz de dominar todos los apartados y variables de un determinado deporte.

Levinsky (2002: 150) incide en el conocimiento del periodista deportivo para discernir sobre “ciertas cuestiones judiciales (por los continuos problemas institucionales de los clubes), económicas (por el creciente negocio que envuelva al deporte) y hasta relativas a la medicina (por los casos de *doping*, las complejidades en las lesiones, etc.)”.

Alcoba (2005: 75) añade que pese a estar identificado con algún equipo o deportista, este profesional está obligado a informar con neutralidad: “Lo mismo que halaga debe censurar el juego de un equipo, las acciones de los deportistas y los errores de los técnicos y dirigentes”. Sin embargo, Hernández Alonso (2003: 16) tiene un punto de vista muy distinto: “El periodista deportivo jamás será tachado de parcialidad, será parte de ella, como si fuera normal o connatural al espectáculo deportivo, por ello no duda en utilizar cualquier instrumento para dar brillantez a sus textos, porque él también es un forofo (hincha), tal vez el más importante, el que tiene que enseñar a sentir los colores a los demás”.

Si bien Esteve y Fernández del Moral (1999: 287) consideran que el conocimiento de la legislación y reglamentación deportiva, el haber practicado deporte, la documentación y el entusiasmo son aptitudes que todo periodista deportivo debe tener, Dancourt (2013) deja en claro que la buena redacción, el criterio, la idoneidad y las ganas por estar en constante búsqueda de la primicia, son los valores que más se aprecian en una redacción deportiva. Levinsky (2002: 104) pone de manifiesto que a los jóvenes periodistas de ahora “les cuesta enfocar la información, escribir bien, de manera concisa, y a veces por intentar ser distintos se complican con las cosas sencillas. Hay que privilegiar lo directo. Hay errores de sintaxis, de ortografía y hay diarios que ya no tienen departamento de corrección”. Es importante en este punto, exponer los elementos que, de acuerdo con Sarlo (1996: 144-145) marcan la diferencia entre una profesión y un oficio:

- “Saber sistemático y especializado, transmitido por una institución académica, generalmente la universidad”.
- “Alto grado de autonomía en el ejercicio de la actividad profesional”.
- “Organización propia que regula internamente la profesión, sobre todo a través de un código ético”.
- “Cultura propia interiorizada en el proceso de socialización”.
- “Oferta de un único y esencial servicio a la sociedad”.
- “Prestigio social y legal reconocido”.

En cuanto al ADN que identifica a cada periodista deportivo, Hernández Alonso (2003: 48) precisa que este profesional busca la creatividad, aunque su producto no sea un aporte cultural:

“Construye el texto de acuerdo con un conjunto de reglas comunes, un producto en el que se actualizan dichas reglas de modo personal. Se podría decir que cada periodista hace la versión propia de un producto elaborado sin repetirlo; es decir, una misma estructura, unos medios aplicados y ordenados de manera personal”.

Levinsky (2002: 15) quien ha profundizado sobre la problemática del periodista deportivo en la actualidad, afirma que los referentes han dado paso a jóvenes practicantes de bajo costo y escasa experiencia quienes asumen las mayores responsabilidades en redacciones de medios impresos agobiadas por cerrar sus ediciones lo antes posible, dejando de lado el contenido. “En esta velocidad que adquiere todo, al ritmo que todo transcurre, cualquiera puede escribir, antes costaba más”, apunta el autor y agrega:

“Esta cultura, que no es la del conocimiento científico sino la de saberes de divulgación más extendidos, responde a diseños de rentabilidad económica y política, con un tipo de racionalidad que preconiza que la

cultura debe ser reemplazada por otra más accesible a todo el mundo [...] y que el resultado será la profundización del sujeto sin criterios”.

Coelho (cf. 2011: 26) señala al “boom de Internet” como principal responsable de la salida de buenos y experimentados periodistas de los diarios deportivos, básicamente por un tema económico y los diarios substituirán a los profesionales caros por otros con salarios más bajos⁷⁴. Sin embargo, Valenti (cf. 2013) considera que la aparición de la Internet ha permitido, en el caso del diarismo deportivo, la transformación del periodista tradicional en el “periodista único” que trabaja para el impreso y para todas las plataformas de la web. “En *Gazzetta dello Sport* estamos preocupados en educar al nuevo y reeducar al viejo periodista, bajo el concepto del periodista único. No es posible tener en la redacción deportiva a un profesional que no domine el mundo multimedia”.

La poca capacidad de crear y transmitir cultura, es otro de los aspectos que Levinsky (*ibídem*: 17) fustiga del periodista deportivo actual, debido a que los más influyentes no son los más cultos, sino los más famosos. “Estamos, entonces, ante la presencia de un nuevo intelectual, el *mediático*, que es el que se desenvuelve dentro de la industria de la cultura de masa y en los diversos medios de comunicación”. Sobre el particular, Ortega y Humanes (cf. 2000:42) hablan de los opinators, caracterizados por sus competencias mediáticas y no por sus competencias profesionales o cualidades culturales.

Un hecho que ha puesto en duda la calidad del trabajo del periodista es su alejamiento del espectáculo deportivo en sí, por la posibilidad de la tecnología, la disminución de los costos y la tendencia generalizada. Hoy en día es mucho más rentable para un diario deportivo ordenar el seguimiento de un Mundial de Fútbol o unos Juegos Olímpicos desde el televisor de la redacción mientras se aguarda el desarrollo de las noticias que se publican por internet (cf. Levinsky, 2002: 100). Sobre el particular, Alcoba (2005: 163) señala que es preocupante la cada vez mayor permanencia en la redacción de los periodistas, en lugar de salir a buscar noticias fuera de ella. “El teléfono e Internet se han convertido en elementos fuentes de noticias que sólo deben recoger e

⁷⁴ “O reflexo do *boom* da internet deixou muitos bons profissionais fora do mercado. Alguns jamais voltaram às editorias de esporte. Os jornais substituíram profissionais caros por outros com salarios mais baixos. Esse tipo de substituição nem sempre reflete equivalencia entre profissionais qualificados e não qualificados” (Coelho, 2011: 26).

introducir en los huecos reservados los redactores y becarios, en cada una de las maquetas designadas por el redactor jefe, con el encargo de cuadrarlas en esos espacios, bien cortando o añadiendo texto”.

Levinsky (*ibídem*: 101) expone también la dificultad del periodista de acceder a una fuente directa, en este caso, el propio deportista. “Está pasando lo que nunca había ocurrido: que cualquier jugador con más de diez partidos en primera es inaccesible, en tanto que antes la distancia era menor y, también, había menos periodistas [...] Hoy hay tantos medios que los deportistas se fastidian [...] acceder a la casa de alguien es imposible, y entonces no se producen esas grandes entrevistas en las que se conocía a la familia, su historia, o sea, a la persona en profundidad”.

Quizá, los factores enumerados líneas arriba puedan explicar el por qué “en no pocos teóricos y profesionales que han reflexionado sobre la práctica del periodismo deportivo, surge la sospecha de que en esta rama de la profesión se consiente una cierta relajación en el rigor de la objetividad”, apunta Burgueño (2008: 136).

Pese a todo, hay diarios como *Gazzetta dello Sport* que aun invierten un gran porcentaje de su presupuesto en enviar al periodista a la fuente. “A la Copa Confederaciones 2013 desarrollada en Brasil enviamos 10 personas. Invertimos mucho en un valor diferencial: el periodista en el campo. La idea es verlo todo con nuestros propios ojos y ofrecer un contenido exclusivo al lector”, explica Valenti (2013).

La proliferación del denominado gran negocio de las escuelas o institutos de periodismo deportivo que, a criterio de Levinsky (2002: 103-104), captan a miles de jóvenes faltos de incentivos en otras actividades y luego de un par de años de “estudios” los ponen en la calle, con escasa preparación, es otro factor en contra del periodismo especializado. En estos centros “la ética, la independencia de criterio y una verdadera formación cultural se destacan por su eclipse. Más periodistas y menos periodismo sería la ecuación”. En la misma línea, Alcoba (2005: 180) enfatiza que “el cúmulo de enseñanzas teóricas que se imparten en las facultades de Ciencias de la Información o de la Comunicación referente a la asignatura de Periodismo o Información Deportiva es insuficiente, en razón al número de clases (un cuatrimestre) durante el curso académico. Ningún alumno podrá llegar a un medio de comunicación deportiva con una información adecuada y mucho

menos práctica porque se ha podido comprobar que el tratamiento del deporte requiere de conocimientos especializados en sus aspectos global y particular imposibles de impartir en tan corto espacio de tiempo”.

Butters (2013) da cuenta de los compromisos asumidos por el periodista deportivo, pero no con el lector, sino con el deportista, el técnico, el dirigente, el club, el empresario o el medio de comunicación. “El fracaso de la selección peruana en último proceso de clasificación al Mundial Brasil 2014 ha puesto en evidencia a varios periodistas que han callado sus opiniones porque laboraban en el canal que transmitía los partidos de la selección o en el periódico que gozaba con las exclusivas de algunos futbolistas. Estos periodistas tuvieron que seguir el libreto que les escribían Manuel Burga y Sergio Markarián”. Al respecto, Levinsky (2002: 42) cree que hoy en día se está haciendo un periodismo muy comprometido con los intereses que hay en juego. “Podría decirse que más del 90% de los periodistas y el 99% de los grupos periodísticos están ligados a formas de intereses que les impiden desarrollar la idea que el periodista de forma libre pueda tener”. Coelho (*cf.* 2011: 75-76) habla del “intercambio de favores”, para explicar esta constante problemática⁷⁵.

Al estar incluidos en el segmento de la prensa popular peruana, podríamos tomar el análisis de Mejía Chiang (*cf.* 2011: 66) y aplicarlo a los diarios deportivos limeños para inferir que cuestiones como la tendenciosidad editorial, el escaso contraste de fuentes, la falta de investigación, la recurrencia al rumor y la dependencia de las declaraciones, impiden la aplicación de los principios éticos en este tipo de diarismo. En cuanto al rumor, un elemento recurrente en las redacciones de deportes, Martínez-Fresneda (2004: 275) lo define como una interferencia en el proceso comunicativo y como una peligrosa tentación hacia la cual el periodista debe adoptar una actitud escéptica para evitar publicar una información sin la respectiva comprobación. Sobre este punto, Burgueño (*cf.* 2008: 140) considera que el periodista deportivo entiende que el lector necesita los rumores para saciar sus ansias de saber y para comentarlos, sean ciertos o falsos.

Por encima de su especialización, el propio Martínez-Fresneda (2004: 263) entiende que el periodista debe estar comprometido con la verdad. “Y este compromiso en la búsqueda de la verdad

⁷⁵ “Não se trata de troca de favores [...] nunca uma notícia será paga com um favor que use as páginas do jornal” (Coelho: 2011: 75-76).

se deriva exclusivamente de la responsabilidad que tiene ante la sociedad y en su trabajo. Solo en esta búsqueda de la verdad es donde se puede enmarcar el trabajo con las fuentes de información, y solo en este contexto es donde el propio periodista tiene la última palabra sobre la validez de las mismas y el uso en su labor profesional”. Al respecto, Galdón (*cf.* 2001: 197) habla de la interrelación de conocimientos y hábitos intelectuales necesarios en un informador y los sintetiza así:

- La apertura, sin prejuicios, a la realidad, que implica el respeto a la naturaleza de las cosas y el esfuerzo por descubrirla (sentido realista).
- La actitud reflexiva y la capacidad de reflexión, que se concreta en el sentido teleológico, el sentido crítico, el sentido histórico y la capacidad de análisis y de síntesis, y cuyo referente permanente es la búsqueda de la verdad y su comunicación adecuada, utilizando el lenguaje y los modos apropiados (sentido retórico).
- El afán por documentarse y actualizar continuamente el saber (sentido documental).

Otro punto importante es la buena fe con la que el periodista debe actuar para cumplir con su función de “informar de manera veraz, objetiva, suficiente y oportuna a un público que acepta confiadamente la información recibida”, apuntan Herrán y Restrepo (1995: 177-178). Según estos autores, “una forma de burlar esa confianza del público, esa buena fe que demuestra al aceptar como ciertas las informaciones suministradas por el periodista, es no darle la medida exacta de la noticia, es decir, engañarlo”. Brajnovic (*cf.* 1979:65) admite que, como otros profesionales, los periodistas pueden equivocarse algunas veces, pero estas equivocaciones, traducidas en una información falsa, no pueden ser reiterativas pues en ese caso el comunicador no sirve para desempeñar la labor periodística.

2.4.8. Lector de prensa deportiva

Llegado a este punto, es importante analizar a quienes leen los diarios especializados para conocer qué los hace consumir este tipo de contenidos. En el *Libro de Estilo* del diario *El Mundo* de España (*cf.* 2002: web) se infiere que el lector de prensa deportiva es un forofo o un hincha, que

interiormente aspira a ser entrenador de fútbol. Siendo así, Alcoba (1993: 50) se basa en el estudio de varios sociólogos para considerar al hincha como un posible enfermo psíquico, incluso paranoico “que busca en los colores de su club el desfogue de las marginaciones sociales a que puede estar sometido por la sociedad”. Paniagua (*cf.* 2009: 60) va más allá y define al aficionado del fútbol como un salvaje, no necesariamente violento, cuya capacidad racional se bloquea ante un evento deportivo. Varela (*apud.* Burgueño, 2008: 136) refiere que “en ningún otro asunto la audiencia es tan permisiva con la parcialidad y el sesgo”.

Barraza Salinas (2013) profundiza en el carácter emotivo de este tipo de lectores y los define como personas que tienen afinidad por el deporte y en especial por el fútbol, con una actitud muy marcada: la pasión. “Este factor los lleva a desarrollar su vida de forma particular, poniéndole mucho entusiasmo a las cosas, evitando el derrotismo y buscando siempre sentirse ganadores”. *El Mundo (ibídem)* concluye que la “diferencia de actitud y de interés por parte del lector condiciona la forma y el contenido de la información deportiva”, mientras que Hernández Alonso (*cf.* 2003: 31) remarca la importancia de conocer los gustos y hábitos del lector, para estar en sintonía con él y ofrecerle textos que estén a la altura de lo que busca.

Mientras que en España el lector de diarios deportivos se concentra en un rango de edades de entre 14 a 54 años, y de este grupo hay un mayoritario número de jóvenes (*cf.* García-Uceda, 2011: 383), en Perú los márgenes fluctúan entre los 12 y 74 años aunque, también, tiene el sector joven el porcentaje mayor. “Se podría afirmar que el grupo más numeroso lo conforman personas entre los 18 a 37 años quienes representan un 55 por ciento de la lectoría”, sostiene Barraza Salinas (*ibídem*) y agrega que atendiendo a su nivel socioeconómico, los lectores peruanos de diarios deportivos se concentran en un 41 por ciento en el segmento “C”, y en un 40 por ciento en el segmento “D”.

A propósito del lector en edad infantil, el periodista deportivo Mauro Cezar Pereira (*ápu*d Coelho, 2011: 39) manifiesta que un niño de 12 años entiende mucho de fútbol porque goza de tiempo de sobra y busca informarse de su equipo por los diarios, la radio, la televisión y la Internet. Además, el pequeño tiene un sueño: ser jugador. Por eso, Coelho (*cf.* 2011: 40-41) considera importante tener en cuenta este público al momento de elaborar una buena información o una buena historia.

Una vez definido el perfil del lector, es preciso analizar qué busca en la prensa deportiva. A juicio de Berrocal y Rodríguez-Maribonda (1998: 90), “los lectores quieren volver a disfrutar de las mejores jugadas que ya vieron en la televisión o escucharon en la radio el día anterior. En la información deportiva lo primero es el resultado; después quién jugó y, finalmente, el por qué”. El profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, Melvin Mencher (*ápu*d *El Mundo* 2002: web), hace hincapié de lo importante que es para quienes leen el encontrar en las páginas de los diarios un contenido de calidad: “Los lectores de las páginas deportivas quieren tres ingredientes en las historias: resumen de lo que sucedió, detalles y diversión. Los dos primeros exigen una obtención de información precisa, y el tercero exige escribir bien”. Steen (*cf.* 2008: 87) deja en claro la necesidad de llevar al lector a la acción y ponerlo al lado del periodista que presencié el espectáculo deportivo⁷⁶.

Para Hernández Alonso (2003: 16-18), el lector no solo pide un lenguaje acorde con lo que él quiere leer, sino espera que sus puntos de vista se reflejen en el texto del diario deportivo de su preferencia. “Esto condiciona, en gran medida la libertad del periodista, al sentir la necesidad de acomodarse obligatoriamente a lo esperado por el lector”. Este mismo autor apunta que si bien se rige por la ley del mínimo esfuerzo “ni el léxico, ni la sintaxis, ni la interpretación de las palabras entorpecerán esa lectura rápida que todo buen aficionado hace al mismo tiempo que realiza otra actividad” gracias a su conocimiento y dominio de las características de este lenguaje, lo cual es una ventaja para el periodista.

Tomando como referencia la globalización de las comunicaciones, Valenti (2013) explica que el lector de hoy cambió y solo no es hincha de su equipo local, sino que también alienta a otro en el extranjero. “La televisión aumenta la curiosidad del lector por obtener información y esa curiosidad debe ser satisfecha por los diarios deportivos”, agrega.

Al indagar sobre el por qué el aficionado va al puesto de venta para comprar un diario especializado y consumir su contenido, pese a que presencié con sus propios ojos un espectáculo deportivo el día anterior, Grijelmo (2009: 9) señala que una de las razones podrían estar en el placer que produce la lectura de una crónica deportiva. Por su parte, Barraza Salinas (*ibídem*) entiende

⁷⁶ “Your job is to bring the reader to the action, putting them in the seat next to you” (Steen, 2008: 87).

que una portada llamativa con foto impactante y un titular potente, los resultados deportivos en sí, el desarrollo de algún evento deportivo en particular y la facilidad de encontrar el producto en el kiosko, son elementos que influyen en el lector al momento de la compra.

Si bien Boyle (2006: 4) remarca en la importancia del contenido para atraer nuevos lectores⁷⁷, los diarios deportivos se apoyan en campañas de fidelización y captura de mayor mercado tal como explica Barraza Salinas (*ibídem*): “para atraer nuevo público se pueden implementar estrategias de promoción con productos optativos al diario como pósters, coleccionables, álbumes, sorteos con regalos afines al target o venta de productos deportivos, mientras que para fidelizar se pueden crear clubes de lectores con promociones exclusivas”. Ciertamente, estas estrategias pueden resultar efectivas, pero en Francia, Italia, Argentina y Brasil, los lectores consumen cada vez menos diarios deportivos: *L’Equipe* y *Gazzetta dello Sport* están lejos de los 500 mil ejemplares diarios que vendían a inicios del 2000 y hoy apenas superan los 200 mil periódicos de tirada (*cf.* Henri, 2013 y Valenti, 2013), mientras *Lance* y *Olé* tienen una circulación de 80 mil y 60 mil ejemplares, respectivamente (*cf.* Gomes, 2013 y Farinella, 2011). En estos casos, el descenso de venta se podría atribuir a factores como la escasez de puntos de venta⁷⁸ y el desarrollo exponencial de Internet que desplaza al papel en las preferencias del lector, algo que no ocurre en Perú, por el momento.

Contrariamente al decrecimiento del volumen de venta de diarios especializados en países donde los éxitos en fútbol y en otras disciplinas son constantes, el Perú experimentó, entre 2007 y 2012, un fenómeno inverso, que no guarda relación, por ejemplo, con el bajo nivel de comprensión lectora de los estudiantes de 15 años⁷⁹, quienes son en gran medida los consumidores de prensa deportiva. “Es interesante tomar en cuenta a estos jóvenes pues su escasa capacidad de retención de textos confirmaría la pobreza de la enseñanza escolar y pondría de manifiesto las dificultades de lectura con las que esta masa poblacional llegaría a la fase universitaria. Pero son justamente

⁷⁷ “Sports journalism and writing is now also seen as a key element of the wider branding of most newspapers as the reposition their appeals in attempts to attract new readers” (Boyle, 2006: 4).

⁷⁸ En la principales ciudades de Francia, Italia, Brasil y Argentina no existen los voceadores, popularmente llamados “canillitas” en Perú, y cada vez son menos los kioskos de venta de diarios (*cf.* Henri, 2013, Valenti 2013, Gomes, 2013 y Farinella, 2011).

⁷⁹ En la última prueba PISA 2009 realizada en colegios estatales de Perú a jóvenes de 15 años, nuestro país ocupó la posición 62 de un grupo de 65 países en el rubro de comprensión lectora (*cf.* Unidad de Medición de la Calidad Educativa, 2010: web).

estos jóvenes los que concentran un importante grupo de lectores de prensa deportiva” (Salinas Guerrero, 2013). En general, Cantero (*cf.* 2002: 67) cuestiona el nivel intelectual del lector de diarios deportivos y considera que este sería incapaz de leer una novela o de comprender un prospecto médico. En ese sentido, García Barassi (*ápu*d Levinsky 2002: 83) confirma que actualmente los hábitos de lectura están en decadencia, producto del interés por la imagen y explica que este es un escenario al que deben enfrentarse los medios impresos. Mientras el analista argentino Marcelo Gatman (*ápu*d Levinsky, 2002: 34) fustiga la actitud pasiva el escaso espíritu crítico del consumidor de prensa deportiva, Jordi Berrío (*ápu*d Levinsky, 2002: 49) se muestra crítico con un público que cada vez exige menos:

“Los defensores de la cultura de masas argumentan que la industria da al público lo que este quiere; se trataría de la resultante del libre juego entre consumidores y fabricantes, donde los primeros impondrían su ley. Pero esto no parece que sea así realmente, a pesar de las apariencias, pues el público, en el fondo, no tiene opción, ya [que] acaba por habituarse a un nivel cultural determinado, lo que no prueba de ninguna manera que, en otras condiciones, no fuese capaz de consumir [en] un nivel superior”.

Retomando el punto relacionado al incremento de la venta de diarios deportivos en Perú, es importante indicar que hasta 2007 la circulación a nivel nacional era de casi 170 mil ejemplares pero el número se elevó considerablemente a fines de 2012, situándose en casi 270 mil ejemplares, lo que constituye casi un 60% más de diarios vendidos⁸⁰ (*cf.* Empresa Editora El Comercio, 2012: 101). Velásquez (2013) asegura que este hecho se debe, en gran medida, a la aparición de *Depor*⁸¹ en 2008. Salinas Guerrero (*ibídem*) considera que factores como la necesidad de información, el mayor poder adquisitivo, y el hecho de encontrar en los diarios deportivos textos fácilmente comprensibles y entretenidos, han permitido a los jóvenes identificarse con los diarios deportivos limeños. “Es este grupo de lectores el que más ha impulsado la venta de diarios especializados”, agrega.

Ciertamente resulta complicado encontrar un público dispuesto a comprar un diario deportivo más de cuatro veces por semana, según opinión de Coelho (*cf.* 2011: 215), pero Valenti

⁸⁰ El incremento de la venta de diarios deportivos guarda relación con el aumento del nivel de circulación diaria de la prensa peruana en general que pasó de 1'199.278 (2007-I) a 1'858.561 (2012-I), lo que equivale a un 55 por ciento más (*cf.* Empresa Editora El Comercio, 2012: 100).

⁸¹ Este diario será analizado en detalle en el trabajo de campo.

(cf. 2013) cree que hoy más que nunca es preciso ir al lector: “En otra época, el lector venía al diario deportivo. Todo cambió con la llegada de Internet y ello obliga a presentar contenidos diferenciados y de calidad. Es una tarea difícil, sin duda, pues el diarismo deportivo enfrenta ya a un público que no cogió el papel y quizá no lo coja nunca”.

A modo de resumen, podemos señalar que elementos claves como el valor del diario, el despliegue informativo, la capacidad de formar opinión, el carácter lúdico y las promociones⁸², son valorados por el lector y lo impulsan a comprar diarios deportivos (cf. Salinas Guerrero, 2013).

2.5. Diseño periodístico

Uno de los aspectos que sin duda le da un carácter original a los diarios deportivos es el diseño el cual se apoya en la titulación, la maquetación, el color, la fotografía y los diversos elementos gráficos para llamar la atención del lector. Para Hernando (cf. 2004: 136) “el diseño es lenguaje” porque tiene todos los elementos aplicados al texto, llámese corrección, claridad, concisión y atractivo.

No siempre el diarismo especializado tuvo las características visuales que hoy presenta. Hasta los ochenta, la diagramación era cuadriculada y no lucía las predominantes líneas curvas, contornos irregulares y siluetados de hoy en día (cf. Paniagua, 2009: 28). En 1981, para la conmemoración de su 75 aniversario, *Mundo Deportivo* aun “ofrecía portadas más cercanas a épocas anteriores que a las de hoy: Un par de fotos, con sus respectivos pies, y un par de titulares” (*ibídem*: 34). “Ese derroche de color y de complejidad en la maquetación que los caracteriza hoy” (Paniagua, 2009: 34) obedece al interés por captar la atención. En ese sentido Armentia (2004: web) señala que los “titulares enormes, fotos de página entera, utilización de tramas o gruesos filetes, etc”, que se pueden apreciar en la prensa deportiva española, guardan mucha similitud con el “modelo popular-sensacionalista de la prensa británica”.

Hernández Alonso (2003: 38) considera que el diseño prevalece sobre la información y permite establecer una relación física entre el diario y el lector. “Un periódico es un volumen, un

⁸² Estos elementos clave fueron identificados por la consultora GFK en un estudio realizado en 2010 para explicar el porqué de la compra de los diarios en Perú (*El Comercio*, 2013c: A25).

cuerpo que tiene un peso, una calidad de papel y de impresión, incluso un olor [...] La legibilidad de un periódico exige encontrar una tipografía adecuada, con el tipo de letra más idóneo, con los titulares más llamativos, con un orden de confección preciso, que haga el mosaico periodístico agradable a la vista y a la lectura”. Este autor concluye de que en los diarios deportivos, el diseño no es decoración sino comunicación.

Es importante recoger el valor icónico del texto periodístico representado en la tipografía “que es su imagen y, a veces, adquiere carácter icónico muy especial (caso de los titulares) sin perder su categoría textual [...] Si añadimos el valor representativo de las figuraciones no textuales (espacios, fotografías, líneas, dibujos) [...] se configura una especie de lenguaje coral de tan poderoso atractivo como de compleja utilización”, afirma Hernando (2004: 135).

Naranjo (2011: 53) encuentra una diferencia sustancial entre el diseño de los diarios deportivos y los de información general, tanto en su estructura, la configuración de su primera página como en la distribución de sus informaciones. “Los diarios deportivos son muy dados al diseño de portadas provocadoras, con grandes fotos y titulares, así como al uso de las páginas dobles para un mismo texto. Otra de sus peculiaridades son los titulares a gran tamaño”.

En un intento por determinar de qué manera el diseño podría disimular aspectos tan cuestionados en la prensa deportiva como el relacionado a la calidad de sus contenidos, Alcoba (2005: 163) puntualiza que lo importante es destacar “lo visual, el continente, que el texto, el contenido, debido a la idea de que eso es lo que, dicen, gusta al lector y es lo que vende, aun cuando nadie haya preguntado al cliente del medio por esa manera de organizar las páginas. La realidad de por qué dar tal prioridad al continente sobre el contenido es que, como en las cajas de bombones malos, el envoltorio sea bonito para engañar al cliente”.

Dentro de este campo, Raigón Pérez de la Concha (2004: 329) habla del rediseño como la opción de los diarios para recoger ideas que permitan mejorar el diseño en base al “minimalismo tipográfico, la buena organización de los contenidos y una apropiada paleta de colores”.

2.5.1. Portada

No cabe duda que la portada es uno de los argumentos utilizados por los diarios deportivos para captar la atención del lector y asegurar la venta. “El diseño de un periódico comienza, obviamente, en su primera página, generalmente considerada como el ‘escaparate’ desde el cual se vende el producto”, apunta Canga Larequi (1994: 36). Mejía Chiang (*cf.* 2011: 78) la califica como el “elemento importante e insoslayable de toda publicación impresa” y entiende que debido a la complejidad de su elaboración es la última hoja en ser editada. Marrone (2009: 132) agrega que al ser lo primero que ve el receptor “se deberá cuidar y elaborar el diseño concienzudamente a fin de mostrar la verdadera valía del medio de comunicación. No basta con tener un titular impactante y unas noticias interesantísimas, hay que mezclar palabras e imágenes para desarrollar una composición que aúne calidad informativa con riqueza visual”.

En el diarismo deportivo, tanto en España como en Latinoamérica, la portada tiene elementos muy comunes: un gran titular, que ocupa un gran porcentaje de la página, sobre alguna fotografía, también de gran tamaño, y otros titulares menores (*cf.* Hernández Alonso, 2003: 41). Esta fórmula de “noticia principal con gran titular e imagen expresiva que lo acompaña”, es valorada por Alcoba (1999: 90) quien destaca también la importancia que la fotografía principal debe tener en una cabecera: “La imagen, como los chistes sin palabras, debe tener fuerza expresiva, si pretende suponer una ayuda para el impacto que la primera página pretende ocasionar en el comprador del diario deportivo”. Sin embargo, este mismo autor considera que no siempre puede colocarse una gran foto, sino que también es posible apelar a un dibujo o a un gráfico, algo que les da mucho impacto a las portadas por salirse de la tónica habitual, aunque no vale abusar de este recurso (*ibídem*: 193).

Hernández Alonso (2003:41) pone de manifiesto la creatividad que suelen mostrar las portadas de la prensa especializada en el campo visual y lingüístico, destacando la originalidad más atrevida o a la sugerencia más llamativa. “Todo puede pasar en la primera página de un periódico deportivo actual”. En lo que respecta al titular de la primera, Alcoba (1999: 90) considera importantes que estos sean llamativos, “con tal de impactar en el comprador de periódicos”.

2.5.2. Titular

Diversos autores, consideran al titular como el elemento de mayor importancia en los diarios, sin embargo, cabría preguntarse qué es el titular en sí. Para Pou (2004: 239) “es el primer contacto del lector con un encuentro periodístico [...] el primer acceso a la información y a la opinión, y en muchos casos el único”. Alarcos (1977: 121) lo define como el letrero que refleja el contenido, objeto o destino de un escrito. “Constituyen pues, los titulares una especie de extracto o resumen de otra manifestación lingüística más amplia y circunstanciada a la que alude concentradamente y que está físicamente contigua”. De acuerdo con Van Dijk (1997: 133 y 134) “los titulares son la parte más importante del texto” y por su organización el titular es el número uno, tanto semántica como esquemáticamente.

El País (2008: 51) precisa que los titulares deben captar la curiosidad primera del lector y darle los elementos informativos que le permitan enterarse de lo que ocurre, sin necesidad de acudir al resto de la noticia. Una percepción similar tiene Saborit (*ápu*d Hernández Alonso, 2003: 126) quien sostiene que “todo título debe tener un mensaje fácilmente descodificable, pues el lector no puede detenerse mucho tiempo. Un buen titular debe saber conjugar lo conocido con lo desconocido, lo posible con lo imposible, los intereses del emisor y receptor, la lengua utilizada con la competencia del lector habitual y su psicología”. Para Vallejo Mejía (1993: 45) “el titular ha de ser creativo y muy breve” y necesita condensar en pocas palabras la valoración, la intención del autor o la peculiaridad del género.

Gargurevich (2005: 109) entiende que “el titular grande, lleno, franco, agresivo, pintoresco, es como una carcajada que es siempre superior a la risita mojigata de los que sonríen dientes adentro” y López Hidalgo (2001: 16) agrega que “aunque distintos periódicos publiquen la misma información de teletipo, de la misma agencia, los titulares del texto pueden ser tan distintos de un periódico a otro que, a primera vista, podría parecer que se refieren a noticias distintas”. Refuerza esta tesis López Pan (*cf.* 2004: 182) al precisar que no todos los diarios titulan igual. Independientemente de ello, Pou (*cf.* 2004: 239-240) enfatiza que el titular no debe ser tramposo al anunciar algo que el lector no encontrará en el texto de la noticia.

Al explicar los rasgos característicos del titular, Nadal (2011: 19) resalta una prominencia gráfica, vinculada a lo visual, y una discursiva “que conforma un sistema semiológico particular derivado de la lengua, pero superpuesto a ella”. Hernández Alonso (2003: 126) también reconoce dos partes en la titulación, aunque estas están relacionadas a lo dicho y lo inferido a través del contexto: “dos elementos sin independencia, sino complementarios”.

Brevidad y creatividad, son las características que destaca Paniagua (*cf.* 2009: 54) y apunta que el título condensará la tesis del artículo. “Si la tesis está argumentada a lo largo de toda crítica, habrá, por decirlo así, retazos del concepto incluido en el titular a todo lo largo y ancho del texto” (*ibídem*). Por su lado, Pou (2004: 240-241) enumera cinco características propias que deben tener los titulares:

- *Claridad*: De fácil comprensión por el lector.
- *Concisión*: Síntesis y precisión en el uso del lenguaje.
- *Veracidad*: Que responda al contenido de la noticia.
- *Atractivo*: Con elementos de interés que llamen la atención del lector.
- *Adecuación*: Debe respetar el estilo del diario o de la sección en que se encuentra la noticia.

Un aspecto que resalta en los titulares de la prensa generalista es que estos deben ser sobrios, evitando el color. Dicha regla no se cumple, o no debería cumplirse, en el diarismo deportivo, donde el titular no solo es un texto expresivo que condensa la idea de una noticia, sino que también es un elemento gráfico y colorido que aporta desde lo visual y concita el interés del lector. Por eso, Alcoba (2005: 147) entiende que en la prensa especializada los titulares también son imagen: “A los provocativos o sensacionalistas textos se ha unido un tipo de letra distinto con colores chillones y llamativos al empleado en el resto de las informaciones. Titulares y espacios en blanco, junto a enorme fotografías, suponen una de las características de la prensa deportiva”.

Hernández Alonso (*cf.* 2003: 127 y 135) apunta que hay una gran diferencia entre los titulares de la portada y de las notas interiores de un diario deportivo. Al ser la espectacularidad el argumento principal de venta, la primera página requiere un titular con una palabra sonora, llena de simbolismo, originalidad, distinción, “aunque, en ocasiones, su comprensión o su relación con el sentir de la crónica no resulta fácil”. Este autor señala que por ser un instrumento de organización económica de un discurso, la elipsis ayuda en la confección del título pues permite al periodista adecuar y contextualizar el mensaje sin poner en riesgo la comprensión del significado, pues el contexto suple las pérdidas. “Además, transmite una gran expresividad a los títulos siempre, cualquiera sea su forma”. Al respecto, Pou (*cf.* 2004: 246) afirma que un titular tan expresivo y sin mayores elementos informativos como “¡Campeón!” es lo suficientemente entendible para el lector de prensa deportiva. Hernández Alonso (2012: 107) agrega: “Estos titulares rara vez aparecen formando expresiones u oraciones complejas (cuando es así estamos ante un mal titular); son muy cortos –una palabra, muchas veces- están muy bien orientados y pensados y unen la eficacia, la comercialidad, la expresividad con la valentía y la capacidad de sorpresa”.

Sanmartí (2004: 351) valora el carácter interpretativo de un buen titular y pone el siguiente ejemplo: “Los que titularon la victoria de la selección de fútbol de Senegal ante Francia como ‘Senegal da el petardazo ante Francia’ no añadieron ningún dato a los que dijeron que ‘Senegal da la sorpresa ante Francia’ pero acentuaron el elemento sorpresivo de la victoria a través de una expresión coloquial, graduaron la interpretación simplemente con la libertad de estilo”.

Para el éxito de una buena crónica deportiva, es indispensable que exista una relación absoluta entre la titulación y los textos. “Un buen título hace leer el artículo”, precisa Florio (*ápu*d Gómez Mompart, 1982: 9), mientras que Salaun-Sánchez (*ápu*d Hernández Alonso 2003: 127) argumenta que el titular es la sustancia de la crónica y solo se tendrá la noticia de verdad cuando se tenga el titular. Un concepto complementario ofrece Hernández Alonso (2003: 125) al inferir que “los títulos son la base en la lectura de cualquier crónica y representan el punto de interacción entre los contenidos y el aspecto gráfico-icónico de esta”.

En el esfuerzo por captar la atención en los kioscos gracias a sus titulares, los diarios deportivos necesitan de la complicidad del lector, el cual debe ser un conocedor previo en la materia para entender el concepto del mensaje expresado en pocas palabras. Sobre este punto, Hernández

Alonso (2003: 126) sostiene que por no ser descriptivos, sino evaluativos, el título establece juicios de valor porque “manifiesta relaciones intertextuales y extratextuales, de ahí la importancia que para todo lector tiene el conocimiento del contexto, sin el cual, probablemente, no comprendería el título”.

2.5.3. Fotografía

A lo largo de este capítulo ha quedado de manifiesto la importancia de lo visual en el diarismo deportivo. Por su importancia, resalta en el campo del diseño la fotografía como aporte insustituible e imprescindible en las páginas de la prensa especializada. Es tal su relevancia, que Alcoba (2005: 146) no la ve como una simple ilustración que aligera la acumulación de textos, sino que ha alcanzado el estatus de noticia y en muchos casos es la información la que va como complemento de la imagen. “La fotografía deportiva ocupa hoy prácticamente el mismo espacio que el texto, debido a que la confección o diseño de los diarios deportivos y páginas deportivas de los diarios de información general conceden gran importancia al aspecto visual”. Hernández Alonso (2003: 40-41) destaca la presencia relevante de la foto para ayudar a la visualización del acontecimiento deportivo y precisa que hay un binomio indisoluble formado por la lengua y la fotografía, aunque también advierte que la imagen ha relegado en varios casos al contenido, muchos de los cuales son cada vez más pequeños y menos brillantes.

Al destacar su papel clave en el periodismo deportivo, Rojas Torrijos (2011: 169-170) apunta que los periodistas “deben ser conscientes de la importancia de la elección de cada imagen porque transmite el mensaje con mayor claridad y prontitud que los textos [...] A la hora de escoger una fotografía primará la calidad y, salvo que estén justificadas por un interés noticioso máximo, no se admitirán imágenes en mal estado, que estén poco nítidas o desenfocadas”.

Alcoba (2005: 146) y Hernández Alonso (2003: 41) ponen de manifiesto la trascendencia del mensaje que emite una fotografía, el cual debe ser leído para extraer el contenido de la imagen. Y en el caso de la foto deportiva, su valoración es más connotativa que denotativa por la gran acumulación de información subjetiva que aporta. Sobre este punto, Alcoba (*ibídem*) precisa:

“Hay, por tanto, dos situaciones diferenciadas en la utilización de las fotografías: aquellas que poseen suficiente carga periodística o belleza para ser tratadas como noticia y las fotografías que apoyan al texto o lo complementan. Las primeras representan la actualidad y las segundas son intemporales o documentales, y generalmente sacadas del archivo”.

Un punto importante en el campo de la fotografía es el fotomontaje, recurso utilizado con suma frecuencia por la prensa deportiva, aunque el mismo está vetado en los diarios generalistas de mucha tradición. Sobre este punto, *El País* (2008: 69), prohíbe en su manual de estilo toda manipulación fotográfica que no obedezca a criterios técnicos como edición periodística, eliminación de deterioros o corrección de defectos de revelado o transmisión. “Por tanto, no se puede invertir una fotografía, ya se trate de paisajes, edificios o personas. Ni siquiera con el propósito de que el personaje fotografiado dirija su vista a la información a la que acompaña”, puntualiza el libro de estilo del rotativo madrileño.

Si bien Rojas Torrijos (2011: 170) rechaza la manipulación fotográfica, reconoce que el fotomontaje es un elemento justificado en los diarios deportivos desde el punto de vista informativo, sobre todo, cuando se trata de ilustrar la noticia de la contratación de un jugador, del cual no se tiene imagen con la camiseta de su nuevo club. Es cierto también que este recurso ayuda a dar valor informativo, pero Marrone (2009: 117) pone en alerta sobre su mal uso, acrecentado por la presencia del software de retoque digital en todas las redacciones, lo que ha devenido en la desconfianza del lector en la veracidad de algunas imágenes. De Pablos (*ápu*d Marrone, 2009: 119) considera importante que el fotomontaje lleve un pie en el que se indique que no es una foto original.

2.5.4. Colorimetría

El color es un elemento fundamental en el diarismo deportivo y su carácter permite dar énfasis a la imagen y a la información. La presencia de este en la prensa escrita ha pasado por un largo proceso. Indagando en la realidad española, Pérez Cuadrado (2004: web) señala que desde finales del siglo XVIII muchos impresos buscaron “soluciones para representar imágenes a todo color. La tinta roja que añadían las primeras gacetas nunca fue suficiente y los experimentos con formas de grabado y nuevas técnicas de impresión abrirían el camino a través del siglo XIX”,

siendo los diarios los últimos en incorporarse a esta innovación que ya era común en algunas revistas. La llegada del offset a mediados del siglo XX, y la consiguiente mejora en la calidad de impresión, sería un factor fundamental para que los diarios apuesten por dejar el blanco y negro. Marrone (*cf.* 2009: 110 y 111) da cuenta de los intentos de los diarios *Abc* y *SP*⁸³ por ingresar a una revolución cromática que recién se consolidaría en la década de los 80.

Sin embargo, la variación al color en los diarios, a finales de la pasada centuria, a la que se sumaron también los deportivos *Marca*, *Mundo Deportivo*, *As* y *Sport*, fue objeto de una polarización de criterios. Arnold (1984: 157) precisaba que el color debía limitarse a no más de tres áreas sobre una página de noticias y que los elementos de color debían guardar una distancia para no competir entre sí, mientras que Dondis (*ápu*d Clemente y Santana, 1991: 123) hacía referencia a la intensidad, apuntando que el aumento del grado de saturación del color daba una mayor expresión y emoción, a diferencia de los colores menos saturados que guardan relación con la neutralidad acromática, la sutileza y la tranquilidad. Por su lado, Bronson (*ápu*d Canga Larequi, 1994: 160), se mostraba escéptico sobre la presencia del color en los encabezados, pues consideraba que lejos de aumentar lectores podía hasta repelerlos.

“El color es una realidad en los periódicos actuales. Hace unos años, el blanco y negro era el único contraste en las páginas de publicaciones de todo el mundo” (Pérez Cuadrado, 2004: web). Y aunque las posiciones en torno al uso y el mal uso del color continúan, los modernos procesos de impresión del presente siglo, que han acertado considerablemente los tiempos de producción, aportan un salto cualitativo en la colorimetría de los diarios, sobre todo en los deportivos. El-Mir, Lallana y Hernández (1995: 18) consideran que el color da “un aire de complicidad que no se obtenía con el blanco y negro tradicional; parece como si los goles del equipo tuvieran un cierto ‘carisma’ y eso gusta a los lectores, los hace partícipes de los triunfos y les infunde ánimos exultantes”. Gracias a su presencia, “el color, sea cual fuere la fórmula empleada, es evidente que difunde el mensaje iconográfico en toda acepción y amplitud, permitiendo una valoración más intensa de cuantos aspectos sintácticos conlleva y determina el mismo”, señala García de Diego Martínez (1988: 121). Para Zamarra (1996: 16) “los colores incorporan un lenguaje que refleja

⁸³ *Abc* fue el pionero de los diarios españoles en imprimir suplementos a color a inicios del siglo XX, mientras que *SP* fue el primer diario de Europa en aplicar el color a todo su contenido (*cf.* Marrone, 2009: 110 y 111).

diferentes sensaciones y emiten, por sí mismos, determinados mensajes”. Los colores fríos, como el azul, evocan tranquilidad, frescura y son sedantes, mientras que los colores cálidos, como el rojo, producen sensaciones de calor, alegría y vida.

Dentro de toda redacción, incluyendo la de deportes, el color se gestiona desde la dirección de arte que desarrolla día a día las decisiones editoriales en base a un determinado tipo de diseño y una paleta de color. “La creación de esa paleta de color conlleva muchas decisiones que a simple vista pueden pasar desapercibidas. No sólo hay que decidir qué colores forman parte de dicha paleta y cuáles son los porcentajes adecuados en función de la estética sino que tendrá que establecer, además, unas normas de aplicación. El diseñador de prensa, sobre todo en diarios, sólo puede elegir entre las opciones autorizadas por su jefe de sección que a su vez sigue las normas que marca el director de arte. Se trata de diseñar en función de normas establecidas”, apunta Del Olmo (2005: web).

Siendo la portada el elemento visual más importante en la prensa especializada, la inclusión del color en las primeras páginas, según Davara Torrego y otros (2004: 1997), “busca el provocar la mayor atención, ya no solo en el posible comprador, sino en el visualizador accidental” a la hora que el diario es mostrado en los kioscos. Otro punto importante es el aporte del valor cromático en la lectura, teniendo en cuenta la gran cantidad de público joven y poco habituado a la leer que tienen los diarios deportivos. Una encuesta efectuada a inicios de los noventa por la U. S. Newspaper Advertising Bureau, señalaba que además de dar al diario una imagen de progresismo y una sensación de profundidad, acción y emoción, el color fomentaba y simplificaba la lectura, ayudando a su comprensión (*cf.* Gómez Díaz, 1992: 49). Haciendo un balance de su valioso aporte en los medios impresos, Zamarra (1996: 18) cree que el buen uso de la colorimetría ha permitido “aceptación por la mayoría de los lectores; refuerzo de determinados aspectos de las informaciones, tanto textuales como gráficas; un mayor impacto visual y una mayor aproximación a la realidad de las noticias que ilustra; y, por último, una exigencia, cada vez mayor, por parte de muchas empresas publicitarias”.

3. Metodología

3.1. Tipo de investigación

El presente trabajo seguirá los procedimientos que nos da la metodología de la investigación científica, tanto a nivel de proyecto de estudio así como del trabajo de tesis. Se tomarán como referencia los métodos cualitativos en base a los cuales se buscará formular una teoría que aporte en la búsqueda del cómo y el porqué del problema planteado, basándonos en una serie de observaciones de la realidad a estudiar. En tal sentido, se programará entrevistas a diversos especialistas para definir y limitar el planteamiento materia de estudio. Como consecuencia de ello se llegará al método inductivo, que constituye un proceso de inferencia de leyes generales basado en la consideración de un número de casos individuales u observaciones concretas.

Esta investigación también será pura o básica porque tiene como objetivo crear una nueva teoría y, a su vez, ampliar el conocimiento científico sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones o consecuencias prácticas. Además, será exploratoria porque busca ofrecer nuevos conceptos referidos al periodismo deportivo y al diarismo deportivo peruano. En vista de que se tomará como objeto de estudio la publicación de tres diarios deportivos durante un determinado espacio de tiempo, se utilizará el tipo de investigación longitudinal o aplicada que dará indicadores más precisos que ayudarán finalmente a señalar las conclusiones del presente trabajo.

3.2. Diseño y procedimiento

En el diseño de campo se pondrán en práctica una serie de técnicas. En el caso de los contenidos, estos serán clasificados por año, mes, día y posición dentro del diario. También serán seleccionados por su género, ya sea informativo, interpretativo o de opinión. La técnica y el instrumento que se construirá para la recolección de la información y los datos en el trabajo de campo se trabajarán en concordancia con el diseño y los propósitos de la investigación y serán seleccionados de acuerdo con los criterios de la metodología de la investigación científica. La observación y la entrevista serán los elementos a utilizar.

Los instrumentos en referencia permitirán trabajar la variable: Análisis de los diarios limeños *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* en la cobertura de la selección peruana de fútbol durante las eliminatorias mundialistas (junio 2010 – diciembre 2012). Dichos instrumentos serán organizados en función de las dimensiones e indicadores de cada una de las variables y se obtendrán a partir de la operacionalización de las variables. Su validez y confiabilidad se obtendrán con el juicio de expertos y las orientaciones del docente de la asignatura y también de la consulta a las referencias o fuentes de información especializada.

3.3. Población y muestra

Será preciso entrevistar a los directores, editores generales, editores y jefes de los tres diarios deportivos a analizar porque son ellos quienes van a aportar elementos en favor de la elaboración del presente estudio. Sumaremos entrevistas a diversos protagonistas del deporte que tengan relación con el tema de estudio y puedan dar un aporte capaz de enriquecer la investigación. El material hemerográfico que se utilizará para esta investigación serán las ediciones de los diarios *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* correspondiente al periodo que va de junio de 2010 a diciembre de 2013 tiempo en el que se enmarca la campaña del entrenador Sergio Markarián al frente de la selección nacional.

4. Trabajo de campo

4.1. Selección peruana de fútbol

La selección peruana de fútbol es el equipo representativo de nuestro balompié en todas las competencias y partidos oficiales. El manejo de este combinado está a cargo de la FPF, institución gestora de los recursos económicos y logísticos para su funcionamiento. Además, esta entidad asume la contratación de un entrenador quien tiene la responsabilidad de convocar a los jugadores peruanos o nacionalizados más destacados, ya sea del campeonato local o de torneos de otros países.

La primera participación de un seleccionado nacional fue en 1924 ante la escuadra de la Asociación Uruguaya de Fútbol, en un duelo amistoso jugado en Lima y que ganaron los visitantes por 2-0. En 1927, el equipo peruano debutó en los Campeonatos Sudamericanos de Fútbol, llamados luego Copa América, y ha participado en ellos sucesivamente hasta la última versión efectuada en 2011 en Argentina. En estos torneos ha sido campeón en las ediciones de 1939 y 1975, siendo ambos los logros más importantes en la historia del balompié peruano. Además de lo conseguido a nivel sudamericano, el denominado “equipo de todos” intervino, gracias a una invitación de la FIFA, en la primera Copa Mundial realizada en 1930 en Uruguay. Posteriormente, clasificó a los mundiales de México 1970, Argentina 1978 y España 1982. En estas cuatro únicas participaciones, lo más destacado fue la clasificación a cuartos de final en los torneos de 1970 y 1978.

Independientemente de los escasos títulos y triunfos, la selección peruana de fútbol ha sido el producto de mayor rentabilidad económica de la FPF en los últimos años, ya sea por concepto de venta de derechos de transmisión televisiva, sponsors, merchandising y venta de entradas, rubros que en el proceso de clasificación a la Copa Mundial Brasil 2014 sumaron ingresos superiores a los 20 millones de dólares entre mediados de 2010 y finales de 2013. Solo el partido de eliminatorias entre Perú y Ecuador, jugado el 7 de junio de 2013 en el Estadio Nacional, dejó en boleterías un total de 1.5 millones de dólares de recaudación (*cf. Gestión, 2013c*).

En la medida que las cuentas bancarias de la FPF incrementan sus dígitos con cada participación de la selección peruana, también se suman los sinsabores deportivos. A una Copa Mundial de Fútbol no se llega desde 1982 y ello ha generado una sensación de frustración en los aficionados quienes ven como cada cuatro años se esfuma la ilusión de tener al fútbol peruano entre los clasificados al torneo más importante del orbe.

Después de la brillante eliminatoria de 1981, en la que se dejó fuera a la favorita selección uruguaya, ganándole 2-1 en el Estadio Centenario de Montevideo, nuestro representativo ha sido eliminado en los procesos de clasificación a México 1986, Italia 1990, Estados Unidos 1994, Francia 1998, Corea-Japón 2002, Alemania 2006, Sudáfrica 2010 y Brasil 2014, siendo esta última campaña la que, a criterio de diversos analistas, generó las mayores expectativas de éxito, teniendo en cuenta el importante currículum del entrenador Sergio Markarián, el alto nivel competitivo de algunos jugadores y el respaldo del aficionado y del periodismo en torno al proceso.

Así como en los últimos 30 años se multiplicaron los sinsabores, también se sumaron muchos nombres a la larga lista de profesionales que vistieron, con poca fortuna, el buzo de técnico de la selección nacional. Moisés Barack inició la eliminatoria de 1986, pero tras un mal inicio fue cambiado por Roberto Challe quien estuvo a punto de llevar a la selección al Mundial de México. La FPF no ratificó el trabajo del llamado “Niño Terrible” y para la campaña rumbo a Italia 1990 contrató al brasileño José Macía: el resultado de su paso por la rojiblanca fue de cero puntos. Cuatro años después, la responsabilidad de llevarnos a Estados Unidos 1994 recayó en el serbio Vladimir Popovic, un técnico que no solo cargó con el peso de otra eliminación sino que afrontó una denuncia por evasión tributaria.

Para Francia 1998, la Conmebol cambió el formato de juego de las eliminatorias sudamericanas: de la disputa por grupos se pasó al sistema de todos contra todos. Sin embargo, no varió la suerte de nuestro seleccionado que, bajo la batuta de Juan Carlos Oblitas, quedó fuera del Mundial, aunque por diferencia de goles. El siguiente proceso tuvo a la cabeza al colombiano Francisco Maturana y los resultados tampoco fueron favorables a tal punto que se vio obligado a dejar el cargo a medio camino. Su sucesor, Julio César Uribe, tampoco tuvo éxito y la selección no estuvo en Corea-Japón 2002. Un panorama similar se vivió camino al torneo de Alemania 2006: inició la campaña el brasileño Paulo Autuori, quien renunció al sentirse contrariado por una

investigación del Congreso de la República sobre su salario y su contrato. Autuori fue reemplazado por Freddy Ternero un técnico que pese a su entusiasmo no pudo repetir con la selección su exitoso paso en Cienciano, equipo con el que había ganado la Copa Sudamericana y la Recopa Sudamericana.

En julio del 2007 y a solo semanas de iniciarse la eliminatoria al Mundial de Sudáfrica 2010, la FPF contrató a José Guillermo Del Solar. En su presentación como entrenador, “Chemo” elogió la calidad de los futbolistas que tomaría en cuenta para sus futuras convocatorias y señaló que “tendrían que pasar 50 años para que salga una generación como esta” (cf. *El Comercio*, 2010e). Pese al optimismo, los resultados de nuestra selección serían aún peores, por razones que pasaremos a explicar en el siguiente apartado.

4.1.1. El caso “Golf Los Incas”

No solo las noticias sobre malos resultados o los sucesivos cambios de entrenador son las que han acompañado a la selección en los últimos procesos eliminatorios. Factores como la indisciplina y la falta de compromiso de los jugadores han ocupado las páginas deportivas de los diarios especializados y genéricos. Escándalos como la denominada “juerga en el complejo Miramar” del 6 de diciembre de 1996, donde la prensa descubrió *in fraganti* a los futbolistas Manuel Marengo, Nolberto Solano, Percy Olivares y Roberto Farfán libando licor a pocos días de un partido por la eliminatoria a Francia 1998 frente a Uruguay en Montevideo; o el caso “Charanga Habanera”, de mediados del 2000, con el ingreso de orquestas de salsa a la Videna; o la escapada de la concentración protagonizada por los jugadores Miguel Rebosio y Nolberto Solano, en plena Copa América 2004 jugada en Lima, fueron una constante en estos más de 30 años de ausencia de Perú en los mundiales.

Sin embargo, esos bochornosos incidentes resultarían, con el paso del tiempo, temas menores, si se les compara con el caso “Golf Los Incas”, un acto de indisciplina generalizado en el que tomaron parte jugadores referentes de la selección que disputaba la clasificación para Sudáfrica 2010. Este acontecimiento tuvo lugar en plena concentración en el Hotel Golf Los Incas, horas después del empate 1-1 con Brasil en Lima, apenas en el tercer partido de la eliminatoria, y en los días previos a un decisivo compromiso frente a Ecuador en la altura de Quito.

Según lo denunciado en calidad de primicia por el periodista Jaime Bayly (*cf.* YouTube, 2008), la madrugada del 18 de noviembre de 2007, Claudio Pizarro, Jefferson Farfán, Santiago Acasiete y Andrés Mendoza dejaron entrar al hotel a un grupo de mujeres y con ellas organizaron una celebración en la que hubo licor y sexo, aprovechando que Del Solar estaba fuera de la concentración preparando el viaje a la capital ecuatoriana. Pese a la evidencia periodística, el técnico no tomó ninguna medida de manera inmediata pero, previo al informe final de la investigación ordenada por la FPF, dejó un mensaje que adelantaría su firme postura frente a lo sucedido: “Si me entero de que un jugador, llámese Claudio Pizarro o Jefferson Farfán, sin importar quién sea, cometió una indisciplina de esa naturaleza, no volverá a jugar por la selección mientras yo sea el entrenador. Eso lo tengo muy claro” (*cf. El Comercio*, 2009a).

La abultada derrota 5-1 ante Ecuador y la confirmación de la denominada “juerga”, marcarían un punto de quiebre en el desarrollo de la eliminatoria pues debido a la gravedad de los hechos, Del Solar decidió no convocar más a los involucrados, quienes luego recibieron una multa de 20 mil dólares y una suspensión de 18 meses por parte de la FPF, es decir, quedaron fuera del proceso de clasificación: Pizarro por no asumir su rol de capitán para evitar la equivocada actitud de sus compañeros⁸⁴; Farfán y Acasiete por facilitar el ingreso de mujeres en diversas habitaciones y organizar una fiesta; y Mendoza por tener un encuentro amoroso con una “amiga” en el estacionamiento del hotel. Quien quedó sin sanción fue Paolo Guerrero al no comprobarse que se escapó de la concentración, pese a lo denunciado por Bayly y a unas fotos publicadas por Magaly Medina, periodista a la que el delantero demandaría luego por difamación.

Pizarro, Farfán, Acasiete y Mendoza no serían los únicos marginados por Del Solar. También quedaron descartados de los futuros llamados Juan Jayo, Carlos Lobatón y Miguel Mostto, jugadores que si bien no fueron señalados públicamente, sí habrían estado involucrados en el escándalo del Golf Los Incas. La explicación del seleccionador ante esta decisión fue que algunos futbolistas no estaban porque “no pasan por un buen momento y otros no están porque prefiero ahora la actitud de gente joven que sí esté comprometida con el proceso” (*ibídem*).

⁸⁴ La FPF redujo a solo tres meses el castigo a Pizarro pero mantuvo la multa que le impuso al jugador. Posteriormente, en enero de 2009, el delantero demandó a la FPF ante el Tribunal Arbitral del Deporte (TAS) para exigir que se le declare inocente de las acusaciones que se le imputaron en el denominado caso “Golf Los Incas”. En abril del 2009, el TAS emitió una resolución en la que señalaba que la FPF no había podido probar la culpabilidad del jugador, ni el jugador había podido probar su inocencia (*cf. El Comercio*, 2009b).

En junio del 2008, un disminuido equipo nacional afrontaría los siguientes dos choques rumbo a Sudáfrica 2010, empatando en Lima con Colombia 1-1 y cayendo por goleada frente a Uruguay por 6-0 en el estadio Centenario. En este último encuentro se pudo ver a un desencajado Del Solar, al borde del campo, lanzando duros calificativos a los jugadores por su falta de entrega y amor a la camiseta (*cf.* YouTube, 2008). Para colmo de males, Paolo Guerrero sería expulsado en Montevideo por intentar agredir al juez chileno Pablo Pozo y luego la Conmebol lo suspendería seis meses, dejándolo fuera de las eliminatorias.

Versiones periodísticas señalaron que, en su entorno más íntimo, Del Solar comentó que la descontrolada actitud de Guerrero contra el árbitro fue intencional ya que buscaba, deliberadamente, automarginarse del proceso, en desacuerdo con la sanción impuesta por los hechos del Golf Los Incas, en solidaridad con los castigados y porque no quería jugar en una selección que ya estaba eliminada (Butters, 2013). Los trascendidos tomaron más asidero cuando se contrastaron con la opinión del arquero como Leao Butrón quien por esos días señaló que a varios les daba igual jugar o no por la selección: “El mejor jugador no es el que la toca bien o hace un sombrerito, sino el que pone otras cosas. Ya algunas veces es importante poner otras cosas que simplemente jugar bien o estar en tu posición o salvarte tú solo” (*cf.* YouTube, 2008).

La posterior victoria sobre Venezuela por 1-0 y el empate ante Argentina 1-1, ambos partidos jugados en Lima, encenderían tímidamente la llama de la ilusión, la cual se apagaría luego con sucesivas derrotas que acabarían por sellar la eliminación de la selección hasta posicionarla en el último lugar de la tabla sumando apenas 13 puntos en 18 partidos de un proceso marcado por los pobres resultados y el escándalo de indisciplina más grande en la historia de nuestro balompié.

4.1.2. La llegada de Markarián y los primeros escándalos

Luego del vergonzoso proceso de clasificación al Mundial de Sudáfrica, diversos analistas deportivos señalarían que la selección peruana de fútbol se había convertido, literalmente, en una “moledora de carne” para técnicos y futbolistas. El panorama de un equipo manchado por la fragilidad de los técnicos, la indisciplina de los jugadores y los pésimos resultados, fue el que encontró el uruguayo Sergio Markarián cuando el 2 de julio de 2010 se oficializó su acuerdo con

la FPF para dirigir al combinado rojiblanco en la Copa América 2011 y en las eliminatorias rumbo a Brasil 2014.

Salas (*cf.* 2010) reseñaba que más que alinear a 11 jugadores o ganar a selecciones rivales, Markarián debía enfrentar, primero que todo, cuatro factores que habían jaqueado a sus antecesores:

- *Una indisciplina por ciclo:* “Amigazo” de la juerga, el futbolista peruano promedio se confunde seguido con el “pelotero” y utiliza la concentración como lugar de relajo excesivo. Frente a cada eventual indisciplina [...], el técnico debe decidir si perdona como Oblitas o castiga a lo “Chemo”.
- *Un alto grado de conflictividad:* La relación hinchada-selección no es un matrimonio feliz, sino un noviazgo claramente interesado, cuya mayor o menor fidelidad depende del resultado.
- *Una feroz presión mediática:* El mercado peruano, desde prensa, radio, TV y web, colabora quizá en exceso con la sobrevaloración de sus futbolistas. Un partido de seis puntos de Farfán en Alemania es vendido con tapas tipo “Europa a sus pies”, o un correcto juego de Paolo en Hamburgo es levantado con titulares como “50 millones por Guerrero”. Eso, sin detenernos en todos los clubes a los que vendimos a Vargas, para terminar viéndolo en la Fiorentina. El mensaje no es “tenemos algunos buenos jugadores”, sino “tenemos cracks que la rompen siempre”. El hincha consume el discurso y luego “patalea” cuando los “fenómenos” no rinden igual con la selección. Claro, a más expectativa más frustración.
- *Una clase política entrometida:* La FPF no siempre ha blindado el trabajo de su técnico [...] Es más, parte de esa desprotección al DT ha permitido más de una vez que congresistas aprovechen una coyuntura de derrota para golpear la figura del entrenador. ¿Ejemplos? Willy Serrato cuestionó cuánto ganaba Popovic y Víctor Noriega llevó hasta el hemiciclo a Autuori como si fuera un ladrón. El técnico no viene a robar: viene a trabajar. Una figura directriz con crédito que dé la cara urge tanto como respaldar al nuevo entrenador.

Markarián sabía de todo lo referido líneas arriba ya que era un viejo conocido de nuestra realidad futbolística. Fue campeón con Universitario de Deportes en 1993 y con Sporting Cristal en 1996, y con los celestes logró un subtítulo de la Copa Libertadores 1997. Además, venía antecedido de un exitoso paso por la selección paraguaya a la que clasificó al Mundial de Francia 1998. La FPF había intentado contratarlo infructuosamente en anteriores procesos, pero, finalmente, el uruguayo aceptó la propuesta el 2010, tentado por el ambiente de consenso que su nombre despertó en un gran sector de dirigentes, políticos, aficionados y prensa deportiva. El “Mago” consideraba vital este respaldo de cara a su intención de perdonar a los jugadores castigados por la “juerga” del Golf Los Incas.

El 6 de julio de 2010, Markarián declaró desde Montevideo que llamaría a Claudio Pizarro y Jefferson Farfán: “No pienso ponerles trabas, son historias nuevas” (cf. *El Comercio*, 2010c). Sobre el tema de la indisciplina, tan recurrente en la selección, el técnico se mostraba optimista y pedía comprensión por la juventud de muchos jugadores. “Son muchachos jóvenes. Lo que tenemos que hacer es que estén en el lado positivo antes que en el negativo. Volcarlos en ese sentido con la presencia de la familia”, agregaba (*ibídem*). Días después, una encuesta nacional urbana de Ipsos Apoyo (cf. *El Comercio*, 2010b) daba cuenta que el 62 % de los consultados estaba de acuerdo con la convocatoria de los involucrados en el caso Golf Los Incas, mientras que un 61% aprobaba la contratación del uruguayo (*ibídem*).

En su presentación oficial en Lima, el 23 de julio de 2010, Markarián señaló a los periodistas que asumía el desafío más grande de su carrera y que esperaba hacer el mejor trabajo de su vida. Además, transmitió un mensaje de optimismo y seguridad respecto a las opciones de la selección: “Vamos a tratar de unir los esfuerzos para que Perú alcance un nivel competitivo y logre una clasificación al próximo mundial. Para mí va a ser de altísima responsabilidad tratar de liderar un proceso que nos lleve como objetivo final a jugar en Brasil el 2014. Si no creyera en la clasificación no estaría acá. Creo en las posibilidades de la selección [...] pero no va a ser fácil [...] Las razones por las que soy optimista son varias. El futbolista peruano tiene virtudes que si las resaltamos se pueden manifestar en un fútbol de alta calidad y se puede jugar muy bien. Creo que tenemos hoy una realidad diferente a la de otros países. Tenemos que crear una generación ganadora uniendo los esfuerzos de los que ya están grandes con los que empiezan, para que nos acerque a tener un buen espíritu de equipo y como consecuencia ganar y clasificar al Mundial.

Queremos que esa capacidad del futbolista peruano se concrete, y que ayudemos a disimular las carencias” (cf. *El Comercio*, 2010a).

En cuanto a la disciplina y el compromiso de los jugadores, elementos que, a criterio de diversos analistas deportivos, habían estado ausentes en anteriores procesos, Markarián expuso claramente lo que opinaba sobre estos temas: “Digo siempre lo mismo. Para mí los temas de indisciplina no existen [...] No cuidarse para un partido, llegar tarde, no ser un buen profesional. Voy a ser claro con los muchachos, no puede suceder dos veces. Se acabó. Actos de indisciplina hay en todos lados, pero si logramos que se comprometan con el objetivo, si logramos hacer un ámbito adecuado de trabajo y que haya la alegría de venir y de estar, y logramos que ponernos la camiseta sea un orgullo, creo que no puede haber indisciplina. Está en manos de cada uno, en la consciencia de cada y uno, y nosotros como jefes y responsables procederemos si hay que proceder [...] Hay que crear compromiso y respeto por la selección y querer darle a la camiseta todo lo que se merece, hay que crear comunicación con el pueblo deportivo para que regrese a las gradas. Podemos perder si los rivales son mejores pero no podemos dejar de poner el máximo esfuerzo dentro y fuera de la cancha” (*ibídem*).

Tras dejar en claro su pensamiento, el “Mago” inició de manera auspiciosa su ciclo al frente de la rojiblanca con triunfos consecutivos en partidos amistosos ante Canadá en Toronto por 2-0 (4/IX/2010), contra Jamaica en Kingston con marcador de 2-1 (7/IX/2010) y sobre Costa Rica en Lima por 2-0 (8/X/2010). Sin embargo, los fantasmas que habían amenazado a sus predecesores volvieron a aparecer en la derrota 0-1 frente a Panamá de visitante (12/X/2010). Además de jugar en un nivel por debajo de lo mostrado en los tres anteriores compromisos, la selección se vería envuelta en un nuevo escándalo de indisciplina, el primero en la era Markarián.

Según reveló en primicia el portal panameño Enlajugada507.com (cf. Terra, 2010), en la madrugada del 13 de octubre, horas después de perder con el equipo panameño, los jugadores Jefferson Farfán, Reimond Manco y John Galliquio abandonaron sin permiso el hotel donde estaban concentrados y se dirigieron al Casino Veneto donde supuestamente tomaron licor, participaron de una fiesta y tuvieron encuentros amorosos con algunas mujeres. La celebración habría durado hasta cerca de las cinco de la mañana, hora en la que los tres futbolistas volvieron a su hotel para tomar luego el vuelo de regreso a Perú junto con el resto de la delegación.

La noticia del denominado caso “Veneto” se conoció en Lima recién el 15 de octubre vía el diario *Depor*. Inmediatamente, la FPF ordenó a su Comisión de Justicia iniciar una investigación la cual estuvo a cargo del abogado Miguel Morales Lavaud quien, justamente, vio el caso “Golf Los Incas”, en el que había estado comprometido Jefferson Farfán. En el expediente de lo ocurrido en Panamá, también se incluyó otra supuesta indisciplina de Farfán en la madrugada del 9 de octubre de 2010, previo al viaje a Panamá, donde se le vio en la discoteca miraflorentina “Mokara” tomando licor con amigos y una modelo de la farándula limeña.

Días después y ante las contundentes evidencias que recabó la Comisión de Justicia de la FPF, Markarián explicaba de manera enérgica a la prensa su decisión respecto al caso, aunque evitó mencionar a Farfán, Manco y Galliquio: “Me siento decepcionado. Así me cueste el cargo, así pierda, así fracase voy a asumir el reto y voy a dejar afuera a quien tenga que dejar afuera, se trate de quien se trate [...] Me duele mucho, me duele muchísimo, tengo una bronca peor que la de haber perdido el partido, pero voy a asumir la responsabilidad aunque cueste desprestigiarme. Si los jugadores son responsables no se necesita nada. No podemos andar como policías detrás de ellos. O quieren estar en la selección o quieren joder. Si quieren joder que no estén en la selección” (*cf.* YouTube, 2010).

Sin Farfán, Manco ni Galliquio, la selección continuaría jugando amistosos y sumando resultados positivos de cara a su preparación para la Copa América. Registró un empate 1-1 ante Colombia en Bogotá (17/XI/2010) y un triunfo 1-0 frente a Panamá en Moquegua (8/II/2011). En medio de esta coyuntura, la prensa deportiva informaba de una fuerte presión de Claudio Pizarro, Paolo Guerrero y Juan Manuel Vargas hacia Markarián para que perdona a la “Foquita” quien estaba cumpliendo una campaña aceptable con su equipo el Schalke 04, tanto en la Champions League como en la Bundesliga y la Copa Alemania.

Los rumores de un posible indulto se hicieron más fuertes cuando el 31 de marzo del 2011 la FPF publicó unas fotos del “Mago” al lado de Pizarro, Guerrero y Farfán tomadas en La Haya, Holanda, luego del empate 0-0 entre Perú y Ecuador. Desde esa ciudad, la “Foquita” declararía que había decidido visitar a sus compañeros y buscar un acercamiento con Markarián ya que deseaba tener una nueva oportunidad en la selección para jugar la Copa América y las eliminatorias.

Lo que era un secreto a voces se hizo realidad la tarde del 20 de abril de 2011, cuando vía su cuenta de twitter el periodista Daniel Peredo (@danielperedo17) adelantaba detalles de una entrevista exclusiva con Markarián en la que el técnico anunciaría la suspensión del castigo a los jugadores de la “juerga” en el Casino Veneto. Esa noche, el uruguayo, sin mencionar a los aludidos, explicaba en el programa “Partido Aparte” de CMD que “por el bien de la relación de grupo” había decidido “levantar la restricción que tenía para la convocatoria de tres jugadores”. Curiosamente, cinco días después, el noticiero “90 Segundos” de *Frecuencia Latina* difundía una charla que el “Mago” tuvo con un grupo de estudiantes universitarios en la cual justificaba la indisciplina de Farfán y le restaba gravedad a lo sucedido en Panamá. “Los futbolistas de otros países son iguales o peores que los peruanos. Lo que hizo Farfán no es muy grave. Farfán ni bebió, ni estuvo con mujeres, ni hizo nada fuera de lo que haber hecho (sic) una picardía de salir cuarenta minutos de la concentración porque no podía dormir” (cf. YouTube, 2011a). Estas declaraciones fueron duramente criticadas por un sector de la prensa, la cual empezó a poner en tela de juicio la firmeza y la autoridad que tenía Markarián para manejar un grupo de jugadores con antecedentes de indisciplina.

4.1.3. Copa América 2010

Pese a los primeros cuestionamientos del periodismo, Markarián seguía gozando de gran respaldo. Una encuesta de Ipsos Apoyo publicada en la primera semana de mayo del 2011 (cf. *Ojo*, 2011), le daba al seleccionador un apoyo del 78 por ciento, mientras que un 58 por ciento se mostraba de acuerdo con el perdón a Farfán (*ibídem*), quien volvería a la selección para jugar en la primera semana de junio del 2011 la Copa Kirin en Japón, torneo en el cual Perú sumó dos empates a cero goles frente al equipo anfitrión y República Checa. Aunque la selección lograría el título de este certamen, los nuevos cuestionamientos de la prensa hacia Markarián estuvieron relacionados con su decisión de no convocar a Pizarro, Guerrero y Vargas, pese a la necesidad de probar en Japón el equipo titular para la Copa América. En ese sentido, también circularían ciertos rumores sobre la supuesta pérdida de autoridad del “Mago” frente a los futbolistas referentes, los cuales anteponían los compromisos con sus clubes europeos y decidían qué partidos no les convenía jugar por la selección.

Al volver de Japón, Markarián comunicó la lista de convocados para viajar a Argentina y el grupo se reunió en su totalidad en la Videna. El ambiente parecía de los mejores, sin embargo, Pizarro y Farfán se lesionaron jugando partidos de práctica y quedaron fuera de la selección. La seguidilla de lesiones (un tema que sería recurrente en el resto del proceso) no pararía, ya que en un amistoso que Perú le ganó a Senegal en Lima (28/VI/2011), quedaron descartados Luis Ramírez y Carlos Zambrano. Así, sin cuatro jugadores considerados titulares, Perú partió a Argentina.

El debut peruano en el grupo “C” de la Copa América fue ante Uruguay en San Juan (4/VII/2011) con un empate 1-1. La prensa en general elogió el resultado teniendo en cuenta la calidad del rival, el gol de Guerrero para lograr la igualdad y la entrega demostrada por la selección, conformada en su mayoría por jugadores del medio local. Las expectativas en torno al equipo crecerían después del triunfo 1-0 sobre México en Mendoza (8/VII/2011), otra vez con anotación de Guerrero, que aseguraba la clasificación a cuartos de final. El último encuentro de la fase de grupos terminaría con derrota 0-1 ante Chile en Mendoza (12/VII/2011), pero lo más anecdótico no sería el marcador sino el acalorado discurso de Sergio Markarián en la conferencia de prensa pospartido en la que respondió a las supuestas críticas del técnico chileno, Claudio Borghi, por el sistema ultradefensivo o “ratoneador” de Perú: “No estoy dispuesto a aceptar los rótulos, ya estoy podrido de los rótulos, pero podrido estoy [...] de los medios, de los periodistas y de los técnicos incluso, que ponen rótulos, así que a partir de ahora voy a empezar a contestar [...] Es muy clarito, hay entrenadores que son ofensivos, hay entrenadores que no lo son, hay entrenadores que son ‘ratones’. Me tienen podrido con eso, no se los voy a admitir más, los voy a desenmascarar. Está claro” (cf. YouTube, 2011b).

El 16 de julio del 2011 en Córdoba, y en una de las mejores demostraciones futbolísticas de la era Markarián, la selección venció con categoría a Colombia en tiempo suplementario por 2-0 con tantos de Carlos Lobatón y Juan Manuel Vargas, y avanzó a las semifinales donde tres días después la esperaba nuevamente Uruguay. En el duelo por el pase a la final, los “charrúas”, a la postre campeones de la competición, sacaron a relucir su jerarquía y ganaron por 2-0 en La Plata. En esa misma ciudad, Perú goleó después a Venezuela (19/VII/2011) con tres tantos de Guerrero y uno de William Chiroque, ganando así la medalla de bronce en la Copa América, un logro que fue festejado en todo el país y alimentó aún más el sueño volver a un Mundial.

Diversos analistas deportivos consideraban que con Markarián, Perú había encontrado una interesante fórmula de juego que le permitía acortar las distancias futbolísticas que le llevaban otras selecciones. La entrega, la solidaridad, el compromiso, la disciplina y el orden táctico eran los factores que le daban potencial a un once que había brillado en la Copa América sin Pizarro, Farfán, Ramírez ni Zambrano. A estas virtudes se sumaba el gran momento de Guerrero, consagrado como el goleador del certamen con cinco tantos, un hecho de por sí histórico si se tomaba en cuenta que desde el Campeonato Sudamericano de 1939, cuando Teodoro “Lolo” Fernández se erigió como máximo artillero con 15 tantos, la selección no destacaba por sus individualidades ofensivas.

En medio de tanta algarabía, Markarián salió al frente para “aterrizar” la ilusión generalizada: “No somos terceros en América, la Copa es un torneo especial, se jugó y tuvimos un buen resultado, esperamos que en la próxima salgamos a ganarlo, por ahora el objetivo principal es la eliminatoria. Si yo quiero saltar, tengo que apoyarme en el suelo por lo menos en un pie para producir un avance. Nuestro suelo hoy es que somos últimos” (*cf. RPP*, 2011). Estas palabras, fueron destacadas, incluso por los críticos del “Mago” pues hablaban de un técnico que, independientemente de sus errores, tenía la capacidad de “pisar tierra” y afrontar con “cabeza fría” el proceso de clasificación.

4.1.4. Eliminatoria al Mundial Brasil 2014

En los meses siguientes, la prensa y la afición vivieron un ambiente festivo alimentado por el tercer lugar en la Copa América y por la expectativa de saber qué tanto más podría rendir la selección peruana si jugaba con todas sus figuras. Si con solo Vargas y Guerrero se había avanzado considerablemente, ¿cómo sería si se sumaba a Pizarro y Farfán? Aunque no lo confesó públicamente, este mismo pensamiento era compartido por Markarián, quien con su círculo más cercano de colaboradores trabajaba en la conformación del once que debutaría en las eliminatorias frente a Paraguay. La duda del uruguayo pasaba por insistir con un equipo sacrificado y con matices defensivos como el de la Copa América, en donde destacaba el colectivo frente a las individualidades, o jugársela por el poder ofensivo que lucían las figuras del Perú en los clubes europeos.

El misterio respecto a la formación titular para el debut en la eliminatoria no sería develado en los siguientes dos amistosos del combinado nacional ante Bolivia con empate 2-2 en Lima (2/IX/2011) e igualdad 0-0 en La Paz (5/IX/2011). En ambos compromisos quedaron al margen los convocados Guerrero y Vargas debido a lesiones, pero sí jugaron Farfán y Pizarro. Aunque nunca habían actuado juntos en la era Markarián, varias redacciones de deportes ya especulaban con la posible decisión del uruguayo de depositar la esperanza mundialista en la capacidad de los cuatro jugadores anteriormente mencionados. Y esos trascendidos se alimentaron mucho más con un spot publicitario en el que Markarián hacía una convocatoria y solo se refería a Pizarro, Farfán, Guerrero y Vargas (*cf.* YouTube, 2011c).

La noche del 7 de octubre de 2011, ante un Estadio Nacional colmado de aficionados, Perú se estrenaba en las eliminatorias frente a Paraguay con una formación en la que destacaban Pizarro, Farfán, Guerrero y Vargas. El debut no pudo ser mejor: triunfo contundente por 2-0 ante los guaraníes con goles de Guerrero y gran actuación de los otros tres referentes de la selección. En esa fecha y en medio de un ambiente de fiesta nacional se consolidaría el apelativo de los “4 fantásticos” para referirse a los futbolistas por los cuales Markarián apostaría a lo largo del proceso.

Cuatro días después y con el optimismo al máximo, la selección viajó a Santiago dispuesta a cosechar una victoria más, esta vez frente a un combinado chileno remecido por escándalos de indisciplina y líos internos. Pese a formar con su cuarteto estelar desde el arranque, el resultado no favoreció a los intereses nacionales y el 4-2 final despertó los primeros cuestionamientos respecto a si era conveniente apostar siempre a los “4 fantásticos” o si en algunos choques, como los de visita, era mejor presentar un equipo similar al de la Copa América.

Para el siguiente partido de la eliminatoria, jugado el 15 de noviembre de 2011 en Quito, el técnico volvería a insistir en un once que se apoyaba en el aporte individual de Pizarro, Farfán, Guerrero y Vargas. Luego de un primer tiempo con dominio peruano, los ecuatorianos sacarían a relucir su mejor despliegue físico y futbolístico en el periodo complementario para sellar con un contundente 2-0 la segunda derrota consecutiva de la rojiblanca. Con muchas dudas y cuestionamientos sobre su real potencial, la selección cerraba en tierras ecuatorianas un año en el que había logrado picos altos en la Copa América y en el estreno eliminatorio frente a los paraguayos, rendimientos que, por cierto, no volverían a repetirse en el resto del proceso.

Una sucesión de amistosos sembrarían, posteriormente, más interrogantes sobre la selección. Empatar con Túnez 1-1 en El Menzah (29/II/2012) y perder de manera consecutiva frente a Chile por 1-3 en Arica (21/III/2012) y 0-3 en Tacna (11/IV/2012) obligó a un mea culpa de Markarián: “Esto nos ha dejado una gran tristeza, si hay alguien a quien criticar y golpear es a quien está con ustedes [...] Sabemos que este no es el poderío de la selección peruana, somos más” (cf. *El Comercio*, 2012c). Estas declaraciones coincidieron con un incidente en el aeropuerto “Jorge Chávez” donde el técnico llamó “miserable” a un aficionado que le increpó por su sueldo y por los malos resultados (cf. YouTube, 2012b).

Luego vendría una victoria con poco brillo por 1-0 sobre Nigeria (23/V/2012). Sin embargo, la selección volvería a estar en el ojo de la tormenta, pues ni bien terminó el choque con los africanos en Lima, Claudio Pizarro tomó un avión con destino a Madrid para firmar su contrato con el Bayern Munich. El capitán de la selección viajó con el visto del técnico y se reintegró dos días después a la selección que ya trabajaba para enfrentar a Colombia y Uruguay por las eliminatorias, pero volvió lesionado de Europa y fue desconvocado. El departamento médico de la FPF no dio una explicación clara sobre el malestar que sufría el “Bombardero”, pero se especulaba con una lesión por agotamiento muscular, debido al viaje relámpago a Europa. Frente a los hechos, la prensa criticó la condescendencia de Markarián hacia Pizarro quien antepuso su contrato con Bayern por encima de los intereses de la selección.

Lamentablemente, Pizarro no sería la única baja. Tampoco estarían aptos físicamente Rinaldo Cruzado, Juan Manuel Vargas, Alberto Rodríguez, Raúl Fernández y Jefferson Farfán y con un equipo prácticamente alterno, Perú sería derrotado 0-1 por Colombia el 3 de junio de 2012 en Lima. Siete días después venía un duelo decisivo con Uruguay en el Centenario y todo hacía indicar que Farfán podría recuperarse, algo que no ocurrió pues la “Foquita” abandonaría la concentración, no por lesión, sino por un supuesto cuadro de intoxicación por consumo de alimentos en mal estado. La noticia despertó las suspicacias de los medios periodísticos los cuales elaboraban otro tipo de conjeturas para explicar las verdaderas razones que ocasionaron la intoxicación de Farfán. Con una plantilla diezmada, la selección cayó derrotada 4-2 por los charrúas en Montevideo, lo que constituía la cuarta derrota consecutiva en el proceso de clasificación. El panorama lucía desolador pues de 15 puntos en disputa solo se habían logrado tres y Perú ratificaba su condición de colero en la tabla de posiciones. A esas alturas, la prensa especializada ya hablaba

de las “remotas posibilidades” de llegar a Brasil 2014 y cuestionaba la ausencia de autoridad del entrenador. Cabe precisar que luego del partido con Colombia, Juan Vargas, quien debía guardar reposo, fue captado libando licor en la calle. Por su parte, Carlos Zambrano, aquejado de una lesión que le impidió viajar a Montevideo, fue sorprendido jugando fulbito en la calle en la víspera al duelo con los charrúas. *El Comercio* (2012b: web), uno de los diarios que hasta entonces había mantenido una posición neutral sobre el proceso Markarian⁸⁵, explicaba así su preocupación por el panorama de la rojiblanca:

“¿Quién manda en la selección? La pregunta es válida porque ahora aparecen videos que comprueban el nulo compromiso de varios jugadores -supuestamente los más experimentados- con la sección peruana, caso de Juan Manuel Vargas y Carlos Zambrano, a quienes pudimos apreciar en sendos videos esta semana”.

“No se puede tapar tanta indisciplina manteniendo la boca cerrada. Fuera de las canchas, los jugadores no respetan a Sergio Markarián. Y dentro del campo, tampoco”.

“El caso Farfán es otro de los grandes misterios que desde la Videna nadie ha querido esclarecer. Lo oficial es que el jugador se perdió el partido ante Uruguay por ‘intoxicación’. Preguntas sin respuesta: ¿qué comió, en dónde, a qué hora? ¿Ingirió o no un alimento en mal estado? ¿Bebió algo la tarde/la noche/la madrugada? ¿Se intoxicó o solo tuvo una reacción alérgica? ¿En qué estado llegó a la clínica San Pablo (fuentes al interior de la clínica no hablan de intoxicación por alimentos). Vale recordar que Markarián ya lo perdonó una vez tras la escapada en Panamá. Y vale también hacer memoria y recordar que Jefferson Farfán se perdió la Copa América 2011 por otra repentina lesión (¿En realidad se lesionó jugando ante la Sub 20 o el golpe fue producto del impacto que habría tenido con su vehículo?)”.

“En plena preparación para el partido ante Colombia, y tras jugar ante Nigeria, Pizarro cogió sus cosas y viajó a Europa con permiso de Sergio Markarián (diez días antes del duelo ante Colombia). ¿Por qué el técnico lo dejó ir? Nadie sabe, ya que este nunca lo explicó, tan solo dijo que ‘era mejor que viaje para que esté más tranquilo’. Si Pizarro, con 33 años, está intranquilo por firmar un contrato con el Bayern Munich, entonces qué le podemos pedir a los más jóvenes? Markarián debe entender que permisos como ese no ayudan al grupo, por el contrario, debilitan (más) su autoridad dentro del mismo”.

⁸⁵ Un redactor de *El Comercio* reveló que solía mantener diálogos telefónicos muy fluidos con Sergio Markarian y ello le aseguraba notas exclusivas. Después de que en junio del 2012 este diario asumiera una posición crítica sobre la selección, el “Mago” cambió su celular y envió un recado al periodista: “Si quieres mi nuevo número, dile a tu diario que no me vuelva a criticar”.

“Acá hay dos problemas. El primero es que queda claro que los Fantásticos’ le doblan la mano con facilidad cuando les da la gana. Lo segundo, y a la sazón lo más grave, es que siendo técnico y estando perdiendo en Lima tal vez la clasificación al Mundial, Markarián hizo ingresar a un jugador que él sabía que no debía jugar porque no estaba bien física ni futbolísticamente. Encima arriesgó al jugador a sufrir una lesión de mayor gravedad”.

“La sensación que deja entre los aficionados es que el grupo se le está yendo de las manos y que los jugadores mandan. Dato que se refuerza con la encuesta de Datum del día de hoy, donde un 35% de los peruanos piden un cambio en la dirección técnica, mientras que su aprobación desciende a 53%”.

En cuanto a la relación de Sergio Markarián con los periodistas, el diario decano de la prensa nacional apuntaba lo siguiente (*ibídem*):

“Markarián dijo hace poco: ‘Hay un poder de la prensa que saca técnicos, veré hasta cuando aguanto’. ¿Marcó el terreno para irse? ¿O quiere hacer creer a la gente que si se va, la culpa será única y exclusivamente de la prensa peruana? Uno, dos, tres, máximo cuatro son los periodistas (ni siquiera medios) que fustigan y critican su labor al frente de la selección. Los demás lo apoyan ciegamente”.

“Casi todos los espacios televisivos están abiertamente a favor del técnico porque, aseguran, este proceso es ‘distinto’ (¿?); y muchos anulan cualquier intento de crítica a la labor del uruguayo. Lo peor es que critican al que critica sin mayor argumento que defender a Markarián ante cualquier ‘ataque”.

“En dos años de trabajo, salvo Cruzado y Ramírez, el técnico no ha sacado más jugadores ni ha logrado potenciar a ningún futbolista del medio local. Ha realizado múltiples entrenamientos (llamados microciclos) pero sin resultados a la vista. Si mañana el actual técnico de la selección peruana decidiera marcharse, ¿qué nos deja? El tercer lugar de la Copa América que se lo agradece todo el Perú, y el último lugar de las Eliminatorias, ubicación que nos recordó siempre”.

“Acá no queremos que Sergio Markarián abandone el barco, por el contrario, creemos que su presencia es fundamental para ayudar a levantar el fútbol peruano. Pero así, cómodamente resguardado por los periodistas afines a su persona, lo que tenemos es un técnico demasiado blindado y una prensa que le vende a la gente la imagen de que sí podemos”.

“¿Sí podemos? Claro que sí, pero cambiando. Y el primero que debe cambiar es Markarián: a quejarse menos y trabajar más. Y debe alejar a los periodistas que se contentan con tener el celular de Markarián, con tomar un café con Markarián y con escuchar los discursos tácticos de Markarián. Basta de escuchar a periodistas que dicen lo que Markarián quiere que se diga”.

Previo a la siguiente fecha doble de las eliminatorias, el “equipo de todos” le ganó a Costa Rica 1-0 (14/VIII/2012) en un amistoso jugado en San José. Markarián recuperaba la sonrisa y se aferraba a la ilusión de sumar al menos cuatro puntos en los dos partidos que le tocaba a Perú en Lima: El 7 de septiembre de 2012, la selección venció 2-1 a Venezuela con doblete de Farfán y cuatro días más tarde empató 1-1 con Argentina, en un choque donde Pizarro falló un penal. Con siete puntos, el equipo mostraba una leve recuperación en el proceso mundialista. Las esperanzas de ubicarse en la zona de clasificación de la tabla apuntaban a los partidos que en menos de un mes tocaba jugar de visita ante los coleros Bolivia y Paraguay.

Para enfrentar a los altiplánicos y a los guaraníes, Markarián decidió trabajar con dos selecciones en paralelo. Una, conformada en su gran mayoría por jugadores del torneo local entrenaría en Cusco y viajaría a jugar a La Paz, mientras que la otra, integrada por los más experimentados del extranjero, entrenaría en Lima y volaría directamente hacia Asunción. El plan, que tenía como propósito ganar seis puntos, tomó en cuenta todos los detalles logísticos pero se vino abajo por la poca predisposición que, una vez más, mostraron los referentes.

El 12 de octubre de 2012, la selección alterna, jugando con un planteamiento muy similar al de la Copa América, arrancó un empate 1-1 a los bolivianos en la altura paceña. No se había logrado el objetivo de los tres puntos, pero la gran actuación del equipo ilusionaba con un triunfo en el siguiente encuentro, teniendo en cuenta que los paraguayos estaban agotados y desmoralizados tras caer ante Colombia en el calor de Barranquilla y la rojiblanca llegaba descansada a Asunción con los “4 fantásticos”. Sin embargo, la lógica no se dio y la noche del 16 de octubre en el estadio “Defensores del Chaco” Perú ofreció una pobrísima presentación que se tradujo en una dolorosa derrota por 1-0. Después del partido, y en medio de versiones sobre una discusión en el camarín entre Pizarro y Vargas, este último responsable directo del gol paraguayo, Markarián se quejó de la falta de actitud de algunos jugadores y dejó entrever la posibilidad de no convocar más a algunos referentes. “Faltó actitud en algunos y no voy a dar nombres. Nos ganaron

metiendo y eso es preocupante. Más motivación que la de hoy, en la que teníamos la oportunidad de ubicarnos en un lugar expectante, no puede haber. Jugamos mal. La actitud fue la que marcó la diferencia. Pudimos sumar tres puntos ante un rival que no es de otros años, pero no estuvimos a la altura [...] Hay que tener en cuenta los rendimientos y dar lugar a otros para que el equipo mejore. Hay rendimientos que no están acorde a lo que uno espera” (cf. *Perú.21*, 2012a: web).

En Lima, las críticas de la prensa arreciaron. Muchas voces pedían no volver a llamar más a Pizarro, Guerrero, Farfán y Vargas por su poca disposición para con la selección. Además, se cuestionó el desatino de Markarián de no haber ordenado una concentración rígida para el equipo que se quedó en Lima esperando viajar a Paraguay. Algunos rotativos publicaron que los referentes aprovecharon el viaje del técnico a La Paz para armar fiestas con mujeres y licor hasta altas horas de la madrugada. Para la gran mayoría, solo los efectos de una “juerga” de grandes proporciones podían explicar el lamentable estado que lucieron los “4 fantásticos” en Asunción. Días después de ese encuentro, Vargas se presentaba en evidente estado etílico al aeropuerto “Jorge Chávez” para tomar un vuelo rumbo a Italia y ante la insistencia de los periodistas resumió así lo ocurrido ante los paraguayos: “Jugamos mal y cuál es el problema” (cf. YouTube, 2012a). A mediados de noviembre, un Perú con varios suplentes cerraría un pésimo 2012 igualando 0-0 con Honduras en un amistoso jugado en Houston.

La advertencia de no convocar a los referentes no se cumplió del todo. Para el primer amistoso de febrero del 2013 frente a Trinidad y Tobago, Markarián dejó de lado a Vargas, pero sí convocó a Pizarro, Guerrero y Farfán. Con ellos, la selección ganó 2-0 a los trinitenses en su casa. Al volver a Lima, el técnico destacaba el resultado y la reunión “cara a cara” que había sostenido con los “pesos pesados” del grupo a quienes había preguntado si estaban dispuestos a jugarse el “todo por el todo” en el último año de eliminatoria. Fortalecido por la respuesta positiva de quienes le habían fallado en Asunción, el uruguayo empezó a preparar la estrategia contra Chile.

Para el duelo ante los sureños, la rojiblanca no podía contar con Guerrero quien debía cumplir una fecha de suspensión. Vargas fue convocado pese a su error en Paraguay, pero una lesión lo descartó. Obligado a respetar la casa, Perú doblegó a Chile 1-0 el 23 de marzo en un intenso duelo que se definió recién en los cuatro minutos finales gracias al olfato goleador de Jefferson Farfán. Nuevamente, la selección daba signos de vida en la eliminatoria y con 11 puntos

se proyectaba para dos choques decisivos, esta vez ante Ecuador y Colombia. Con la intención de preparar al equipo, se organizaron previamente tres amistosos: 3-0 sobre Trinidad y Tobago (26/III/2013), 0-0 ante México (17/IV/2013) y 2-1 contra Panamá (1/VI/2013).

Los “4 fantásticos” regresarían la noche del 7 de junio frente a los ecuatorianos en el Estadio Nacional y el triunfo sería peruano con tanto de Pizarro, lo que permitió totalizar 14 puntos. Otra vez, la selección se encontraba ante la gran opción de remontar en la tabla y acercarse a los puestos de clasificación. Todo dependía de sumar, cuatro días más tarde, ante los colombianos. Lamentablemente, los dirigidos por José Pekerman se mostraron superiores y los nuestros cayeron 2-0 bajo el extremo calor y la humedad de Barranquilla.

A falta de solo cuatro partidos para el cierre de la eliminatoria, Perú lucía con muy pocas posibilidades, incluso hasta de pelear el repechaje. Las innumerables oportunidades perdidas empezaban a pasarle factura a un equipo que por diversas razones, no pudo encontrar el rumbo. En esa coyuntura aparecía otro amistoso, ante la ya clasificada Corea del Sur que terminó con empate 0-0 (14/VIII/2013). Este partido recibiría cuestionamientos pues para los analistas no tenía sentido haber viajado a Seúl cuando se debía enfrentar a Uruguay en Lima.

Una de las últimas opciones de seguir con vida en la eliminatoria se jugó el 6 de septiembre de 2013 en el Nacional. Aquella noche no apareció el equipo ni las individualidades. Los charrúas fueron mucho más y el 2-1 ponía a la selección fuera de la pelea por el medio cupo mundialista. Este encuentro estuvo marcado, además, por el intento de agresión de un hincha al árbitro, algo que nos costó jugar sin público el siguiente partido en Lima. Después de la caída ante Uruguay, todo quedaba supeditado a un triunfo, cuatro días más tarde, sobre Venezuela de visita y a una derrota de los charrúas ante Chile. Sin embargo, los cálculos no funcionaron: los “llaneros” ganaron 3-2 y terminaron por sentenciar las aspiraciones peruanas de volver a un Mundial después de más de tres décadas. La posterior derrota 1-3 ante Argentina en Buenos Aires (11/X/2013) y el pobre empate 1-1 ante Bolivia a estadio vacío en Lima (16/X/2013) graficaron el desolador paso de la selección por el proceso de clasificación a Brasil 2014 (figura 5).

Equipos	PJ	PG	PE	PP	GF	GC	DG	PTS
1. Argentina	16	9	5	2	35	15	+20	32
2. Colombia	16	9	3	4	27	13	+14	30
3. Chile	16	9	1	6	29	25	+4	28
4. Ecuador	16	7	4	5	20	16	+4	25
5. Uruguay	16	7	4	5	25	25	0	25
6. Venezuela	16	5	5	6	14	20	-6	20
7. Perú	16	4	3	9	17	26	-9	15
8. Bolivia	16	2	6	8	17	30	-13	12
9. Paraguay	16	3	3	10	17	31	-14	12

Figura 5: Tabla de posiciones al término de la eliminatoria sudamericana al Mundial 2014 (*Líbero*, 2013: 15).

Días después de consumarse la eliminación, una nueva encuesta de Ipsos Apoyo (*cf. Perú.21*, 2013) revelaba que el 63% de los encuestados desaprobaba el trabajo de Markarián y el 70% se manifestaba a favor de su renuncia. Números que diferían totalmente con el abrumador respaldo popular del que gozó el técnico uruguayo cuando en julio del 2010 anunciaba con optimismo que volvía al Perú para hacer el trabajo de su vida.

El 30 de diciembre de 2014, la Federación Peruana de Fútbol hizo público el denominado “Torneo clasificatorio Brasil 2014. Informe final” redactado por Sergio Markarián, en el cual el entrenador responsabilizaba a los árbitros, al fixture, a las constantes lesiones de los jugadores y a cierto sector de la prensa deportiva por la eliminación de la selección. En el ítem titulado “Balance Deportivo” (Markarián, 2014: 22 y 23) el entrenador refirió que “mantuvimos opciones reales y firmes de clasificación hasta la fecha 15 del Torneo, esto es, hasta el partido con Uruguay. La forma en que se dio el partido, condicionó la disposición para enfrentar el siguiente partido, en el que nuevamente se registraron factores no-deportivos que incidieron en el resultado final. De todos modos, es preciso señalar que, aunque tuvimos algún partido de trámite ‘discreto’ como el de Paraguay en Asunción, la Selección Peruana no fue vapuleada en ningún partido, ello pese a que las bajas por lesiones, afectaron seriamente el potencial de un plantel con una cantidad de jugadores consolidados considerablemente menor a la de los rivales. Esta afirmación es tan cierta que hubo encuentros en los que el trámite mismo indicaba que el resultado debió ser diferente. Dos son los

que más claramente destacan: El partido contra Colombia en Lima y el partido contra Bolivia en La Paz”.

Al referirse a su relación con el periodismo deportivo, Markarián apuntó lo siguiente en el ítem titulado “Los resultados en el ámbito de las relaciones con la prensa”:

“Este es probablemente, uno de los ámbitos en los que las dificultades eran conocidas. Sin embargo, tras trece años de ausencia en el país y con los evidentes progresos que muestra el Perú de estos días, frente al de aquel entonces, tenía la esperanza que el nivel promedio de la prensa peruana hubiera evolucionado, cosa que no ocurrió en términos generales, como lamentablemente terminé por constatar. Obviamente, dicho esto con el respeto que nos merecen todos los periodistas en su dimensión humana, pero desgraciadamente no todos en su dimensión profesional. Si bien hay algunos periodistas que hacen el esfuerzo por analizar de manera seria la problemática del fútbol peruano, las dificultades de la selección o el contexto en el que se plantea un partido u otro, y que con base en ello coincide con nuestro trabajo o realiza una crítica con conocimiento y altura; lo que prima hoy es el insulto fácil y despiadado y peor que ello, el invento, la mentira, la falta de ecuanimidad que los lleva a oscilar de la alabanza al agravio con la mayor inmediatez y, más grave aún, la inexistencia del más mínimo respeto a la dignidad humana de la persona objeto de sus ataques o a su familia. No hay conciencia, de la importancia del rol de la prensa en la consecución de un objetivo como la clasificación a un Mundial [...] Si bien es necesario precisar que NO PERDIMOS O DEJAMOS DE CLASIFICAR POR CULPA DE LA PRENSA, ésta no ayudó (*ibídem*: 51, 52 y 53).

En opinión de Dancourt (2013), “Markarián terminó manejándose en muchos casos más como un marketero profesional que como un entrenador de fútbol. Montó psicossociales que algunos medios, no todos, aceptaron complacientes. En esos momentos también muchas informaciones estuvieron más cercanas a la verdad que querían dictar desde la Videna, bunker de la Federación Peruana de Fútbol, que de lo que realmente ocurría con la selección y nuestras posibilidades de éxito deportivo”.

4.2. Referencia histórica de los tabloides a analizar

Desde la irrupción en 1973 del ya desaparecido *Afición*, un total de 16 diarios deportivos han visto la luz en los kioscos de Lima⁸⁶ pero muchos de ellos salieron del mercado por razones que han sido explicadas en el capítulo referido a las publicaciones en Lima. Otros no corrieron la misma suerte y lograron una consolidación tal que les permite registrar altísimos niveles de tiraje y lectoría. Es el caso de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* que son en la actualidad los mayores referentes del periodismo especializado de Lima. Según información proporcionada por el departamento de distribución de dichos diarios, *Líbero* y *Depor* lanzan cada uno al mercado un promedio de 100 mil ejemplares por día, mientras que *El Bocón* coloca en los kioscos de todo el país más de 60 mil. En virtud de esos números, estos rotativos (figura 6), se han posicionado dentro del grupo de los diez diarios con mejor promedio de venta a nivel nacional, superando incluso a diarios genéricos de mucha tradición en la prensa peruana.

DIARIOS	VENTA NETA NACIONAL (Miles de ejemplares)
<i>Trome</i>	706 384
<i>Ojo</i>	284 093
<i>El Popular</i>	190 149
<i>Correo</i>	158 293
<i>Líbero</i>	111 994
<i>Depor</i>	111 992
<i>El Comercio</i>	94 165
<i>Perú.21</i>	99 001
<i>El Bocón</i>	64 431
<i>Ajá</i> ⁸⁷	22 807
<i>La República</i>	43 701
<i>Gestión</i>	26 507

Figura 6: Venta neta de diarios en 2013-II (Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú, 2014: web).

⁸⁶ Según el orden de aparición en el mercado de diarios deportivos: *Afición* (1973), *Ídolo* (1989), *Súper Ídolo* (1990), *Todo Sport* (1993), *El Gigante* (1993), *El Bocón* (1994), *El Bacán* (1994), *El Balón* (1994), *Ovación* (1994), *Líbero* (1995), *Soy Crema* (1996), *El Potrillo* (1996), *La Fiera* (1997), *Córner* (1997), *Diario Gol* (1998) y *Depor* (2009).

⁸⁷ Tras 19 años de presencia en el mercado de diarios populares, *Ajá* dejó de circular el 30 de diciembre de 2013.

Si nos remitimos los niveles de venta nacional del diarismo deportivo (figura 7), podemos concluir que tanto *Líbero* y *Depor* concentran, con 38 por ciento, el mayor porcentaje en este rubro, superando a *El Bocón* con 24 por ciento.

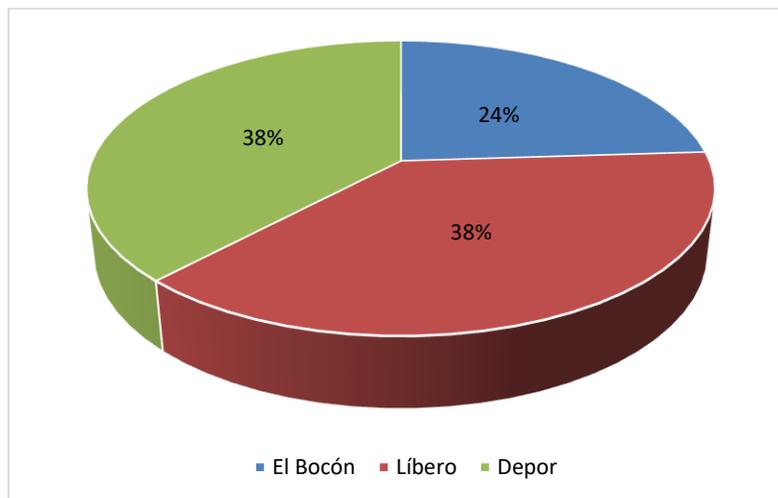


Figura 7: Venta neta de diarios deportivos en 2013-II (Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú, 2014: web).

En cuanto a la venta en Lima, *Depor* lidera este rubro con 68 116 ejemplares, seguido de *El Bocón* con 41 854 y *Líbero* con 26 870 (Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú, 2014: web). Según refiere Aguirre (2014), los puntos de Lima en los que se concentra la mayor cantidad de venta de los tres diarios deportivos son El Porvenir (5 146), Lima Cercado (4 751), Comas (4 084), Santa Anita (3 605), Ermitaño (3 332), Los Olivos (2 968), Salamanca (2 886), Barranco (2 741), Magdalena (2 137), Surquillo (1 903), La Molina (1 832) y San Miguel (1540). “Son en las zonas más populares de la capital donde se registran los picos más alto de venta”, reseña Aguirre (*ibídem*). A estos números podemos agregar un estudio de *Kantar Media Research Perú* publicado por la Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú (*cf.* 2014: web), efectuado en Lima Metropolitana entre abril del 2013 y marzo del 2014, donde se detalla que *Depor* es el diario de mayor lectoría en Lima con 366 571 lectores diarios, seguido de *El Bocón* con 137 112 lectores y *Líbero* con 110 840 lectores por día. Estos números nos dan una aproximación de los niveles que han alcanzado *El Bocón*, *Líbero* y *Depor*, diarios sobre los cuales haremos una referencia histórica en los tres siguientes apartados.

4.2.1 *El Bocón*

Los antecedentes de este diario se remontan a una exitosa columna de datos titulada “El Bocón”, escrita bajo el seudónimo de “Jesús Ángel”, y publicada a toda página en la contraportada del suplemento deportivo “Crack” de *Ojo* en 1992. En dicha columna se incluían una serie de trascendidos de los futbolistas a quienes se les mencionaba con curiosos apodos y en situaciones comprometedoras. “En ‘El Bocón’ nos atrevimos a escribir, con un estilo ameno y muy particular, lo que nadie había querido contar sobre los pormenores de los entrenamientos y la vida de los jugadores después de las prácticas. Además, cuestionábamos lo que andaba mal en el fútbol. El lector, acostumbrado a una redacción muy lineal y repetitiva, encontró en esta sección algo diferente y la hizo su preferida”, cuenta Jorge Esteves (2013), por ese entonces jefe del suplemento “Crack”.

La columna de “El Bocón” alcanzó su pico de popularidad en 1993, cuando la selección peruana quedó última en las eliminatorias al Mundial de Estados Unidos 1994 tras ganar solo uno de seis partidos en su grupo. Todos los entretelones de la campaña del equipo dirigido por el entrenador serbio Vladimir Popovic fueron revelados en ese espacio, lo que motivó que las ventas de *Ojo* se dispararan. El éxito era tal que Empresa Editora Nacional, Epensa, dueña también de *Correo* y el desaparecido *Ajá*, ordenó la realización de una serie de estudios de mercado para saber que alcance había logrado dicha página de datos. Los análisis concluyeron que “El Bocón” tenía mucha más lectoría que el mismo *Ojo*, es decir, este diario albergaba en su interior una marca que lo superaba largamente frente al consumidor.

En enero de 1994 los directivos de Epensa tomaron la decisión de convertir a *El Bocón* en diario deportivo, pero los detalles del proyecto se filtraron y el 1 de marzo de ese mismo año Editora Onda, grupo periodístico competidor, puso en circulación el diario deportivo *El Bacán*, con la intención de ganar por puesta de mano a los lectores que pensaba conquistar Epensa con su nuevo rotativo. A pesar de que debía enfrentar a una marca con similar denominación, días después, precisamente el 9 de marzo, y bajo la dirección de Jorge Esteves, *El Bocón* vio la luz con 16 páginas en blanco y negro y una portada en la que se consignaba el empate de visita de Universitario de Deportes ante Barcelona de Guayaquil por la Copa Libertadores. Casi de inmediato captó las preferencias del público que, además de disfrutar de la columna de “Jesús Ángel”, encontraba

información detallada del fútbol y otros deportes. A fin de allanar el camino de su nuevo producto estrella, Epsa decidió interponer una demanda ante Indecopi contra Editora Onda aduciendo que el nombre de *El Bacán* se asociaba con *El Bocón* y confundía a los lectores. El reclamo fue admitido y meses después *El Bacán* cambió a *El Balón* que cerró en diciembre de 1994.

A inicios de 1995, y en menos de un año de presencia en kioscos, *El Bocón* estaba encumbrado como el diario deportivo de mayor venta a nivel nacional con 80 mil ejemplares diarios concentrados casi en su totalidad en Lima. No solo había desplazado a *Todo Sport* y *Ovación*, sus competidores por ese entonces, sino que también superaba en los estudios de lectoría a varios diarios generalistas. Esteves explica los motivos de tamaño crecimiento: “*El Bocón* impactó gracias a sus buenas crónicas, cargadas de mucha pasión a la hora de contar un partido de fútbol. Por su rebeldía ante la adversidad, su espíritu de joda, su creatividad y su presencia en todos los lugares donde el fútbol era protagonista. Aportó frescura e irreverencia, con un espíritu crítico que señalaba con nombre propio a los futbolistas indisciplinados. Por eso sintonizó rápidamente con la gente. Porque se puso del lado del hinchado en las buenas y en las malas” (*ibídem*).

El impacto de *El Bocón* se logró en una época de escasos éxitos deportivos y pocas plumas referentes del periodismo especializado en este campo, sostiene Esteves: “Los malos resultados de nuestro fútbol generaron la debacle de toda una generación de periodistas. Luego del fallecimiento de ‘Pocho’ Rospigliosi, nadie de su generación tomó la posta, salvo ‘El Veco’ que era uruguayo. Por el contrario, aparecieron muchos jóvenes que se saltaron hasta tres generaciones para ser los nuevos referentes del periodismo deportivo. En ese grupo estaban Micky Rospigliosi, Eddie Fleischman, Gonzalo Núñez, Daniel Peredo, el ‘Negro’ Carlos Alberto Navarro y la gente de *El Bocón*. Si antes todo era promoción del fútbol, porque eran buenos tiempos deportivos, *El Bocón* apuntaba al espíritu crítico para sacudir a los responsables y exigir que sean más eficientes” (*ibídem*).

Las necesidades del mercado obligaron a *El Bocón* a efectuar una serie de cambios, como el bajar de precio y agregar color a fines de 1995, para hacer frente a *Líbero*, y sumar 24 páginas a mediados del 2010 con la intención de pelear de igual a igual con *Depor*. En la actualidad, y bajo la conducción de Edmir Espinoza, *El Bocón* intenta mantener ese estilo que hace 20 años revolucionó el tratamiento informativo en el periodismo deportivo.

4.2.2. *Líbero*

La coyuntura en la que se gestó *Líbero*, a mediados de 1994, no parecía ser la ideal. A simple vista, el mercado de diarios deportivos parecía saturado y poco atractivo, con la presencia dominante de *El Bocón* el cual lucía como un gigante enraizado en las preferencias del público. Por su lado, *Todo Sport* y *Ovación* no lograban dar la talla: cada vez perdían presencia en kioskos y sufrían problemas económicos. Sin embargo, estudios efectuados por Compañía Impresora Peruana, hoy Grupo La República Publicaciones S. A. y propietaria además de *La República* y *El Popular*, indicaban que los tres diarios especializados en circulación no satisfacían del todo las exigencias del lector que buscaba mayor calidad noticiosa y visual a un menor costo. Además, se había identificado a una potencial masa de consumidores en el interior del país que no leía prensa especializada porque no estaban siendo atendidas sus necesidades de información deportiva internacional, nacional y, sobre todo regional.

Con el resultado de los estudios en sus manos, el ya desaparecido Gustavo Mohme Llona, presidente de Compañía Impresora Peruana, dispuso la salida de un diario deportivo innovador al que bautizó “Ra” y que debía destacar por su contenido e imagen. Tras varias ediciones de prueba y numerosos *focus group*, el proyecto tuvo diversas modificaciones, siendo el cambio de nombre lo más significativo. Es así que el 5 de junio de 1995, salió al mercado *Líbero* una apuesta con diseño moderno, similar a *Marca* de España, con 16 páginas a full color, algo que mostró una sustancial diferencia con sus competidores que ofrecían productos en blanco y negro. Otra cualidad fue el precio: 0.50 céntimos frente a los 0.70 que costaba *El Bocón*, que sería durante una década su principal competidor. Además, *Líbero* fue distribuido a nivel nacional, un alcance que difícilmente podían lograr los otros tres rotativos especializados que solo se limitaban a una circulación capitalina.

Por encima de elementos relacionados a la calidad visual, costo y cobertura de distribución, estaba el factor noticioso que, de acuerdo con el criterio de Gerardo Sosaya (2013), su primer director, fue lo que marcó el verdadero diferencial con sus competidores: “Desde sus inicios, *Líbero* se caracterizó por buscar la primicia para contarla con un estilo directo y también crítico, sin dejar de lado, por cierto, el ingrediente de pasión, amenidad e ingenio que todo diario deportivo debe tener. Además, se aprovechó al máximo la posibilidad de imprimir ediciones regionales para

ofrecer portadas y contenidos diferenciados en el norte, sur y la selva del país”. Jorge Guerrero Mover (2013), actual editor general, considera que la información sobre los demás deportes fue la preocupación más resaltante de *Líbero*. “Le dio importancia a disciplinas olvidadas por diarios que básicamente apuntaban a la práctica del fútbol”.

En 1996, *Líbero* empezó a ofrecer una serie de promociones para sus lectores, entre las que destacaban el regalo de pósters en couché a full color, coleccionables, álbumes y tarjetas. Todo este material estaba relacionado al fútbol internacional, estrategia que buscaba capturar la atención del pequeño y joven lector con el fin de fidelizarlo y hacer de *Líbero* su *lovemark*. Es así que en menos de dos años de presencia en el mercado, este diario configuró un lector que no existía, sobre todo en el interior del país, desplazó a *El Bocón* y pasó a convertirse en el diario deportivo de mayor venta a nivel nacional con un promedio por día de 100 mil ejemplares y picos de hasta 250 mil cuando regalaba algún material promocional. La mayor parte de ese mercado estaba concentrado en Piura, Chiclayo, Trujillo, Arequipa, Cusco e Iquitos, ciudades en las que este diario mantiene una importante hegemonía. Este liderazgo se apoyó también, como lo refiere Guerrero Mover, en el carácter fiscalizador de *Líbero*. “Es incómodo para algunas esferas del deporte peruano que han hecho de la informalidad una herramienta perfecta para sus propios beneficios. En *Líbero* entendemos que el periodismo no solo tiene que ser informativo sino que debe tener compromiso” (*ibídem*).

Hacia mediados de 2011, y bajo la dirección de Carlos Salinas Guerrero, *Líbero* creció de 16 a 24 páginas en Lima, lo que permitió un mayor despliegue informativo del fútbol y otras disciplinas. Este incremento respondía, por cierto, a la necesidad de equipararse en número de páginas con *El Bocón* y *Depor*. Además, acercó su estilo de redacción al lenguaje de los jóvenes a quienes empezó a tratar de tú y no de usted. “*Líbero* se fue modernizando, tanto en su prosa como en su aspecto visual, a medida que los tiempos cambiaban y las exigencias obligaban. Estas variantes se han dado sin perder la esencia que inspiró su creación”, sostiene Guerrero Mover (*ibídem*).

4.2.3. *Depor*

Publicado por primera vez el 19 de abril del 2009, *Depor* fue el último diario deportivo en salir al mercado peruano con una apuesta innovadora de 24 páginas, superando en ese sentido a *El Bocón* y *Líbero* que solo ofrecían 16. Perteneció al Grupo El Comercio, conglomerado periodístico que también edita los diarios *El Comercio*, *Trome*, *Perú.21* y *Gestión*.

En sus inicios, *Depor* trató de marcar distancias con *Líbero* y *El Bocón*, no solo en el número de páginas sino en el trato periodístico, apostando por un estilo “revistero” en el que los escándalos y los rumores no eran la prioridad para hacer noticia. Lo importante eran las entrevistas, las producciones fotográficas a los deportistas y la cobertura, sobre todo, de otras disciplinas. Sin embargo, este concepto no funcionó y este diario tuvo que cambiar su estrategia a fin de lograr aceptación en los kioscos. Como primera medida, lanzó una agresiva y constante campaña de valores agregados para los niños y jóvenes, la cual consistía en regalar posters en couché y a full color que duplicaban o triplicaban en tamaño a los ofrecidos por los diarios competidores. Paralelamente, reformuló sus contenidos, reduciendo de cuatro a una las páginas relacionadas a otros deportes, ampliando el despliegue del fútbol nacional e internacional y apostando a los rumores como fuente principal para elaborar las informaciones. Además, cambió su estilo de titulación y redacción el cual recogió la replana y el habla popular utilizada por los jóvenes de Lima.

Las modificaciones antes referidas lograron que *Depor* pudiera captar el interés de los consumidores. Ello le ha valido convertirse en el líder del mercado en Lima, apunta su director Daniel Titinger: “Hemos construido un lector, los números lo dicen. No es que la competencia haya bajado, sino que hemos incentivado el consumo de prensa deportiva, porque somos una alternativa que no se encontraba en el abanico de prensa escrita” (*ápu*d. Empresa Editora El Comercio, 2012: 129).

Al describir a los lectores del diario que tiene a su cargo, Titinger puntualiza que son “jóvenes de 15 años a los que les gusta el fútbol; que no pertenecen a la barra de ningún club; que nacieron en la era del cable; que son hinchas de un equipo distinto en cada país; que miran fútbol internacional; que se preocupan con honestidad por equipos como la Juventus, el Barcelona, el

Chelsea, el Bayern o el Arsenal; que siguen la Bundesliga; que leen prensa popular –que no es sinónimo de ‘prensa chicha’; que se preparan para ir a la universidad; que usan smartphones; que les gusta que les hablen correctamente y leer textos que respetan la ortografía y la gramática. Para ello, *Depor* es lo más parecido a la tribuna de occidente” (*ibídem*).

Titinger agrega a este grupo de lectores hay que escribirles “sobre el juego, sobre el deporte; pero el deporte como espectáculo, donde no importan los directivos ni la política deportiva, sino los ídolos, los goles, las marcas, los récords [...] Esta es una generación distinta, que tiene ambición de ganar todo, a la que le incomodan los fracasos, las historias de perdedores. Si quieres llegar a ellos debes hablar en su idioma” (*ibídem*).

4.3. Markarián ante los medios

En la primera semana de julio de 2010, y mientras las miradas de los aficionados estaban centradas en el Mundial de Sudáfrica y en el Descentralizado, la Federación Peruana de Fútbol hizo oficial un rumor que se había instalado en la prensa deportiva: la elección de Sergio Markarián como entrenador de la selección nacional de fútbol para comandar un proceso de cuatro años que tenía como objetivos la participación en la Copa América 2011 en Argentina y la clasificación al Mundial de Brasil 2014.

Desde su confirmación como seleccionador hasta su presentación en la tercera semana de ese mismo mes, los diarios especializados materia de este trabajo realizaron una importante cobertura en sus diferentes secciones, explotando además el posible regreso de los sancionados por el caso “Golf Los Incas”. Analizaremos lo publicado en los días 3, 4 y 24 de julio.

4.3.1. Portadas

El Bocón (figura 8) tituló el 3 de julio “Markarián peruana” haciendo una separación silábica del apellido del entrenador mediante el color y el tamaño de la tipografía, leyéndose a primera vista “Marka peruana”, en referencia a la coyuntura de la “Marca Perú”, muy difundida en los medios de corte genérico por esas fechas. El antetítulo se limitó a ser muy informativo señalando que “Burga anunció anoche que el ‘Mago’ aceptó dirigir a la selección en la Copa

América 2011 y las eliminatorias al Mundial 2014. El DT [...] vendrá a fin de mes y está muy entusiasmado”. Con la exclamación “¡Perú al Mundial!”, *Libero* (figura 9) anunciaba ese día en portada la noticia del flamante entrenador y en el antetítulo señalaba que “tendrá la misión de clasificar a la selección a Brasil 2014”. Se puede apreciar la expectativa que la noticia había despertado en este medio, tomando en cuenta la trayectoria del “Mago”. *Depor* (figura 10) también abrió con la oficialización del seleccionador y un “Llévanos al Mundial”, titular a modo de imploración acompañado de un antetítulo que decía “¡Perú ya tiene técnico!”. En un amplio subtítulo se hacía alusión a la nacionalidad de Markarián y a la característica histórica de los uruguayos cuando se trata de fútbol: “Si nos contagia garra charrúa, da para soñar”.



Figuras 8-10: Portadas de *El Bocón*, *Libero* y *Depor* (3/VII/2010).

El 4 de julio, Markarián volvió a ser la imagen de portada en *El Bocón* (figura 11) con el titular “Todos con la selección” y el posible regreso de Pizarro, Farfán y Acasiete en las futuras convocatorias. Este mismo tema tuvo un tratamiento fotográfico distinto en *Libero* (figura 12) que colocó las fotos de dichos jugadores como complemento a una imagen de gran tamaño del técnico con la frase “Como por arte de magia”, acompañado del siguiente antetítulo: “El nuevo DT de la selección tomará en cuenta a Pizarro, ‘Foca’ y Acasiete”. *Depor* (figura 13) tuvo una entrevista exclusiva con el entrenador, pero el anuncio de la misma fue relegado a una llamada lateral ya que su noticia principal estuvo relacionada a la eliminación de Argentina en el Mundial Sudáfrica 2010.



Figuras 11-13: Portadas de *El Bocón*, *Libero* y *Depor* (4/VII/2010).

El primer contacto de Markarián ante los medios en Lima mereció un despliegue similar en la portada de los tres rotativos, aunque con diferencias en el tratamiento del estilo lingüístico y fotográfico. *Depor* (figura 14) apeló al doble sentido en su titular “Todo un ganador” sobre una foto de Markarián en medio de dos anfitrionas. El verbo ganar ha devenido en una serie de derivaciones en el habla popular limeña, sobre todo de los jóvenes, tales como “está ganado”, “se ganó”, “ganador” o “ganadazo”, que en los cuatro casos significa haber logrado algo. En el subtítulo, dividido en tres partes, se mencionaba que el DT cree en la clasificación a Brasil 2014, descarta cualquier acto de indisciplina y señala que: “Perú es el desafío más grande de mi carrera y quiero hacer el mejor trabajo de mi vida”. Una imagen muy similar a la de *Depor* se pudo ver en *El Bocón* (figura 15) que tituló “Fue un acto de magia” y en un antetítulo, con contenido muy emotivo, describió la bienvenida que tuvo el estratega: “Hasta los brujos fueron a recibirlo. Por la noche lo presentaron como nuevo técnico de la selección y todos lo aplaudieron cuando dijo que ‘clasificar al Mundial de Brasil 2014 será mi mejor trabajo’. Volvieron el optimismo y la fe”. En “Que empiece la magia”, de *Libero* (figura 16), no se muestra una foto de la presentación oficial sino una del técnico tomando una camiseta con el logotipo del diario y en amplio antetítulo se indicó que el uruguayo estaba “convencido de que se puede clasificar al Mundial 2014”.



Figuras 14-16: Portadas de *Depor*, *El Bocón* y *Líbero* (24/VII/2010).

Como se puede apreciar en las portadas, la subjetividad, el apasionamiento y el tono festivo para comunicar la llegada de Sergio Markarián fueron constantes en el tratamiento informativo de los tres diarios. También son notorias las similitudes icónicas, con el “Mago” como protagonista principal y las semejanzas en la titulación con las palabras “mundial” y “magia” apareciendo reiteradamente en varias portadas.

4.3.2. Noticias

Una cobertura de dos páginas fue la que dio *El Bocón* el 3 de julio a la oficialización del seleccionador. En la nota más importante de la página dos (figura 17) apareció una foto del técnico mirando su reloj y el titular “Ya era hora”. En el antetítulo se afirmó que “Al fin tenemos técnico. Markarián asumirá el reto de clasificarnos al Mundial Brasil 2014”. La noticia en sí tiene un primer párrafo en el que se ensalza las virtudes del entrenador:

“La ilusión de 28 millones de peruanos de clasificar al próximo mundial, que organizará Brasil el 2014, fue depositada en la experiencia de un técnico de reconocida trayectoria en nuestro medio y a nivel internacional”.



Figura 17: Noticia de *El Bocón* (3/VII/2010, p. 2).

Por su parte, *Líbero* (figura 18) incluyó la información solo como nota abridora de su página 22 con el título de “Mago del Perú” y el siguiente texto:

“Markarián es el nuevo técnico de la selección peruana de fútbol. [...] Se hará cargo después del Mundial de Sudáfrica y su primera prueba de fuego será la Copa América 2011 en Argentina y, claro, la etapa de clasificación a Brasil 2014. Con él se abrigan las esperanzas de que Perú vaya al Mundial”.



Figura 18: Noticia de *Líbero* (3/VII/2010, p. 22).

Depor (figura 19) también dedicó una abridora al tema en su página 21 con “Haga magia, profe”, titular coloquial a modo de pedido que incluía una bajada informativa en la que se lee que “Burga confirmó la gran noticia: ‘Markarián es el técnico de Perú’. El ‘Mago’ llegará a fin de mes para, por fin, llevarnos al Mundial”. Con la expresión “por fin”, este diario intentó darle énfasis a la necesidad de ver a una selección en la Copa Mundial. En la noticia se puede destacar lo siguiente:

“Es oficial. Sergio Markarián es el nuevo técnico de la ‘blanquiroja’ Anoche, el presidente de la Federación Peruana de Fútbol, Manuel Burga, confirmó al ‘Mago’ [...] Ojalá que con el ‘Mago’, vayamos al Mundial, después de 32 largos años”.

SELECCIÓN PERUANA.

Haga magia, profe

» Burga confirmó la gran noticia: “Markarián es el técnico de Perú”. » El ‘Mago’ llegará a fin de mes para, por fin, llevarnos al Mundial.

Es oficial. Sergio Markarián es el nuevo técnico de la ‘blanquiroja’. Anoche, el presidente de la Federación Peruana de Fútbol, Manuel Burga, confirmó al ‘Mago’.

“Puedo anunciarles que ayer, Sergio Markarián ha aceptado dirigir a la selección peruana”, contó Burga en RPP. Solo un día antes, el técnico argentino había confesado su deseo de ponerse el buzo nacional.

“Estoy abierto al Perú. Lo tengo muy presente”, dijo el ex DT de la ‘U’ y Cristal. Ahora, cumplirá su sueño de dirigir a la selección peruana.

Los objetivos del ‘Mago’
Markarián llegará a fin de mes. El técnico ‘charriá’ trabajará con Perú, con miras a la Copa América del 2011 y las eliminatorias para el Mundial de Brasil 2014. Esos son los dos primeros objetivos.

Burga aclaró que el contrato con el ‘Mago’ es muy claro y no habrá ‘rompimientos’ sorpresivos. Tiene su palabra.

“Es un hombre de principios muy claros. Y si, en algún momento, hay cosas que no funcionan, las hablamos”, dijo el presidente de la FPE. Ojalá, que con el ‘Mago’, vayamos a un Mundial, después de 32 largos años. ©



DIRIGIÓ en Perú hasta 1997, cuando fue subcampeón de la Libertadores con Cristal.

LOS NÚMEROS
15 días antes del inicio de la Copa América del 2011, el ‘Mago’ reunirá a los seleccionados. En realidad, espera poder tenerlos por 21 días.

“Me entusiasma Perú”
Por la noche Markarián habló con *TV Perú*. “Esta ha sido la primera vez que formalmente se me ofrece el cargo”, dijo. “Han cambiado muchas circunstancias. El fútbol peruano hoy transita un camino de organización diferente. Y la Federación tiene un proyecto que entusiasma. No hemos tenido ningún inconveniente en llegar a un acuerdo”, dijo. La primera prueba será ante Canadá, el 4 de setiembre. Luego, Costa Rica. ©

Figura 19: Noticia de *Depor* (3/VII/2010, p. 21).

De los tres diarios, *El Bocón* fue el que más cobertura dio a la oficialización del técnico al dedicarle sus páginas 2 y 3, mientras que *Líbero* y *Depor* solo tocaron la información en notas abridoras de la parte final de sus ediciones. En cuanto al discurso utilizado en las informaciones, estos rotativos trataron de hacer empatía con los lectores al enfatizar el clamor de una soñada clasificación mundialista.

El despliegue noticioso relacionado al regreso de Pizarro, Farfán y Acasiete al combinado nacional fue explotado por *Líbero* el 4 de julio. En la abridora de su página dos tituló “Equipo de todos” (figura 20), con una foto de archivo del once peruano y un texto en el que, entrelíneas, dejó notar la necesidad de contar con los sancionados:

“El técnico charrúa es consciente de que no será fácil clasificar al Mundial Brasil 2014, por eso [...] echará mano a los jugadores que estuvieron involucrados en el escándalo del hotel Golf Los Incas”.

Equipo de todos



Los referentes de la selección peruana de fútbol estarán de regreso gracias al nombramiento de Sergio Markarián. Eso sí, sólo los mejores jugarán.

MARKARIÁN REPATRIARÁ A PIZARRO, FARFÁN Y ACASIE, QUIENES SE JUNTARÁN CON VARGAS Y GUERRERO.

La puerta de la selección peruana se les volverá a abrir a Claudio Pizarro, Jefferson Farfán y Santiago Acasiete con la llegada de Sergio Markarián. El técnico charrúa es consciente de que no será fácil clasificar al Mundial Brasil 2014, pero eso dejó entrever que echará mano de los jugadores que estuvieron involucrados en el escándalo del hotel Golf Los Incas y fueron sancionados y separados del combinado patrio. “A todos los futbolistas peruanos en actividad, que estén o no en el país, los tomaremos en cuenta. No podemos regalar ninguna capacidad que el Perú posee”, sostuvo Markarián, quien intentará cambiar las costumbres de los jugadores para que asuman su labor con responsabilidad.

“Hay que sacrificar ciertas eliminatorias para volver a la selección peruana a un mejor lugar en Sudamérica. Ese es el compromiso de todos”, agregó. El “Mago” es consciente de que agarró un fierro caliente y tiene listo un plan de trabajo de cuatro años, que lo ejecutará apenas se ponga el bazo de la bicolor. Perú no está en una buena situación y hay que hacer lo mejor posible en un corto plazo. Las selecciones que están en el Mundial demostraron capacidad y tienen generaciones de futbolistas para una o dos Eliminatorias más”, precisó.

Markarián espera trabajar en armonía y dejar de lado los conflictos. Su llegada al Perú será a fin de mes y su debut con la blanquirroja el 4 de octubre en el partido amistoso ante Canadá en Toronto. Luego se jugará frente a Panamá.

“Lo mejor será mantenernos al margen de eso, pero sin dadas estar al tanto de las dificultades que existen. Hay que amar fervientemente los objetivos para poder pelear la clasificación que necesitamos”, sentenció el “Mago”.

08
títulos logró Sergio Markarián como técnico. Debutó en 1983 en el Olimpia de Paraguay.

1999
fue elegido técnico de Paraguay por segunda vez y lo clasificó al Mundial Corea-Japón 2002.

Figura 20: Noticia de *Líbero* (4/VII/2010, p. 2).

La posibilidad de levantar el castigo a los sancionados también tuvo despliegue en *El Bocón* (figura 21) y en el titular hizo alusión a la coyuntura política de ese momento relacionada al ex presidente Alberto Fujimori al escribir “Los ‘indultan’”. El texto de esta nota está referido a una entrevista al preparador físico Gonzalo Bareiro donde se deja entrever el regreso de los castigados.



Figura 21: Noticia de *El Bocón* (4/VII/2010, p. 2).

Ese mismo día, la página cuatro de *Deport* (figura 22) incluyó una amplia entrevista a Markarián, pero el tema principal de la misma no estuvo referido a los sancionados sino al optimismo por ir al Mundial: "Hay ganas de clasificar" tituló y explicó que el técnico "está seguro que vamos a salir adelante".



Figura 22: Noticia de *Deport* (4/VII/2010, p. 4).

La presentación de Markarián en Lima tuvo un amplio desarrollo informativo en las ediciones del 24 de julio de los tres diarios especializados. En “Se ve buen panorama” de *El Bocón* (figura 23) hace un juego entre el titular y la foto del entrenador. En el primer párrafo de un extenso texto de dos páginas firmado por Omar Dávila, este rotativo refirió:

“En el epílogo de su carrera, en ese último andar por el fútbol que lo pone a prueba, don Sergio aceptó conducir ese reto para muchos imposible llamado selección. Ese que tanto soñó y hoy con todos los años a cuestas y la sabiduría que no es más que el cúmulo de sus aciertos y de sus errores, es el excelente broche de oro que el ‘Mago’ quiere para cerrar su historia”.

“Como bien dijo y se ganó los aplausos de la concurrencia: ‘Que clasificar a Perú al Mundial Brasil 2014 será mi mejor trabajo, que esta estancia en el Perú sirva para hacer el mejor trabajo que haya hecho en mi vida’”.



Figura 23: Noticia de *El Bocón* (24/VII/2010, p. 2).

Lejos de mostrar un texto netamente informativo, *El Bocón* apuesta por matices de columna de opinión en el que se entremezclan, además, amplias citas textuales de lo dicho por Markarián en su presentación. En la misma línea estuvo *Líbero* (figura 24) en “Haré una generación ganadora”:

“Sergio Markarián llegó para construir con Perú un edificio en base a crear compromiso, respeto por la selección, el querer dar lo mejor por orgullo, porque este primer mensaje estuvo lleno de optimismo y dedicación a un trabajo que nos devuelva después de muchos años a una justa mundialista”.

“Haré una generación ganadora”

MARKARIÁN PRESENTÓ SU AMBICIOSO PROYECTO. “QUIERO QUE SEA EL TRABAJO DE MI VIDA”, DIJO. PERÚ EMPEZÓ A SOÑAR CON EL MUNDIAL 2014.

Sergio Markarián llegó para construir con Perú un edificio en base a crear compromiso, respeto por la selección, el querer dar lo mejor por orgullo de todas las familias, porque este primer mensaje estuvo lleno de optimismo y dedicación a un trabajo que nos devuelva después de muchos años a una justa mundialista. “Si no hubiera posibilidad de clasificar, no estaría acá. Quiero que este sea el mejor trabajo de mi vida. Creo en el fútbol peruano, y en la posibilidad de hacer una buena eliminatoria. Hay que hacer el máximo esfuerzo, que nuestro trabajo disimile las carencias, dando la confianza y creando espíritu de equipo”, expresó Markarián en el primer

contacto con la prensa.

“La razón por la cual soy optimista son varias porque el futbolista peruano tiene virtudes que debemos resaltar. Vamos a crear esa generación ganadora”, precisa don Sergio siempre requiriendo respeto frontal.

“La generación que Perú tuvo hace trece años y estuvo cerca de clasificar al Mundial '98 estaba consolidada. Este grupo actual está sin consolidar, hay muy buenos proyectos y nuestro trabajo es consolidar los que están y hacer el mejor grupo. El fútbol peruano no puede darse el lujo de no tener una buena presentación y deben estar lo mejor que creemos deben jugar”, en referencia al próximo amistoso frente a Canadá.



El uruguayo Sergio Markarián y el gesto de triunfo. Su alocución emocionó al país.

Figura 24: Noticia de *Líbero* (24/VII/2010, p. 2).

Depor (figura 25) abrió su página cuatro con el título “Conoce bien su pelota”, expresión del argot deportivo que ha migrado al habla popular limeña, la cual se aplica para destacar la *expertise* del futbolista. Este término ha derivado en similares como “conoce bien su negocio” o “conoce bien su cuento”. Al igual que *El Bocón* y *Líbero*, el texto principal de *Depor* firmado por Jorge Luis Cruz hizo una mixtura entre la opinión del periodista y las palabras del entrenador:

“Luego de tres largas décadas con el buzo puesto recorriendo el mundo, Sergio Markarián llegó al Perú para responder la pregunta más primaria y fundamental. ‘A veces pienso sobre qué lugar ocupa el fútbol en la vida de cada uno de nosotros’. ¿Y qué respuesta recorre la cabeza del nuevo técnico de la selección? ¿Qué lugar ocupa el fútbol según este uruguayo que ya se metió en el corazón de la gente? ‘Tal vez es lo único que llega a unir tanto a todas las partes de la sociedad’, sentenció”.

“Markarián llegó al Perú ayer, pero desde hace una semana está presente, porque todos hablan de él, porque todos confían en que él sea quien inicie la revolución que lleve al fútbol peruano de vuelta a un Mundial y a la órbita internacional”.



Figura 25: Noticia de *Depor* (24/VII/2010, p. 4).

4.4. Primeros amistosos

Una gira de cinco días por Norteamérica marcó el inicio de la era Markarián al frente del seleccionado nacional de fútbol. Los triunfos ante Canadá y Jamaica ocuparon las noticias principales de las portadas y de varias páginas interiores de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* los días 5 y 8 de septiembre de 2010.

4.4.1. Portadas

En diversas ocasiones, los diarios deportivos suelen recoger expresiones de la prensa de espectáculos para trasladarlas a los titulares de sus notas más destacadas, con el fin de darles a estas un tono irónico o festivo, dependiendo del caso. Un ejemplo de ello se pudo apreciar en las portadas que graficaron la primera victoria de la rojiblanca en el ciclo de Markarián.

Sobre una foto de Farfán, Manco y Fernández, *El Bocón* (figura 26) tituló “Tócame, que soy realidad”, haciendo alusión a una frase de Manco, popularizada por el periodismo de farándula, a propósito de su relación sentimental con la modelo Shirley Arica. Agregó un antetítulo en tono superlativo: “La selección peruana de Markarián tuvo un debut a lo grande [destacado], se impuso

2-0 a Canadá en Toronto. El equipo viaja hoy a Miami, en donde juega con Jamaica el martes”. *Depor* (figura 27) utilizó un recurso similar al de *El Bocón* con el titular “¡Toque y realidad!”. Aunque no fue una victoria por goleada, este diario apeló al coloquialismo en su antetítulo para referir que Perú “le metió un baile [fue muy superior]” a Canadá en Toronto. Describió que la “Foquita” Farfán “estuvo diablo [imparable]” y añadió que hubo “paredes de lujo [pases acertados] y ‘oles’ de la tribuna”. *Líbero* (figura 28) dejó de lado su clásica presentación en estilo tabloide y apostó por una portada en formato “sábana” con una celebración de Manco y Fernández. “Con magia peruana” fue el titular y en un amplio e informativo antetítulo resumió así el partido: “Perú mostró toque, pressing, velocidad y nueva camiseta. Farfán fue la gran figura del encuentro. También brillaron Manco, Vargas, Acasiete y Zambrano. Gran barra peruana apoyo a la bicolor en Canadá”.



Figuras 26-28: Portadas de *El Bocón*, *Depor* y *Líbero* (5/IX/2010).

Días después, el 1-0 ante Jamaica permitió apreciar una exagerada exaltación de la figura de José Carlos Fernández en la noticia principal de las portadas de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor*. La foto de este jugador estuvo acompañada, además, de elocuentes titulares, los cuales respondieron

a una coyuntura de resultados poco habitual de la selección, la cual volvía a ganar dos partidos consecutivos después de muchos años.

El Bocón (figura 29) tituló “Otro acto de magia” y en su antetítulo puso en relieve la forma como “Zlatan” marcó el tanto: “ingresó al final del partido y en su primer toque de balón anotó el gol triunfal de Perú que derrotó 2-1 a Jamaica en Miami”. *Líbero* (figura 30) también personalizó en Fernández el resultado con el título de “¡Salvador!” agregando que “ingresó en los minutos finales para darle a Perú la victoria (2-1) sobre Jamaica. La selección del ‘Mago’ terminó con éxito su pequeña gira por Norteamérica”. Tanto *El Bocón* como *Líbero* desplazaron su habitual columna de llamadas laterales sobre el lado derecho de la portada para mostrar la imagen de “Zlatan” a todo lo ancho de la página. Por su parte, *Depor* (figura 31), puso una foto de Fernández y el titular “¡Se lleva las luces! [concentró la atención]”, reforzando esta idea con dos antetítulos. En el primero apeló a un término del argot deportivo y señaló que “‘Zlatan’ la sigue rompiendo” [sigue destacando]. En el segundo antetítulo opinó que “el ‘Mago’ ya gana todo”, afirmación que podría resultar desmedida si se tiene en cuenta que era apenas la segunda presentación de la selección.



Figuras 29-31: Portadas de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (8/IX/2010).

4.4.2. Crónicas

Nuevamente, *El Bocón* (figura 32) apeló al doble sentido de su titulación para informar sobre el primer triunfo de la selección de Markarián. En “Recargados de Risa”, referido al nombre de un programa cómico que era difundido por *América Televisión*, se dio un gran despliegue a la crónica del partido, ubicándose un gran titular en la página dos y una gran foto de celebración en la página tres. “Selección arranca con pie derecho la ‘era Markarián’, le gana 2-0 a Canadá”, se señaló de manera muy informativa en el antetítulo. La crónica de Miguel Ángel Suero abre con este primer párrafo:

“Perú ganó 2-0. Sí, aunque le resulte difícil de creer la selección peruana se fue con una gran sonrisa luego de los noventa minutos. Y lo hizo para iniciar con buen pie un proceso que persigue la dignidad perdida, que pretende devolverle la confianza un país y el respeto que alguna vez tuvimos en el continente. Sí, ganamos a pesar de tener a un impresentable como presidente de la Federación Peruana de Fútbol y a una manga [grupo] de inútiles que lo apoyan desde las Ligas Departamentales por favores de trasnoche”.

En el texto anterior se puede notar un discurso con matices chauvinistas cuando se habla de “la dignidad perdida” y de “devolverle la confianza un país”. También se aprecia el estilo clásico de este diario al poner en relieve temas extrafutbolísticos como “favores de trasnoche” y el uso términos peyorativos como “impresentable” e “inútiles” para llamar a ciertos dirigentes.



Figura 32: Crónica de *El Bocón* (5/IX/2010, p.2).

Para *Líbero* (figura 33) el triunfo ante los canadienses fue con “Magia rojiblanca” y si bien el despliegue gráfico de dos páginas expuso el entusiasmo por la victoria, el subtitular no se excedió en elogios y mostró un lenguaje relativamente mesurado: “Auspicioso debut del ‘Mago’ con la selección. El ‘equipo de todos’ derrotó 2-0 a Canadá”. En contra parte, la crónica firmada por Michel Dancourt combina metáforas y términos del argot deportivo que intentan darle vistosidad al texto:

“Y la magia de don Sergio apareció con los jugadores distintos, los diferentes. En la habilidad de Farfán, quien se juntó con Manco para frotar la lámpara de talento [mostrar un juego habilidoso] a los 22’ del complemento. La ‘Foca’ la cedió de taco [dio un pase con la parte posterior del pie] al ‘Rei’ y este sacó un centro a tres dedos [un pase preciso con el borde externo del pie] que dejó en la historia a ‘Zlatan’. Es que era el primero de la era Markarián, un viejo ‘zorro’ [experimentado] que le regaló una sonrisa al país”.

Además, este diario intentó apelar al sentimiento del hincha cuando en el último párrafo utilizó la siguiente metáfora: “fue un amistoso, es cierto, pero suficiente para encender la hoguera de la ilusión”.



Figura 33: Crónica de *Líbero* (5/IX/2010, p. 2).

Depor (figura 34) vistió su crónica de dos páginas con una foto de Tragodara cargando en sus espaldas a Ramírez al lado del titular “Trepados a la ilusión” que es complementado con un doble subtítulo: en el primero se señala que “en el inicio de la ‘Era Markarián’, la ‘sele’ fue agresiva

y cantó victoria” y en el segundo se apunta que “El ‘Mago’ ha logrado comprometer al grupo y la ilusión vuelve a renacer”. El texto, firmado por Rosario Salazar, muestra un lenguaje de fácil comprensión en el que se resaltó el compromiso mostrado por los jugadores hacia el nuevo entrenador:

“El propio ‘Mago’ lo sabía: De magia no puede vivir una selección que pretende ir a un Mundial. Y por eso hizo lo primero que tiene que hacer todo técnico que pretende lograr grandes cosas: se sentó a charlar con sus jugadores para comprometerlos” [...] Puede haber un ‘Mago’ al frente de la ‘sele’, pero lo que se vio ayer en Toronto no fue un acto de ilusionismo: fue pura realidad. Una nueva era empezó y todo un país tiene motivos para ilusionarse”.



Figura 34: Crónica de Depor (5/IX/2010, p. 4).

El estilo de jugar con la titulación apareció otra vez en *El Bocón* al poner “Como dos manda” (figura 35), en relación con la frase “Como Dios manda”. En el subtítulo se hace referencia al segundo triunfo consecutivo de la selección, esta vez ante Jamaica por 2-1. Pese al resultado, la introducción de la crónica de Miguel Ángel Suero muestra una seria crítica respecto a la calidad del rival que el equipo nacional tuvo al frente, leyéndose entre líneas que el resultado es engañoso. Esta idea colisionó con la efusividad planteada por este diario en la portada de ese día:

“Finalmente no fue la lluvia la que a punto estuvo de estropear el partido de la blanquirroja en Miami, sino Jamaica y las dudas propias de los partidos que se juegan de a mentiras nada más que para sembrar confianza en una selección que está -desde hace mucho- en debe”.



Figura 35: Crónica de *El Bocón* (8/IX/2010, p. 2).

El ganar en Estados Unidos, invitó a que *Líbero* recoja el título de un popular tema del cantante dominicano Juan Luis Guerra: “Visa para un sueño” (figura 36). En el subtítulo se apuntó que “Perú no podía con Jamaica hasta que ‘Zlatan’ ingresó para decretar a poco del final el 2-1 en la primera pelota que tocó”. La crónica, firmada por Michel Dancourt, entremezcla metáforas y analogías para describir el gol de Fernández:

“Si usted es hombre de fe, vio su aura resplandecer antes de suplir a Hernán Rengifo a siete minutos de correrse las persianas del peliagudo partido ante una Jamaica que conocía mucho más que el reggae de Bob Marley”.

“‘Zlatan’ corrió como perseguido por un pitbull [a toda velocidad] al corazón del área y a los codazos ganó la posición que le permitió seguir el cardiaco servicio [pase acertado] del ‘Loco’ Vargas, suelto por enésima vez por la izquierda e intentando el trallazo para el más vivo. Ahí, listo como soldado, Fernández le puso la puntita a la pelota”.



Figura 36: Crónica de *Líbero* (8/IX/2010, p. 2).

“¡Está que vuela!” tituló *Depor* (figura 37) y reforzó esta idea con una celebración de Fernández y la siguiente bajada: “La selección de Markarián sumó su segundo triunfo. Fue ante Jamaica y José Carlos Fernández volvió a hacerse presente en el marcador”. La crónica de Alberto Beingolea Farfán ofrece un lenguaje descriptivo aunque lineal, si se le compara con el utilizado por este diario en el titular y los antetítulos de la noticia principal de portada de ese día:

“Cuando faltaban aproximadamente 10 minutos para el final, Sergio Markarián miró el banco. Hasta ese momento, en el campo, la selección no encontraba las respuestas que el técnico quería [...] Fue allí que el ‘Mago’ se dio cuenta que tenía a José Carlos Fernández, un delantero que atraviesa una racha impresionante: pelota que toca termina en gol. Ante Canadá dio una muestra y frente a Jamaica lo confirmó [...] Zlatan’ ingresó en el minuto 81y su segundo contacto con el balón llegó cuando fue a buscar un centro de Juan Manuel Vargas. Apareció justo a tiempo, para desviar la trayectoria del balón y poner el 2 a 1”.



Figura 37: Crónica de *Depor* (8/IX/2010, p. 4).

La idealización de la figura de José Carlos Fernández, en las portadas y en las crónicas relacionadas a las victorias sobre Canadá y Jamaica, es una muestra de cómo la prensa deportiva suele elevar a la categoría de “salvadores” o “héroes” a ciertas figuras que, en muchos casos, tienen un fugaz protagonismo. De “Zlatan” *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* hablarían poco o casi nada en el resto del proceso Markarián.

4.5. Concentración en Panamá: Caso “Veneto” y castigo a Jefferson Farfán

El 1-0 con el que Panamá le ganó a Perú no solo marcó la primera derrota en la era Markarián desde su contratación como técnico de la selección. Después de ese partido, se produjo un serio acto de indisciplina que obligó a la suspensión de tres jugadores, entre ellos uno de los referentes: Jefferson Farfán, quien había estado involucrado en el caso “Golf Los Incas”. En este apartado, el análisis se centrará en las ediciones de los días 13, 15, 16 y 19 de octubre de 2010, fechas en las que la prensa especializada dio amplia cobertura al llamado caso “Veneto”.

4.5.1. Portadas

En líneas generales, los tres diarios deportivos responsabilizaron al árbitro por la derrota en Panamá y la expulsión de Carlos Zambrano. *El Bocón* (figura 38) ubicó en la caja principal de su portada una foto del juez del encuentro al lado de Johan Fano y tituló “Que sirva de lección”,

dejando en claro en el subtítulo que “Perú venía invicto pero ayer cayó 1-0 ante Panamá. El árbitro fue un desastre, Zambrano salió expulsado y el equipo se descontroló”. *Líbero* (figura 39) graficó la noticia con una foto de Jefferson Farfán en pleno altercado con un jugador panameño y el título “Qué bronca [amargura]”. Explicó la derrota con el siguiente subtítulo: “La selección perdió 1-0 ante Panamá en la era Markarián con un gol de pelota parada y por las raras decisiones de un árbitro parcializado que, incluso, expulsó a Zambrano”. Relacionando una foto de un jugador panameño impactando su pierna en la cara de Fano, *Depor* (figura 40) tituló “Primer golpe” y apuntó que “Markarián resumió bien la derrota contra Panamá: ‘Fue un partido para olvidar’. Mucho descontrol, bronca y un pésimo arbitraje. Zambrano se fue expulsado muy rápido. Perú jugó feo y se acabó la buena racha”.



Figuras 38-40: Portadas de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (13/X/2010).

Tres días después de la primera derrota en la era Markarián, el escenario futbolístico fue remecido con la revelación de un hecho de indisciplina en la selección nacional. *Depor* (figura 41), que difundió la noticia en calidad de primicia, tituló de modo coloquial en portada “¡Así no juega Perú!, que deviene de la expresión “Así no juega Perú” la cual es usada en el habla popular limeña para reprobar un hecho negativo. Es preciso apuntar que la palabra “juerga”, la cual se emplea en la prensa deportiva para graficar una celebración o trasnochada de grandes proporciones con licor o mujeres, tiene diversas derivaciones, ya sea para definir el tamaño de la fiesta (“juergón” o “juergaza”) o para calificar a un futbolista recurrente en este tipo de eventos (“juergador”, “juerguero” o “juerguerazo”). El titular fue ubicado sobre una composición fotográfica de Jefferson

Farfán, Reimond Manco y John Galliquio, complementada con otra foto en la que supuestamente se ve a dos de estos jugadores en la puerta de acceso al Casino Veneto y un sello que indica “Panamá: 4.38 a.m.”. En el doble subtítulo se señalaba que: “Otro escándalo remece la selección: luego de la derrota, Manco y Galliquio fueron vistos la madrugada del miércoles en un casino de Panamá. Por si fuera poco, Farfán también está con roche [está al descubierto] porque se madrugó en una discoteca de Miraflores antes del viaje. ¿Rodarán cabezas?”. Ese mismo día, la noticia principal de las portadas de *Líbbero* (figura 42) y *Bocón* (figura 43) giró en torno al entonces técnico de Universitario, José Guillermo Del Solar, mientras que los temas relacionados a la selección fueron relegados a las llamadas laterales y en ningún caso se hizo referencia a la indisciplina en Panamá.



Figuras 41-43: Portadas de *El Bocón*, *Líbbero* y *Depor* (15/X/2010).

El 16 de octubre, la noticia de portada de los tres rotativos especializados fue la decisión de Markarián de separar a los implicados en el caso “Veneto”. Anunciando una edición especial y bajo el título de “Los botó”, *Líbbero* (figura 44) informó que “Como en el 2007, otro escándalo de indisciplina en la selección provocó la expulsión de Manco y Galliquio por amanecida en casino panameño. Markarián está decepcionado y habrían más implicados”. Además, incluyó una llamada lateral donde se anunciaba una investigación a Farfán por la “trasnochada en Panamá y juerga en discoteca pituca [de clase alta, exclusiva]”. En “¡Se me largan de aquí!”, *Depor* (figura 45) señaló en un doble subtítulo excedido en replanas que “el ‘Mago’ se asó [se molestó] horrible y botó [separó] de la selección a dos jugadores por madrugar en un casino de Panamá. Manco y Galliquio

dicen chau [son retirados]. Farfán también estaría involucrado en ese roche [problema] y la FPF sigue investigando. Guizasola no estuvo entre los ‘juergueros’. Eso sí: rodarán más cabezas [habrá más sancionados]”. A diferencia de *Líbero* y *Depor* que graficaron sus portadas con las fotos de Manco, Galliquio y Markarián, *El Bocón* (figura 46) abrió con una foto en la que se centra en las imágenes de Manco, Galliquio y Farfán, siendo este último el señalado como quien lideró la visita al casino Veneto. El irónico titular fue “Los tres choteados [expulsados]” en alusión a “Los tres chiflados”. En el antetítulo se incluyó el siguiente texto: “Markarián expulsa de la selección a Manco y Galliquio por indisciplina en Panamá. Hoy Farfán debe correr la misma suerte: El ‘Rei’ le dijo al DT que él también salió al casino”. Un detalle interesante de estas portadas es que los diarios coinciden en incluir llamadas laterales con fotos y citas textuales de José Guillermo Del Solar, el antecesor de Markarián, quien habló del caso y señaló que no había compromiso de los jugadores.



Figuras 44-46: Portadas de *Líbero*, *Depor* y *El Bocón*, (16/X/2010).

Finalmente, el 19 de octubre de 2010, los tres rotativos especializados dieron cobertura a la oficialización del castigo a Farfán. “Foca’ quemado” fue el título de *El Bocón* (figura 47), haciendo referencia a una bombilla de luz descompuesta. Se podría inferir, además, cierta connotación racial en este titular, considerando que la palabra “quemado” es usada popularmente para referirse a los afrodescendientes. En el antetítulo, este diario enfatizó que “Markarián [...] no lo volverá a convocar”. En “Otra vez afuera”, *Líbero* (figura 48) explicó que “Como en la juega del Golf, Farfán fue separado de la selección por irse a un antro en Panamá”. Sin embargo, este diario

especuló que el castigo sería leve: “Markarián no sería lapidario con ‘Foquita’ y podría volverlo a llamar”, algo que finalmente ocurrió meses después. *Depor* (figura 49) mostró una composición fotográfica en la que se ve a la “Foquita”, Manco y Galliquio jugando naipes con el titular interrogativo “¿Se acabó el juego?”. El subtítulo hace alusión a un pronto retorno de los sancionados: “Markarián confirmó sanción a tres jugadores por escapada al casino. ‘Los quiero pero es como cuando los hijos se equivocan’, dijo. No todo está perdido: Manco, Farfán y Galliquio podrían volver para las eliminatorias”.



Figuras 47-49: Portadas de *El Bocón*, *Libero* y *Depor* (19/X/2010).

4.5.2. Crónicas

Polémicos acontecimientos fueron puestos de manifiesto por los tres diarios deportivos para detallar en sus crónicas la derrota de Perú ante Panamá. *El Bocón* (figura 50) se apoyó en la replana y tituló “Mete la pata [se equivoca]” sobre una foto de acción de Zambrano con la pierna en alto. El antetítulo contrastó con el coloquialismo del titular: “Perú sufre su primera caída en la era Markarián ante Panamá. Zambrano fue expulsado en partido que acabó en bronca”. En la crónica con estilo descriptivo de César Munive se señala al réferi como el responsable de la derrota:

“La evidente parcialidad del árbitro costarricense Alberto Cerda construyó a un oponente mucho más poderoso del esperado para Perú. Panamá armó mucha más pelea entonces y terminó por darle a la blanquirroja su primera derrota en la era Markarián [...] la primera en una noche que se acomodó toda en

el aburrimiento, en la bronca, en la mala espina, en la falta de reacción, en la cólera por un oponente que ganó con ayuda. Difícil, tosco, opaco. Para el olvido”.



Figura 50: Crónica de *El Bocón* (13/X/2010, p. 2).

Depor (figura 52) combina el peruanismo “Nos metió cabeza [nos estafó]” con una foto principal en donde se aprecia a Farfán retando a un jugador panameño. Dos subtítulos refuerzan la idea: “Perú cayó, con diez hombres, ante un equipo panameño que generó varios conatos de bronca en el partido” y “Pese a la derrota, en el plano individual hubo actuaciones acertadas. En lo colectivo aún resta más trabajo”. En la crónica de Kike La Hoz, no se hace referencia al arbitraje, pero se intenta justificar el bajo nivel futbolístico del equipo peruano:

“Nos hicieron un gol de tiro libre y perdimos. Lo mismo hubiera sido si empatábamos. En un amistoso como este, en un proceso que recién empieza, con un técnico de estreno como Markarián y con algunos jugadores con pocos kilómetros en la selección, el análisis del encuentro con Panamá debe dejar de lado el resultado. Hay temperamento dentro de todos los jugadores”.

PANAMÁ  **1 - 0**  **PERÚ**

Kike La Hoz
Desde Panamá
kalahoz@depor.pe

Cuando el árbitro detuvo el partido, cuando no se trataba de jugar al fútbol, los jugadores peruanos demostraron actitud. Cuando Zambrano pateó a Tejada y los panameños se le fueron encima al defensa, sus compañeros salieron al frente con él. Cuando un rival le hizo lío a Advíncula casi al final del partido, todo Perú salió a defenderlo.

El problema es que toda esa furia se apagaba cuando volvían a la cancha, como si el contacto con el césped fuera un analgésico. Quedará en la conciencia de los jugadores los motivos: tal vez sea el largo viaje, el calor o el mal estado de la cancha. Puede ser, pero desde la tribuna se vio a un equipo que jugó con el pie en el freno durante el primer tiempo. Nunca fuimos superiores a Panamá. Ojo, pero tampoco inferiores en juego.

A sus marcas, listos...
El segundo tiempo contó una historia distinta a la del primero. Basó que fue inferior un poco más para que le sacara ventaja a los rivales. Cuando 'Cachito' Ramírez aprovechó su habilidad para ser ofensivo, salió atroso. El problema fue que ninguno de los dos pudo sostener ese ritmo 90 minutos.

Nos hicimos un gol de tiro libre y perdimos. Lo mismo hubiera sido si empatábamos. En un amistoso como este, en un proceso que recién empieza, con un técnico casi de estreno como Markarián y con algunos jugadores con pocos kilómetros en la selección, el análisis del encuentro con Panamá debe dejar de lado el resultado.

Hay temperamento dentro de todos los jugadores. ¿Cómo hacer para que siempre jueguen al límite? Ayer el equipo intentó arrancar el motor, pero todavía no termina de encender. ☹

RAINER TORRES entró en el segundo tiempo. Perú no jugó bien.

LOS NÚMEROS
4 partidos tiene Markarián al frente de Perú. Se le ganó a Canadá, Jamaica y Costa Rica. Ante Panamá se sufrió la primera derrota.

EN CALIENTE
"Podemos ganar o perder, pero este y todos los partidos los jugamos como si fueran por puntos".
Christian Ramos, defensa de la selección

"Hemos dejado todo en la cancha. Eso es lo que prometimos y eso fue lo que dimos".
Josemir Batton, volante de la selección

UNOS DATAZOS
¡Chicheros!
Los panameños insultaron a los peruanos gritando ¡Chicheros! ¿Por qué? Porque los primeros compatriotas en ese país vendían refrescos. El peruano es full chamba.

Un peruano más
Sergio Markarián cantó el himno nacional leyendo la letra en un papel. Aun no se lo sabe, pero nadie podrá decir que no tiene ganas de aprender. Diez puntos para el 'Mago' en esa intención.

Figura 51: Crónica de *Depor* (13/X/2010, p. 5).

Sobre la foto de una discusión entre los jugadores de Perú y Panamá, *Líbero* (figura 51) tituló con la expresión “¡Cayó peleando!” y subtuló lo siguiente: “Perú fue superado por Panamá y por un arbitraje parcializado. Zambrano salió expulsado”. Por encima de los incidentes que rodearon el encuentro, la crónica de partido de Carmen del Castillo sí es crítica con el rendimiento de la selección:

“El partido de ayer fue, sin duda, uno de los más sosos de los que se ha visto a nuestra selección en la era Markarián. La bicolor careció de ideas y no mostró el vértigo de anteriores compromisos ante un rival como Panamá que tampoco hizo grandes méritos para alzarse con la victoria. [...] Nos habíamos acostumbrado a ganar siempre”.



Figura 52: Crónica de *Libero* (13/X/2010, p. 2)

4.5.3. Noticias

Depor (figura 53) le dio un amplio despliegue en interiores a su primicia relacionada a la presencia de jugadores de la selección en el casino Veneto de Panamá. Su nota principal fue ubicada en la central bajo el título en doble sentido “¡Provecho jugadores!”, expresión del habla popular limeño deviene del “provecho jugador” y se utiliza para felicitar a una persona por algo destacado. En doble bajada con lenguaje coloquial se puede leer que “Manco, Guizasola y ‘Tyson’ Galliquio hicieron de las suyas en Panamá. Los tres abandonaron la concentración para ‘pasear’ casi a las 5 am”. Se puede apreciar que el titular y la bajada intentan dar un carácter irónico a la información. El descriptivo texto de la noticia, relatada en primera persona, corresponde a Kike La Hoz quien, supuestamente, presencié la salida de los jugadores:

“Acaban de dar las 4:30 de la mañana, cuando regresaba de una reunión con unos amigos peruanos residentes en Panamá. Me dirigía a ingresar, a pie, por la puerta del estacionamiento del hotel que da hacia el ‘Casino Veneto’, cuando de pronto vi a tres personas uniformadas con polos y shorts rojos, cruzando, desde el ingreso del hotel ‘El Panamá’, hacia la galería ubicada justo al frente”.

“Iban acompañados de una señorita. En las inmediaciones no había gente, ni personas de seguridad. Como andaba lejos, tuve que acelerar el paso para confirmar mis sospechas: los cuatro ingresaban, a través de esta galería de corredor extenso, hacia el famoso ‘Casino Veneto’, que si bien cuenta con ingresos principales, también posee este ‘discreto’ acceso posterior”.

“Acortada la distancia, pude ver que eran jugadores de la selección peruana, por la indumentaria de concentración. Y de inmediato reconocí a Reimond Manco y John Galliquio, entre ellos [...] Unas horas antes habían jugado ante la ‘sele’ de Panamá, y supongo que la FPF puede pedir los videos, si es que mí no me creen. En esos videos se verá, también, que los acompañaba una persona vestida de civil, que parecía conocerlos bien”.



Figura 53: Noticia de *Depor* (15/X/2010, p. 12).

A diferencia de *Depor*, los otros dos diarios deportivos dieron notoriedad a otros temas relacionados con la selección. En “Los cuenta y no le alcanza”, *El Bocón* (figura 54) mostró la preocupación del técnico por la falta de jugadores de primer nivel para afrontar los 18 partidos de las eliminatorias y en “A un año de la verdad”, *Líbbero* (figura 55) señaló el malestar que existía en la interna del comando técnico por volver a jugar el proceso de clasificación bajo el mismo sistema y fixture impuestos por Conmebol desde 1999.



A un año de la verdad

¡LA CONMEBOL CON LOS GRANDES! EL SISTEMA ELIMINATORIO SE MANTENDRÍA Y PERÚ DEBUTARÍA CON PARAGUAY.

Este lunes 18, durante la reunión entre el Comité Ejecutivo y los presidentes de las Asociaciones de la Conmebol, que coincide con el sorteo del Sudamericano Sub 20 Perú 2011, se analizará el sistema eliminatorio para el Mundial Brasil 2014, pero trascendió que la mayoría de países pretende mantener en vigencia el fixture utilizado desde la justa de Corea-Japón 2002.

De seguir con el sistema de "todos contra todos" en casi tres años de juego, Perú debutará como local en octubre del 2011 ante Paraguay. El equipo nacional disputaría el próximo año tres duelos eliminatorios, considerando que Brasil no participará por tratarse del anfitrión del Mundial.

La posición del Perú es proponer el cambio, idea que sería respaldada por Chile. También podrían unirse Ecuador y Colombia. El resto, sobre todo los que clasifican permanentemente, no estiman necesario hacer una modificación.

Entre otros temas de agenda figuran la estrategia para defender los cuatro cupos y medio que permite ir al repechaje con el cuarto de la Concaafrente a la intención de la FIFA de quitar un cupo a Sudamérica.



Ante Paraguay en Lima sería el debut en octubre del 2011.

17

NOVIEMBRE, Perú jugará su quinto amistoso con Pizarro y Guerrero en el equipo.

Figuras 54 y 55: Noticias de *El Bocón* (15/X/2010, p. 3) y *Líbero* (15/X/2010, p. 10).

El 16 de octubre, los tres diarios deportivos coincidieron con un amplio despliegue informativo sobre las primeras reacciones del caso "Veneto". *El Bocón* (figura 56) fue contundente en "¡Nunca más!" al señalar que Farfán "jamás volverá a ser llamado a la selección por reincidente", mientras que la situación de Manco y Galliquio "es analizada para buscar una sanción ejemplar". La noticia amplía esta idea:

"Jefferson Farfán nunca más vestirá la camiseta blanca y roja. Esa es la decisión a la que llegó el comando técnico de la selección, que encabeza Sergio Markarián, y que ya fue comunicada a la FPF para que oficialice la sanción".

"*El Bocón* tuvo información de primera mano de cómo fue la reacción del técnico uruguayo al enterarse del nuevo escándalo, el primero en su era, en la selección. Sin pérdida de tiempo hizo su investigación, cruzó información que había en la FPF y en Panamá, y comprobó que Reimond Manco, John Galliquio y Jefferson Farfán, se divertieron en un casino panameño, luego de perder 1-0 la noche del martes 12 de octubre ante la 'Marea roja'".



Figura 56: Noticia de *El Bocón* (16/X/2010, p.3).

Líbero (figura 57) también se refirió al caso de Farfán en “Quemó el último ‘Foca’ que servía”, en relación con “quemó el último foco”. Si bien no fue tajante, este diario dejó entrever en su información que el jugador “sería separado definitivamente de la blanquirroja”, no solo por su “escapada” al casino Veneto sino por haber hecho “mal uso de su día libre” al mostrarse públicamente con la modelo Shirley Arica en la inauguración de la discoteca Mokara de Miraflores, en la previa al duelo con los panameños:

“Su nombre vuelve a estar en el ojo de la tormenta luego de tres años, en donde se vio envuelto en el escándalo del Golf Los Incas. Jefferson Farfán parecía haber aprendido la lección, pero no fue así y puso nuevamente en ‘jaque’ su futuro en la ‘bicolor’, pues es otro de los implicados en la salida nocturna al casino ‘Veneto’ en Panamá”.

“La ‘Foquita’ habría cedido por enésima vez a las tentaciones de la noche y su caso viene siendo investigado por Sergio Markarián y la Federación Peruana de Fútbol. De confirmarse su participación en este incidente, sería separado definitivamente de la blanquirroja, que ha vuelto a estar en boca de todos por este bochornoso impasse”.

Quemó el último “Foca” que servía

FARFÁN SERÍA EL TERCER IMPLICADO EN ESCÁNDALO. LO INVESTIGAN TAMBIÉN POR “INAUGURAR” DISCOTECA PITUCA.

Comenta esta nota en www.libero.pe

■ Su nombre vuelve a estar en el ojo de la tormenta luego de tres años, cuando se vio envuelto en el escándalo del hotel Golf Los Incas. Jefferson Farfán parece haber aprendido la lección, pero no fue así y pasó nuevamente en “Jaque” su futuro en la “fiscalía”, pues es otro de los implicados en la salida nocturna al casino “Vivetti” en Panamá.

La “Foguita” habría codificado por sus días a las hostelerías de la noche y su caso viene siendo investigado por Sergio Markarian y la Federación Peruana de Fútbol. De confirmarse su participación en este incidente, sería separado definitivamente de la blanquirroja, que ha oído a estar en la lista de todos por este bochornoso impasse.

“Foca” de atención
Pero esto no sería el único caso por el que “Jeffri” podría ser excluido de la selección. Pues el pasado 9 de octubre, el delantero del Schalke 04 habría salido con

la modelo Shirley Arica, anteriormente involucrada con Reimond Manco, en la inauguración de la discoteca Mokara en Miraflores.

Farfán habría hecho mal uso del día libre determinado por Markarian, quien previamente los advirtió a sus dirigidos no mostrarse en lugares públicos, pues la idea era que pasaran un momento tranquilo junto a sus familiares.

Farfán parece estar con la saga al cuello y sus reacciones al caso prevén el final de su ciclo con la selección.

EN CALIENTE

“Acepto mi responsabilidad, pero no hay que mirar para atrás. Quiero mi revancha”.

JEFFERSON FARFÁN
(EL GOLF 25-04-09)



■ Al parecer no aprendió la lección luego del escándalo en el Golf.

Figura 57: Noticia de *Libero* (16/X/2010, p. 4).

En “¿Un parcito más?”, expresión referida al pedido de bebidas alcohólicas, *Depor* (figura 58) consignó una foto de Jefferson Farfán y Carlos Zambrano. El texto de esta nota, firmado por Jorge Luis Cruz detalla lo siguiente:

“Reimond Manco y John Galliquio están ‘out’ [fuera], pero ellos no serían los únicos que se dieron una ‘escapada’ [salida] de la concentración en Panamá. Como confirmó el ‘Mago’ en la Videna ya comenzaron las investigaciones y hay dos nombres más que han llegado a oídos de los dirigentes y del propio DT”.

“Según los rumores, se trataría de Carlos Zambrano y Jefferson Farfán, este último reincorporado a la selección luego de haber cumplido casi tres años de suspensión por el escándalo de El Golf Los Incas”.



Figura 58: Noticia de *Depor* (16/X/2010, p. 5).

Es preciso apuntar que ni *Líbero*, ni *El Bocón*, ni *Depor* citaron fuentes para validar sus trascendidos respecto a quienes participaron en el caso “Veneto” o sobre la sanción de Farfán.

Recién el 19 de octubre, y tras el anuncio oficial de la Federación Peruana de Fútbol, los tres diarios confirmaron la presencia de Farfán en el caso “Veneto”. *El Bocón* (figura 59) insistió que el goleador “no será llamado más”. Este diario apela a cierta connotación racial en el titular “Frito pescadito”. Si bien esta expresión popular deviene de “estás frito” o “estás condenado”, el término “frito”, de manera individual, también es empleado para calificar peyorativamente a los afrodescendientes, como es el caso de Farfán. En el subtítulo se detalla que el técnico “‘borra’ [separa o expulsa] de la selección” al jugador. El texto de la nota es contundente respecto al no regreso de la “Foquita” al combinado nacional:

“El delantero del Schalke 04 ya no será tomado en cuenta por el técnico Sergio Markarián al igual que sus dos amigos de aventura: Reimond Manco y John Galliquio”.



Figura 59: Noticia de *El Bocón* (19/X/2010, p. 3).

En el lado opuesto a *El Bocón* se ubicó *Líbero* con la noticia titulada “Estás fuera de ‘Foca’” (figura 60), referido al modismo “estar fuera de foco [desubicado]” y se indicó que “Farfán es el tercer jugador separado de la selección por indisciplina, pero podría volver”.



Figura 60: Noticia de *Líbero* (19/X/2010, p. 2).

La misma línea de *Líbero* se pudo observar en *Depor*, diario que tampoco descartó el regreso de Farfán en “Lo mandó a dormir” (figura 61): “Farfán (sobre todo), Manco y Galliquio podrían ser llamados a la Copa América de Argentina y, en el peor de los casos, cuando empiece la eliminatoria a Brasil 2014”.



Figura 61: Noticia de *Depor* (19/X/2010, p. 12).

4.6. Retorno de Jefferson Farfán a la selección

El verano de 2011 tuvo como tema principal las especulaciones sobre la suspensión del castigo a Jefferson Farfán y su retorno a la selección tras el escándalo del caso “Veneto”. Recién en la tercera semana de abril el técnico Markarián confirmó los rumores periodísticos y permitió el regreso del jugador. El 21 de ese mes, *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* abrieron sus portadas con esa noticia y detallaron ampliamente en interiores sobre el particular.

4.6.1. Portadas

Si bien los tres diarios ocuparon su portada con la noticia relacionada al tema Farfán, el tratamiento informativo fue distinto. “Milagro de Semana Santa” tituló *El Bocón* (figura 62) sobre

un fotomontaje de Galliquio, Farfán y Manco ubicados en el altar de una iglesia, relacionando el tema con la tradicional coyuntura de recogimiento de la iglesia católica. En el subtítulo se incluye que el técnico “ya puede convocarlos a la selección”. *Depor* (figura 63) tituló con un categórico “¡Perdonados!” y una foto de los tres jugadores referidos en pleno entrenamiento, acompañada del siguiente subtítulo en tono coloquial: “Los ‘Casineros’ están ‘limpios’ y podrían ir a la Copa América. La ‘Foca’ será el primero en volver a la selección”. El término “limpio” suele ser utilizado con frecuencia en las notas policiales de los diarios de farándula y está referido a la situación de inocencia o de no culpabilidad de una persona. Por su parte *Líbero* no se centró solo en Farfán sino que unió la noticia de su regreso con la elección de Juan Reynoso como técnico de Sporting Cristal. Ambos personajes aparecieron en un fotomontaje con el titular “Están de vuelta” (figura 64). El subtítulo fue de corte netamente informativo e incluso citó la fuente de dónde provino la noticia, algo poco usual en la prensa deportiva que basa sus primicias en base a trascendidos: “Markarián le confesó a Daniel Peredo que decidió levantar castigo a Farfán quien vuelve a la selección. De otro lado, Cristal oficializó contrato de dos años a Juan Reynoso”.



Figuras 62-64: Portadas de *El Bocón*, *Depor* y *Líbero* (21/IV/2011).

4.6.2. Noticias

En interiores, los tres diarios materia de este análisis, dieron una cobertura de una página para informar sobre el anuncio del perdón a Farfán. *El Bocón* (figura 65) rescató un textual de lo afirmado por el técnico Sergio Markarián y tituló “Lo hago para que se preocupen los rivales”,

reforzando la idea con el siguiente antetítulo: “Farfán, Manco y Galliquio ya pueden volver a la selección”. Todo ello es ilustrado con una imagen del entrenador en una actitud compasiva frente a la “Foquita”. En el primer párrafo del texto siguió la línea de portada al relacionar la noticia con la Semana Santa:

“En una semana donde se conmemora la Semana Santa, que termina con la resurrección de Cristo, Sergio Markarián dio una muestra de fe y perdón. Por eso anunció que levantó el castigo a los futbolistas Jefferson Farfán, Reymond Manco y John Galliquio, quienes están habilitados para jugar por la selección peruana”.



Figura 65: Noticia de *El Bocón* (21/IV/2011, p. 3).

Deport (figura 66) también abrió su noticia principal con una foto de la “Foquita” junto al entrenador, titulando “¡Pase usted, ‘Foquita’!” e incluye el siguiente subtítulo: “El ‘Mago’ Markarián anunció que Farfán, Galliquio y Manco fueron perdonados. Eso sí, ahora los convocará ‘según su rendimiento’”. En el primer párrafo de la información, este diario hace una reflexión en torno a la decisión del técnico:

“Si fue correcto o no, el tiempo lo dirá. Lo único cierto es que Jefferson Farfán, John Galliquio y Reimond Manco cuentan ya con una nueva oportunidad en la selección. Es que el técnico Sergio Markarián hizo ayer público su perdón”.



Figura 66: Noticia de *Depor* (21/IV/2011, p. 3).

Igualmente, *Líbero* grafica su nota abridora con una imagen de Markarián y Farfán con el título “Milagro del Mago” (figura 67). Al igual que el titular, el subtítulo también asocia la coyuntura de Semana Santa con un textual del técnico: “Me encomendé a Dios para levantar castigo”. La información sigue la misma línea en su párrafo inicial:

“Tiempo de perdón. Sergio Markarián levantó la restricción en las convocatorias de Jefferson Farfán, John Galliquio y Reimond Manco. En adelante será un tema de rendimiento lo que permita su regreso a la selección según expresó en exclusiva a Daniel Peredo en CMD”.

En la parte final del texto, este diario deja esta reflexión: “También el estratega pone el pecho a todo lo que pueda venir después de esta decisión”.

Milagro del Mago



■ Galliquio podría ser llamado.

■ Manco, hoy en la farándula.

"ME ENCOMENDÉ A DIOS PARA LEVANTAR CASTIGO A FARFÁN, GALLIQUIO Y MANCO", DIJO MARKARIÁN.

■ Tiempo de perdón. Sergio Markarián levantó la restricción en las convocatorias de Jefferson Farfán, John Galliquio y Reinsond Manco. En adelante será un tema de rendimiento los que permitan su regreso a la selección según expresó en declaraciones a Daniel Poredo de CML.

"El resultado es función del compromiso adquirido y en línea de la relación del grupo y hacer que los rivales también se preocupen, con absoluta responsabilidad y aceptando las críticas. Lo digo hoy y no me preguntéis más por el tema porque la

En el momento justo, Markarián oficializó levantamiento de castigo a los casineros de Panamá.

Federación no quiere, es que levanta la restricción en contra de Farfán, Galliquio y Manco".

"Esto no quiero decir que los llamare de inmediato. Entiendo que tomamos la decisión acertada en su momento por el contexto en el cual se produjo, hoy estamos resolviendo en función de todo lo pasado que no tiene que ver con malos resultados, ni imposición, ni presión, ni nada, simple-

6
MESES transcurrieron desde el penoso incidente del "casino Venetto" en Panamá.

mente con la inocencia de tratar de hacer lo mejor por la selección. Quiera Dios

que haga lo correcto. Puedo forzar al sector para resolver con sabiduría", sentenció Sergio Markarián.

También, el estratega pone el pecho a todo lo que pueda venir después de esta decisión. "Creo que es bueno. Independientemente que no lo guste a mis jugadores y a los rivales. Me parece que en la intermisión seguro tendremos algunas reacciones, las acepto, yo asumo la responsabilidad".

Figura 67: Noticia de *Líbero* (21/IV/2011, p. 14).

En los textos analizados, tanto en portadas como en noticias, se puede apreciar que ninguno de los tres diarios hace una crítica a Markarián por su decisión de dar el visto bueno a Farfán para su regreso a la selección, pese a que el jugador, siendo uno de los referentes, había incurrido por segunda vez en un grave hecho de indisciplina. Podría inferirse que hubo un consenso entre estos medios en torno al perdón hacia el jugador. Esta posición difiere de los habituales cuestionamientos que se suelen ver en la prensa deportiva cuando se suceden casos similares.

4.7. El tercer lugar en la Copa América 2010

En julio de 2011, la selección peruana de fútbol participó en la Copa América desarrollada en diversas ciudades de Argentina. El equipo dirigido por Sergio Markarián tuvo una destacada participación y ello le valió ocupar un histórico tercer puesto. El análisis de este apartado estará centrado en la cobertura que *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* ofrecieron un día después de los seis partidos jugados por la blanquirroja en este certamen.

4.7.1. Portadas

El empate 1-1 frente a Uruguay en su primer encuentro de la Copa América, ocupó el espacio principal de las portadas de los tres diarios deportivos del 5 de julio de 2011. En todos los

casos, la noticia fue ilustrada con la eufórica celebración del combinado nacional que perdía 1-0 y terminó igualando el compromiso. En “¡Guerreros! y vamos por más”, *Depor* (figura 68) se apoyó en el apellido del autor del gol para calificar a los jugadores y arengarlos a seguir con las victorias. Añadió el siguiente antetítulo: “Perú sumó su primer puntazo ante el cuarto mejor equipo del mundo. Uruguay terminó pidiendo la hora [solicitar que acabe el partido] en San Juan. Paolo fue el héroe de la jornada y marcó un golazo. Se viene México”. Nótese el uso del sufijo aumentativo “azo” para reforzar la idea y el calificativo de héroe que se le da a Guerrero. En “¡Paolo vale un Perú!”⁸⁸ de *Líbero* (figura 69), también se apela al recurso de los aumentativos en el antetítulo: “La bicolor abrió con buen pie la Copa América y tras jugar un partidazo le igualó a la mundialista Uruguay. Guerrero marcó un golazo y fue la gran figura. El viernes nos toca con México”. *El Bocón* (figura 70) difiere en su presentación con los otros dos diarios al ofrecer una portada en formato sábana con el título “¡No nos ganan!” y un breve antetítulo: “Perú pelea, juega de igual a igual y arranca Copa América con buen empate ante Uruguay”.



Figuras 68-70: Portadas de *Depor*, *Líbero* y *El Bocón* (5/VII/2011).

⁸⁸ La expresión “Vale un Perú” (derivada también en “Valen un Perú”) se remonta a la época de la Colonia y era usada por los españoles para describir las riquezas de nuestro país. Uno de los antecedentes más antiguos de esta expresión se puede encontrar en el capítulo 1 de *Tratos y contratos de mercaderes y tratantes* (1569) escrito por fray Tomás de Mercado: “Lo cual todo ello puesto allá a causa de la gran penuria y falta que hay dello, y de la mucha plata y oro, valía y vale (como dicen) un Perú...” (cf. Sáenz de Santa María, 1985: 14). El Diccionario de la lengua española define “Vale un Perú” como algo de mucho precio o estimación (DRAE, 2001). En la prensa deportiva nacional, esta frase es de uso frecuente para magnificar un éxito deportivo o para definir el rendimiento de un equipo o deportista.

La foto del grito de gol de Paolo Guerrero coincidió en la portada de los tres diarios deportivos del 9 de julio, los cuales informaron del triunfo de la selección ante México por 1-0. *Depor* (figura 71) asocia parte de la letra de una conocida ranchera para titular “¡Lindo y querido!”, sumando a ello un subtítulo que utiliza nuevamente un sufijo aumentativo: “Con otro golazo de Guerrero, Perú le ganó a México y está con un pie y medio en la segunda fase. ‘Estamos cumpliendo la meta’, dijo el ‘Mago’”, rematando la idea de este subtítular con la siguiente apreciación del diario: “La ilusión es enorme”. *Líbero* (figura 72) también toma parte de la letra de una canción, aunque del repertorio del criollismo nacional, para el título “¡Y se llama Perú!”, el cual es complementado con un efusivo subtítular: “Con otro gol salvador de Paolo Guerrero, la bicolor se impuso anoche a México y sacó medio pasaje a cuartos de final de la Copa América. El martes 12 nos jugamos un clásico aparte ante Chile en Mendoza”. En “Perú tenía que ganar... y ganó”, la portada de *El Bocón* (figura 73) lució en formato “sábana”, considerándose el siguiente subtítular: “Guerrero anotó gol triunfal y la blanquirroja está a un paso de clasificar a segunda fase de Copa América”.



Figuras 71-73: Portadas de *Depor*, *Líbero* y *El Bocón* (9/VII/2011).

La derrota de Perú frente a Chile en su tercer partido del torneo en Argentina motivó diversos matices informativos en las portadas de los tres rotativos especializados del 13 de julio. *El Bocón* (figura 74) presentó una foto del enojo de Sergio Markarián y sobre ella tituló “Que bronca” para afirmar en su antetítulo que “Perú cayó en los descuentos 1-0 ante Chile y Markarián estalló contra árbitro y quienes lo llaman defensivo”. Como se puede apreciar, este diario priorizó el enojo del técnico nacional por encima de los entretelones propios del partido, el cual pasó a un segundo plano. De otro lado, la foto de la discusión entre un jugador de Perú y otro de Chile graficó el título “Seguimos en la pelea” de *Líbero* (figura 75) y en el subtítulo responsabilizó al juez del compromiso, señalándolo con un fuerte calificativo: “Perú le hacía un gran partido a Chile pero un árbitro ladrón y un autogol nos privaron de un mejor resultado”. La palabra “ladrón”, así como “robo”, “vendido” o “ratero”, son de uso frecuente en un sector de la prensa deportiva de corte popular para señalar, principalmente, el mal rendimiento arbitral durante un partido. Por su parte, *Depor* (figura 76) consignó el titular “Nos vamos a levantar”, sobre la foto de una acción de juego del partido, agregando en su subtítulo que “Perú le peleó todo el partido a Chile, con un Chiroque enorme arriba y una defensa sólida. Pero en el último minuto un autogol nos ‘mató’. Hoy sale el rival que podría ser Colombia”.



Figuras 74-76: Portadas de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (13/VII/2011).

Líbero, *El Bocón* y *Depor* coincidieron en mostrar la foto de una celebración del equipo peruano para ilustrar la noticia principal de sus portadas del 17 de julio, un día después del triunfo sobre Colombia en los cuartos de final de la Copa América. *Líbero* (figura 77), que apostó por el formato “sábana”, usó la popular expresión nacional “Arriba Perú Carajo⁸⁹” para darle mayor carga emotiva al titular. Debajo de este se lee “Ganamos a Colombia y ¡que venga Uruguay!” y en un subtítulo más amplio y coloquial se señala que “Con alma, vida y corazón, la bicolor pasó a las semifinales de la Copa América y este martes se agarra [se enfrenta] nuevamente con Uruguay. ‘Loco’ y ‘Loba’ [apelativos de Vargas y Lobatón, respectivamente] fusilaron [anotaron con fuertes disparos] a Colombia y Paolo se jugó un partidazo. El grupo está con ganas de hacer historia y lograr el título continental como en 1939 y 1975”. *El Bocón* (figura 78), también coincidió con el formato sábana e hizo alusión al aniversario nacional en “¡Fiesta patria!”, agregando en un antetítulo que “La blanquirroja vence 2-0 a Colombia y clasifica a semifinales de la Copa América. En el Perú, muchos salieron a las calles a festejar. Ahora que venga Uruguay”. *Depor* (figura 79) sí mantuvo su presentación tabloide en “¡Te amo Perú!⁹⁰”, expresión muy popular en nuestro país. En su subtítulo refirió que “La selección hace historia en Argentina. Le ganamos a Colombia en el suplementario con golazos de Lobatón y Vargas. De la mano del ‘Mago’ nadie nos para rumbo al título. En ‘semis’ nos toca Uruguay”.

⁸⁹ En los años cincuenta del siglo pasado, el periodista y poeta Jorge Donayre Belaunde, apodado “El Cumpa” escribió la décima “Viva el Perú, carajo”. Este título se convertiría en una expresión de uso popular que derivaría también en “¡Arriba el Perú, carajo!” o “¡Vamos Perú, carajo!”, utilizadas por la prensa popular, para dar relevancia a un triunfo deportivo. La interjección “carajo”, de características negativas, toma en las expresiones antes señaladas un tono enfático, positivo y de arenga.

⁹⁰ La noche del 29 de marzo de 2000, Perú venció 2-0 a Paraguay en el estadio Nacional por las eliminatorias al Mundial Corea-Japón 2002. Los goles fueron anotados por Nolberto Solano y Roberto Palacios. “Ñol” celebró su tanto levantándose la camiseta y mostrando la publicidad de una marca de gaseosas. Por su parte, “Chorri” festejó su gol luciendo bajo su camiseta un polo rojo con la frase “Te amo Perú”. Desde ese entonces, la frase se popularizaría y sería adoptada, especialmente, por la prensa en general para enriquecer sus titulares (cf. *Perú.21*, 2011).



Figuras 77-79: Portadas de *Líbero*, *El Bocón* y *Depor* (17/VII/2011).

La similitud en la titulación y en el concepto fotográfico fue lo que más destacó en la caja principal de las portadas de los tres diarios el 20 de julio, con ocasión de la cobertura de la derrota de la selección ante su similar de Uruguay, hecho que dejó a Perú sin opción de disputar la corona de la Copa América. “A levantar cabeza” (figura 80) tituló *El Bocón* en tono de arenga y consignó la foto de Carlos Zambrano en actitud de lamento e incluyó un antetítulo breve y muy informativo: “Perú es derrotado 2-0 por Uruguay y ahora jugará por el tercer lugar ante perdedor del Paraguay vs. Venezuela”. El mismo titular se lee en *Líbero* (figura 81), aunque el subtítulo es un poco más extenso y en su contenido intenta destacar la actuación del equipo pese al resultado adverso: “A pesar de que nunca bajó los brazos, Perú finalmente perdió ante Uruguay. La selección cumple una excepcional participación en la Copa América”. A modo de consuelo, concluye que “jugaremos el sábado por el tercer puesto”. En la misma línea se mostró *Depor* (figura 82) en “¡No bajen la cabeza!”, idea que se amplía con este subtítulo: “Perú no pudo contra Uruguay y se acabó la ilusión del título. No fue un buen partido de la selección, pero hay equipo para pensar en grandes cosas. Este sábado vamos por el tercer lugar”.

En lo arriba expuesto, se aprecia una similitud de titulares en *El Bocón* y *Líbero* y la coincidencia de los tres diarios deportivos en el uso de la palabra “cabeza”. Además, se puede notar que no hay una crítica desmedida hacia el combinado nacional pese al resultado adverso, que nos dejó fuera de la disputa por el título.



Figuras 80-82: Portadas de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (20/VII/2011).

Las coincidencias de palabras en la titulación se volvieron a presentar en las portadas del 24 de julio, día posterior a la victoria sobre Venezuela que le permitió a Perú ganar la medalla de bronce en la Copa América. “Gracias Guerreros” (figura 83) se pudo leer en *Depor*, diario que individualizó en el delantero de la selección el éxito de Perú en el certamen. Este concepto se desarrolló en un emotivo subtítulo: “Con tres goles de Paolo y uno de Chiroque, Perú se quedó con el tercer lugar de la Copa América. El ‘Mago’ tiene un nuevo objetivo: el Mundial 2014”. *El Bocón*, que optó por un formato sábana, tuvo un tratamiento muy similar en su titular “Perú Guerrero” (figura 84), aunque el antetítulo fue informativo: “Con tres goles de Paolo, la blanquirroja golea a Venezuela y logra el tercer puesto de la Copa América”. *Líbero*, también en estilo sábana, recogió la histórica expresión “¡Valen un Perú!” (figura 85) en su titular y reforzó la idea con dos subtítulos, uno muy corto que señala “Goleamos a llaneros y somos terceros” y otro más emotivo, con calificativos y sufijos aumentativos: “Paolo fue una maravilla. Hizo tres golazos y es el artillero de la Copa América. Ya estamos listos para las eliminatorias”.



Figuras 83-85: Portadas de *Depor*, *El Bocón* y *Líbero* (24/VII/2011).

Como se puede apreciar, los tres diarios materia de este análisis priorizaron en sus portadas la información relacionada a los resultados de los partidos de Perú en la Copa América por encima de otras informaciones deportivas. En cuanto a la característica del lenguaje de los titulares, antetítulos y subtítulos, todos tuvieron un tono festivo y eufórico cuando se trató de comunicar un buen resultado de la selección. Sin embargo, cuando se informó sobre resultados negativos, el discurso de estas piezas de texto estuvo exento de crítica y, por el contrario, mostró un tono de arenga.

4.7.2. Crónicas

En “Lindos y apretaditos” (figura 86), que deviene de “linda y apretadita”, expresión popular dedicada generalmente al género femenino, *Líbero* hizo un juego con el titular y la foto abridora. Además, apeló a un lenguaje bélico en el subtítulo “Perú le puso la pierna en el pecho a Uruguay y casi lo revienta (1-1)” para graficar el debut nacional en la Copa América 2011. La crónica firmada desde Mendoza, Argentina, por Luis Córdova, estuvo cargada de elogios hacia la selección:

“Perú siguió la estela que la tendencia marca en esta Copa América: descalabrar a los favoritos candidatos. Un valioso empate (1-1) frente al mejor seleccionado sudamericano del último Mundial fue el primer gran paso de este remendado equipo rojiblanco que se atrevió a espantar sus fantasmas del pasado a base de personalidad, mentalidad fuerte y un disciplinado sistema táctico”.

“El equipo nacional nos deja una buena sensación. Un aire respirable. Un debut digerible y prometedor. Todo ofrecido desde el seno de un ambiente solidario. Que hace de este grupo un plantel que no esperará que se le venga la noche en medio de la competencia. Que cuidará las formas sin olvidarse de lo importante”.

El último párrafo de esta nota ensalzó en tono chauvinista al técnico de la selección y cuestionó a sus críticos: “El trabajo del ‘Mago’ es para aplaudir y allá los enemigos de la patria que insultaban su labor. Ahora los quiero ver, llorando porque Perú no fue goleado. Los que sí somos peruanos de corazón, estamos felices y celebramos”.

¡Lindos y apretaditos!



Perú le puso la perra en el pecho a Uruguay y casi lo revienta (1-1)

Luis Córdova
San Juan, Argentina

Perú siguió la estela que la tendencia marca en esta Copa América: descalabrar a los favoritos candidatos. Un valioso empate (1-1) frente al mejor seleccionado sudamericano del último Mundial fue el primer gran paso de este remendado equipo rojiblanco que se atrevió a espantar sus fantasmas del pasado a base de personalidad, mentalidad fuerte y un disciplinado sistema táctico.

El equipo nacional nos deja una buena sensación. Un aire respirable. Un debut digerible y prometedor. Todo ofrecido desde el seno de un ambiente solidario. Que hace de este grupo un plantel que no esperará que se le venga la noche en medio de la competencia. Que cuidará las formas sin olvidarse de lo importante.

Y en medio de esta vorágine que ofrece el fútbol argentino figura el entrenador Paulo Guzmán. No solo por la selección frente al gigante colombiano sino por el

Muestra tras cincuenta días de Cuernavaca a los 22 años por esta fuerza que trasciende, que lo refrenda el "Lugarito" Vargas. Y el seleccionado peruano con Alberto Rodríguez y Carlos Salcedo, se enfrentó a un poderoso equipo de la selección peruana.

Hubo logros ciertos, presión permanente y sistema de juego, distancia en nuestra selección. El jugador de Juan Vargas y Carlos Salcedo se dio el primer gran paso de este remendado equipo rojiblanco que se atrevió a espantar sus fantasmas del pasado a base de personalidad, mentalidad fuerte y un disciplinado sistema táctico.

El equipo nacional nos deja una buena sensación. Un aire respirable. Un debut digerible y prometedor. Todo ofrecido desde el seno de un ambiente solidario. Que hace de este grupo un plantel que no esperará que se le venga la noche en medio de la competencia. Que cuidará las formas sin olvidarse de lo importante.

Y en medio de esta vorágine que ofrece el fútbol argentino figura el entrenador Paulo Guzmán. No solo por la selección frente al gigante colombiano sino por el

Grupo C

País	PG	PG	PTS
Uruguay	1	0	3
Perú	1	0	1
Colombia	0	1	0
México	1	0	0

LA ALEGRÍA DE TODO UN PAÍS
CARENTE DE ESTREMOS
MAPONES
ESÉ EL ME PERÚ

La figura

PAOLO GUERRERO
valiente, escarador y efectivo. El "depredador" jugó como todo un guerrero y marcó un gol de conexión, un ejemplo para nuestros atletas.

Figura 86: Crónica de *Líbero* (5/VII/2011, p. 3).

Depor (figura 87) se apoyó en el color de la camiseta de la selección para titular “¡La garra es roja... y blanca!”. En el antetítulo “Perú le paró el macho a Uruguay. Con garra, orden y mucho huevo, sumamos un puntazo contra los celestes... y casi les ganamos”, se apreció el uso del coloquialismo “le paró el macho”, que se relaciona con las expresiones “lo paró en seco” o “le hizo

el pare”, para explicar que la selección no se dejó avasallar por el rival. La palabra “huevo”, de presencia habitual en la prensa popular, está asociada con el órgano genital masculino y su uso en las expresiones “mucho huevo”, “a puro huevo”, “a poner huevos” o “a jugar con huevos” grafican el gran esfuerzo de un deportista o un equipo en una competencia deportiva. El discurso del titular y el antetítulo se amplían en la crónica que lleva la firma de Johnny Ayala:

“No hubo miedo al ‘peso celeste’. Tampoco nos preocupó el ranking. Menos la jerarquía del rival. Solo apareció un corazón. Un corazón rojo, como la nueva camiseta, que se enfrentó al monstruo del Mundial pasado. Y que le hizo el ‘pare’ sin temor alguno”.

“Perú aceptó que no llegaba como el ‘favorito’. No tuvo reparos en admitir que Uruguay venía mejor. Pero supo siempre que la ‘celeste’ no era invencible. Y por eso lo dañó, le quitó un punto y hasta pudo ganarle”.

Además, la crónica también dedicó un espacio a las virtudes del entrenador peruano: “Markarián logró que el equipo se hiciera competitivo. Lo paró al frente de un gigante, de un equipo lleno de figuras. A ese cuadro le antepuso los mejores obreros que tenía. Y ellos jugaron con mucho orden y una actitud enorme”.

COPA AMÉRICA, GRUPO C. PERÚ 1-1 URUGUAY

Perú le paró el macho a Uruguay. Con garra, orden y mucho huevo, sumamos un puntazo contra los celestes... y casi les ganamos.

¡La garra es roja... y blanca!

Perú aceptó que no llegaba como el ‘favorito’. No tuvo reparos en admitir que Uruguay venía mejor. Pero supo siempre que la ‘celeste’ no era invencible. Y por eso lo dañó, le quitó un punto y hasta pudo ganarle.

Markarián logró que el equipo se hiciera competitivo. Lo paró al frente de un gigante, de un equipo lleno de figuras. A ese cuadro le antepuso los mejores obreros que tenía. Y ellos jugaron con mucho orden y una actitud enorme.

Perú tuvo guerra en vestidos de rojo. Al mando de uno experimentado, del ‘punta’ que quedaba, de apellido sugestivo: Guerrero. Paolo comandó a los hacedores y llevó sin problemas el peso del ataque.

La garra fue nuestra
Y entonces los ‘Charrián’ sintieron su gol. Se dieron cuenta de que al frente había un equipo congado, con los huesos bien puestos para hacer todo lo posible. Con coraje y entrega, la pelota también se puede tocar bien. Anoche fue la mejor muestra.

Lo de ayer fue un buen partido, no la perfección. Perú tuvo todo ante el cuarto mejor equipo del mundo. Erradicó sus miedos, fue al frente, se puso a jugar y logró un punto que suma más de lo que se cree: el corazón de nuestros guerreros fue más grande que el de los propios celestes. Y eso no es poca cosa. Para nada. <

GRUPO C

Equipo	J	G	E	P	GF	PG	PP
1. Chile	1	1	0	0	3	0	0
2. Perú	1	0	1	0	1	0	1
3. Uruguay	1	0	1	0	1	0	1
4. México	1	0	0	1	0	0	1

El empate de ayer le da a una selección que venía golpeada por las lesiones, la confianza de saber que

Johnny Ayala V.
jyayala@laprensa.pe

Figura 87: Crónica de *Depor* (5/VII/2011, p. 8).

Por su parte, *El Bocón* (figura 88) resaltó la figura del autor del empate en “Corazón Guerrero”, título que se complementa con un breve subtítulo: “Con gol de Paolo, Perú empata 1-1 con Uruguay en debut copero”.



Figura 88: Crónica de *El Bocón* (5/VII/2011, p. 2).

La victoria nacional en su segunda presentación en la Copa América fue destacada como “¡Un gran salto!” por *Depor* (figura 89) y agregó en el antetítulo que “con el corazón en la garganta, Perú consiguió vencer a México con un gol agónico de Guerrero. La clasificación a cuartos está prácticamente asegurada”. En la crónica de Johnny Ayala se llegó a calificar a la selección de “invencible”:

“Y después de un primer tiempo incierto, con muchos errores e imprecisiones, la selección del ‘Mago’ Markarián recuperó el orden que la hizo verse invencible ante Uruguay, y poco a poco fue acorralando al ‘Tri’. El gol demoró en llegar, tras los reajustes aplicados por el ‘Mago’, pero la paciencia jamás se perdió. La lección incluía algo de ‘natural’ sufrimiento para la bicolor”.



Figura 89: Crónica de *Depor* (9/VII/2011, p. 8).

El Bocón (figura 90) tituló “Con un pie adentro”, añadiendo en el antetítulo que “Perú vence 1-0 a México y está casi clasificado a cuartos de final de la Copa América”. La crónica de Omar Dávila mostró cierta particularidad al estar escrita en primera persona y en un tono apasionado:

“Sí Sergio. Tienes razón. Son once los que juegan, pero detrás de ellos somos treinta millones de peruanos que estamos alentando este nuevo desafío, esta ilusión llamada Copa América que por un segundo nos permite renegar, pero que al final nos estira el brazo para brindar”.

“Para aniquilar el frío de Mendoza, mirar al compañero de trabajo y explotar, vibrar, gozar, y a la vez sufrir. Porque ya estábamos cansados de festejar empates y estrangular nuestro alarido. Agotados de viajar tan lejos para hablar de derrotas y sentirnos inferiores. No. Esto se acabó señor”.

“Y, si me lo permiten, hoy debemos nuestra alegría a un apellido que simboliza el sudor de cada futbolista que se envuelve la blanquirroja, el de Guerrero...”



Figura 90: Crónica de *El Bocón* (9/VII/2011, p. 2).

Para el tercer partido de la selección, el titular de *El Bocón* (figura 91) fue “Cayó parado” y en el antetítulo refirió que “Perú no fue menos que Chile, que apenas pudo hacer la diferencia con un autogol. Igual estamos clasificados”. Escribiendo en primera persona, Jorge Esteves Alfaro culpó al árbitro de la derrota y utilizó un lenguaje soez para remarcar su posición:

“Me preguntan ¿Existe la suerte o todo depende de nuestros actos? Y respondo: La justicia nunca existió, y Chile ganó de suerte. Porque Carmona fue expulsado por capricho y miedo del árbitro brasileño Silvio Fagundes. ¿Qué pasó? Sigo escarbandando y no descubro la respuesta. Nos cagó el partido”.



Figura 91: Crónica de *El Bocón* (13/VII/2011, p. 2).

lo hizo contra el árbitro, un brasileño nefasto que inclinó la balanza. Por estos días, Perú está compitiendo bien. De verdad. Así cambie de jugadores. Y eso se lo debemos a Markarián”.



Figura 93: Crónica de *Depor* (13/VII/2011, p. 8).

Salvo *Líbero* que cuestionó la manera cómo se perdió y *El Bocón* que culpó directamente al árbitro, *Depor* relativizó la derrota utilizando un discurso exento de crítica desmedida y cargado de frases en tono de arenga. La posición de este diario podría entenderse ya que el resultado no afectó la clasificación de la selección a la siguiente fase de la Copa América.

Días después, la victoria de la selección ante Colombia fue celebrada por los tres diarios materia de este análisis. *Depor* (figura 94) transformó la expresión “Viva el Perú” y tituló con un efusivo “¡Vibra el Perú!”, incluyendo además un amplio antetítulo: “Con coraje y orden, Perú le paró el macho a Colombia, y lo clavó en el suplementario. Después de 14 años estamos entre los cuatro bravos de América. Ahora se viene Uruguay por el pase a la final”. Aunque en el habla popular limeña “clavar” está relacionado al acto sexual, este verbo se ha incorporado a los textos de los diarios deportivos en los últimos años y se usa coloquialmente para referirse a una anotación. De otro lado, la palabra “bravo” suele tener un doble significado cuando se utiliza coloquialmente en la prensa especializada. En algunos casos denota dificultad (lo más bravo) y en otros hace

referencia a las características positivas de determinado personaje (el más bravo). En una emotiva crónica, Johnny Ayala no escatimó en elogios para detallar el 2-0 sobre Colombia:

“Es imposible que nos digan que no debemos soñar, que debemos tener los pies sobre la tierra. Que lo que ocurrió ayer en el estadio ‘Mario Alberto Kempes’ podría ser uno de los tantos espejismos que han existido en la historia del fútbol peruano”.

“Pero nadie podrá negar que lo que se ha conseguido ayer en base a orden táctico y escrupuloso esfuerzo defensivo, es el resultado de 13 largos meses de constante trabajo. Y ese es el principal aporte de Sergio Markarián a esta selección peruana, que ayer ante Colombia le recordó al mundo entero que Perú se merece el respeto de todos. De todos”.

“Con la clasificación a las ‘semis’, Perú ha cumplido con gran su objetivo: asegurar los 6 partidos. La final está cerca, y la ‘Rojiblanca’ luchará por estar en ella este martes contra Uruguay. Eso sí, a pesar de toda la alegría, la meta sigue siendo ir al Mundial”.



Figura 94: Crónica de *Depor* (17/VII/2011, p. 6).

En “Locura nacional”, *El Bocón* (figura 95) detalló que “Perú gana 2-0 a Colombia y clasifica a semifinales luego de 14 años. El martes chocamos con Uruguay”. En parte de su emotivo comentario, Omar Dávila se inspiró en un extracto de la canción “Contigo Perú”:

“Cada palpar de mi corazón, cada grito apasionado, cada puño en el cielo, allá arriba, siempre arriba, donde Perú merece abrirse camino y acomodar sus cuatro letras. Allí, en el paraíso, donde Dios y la gloria le cambió de nombre y le puso Perú. Con el Patriotismo de once guerreros, el Ejemplo de Sergio Markarián, los Rifles de Lobatón y Vargas, y la Unión de los treinta millones de peruanos que saboreamos la victoria nacional [...] Ojalá pudiera darte la vida Perú. Y a triunfar peruanos que hoy más que nunca somos hermanos”.



Figura 95: Crónica de *El Bocón* (17/VII/2011, p. 2).

“Que venga Uruguay” fue el título de *Líbero* (figura 96), el cual se complementó con un breve e informativo subtítulo: “Gran triunfo de Perú 2-0 sobre Colombia. Ya estamos en semifinales”. La crónica de Luis Córdova no escatimó en elogios para la selección y el entrenador:

“Así, con huevos. Hay que decirlo. No existe otra expresión popular para dignificar a este equipo que se jugó un partidazo. Engolfado en esa ilustre tarea táctica a lo largo de todo el lance. Con mano calma y pulso acelerado, Sergio Markarián diseñó, una vez más, tan buen triunfo y gran actuación del equipo peruano que se ubica entre los cuatro mejores equipos de esta Copa América 2011”.

“Cada paso que da el cuadro es mejor que el anterior. Y enciende la alarma para las próximas Eliminatorias. Hay que celebrar que tenemos jugadores para pelear el pasaje mundialista y que contamos con un

seleccionador que entrega con inteligencia la partitura a cada convocado para que esta banda roja suene linda”.



Figura 96: Crónica de *Libero* (17/VII/2011, p. 3).

En su siguiente partido, la selección fue derrotada por su similar uruguayo y quedó fuera de la final. Para *El Bocón* (figura 97) fue “Un duro golpe” y en su antetítulo explicó que “La selección peruana cae 2-0 ante Uruguay y ahora jugaremos el sábado por el tercer puesto de la Copa América”. En su crónica, Omar Dávila reconoció errores en el equipo nacional:

“Probablemente el codazo de Juan Manuel Vargas a Sebastián Coates, que provocó su inmediata expulsión, explique con mayúsculas la frustración de los seleccionados y los millones de hinchas frente a un televisor. Porque estábamos dejando todo en la cancha. Sudando la camiseta. Dando pelea al cuarto del mundo. Al equipo que eliminó al anfitrión Argentina. Pero perdíamos. Y es que ninguna hazaña se repite. Esta vez los errores, lamentablemente, fueron protagonistas de la derrota nacional en el partido más importante ante Uruguay por semifinales”.

El autor cierra su texto con un apasionado mensaje en el que felicita y alienta a la selección: “El trabajo continúa, la ilusión permanece. No ha muerto. Por eso me paro de mi silla y aplaudo. Aplauzo a una selección con proyección, porque como nunca, hoy podemos decir que tenemos

El tercer lugar en la Copa América tuvo en Paolo Guerrero a la figura emblemática. *Líbero* (figura 100) tituló “Con P de patria y Paolo”, idea complementada con el subtítulo “Goleamos 4-1 a Venezuela y nos traemos la medalla de bronce”. El discurso metafórico de la crónica escrita por Luis Córdova se entremezcló con frases chauvinistas y términos bélicos, algo que puede explicarse porque el partido se jugó en los días previos a la celebración de las Fiestas Patrias:

“¡Gózalo Perú!, porque de tu suelo sagrado y de patriotas del alma, se está forjando una notable generación de valerosos guerreros cuyo objetivo es la gloria y están dispuestos a derramar sangre en el camino, en la defensa de los colores por los que una vez ofrendaron sus vidas Miguel Grau y Francisco Bolognesi”.

“Paolo Guerrero, Juan Vargas y demás gladiadores, mil gracias por ser la alegría nacional y mensajeros del optimismo para la juventud de todo el Perú, y la fortaleza para los humildes que a través del trabajo persistente quieren lograr sus más ansiados objetivos. Sinceramente, gracias”.

“Qué bonito regalo por Fiestas Patrias nos dieron, muchachos. Y lo celebramos con pisco sour, al ritmo de la marinera norteña y el huaino en las entrañas de nuestro país. Lograr el tercer lugar en la Copa América de Argentina, sueño que no consiguió ni el mismo anfitrión o el otro mostro, Brasil, y sobre todo con actuaciones memorables, con el equilibrio y el gol que hacía mucho no encontrábamos, es motivo de júbilo general”.

“Sergio Markarián, tú no eres “Mago”, lo tuyo no es magia, no es ficción. Y es que confortaste el ¡Sí se puede! en base a trabajo, erigiendo primero un equipo desde las ruinas, cuando el que menos temía tomar el fi erro caliente, dado el último lugar de la selección y el pésimo apelativo de ‘patito feo’”.

En el párrafo final, Luis Córdova invita a soñar con la clasificación a la Copa del Mundo: “Ahora el objetivo es el Mundial de Brasil 2014, y claro que se puede. Vamos por buen camino, ese tercer lugar en la Copa América lo dice claramente”.



Figura 101: Crónica de *El Bocón* (24/VII/2011, p. 2).

El titular de *Depor* (figura 102) fue “¡Lo fusilamos!” y en el subtítulo se indicó que “Con triunfo sobre Venezuela se cerró una súper campaña en la Copa América. Como no sucedía desde 1975, volvemos a estar entre los tres mejores del torneo”. Toda esta idea fue desarrollada en su crónica por Jhonny Ayala:

“No se ha ganado una simple medalla de bronce. Por lo hecho en toda esta Copa América, la selección peruana se ganó el derecho de colgarse en el cuello una medalla, pero de verdadero honor. Porque si antes de la llegada de Sergio Markarián la rojiblanca se había desteñido por escándalos, derrotas y mala planificación, desde que el ‘Mago’ asumió la dirección técnica se propuso recuperar el prestigio perdido desde hace años”.

“Y con el triunfo de ayer sobre Venezuela, se terminó de ratificar que Perú transita por el camino correcto”.

PERÚ, TERCERO DE AMÉRICA. PERÚ 4-1 VENEZUELA

Con triunfo sobre Venezuela se cerró una super campaña en la Copa América. Como no sucedía desde 1975, volvemos a estar entre los tres mejores del torneo.

¡Lo fusilamos!

EL PARTIDO

PERÚ	VENEZUELA
4	1
1. Escobedo 8	1. Erazo 5
2. B. Novillo 7	2. B. Rojas 6
3. S. Vargas 7	3. J. Díaz 5
4. C. Díaz 7	4. D. Rodríguez 6
5. B. León 7	5. C. López 6
6. C. León 6	6. T. Díaz 4
7. S. León 6	7. C. Díaz 4
8. C. León 6	8. C. León 4
9. C. León 6	9. C. León 4
10. C. León 6	10. C. León 4
11. C. León 6	11. C. León 4
12. C. León 6	12. C. León 4
13. C. León 6	13. C. León 4
14. C. León 6	14. C. León 4
15. C. León 6	15. C. León 4
16. C. León 6	16. C. León 4
17. C. León 6	17. C. León 4
18. C. León 6	18. C. León 4
19. C. León 6	19. C. León 4
20. C. León 6	20. C. León 4

Una Copa inolvidable

No solo se cumplió con jugar los 6 partidos, sino que se creó como selección con historia.

UN DATAZO

¡Ya no eres invicto! Hasta ayer Venezuela no había perdido ni un solo partido en los 90 minutos. Pero no solo le ganó, sino que le ganó 4 goles. Este fue el resultado más holgado de todo el torneo.

Podemos pelear un cupo de juego. Sin tantas figuras era necesario ser un equipo sólido y pelearlo. Ningún partido fue sencillo para Perú. No aguantó el de ayer. Venezuela asió hasta cuando se quedó con 10 hombres y el partido iba torcido.

La goleada se giró con todo, por la forma en que llegaron los tantos de Guerrero al final del partido, pero no se puede perder la perspectiva. Perú siempre ha sido débil.

Y así como la roblanca tendrá que sumar más de la cuenta, como hasta ahora, para asegurar una victoria, todas las selecciones de Sudamérica tendrán que preocuparse también difícilmente la bicolor. Después de muchos años, Perú ha vuelto a ser un rival competitivo a nivel internacional.

El primer paso rumbo a Brasil 2014 se ha cumplido: ya tenemos un equipo con el que se puede pelear un cupo en las Eliminatorias. Pero toca mantener y sostener este crecimiento. Faltan aún muchos medalleros por ganar.

Figura 102: Crónica de *Depor* (24/VII/2011, p. 8).

Como se puede apreciar, los tres diarios reflejaron estados de ánimo ambivalente en el discurso utilizado tanto en los titulares como en las crónicas de los partidos jugados por la selección en la Copa América. En las victorias hubo exaltación extrema y se magnificó la figura del entrenador y algunos jugadores, mientras que en las derrotas se notó un lamento que no rozó con la crítica extrema y que, incluso, se confundió con frases de aliento. Este enfoque diferirá en el proceso eliminatorio el cual será materia de análisis en el próximo capítulo.

4.8. Proceso eliminatorio (2011-2013)

Luego de la aceptable campaña efectuada en la Copa América, la selección afrontó sin éxito las eliminatorias rumbo a la Copa de Mundo Brasil 2014. Pese a iniciar este proceso con victoria frente a Paraguay en Lima, una serie de malos resultados relegaron al equipo en la tabla de posiciones, terminando antepenúltimo tras 16 partidos jugados y sin opciones de pelear uno de los cuatro cupos directos o el repechaje mundialista. En este apartado corresponderá analizar el despliegue periodístico realizado por *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* el día posterior a la realización de los encuentros del seleccionado en esta fase de clasificación.

4.8.1. Portadas

El 8 de octubre de 2011, los tres diarios deportivos desataron su euforia y dieron una amplia cobertura al triunfo sobre Paraguay por 2-0 en la primera fecha de las eliminatorias. *El Bocón* (figura 103) abrió su portada en formato “sábana” y sobre una celebración de Paolo Guerrero y Juan Vargas tituló “Primer paso hacia el Mundial”, añadiendo en un conciso antetítulo que “Perú derrota 2-0 a Paraguay en debut en eliminatorias con dos goles de Paolo Guerrero”. El apelativo de los “4 fantásticos”, con el cual se nombró al cuarteto integrado por Pizarro, Guerrero, Farfán y Vargas, sirvió de referencia para los titulares usados por *Líbero* y *Depor*. En “Perú Fantástico”, *Líbero* (figura 104) se aprecia la celebración de Pizarro, Guerrero y Farfán en formato “sábana” y en el antetítulo se afirmó que “Jugando un partidazo, la bicolor pasó por encima de Paraguay y agarró pista rumbo a Brasil 2014. Paolo armó la fiesta en todo el país con dos golazos. El ‘Loco’, ‘Pizza’ y la ‘Foquita’ fueron decisivos. El próximo martes nos agarramos con los chilenos en Santiago”. Y finalizó la cita con un exclamativo “¡Arriba Perú!”. *Depor* (figura 105) tituló “¡Los 11 fantásticos!” sobre una foto similar a la de *Líbero* y en el subtítulo detalló que “Guerrero estuvo gigante y puso los dos goles contra Paraguay. El camino al Mundial es largo, pero el equipo del ‘Mago’ ilusiona a todos”. Cierra el texto con una curiosa frase: “¡Que tiemblen los chilenos!”.



Figuras 103-105: Portadas de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (8/X/2011).

Tres días después, el tono festivo de estos diarios cambiaría drásticamente para informar sobre la derrota de Perú 4-2 frente a Chile en Santiago. El reclamo por el mal arbitraje y la arenga hacia la selección se entremezclaron en *Líbero* (figura 106) que utilizó el estilo sábana y dividió su portada en dos de manera horizontal. En la parte superior tituló “Raterazo” con una imagen de tres jugadores peruanos reclamándole al árbitro y un amplio subtítulo donde explicó que “Boliviano Orosco nos volvió a malograr un partido como lo hizo en la semifinal de la Copa América. Ayer le dio la mano a los ‘rotos’ y no nos cobró dos penales claros”. El texto concluye con la frase “¡Metan preso a ese ladrón!”. La parte baja de la portada muestra una foto de la selección y el titular “Equipazo” el cual se complementa con otro amplio subtítular: “Pese a tener al árbitro en contra, la bicolor jugó un partidazo ante Chile. Pizarro y Farfán anotaron los goles y hubo ¡cuatro tiros al palo! El 15 de noviembre nos agarramos con los ‘monos’ en Quito”. Se puede apreciar el uso de términos peyorativos y xenofóbicos como “rotos” y “monos” para describir a ecuatorianos y chilenos, respectivamente, además del empleo del calificativo “raterazo” para definir el desempeño poco aceptable del árbitro. *Depor* (figura 107) tituló en exclamación “¡4 palos... y ese de negro!” sobre un montaje fotográfico donde aparece una acción de Claudio Pizarro y la figura del juez Orosco. “Chile nos ganó bien, pero el árbitro y los parantes también jugaron para el local. Lo peor: los primeros 20 minutos. Lo mejor: Perú nunca dejó de pelear. ¡Hay equipo!”, se lee en un subtítulo que también intenta ilusionar al lector pese a la derrota. Por su parte, *El Bocón* (figura 108) tituló “A seguir guerreando” bajo la foto de un reclamo de Paolo Guerrero al réferi. En el antetítulo se lee: “Árbitro no nos cobró dos penales, estrellamos cuatro disparos a los palos y caímos 4-2 ante Chile”. Este diario intenta minimizar lo acontecido en Santiago señalando que “Solo fue un tropezón”.



Figuras 106-108: Portadas de *Libero*, *Depor* y *El Bocón* (12/X/2011).

El 15 de noviembre de 2011 se cerraría el primero de los tres años de eliminatorias con una nueva derrota, esta vez en Quito. Un día después, los tres diarios no fueron categóricos en sus críticas y mostraron un tono mesurado para matizar el poco alentador resultado. *El Bocón* (figura 109) relacionó la foto de Juan Vargas y un jugador ecuatoriano con el cabello levantado y tituló “Los pelos de punta”, agregando en el antetítulo que “La blanquirroja pierde 2-0 ante Ecuador y cae hasta el penúltimo puesto en eliminatorias. Hay alarma pero no se pierde la fe”. “No vale llorar” fue el titular de *Libero* (figura 110) que también jugó con foto y titular en una imagen de Paolo Guerrero con cabello mojado y derramando gotas de agua. En la bajada señaló que “La derrota en la altura de Quito nos duele a todos, pero la ilusión mundialista sigue intacta. La bicolor tiene que levantar cabeza y mirar con fe lo que se viene. En junio del próximo año nos agarramos [enfrentamos] con Colombia y Uruguay”. “Da bronca... ver la tabla” tituló *Depor* (figura 111) y en su subtítulo explicó que “Perdimos en Quito y quedamos lejos de los punteros. Igual, esto recién empieza. Ayer nos faltó aire, ‘pero nuestras opciones están intactas’, dijo el ‘Mago’. Se viene una pausa de siete meses”.



Figuras 109-111: Portadas de *El Bocón*, *Libero* y *Depor* (16/XI/2011).

En junio de 2012, Perú abriría el segundo año de la eliminatoria con su tercera derrota seguida, esta vez frente a Colombia en Lima por 1-0. Pese a que ya se habían perdido nueve puntos en la fase de clasificación, los tres diarios mantuvieron una línea exenta de crítica, algo no muy usual cuando los resultados son desfavorables. La foto del lamento de Paolo Guerrero en el Estadio Nacional inspiró la titulación de los tres diarios el 4 de junio. “Nos duele a todos” sentenció *Libero* (figura 112) y en el subtítulo sostuvo que “Perú con varias bajas le puso mucho corazón, pero no alcanzó. Derrota ante Colombia complicó a la bicolor que debe buscar un milagro ante Uruguay en el Centenario el próximo domingo”. *Depor* (figura 113) tituló “A pesar de todo... ¡Contigo Perú!” y en el antetítulo refirió que “La bicolor se perdió goles increíbles, y Colombia nos ‘vacunó’ [anotó] en la única que tuvo. Si fuera solo por ganas, la tabla no nos tendría penúltimos. Paolo jugó por diez y mereció gol. No hay que perder la ilusión”. El titular de *El Bocón* (figura 114) fue “1 para el otro”, ampliando en un antetítulo muy informativo que “Perú sale con todo, pero falla en definición. Colombia es más eficaz y gana 1-0 en el Nacional”.



Figuras 112-114: Portadas de *Libero*, *Depor* y *El Bocón* (4/VI/2012).

El cuarto traspie consecutivo de la selección cambiaría el tono de los tres diarios deportivos en sus portadas del 11 de junio. Aunque se mantuvo un discurso que buscaba resaltar lo positivo - en este caso, la entrega de Paolo Guerrero- pese a la desazón por la derrota 4-2 frente a Uruguay en Montevideo, ya se asumía la dificultad de lograr un cupo directo al Mundial. *Depor* (figura 115) tituló “¡Clonemos a Paolo!” y en el subtítulo explicó que “El ‘Depredador’ hizo un gol y se jugó un partidazo ante Uruguay, pero no alcanzó. Si tuviéramos una legión de ‘Guerreros’, Perú no estaría en la cola”. En el cierre del texto, este diario admitió lacónicamente: “Hoy estamos muy lejos del Mundial”. *Libero* (figura 116) puso como título “Gracias Paolo” y refirió que “Uruguay nos ganó, pero la bicolor dejó el alma en el Centenario, gracias a los huevos del ‘Depredador’”. El antetítulo se cierra así: “El cupo directo a Brasil se complica y ahora debemos apuntar al repechaje”. En “Rojos de cólera”, *El Bocón* (figura 117) relacionó el color de la camiseta de Perú e hizo eco de las quejas de Guerrero contra un supuesto mal arbitraje, algo que se puede leer en el antetítulo: “Perú juega de igual a igual ante Uruguay en el Centenario, pero errores defensivos nos pasan factura y caemos 4-2. Guerrero culpa a árbitro y dice que fue ‘robo’”.



Figuras 115-117: Portadas de *Depor*, *Libero* y *El Bocón* (11/VI/2012).

La sexta presentación de Perú en la eliminatoria significó, apenas, su segundo triunfo. Sin embargo, el 2-1 ante Venezuela en Lima fue destacado ampliamente por los tres diarios con titulares grandilocuentes, cargados de un mensaje destinado a ilusionar a los hinchas. El más efusivo fue *Libero* (figura 118) con “Grito Mundial” sobre la foto de celebración de Claudio Pizarro y Jefferson Farfán. El tono del subtítulo no pudo ser más soñador: “Perú volvió a la vida. Le volteó el partido a Venezuela con dos goles de la ‘Foquita’ y se puso sétimo en la tabla con seis puntos. El martes recibimos a Argentina con la convicción de que se puede llegar a Brasil 2014”. *Depor* (figura 119) tituló “¡Lo ganamos todos!” y agregó en un subtítulo de matiz esperanzador que “Con dos golazos de la ‘Foquita’, Perú volteó el partido a Venezuela en el segundo tiempo. La selección dejó la cola de la tabla y ahora volvemos a soñar. Este martes toca Argentina”. *El Bocón* (figura 120) apostó por el formato “sábana” en el título “Vale un Perú” y destacó que “Venezuela vencía 1-0, pero apareció Farfán y anotó los goles para que la blanquirroja de vuelta al partido y gane por 2-1. Ahora que venga Argentina”.



Figuras 118-120: Portadas de *Libero*, *Depor* y *El Bocón* (8/IX/2012).

El 12 de septiembre, la prensa especializada destacó a Carlos Zambrano tras el empate frente a Argentina. Para *El Bocón* (figura 121) fue “Un punto de apoyo” y en el antetítulo precisó que la “Selección peruana juega partidazo y empatata 1-1 a la Argentina de Messi. Resultado sirve para sumar y seguir en la pelea por un cupo al Mundial”. En “Rugió el Perú”, *Libero* (figura 122) refirió que “La bicolor se jugó un partidazo memorable y estuvo a punto de ganarle a la Argentina. El ‘León’ Zambrano adelantó con gol a lo macho y luego lo empató Higuaín. Pizarro se falló un penal”. *Depor* (figura 123) tituló “¡Puntazo!”, sobre una foto principal de la celebración de Zambrano, y agregó “... Lornaza” apuntando con una flecha la imagen de Lionel Messi. Cabe precisar que “lorna” es un peruanismo empleado en la prensa popular para adjetivizar a una persona torpe o despistada. En este caso, el término buscaba calificar a Messi por no haber tenido una buena actuación. En el subtítulo se explicaba que “Perú cambió. Mostró garra, buen juego, y anuló al mejor del planeta. Con golazo de Zambrano sumamos un punto, pero no estamos lejos del objetivo. ¡Nos vamos a La Paz!”.



Figuras 121-123: Portadas de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (12/IX/2012).

Un mes después, la noticia principal de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* giró en torno a un nuevo empate, esta vez el 1-1 logrado por la selección en La Paz contra Bolivia. Por la dificultad de jugar en la altura con un equipo integrado por futbolistas del medio local, el punto fue celebrado como un triunfo por la prensa deportiva, la cual mostró a Juan Carlos Mariño, autor del tanto, como la figura del partido. La portada de *Líbero* (figura 124) con el título “¡Heroico!” lució la celebración de este jugador y una infografía de su gol, añadiendo en el antetítulo que “Con golazo del ‘Burrito’ Mariño, la ‘sele’ alterna sacó un puntazo en La Paz. Tenemos ocho en la tabla y el martes vamos con todo el poder a Paraguay. ¡Arriba Perú!”. Para *Depor* (figura 125) fue un “¡Mariñazo!” y amplió la idea afirmando que “Perú jugó un partidazo en La Paz y mereció ganar. El “Burrito” la rompió y metió un gol de otro partido. El punto vale, pero tenemos que ganar en Asunción. Y jugarán todos los ‘bravos’”. Más informativo fue *El Bocón* (figura 126) en “Perú suma y sigue”, titular acompañado del siguiente antetítulo: “Selección iguala 1-1 con Bolivia en La Paz y mantiene chances de clasificar al Mundial. El martes choca con Paraguay en Asunción”.



Figuras 124-126: Portadas de *Libero*, *Depor* y *El Bocón* (13/X/2012).

El tono crítico de los diarios especializados recién aparecería en sus ediciones del 17 de octubre para informar sobre la derrota de la selección contra Paraguay por 1-0 en Asunción, en un partido que cerró el segundo año de la, hasta ese entonces, poco auspiciosa fase de clasificación. Los cuestionamientos más duros correspondieron a *Libero* (figura 127) en su título “Murió la ilusión” sobre la foto de Jefferson Farfán tendido en el gramado del estadio “Defensores del Chaco”. El subtítulo refirió que “Pasó lo peor. Perú cayó en Asunción y solo un milagro nos puede devolver la fe de pelear por el Mundial”. Además, cuestionó directamente al técnico y a sus dirigidos: “Markarián equivocó planteamiento y jugadores ‘arrugaron’”. Por su lado, *El Bocón* (figura 128) ilustró su portada con una foto de Paolo Guerrero apoyando su cabeza en el gramado bajo el irónico título “Enterramos la cabeza”. En el antetítulo señaló que “La selección peruana cayó 1-0 ante el colero Paraguay y quedó al borde de la eliminación del mundial”. *Depor* (figura 129) lució una llamativa composición fotográfica en “Todos jugaron para Perú... menos Perú”, titular que acompañó la imagen de tres partidos de la eliminatoria y una foto de Paolo Guerrero de rodillas. “La fecha estaba linda para meternos en la lucha, pero jugamos horrible y perdimos contra el colero. Markarián planteó mal el partido y dejó una ‘chiquita’: ‘algunos no se esforzaron en la cancha’”, apuntó el subtítulo.



Figuras 127-129: Portadas de *Libero*, *El Bocón* y *Depor* (17/X/2012).

Un renovado ambiente de positivismo y de expectativa se vio reflejado en las ediciones del 23 de marzo de 2013 cuando los tres diarios describieron la victoria de Perú sobre Chile por 1-0 en Lima con tanto de Jefferson Farfán. De estar al borde de la eliminación en la fecha anterior, se pasó a la ilusión de estar cerca de la Copa del Mundo, como lo evidenció *Libero* (figura 130) en “Triunfazo mundial”. “Con alma, corazón y vida. Perú venció a Chile y recuperó el aliento en la Eliminatoria. Farfán marcó el agónico gol que nos pone en carrera a Brasil 2014” se apreció en el subtítulo de este diario. *El Bocón* (figura 131) tituló “Un triunfo para seguir soñando con el Mundial” y explicó en el antetítulo que “Con gol de Farfán al final del partido, Perú venció 1-0 a Chile y se mete en la pelea por un cupo a Brasil 2014”. *Depor* (figura 132) apeló al juego de titular y foto en “Perú no se chupa”, texto que acompañó la clásica celebración de Farfán con los dedos en la boca. En el subtítulo, este rotativo detalló que “A tres minutos de final, Farfán nos devolvió la vida en las Eliminatorias. Chile estuvo difícil, pero se fue derrotado de Lima. Los demás rivales también jugaron para Perú: quedamos a un punto del repechaje”.



Figuras 130-132: Portadas de *Libero*, *El Bocón* y *Depor* (23/III/2013).

La imagen de la celebración de Claudio Pizarro, uno de los jugadores más criticados a lo largo de los últimos cuatro procesos eliminatorios, coincidió en las portadas de los diarios especializados del 8 de junio de 2013, los cuales informaron sobre la victoria 1-0 frente a Ecuador en Lima. *Depor* (figura 133) asoció una festividad del calendario patrio y tituló “¡Equipo de bandera”, sumando a ello este antetítulo: “En el Día de la Bandera, Pizarro nos regaló un golazo y le ganamos a Ecuador después de 36 años. Estamos a dos puntos de Venezuela y tenemos un partido menos. ¡Tiembra, Colombia!”. *Libero* (figura 134) tituló que la selección estaba “En carrera al mundial” y en el subtítulo destacó la trascendencia del resultado: “Histórico. Después de 36 años Perú venció a Ecuador, sumó tres puntos de oro y se encamina rumbo a Brasil 2014. Pizarro marcó un gooolazo y el país lo gritó como nunca. El martes viene Colombia en Barranquilla. Vamos Perú, carajo”. Para *El Bocón* (figura 135) fue una “Noche fantástica” y en un escueto antetítulo subrayó que “Perú vence 1-0 a Ecuador y se mete en la pelea por un cupo al Mundial Brasil 2014”.



Figuras 133-135: Portadas de *Depor*, *Líbero* y *El Bocón* (8/VI/2013).

Cuatro días después y a pesar de la derrota ante Colombia en Barranquilla por 1-0, los tres diarios deportivos insistieron en reseñar en sus portadas que estaba viva la posibilidad de clasificar en las eliminatorias, según lo aseguraba el propio técnico de la selección. En “¡Qué pasó ayer!”, *Depor* (figura 136) intentó ponerle paños fríos al resultado, tal como se puede leer en este subtítulo: “Perdimos en Barranquilla, pero no es el fin del mundo. Seguimos a 2 puntos del quinto puesto, luego de que la ‘Vinotinto’ cayera de local contra Uruguay. Markarián dijo clarito: ‘Si le ganamos a Venezuela y a Uruguay estamos en el Mundial, eso lo firmo’”. *El Bocón* (figura 137) tampoco fue lapidario y tituló “Seguimos vivos”, agregando en el antetítulo que “Perú pierde 2-0 ante Colombia, pero sigue a dos puntos del quinto puesto, que da pase al repechaje por un cupo al mundial”. Un concepto similar expuso *Líbero* (figura 138) “A buscar la hazaña” en el subtítulo “La derrota ante Colombia no mata la ilusión. Perú debe sumar 6 puntos ante Uruguay y Venezuela en setiembre, si quiere ir al Mundial. ‘Ganando esos partidos estaremos en Brasil’”, afirma Markarián.



Figuras 136-138: Portadas de *Depor*, *El Bocón* y *Líbero* (12/VI/2013).

En sus portadas del 7 de setiembre de 2013, tanto *Líbero* como *El Bocón* coincidieron en referir que ya no había opciones de clasificar, luego de la derrota de Perú 2-1 frente a Uruguay en Lima. Además de cuestionar el desempeño de la selección, *Líbero* (figura 139) apeló al fotomontaje en su portada para criticar el arbitraje. El titular “Sangre, ladrón y lágrimas” (que deviene de la frase “sangre, sudor y lágrimas”) apareció sobre las imágenes de Paolo Guerrero, del juez Patricio Lostau y de Jefferson Farfán. El subtítulo completó la idea: “Un Uruguay mañoso y un árbitro ‘arreglado’ le ganaron a una desdibujada selección que desperdició su última opción de ir a Brasil. Farfán acabó en llanto porque otra vez nos toca ver el Mundial por TV”. *El Bocón* (figura 140) fue categórico con el título “Se acabó”, complementado con el siguiente antetítulo: “Perú perdió 2 a 1 ante Uruguay y una vez más le decimos adiós al Mundial”. *Depor* (figura 141) mostró cierta contradicción al titular “Quedarse sin mundial duele” e inferir en su subtítulo que aún había chances: “Uruguay nos agarró a codazos y caímos en su juego. El árbitro nos dio el tiro de gracia: un penal en contra y un expulsado. La tabla no miente: Perú ya no depende de sí mismo para ir a Brasil”.



Figuras 139-141: Portadas de *Libero*, *El Bocón* y *Depor* (7/IX/2013).

La derrota 3-2 ante Venezuela en el antepenúltimo choque de la fase de clasificación, mostraría dos posiciones respecto de quien o quienes eran los responsables de la consumada eliminación de Perú. *Libero* (figura 142) tituló “Dimos vergüenza” y enfiló su crítica hacia el entrenador y los jugadores. La foto de portada de un grupo de futbolistas dando la espalda a la cámara se complementa con el siguiente subtítulo: “Eliminación de Perú se consumó anoche, luego de un proceso caracterizado por un Markarián sin autoridad, quien se apoyó en algunos jugadores indisciplinados y faltos de actitud. Ahora solo queda pensar en el futuro”. Un tono totalmente distinto presentó *Depor* (figura 143) al pasar por alto el cuestionamiento al técnico y al plantel y responsabilizar de la eliminación al presidente de la Federación Peruana de Fútbol titulando su portada con el hashtag “#FueraBurga” sobre la foto panorámica de varios jugadores cabizbajos. En tres breves subtítulos se lee: “Perú perdió con Venezuela y quedó fuera del Mundial”, “Markarián confirmó ayer que termina las eliminatorias y se va” y “Burga sumó un fracaso más como dirigente”. Por su parte, *El Bocón* (figura 144) presentó la foto de un jugador en el piso y tituló “Peor, imposible”, añadiendo escuetamente en el antetítulo que “Perú cayó 3-2 ante Venezuela y sepultó sus chances matemáticas de ir al Mundial”.



Figuras 142-144: Portadas de *Líbero*, *Depor* y *El Bocón* (11/IX/2013).

El 12 de octubre de 2013 se marcaría un hecho por demás significativo, al no ser el resultado de un partido eliminatorio de Perú la noticia principal de portada. La derrota en la víspera 3-1 frente a Argentina en Buenos Aires, fue relegada a una breve llamada por *El Bocón* (figura 145) al consignar un escueto “Se veía venir: Selección cae 3-1 ante Argentina en Buenos Aires”. Una postura similar asumió *Líbero* (figura 146) que ubicó la información en una ventana sobre el lado superior derecho: “Benavente fue lo mejor: ‘Chaval’ destacó pese a que ‘sele’ cayó 3-1 ante Argentina”. *Depor* (figura 147) si dio la noticia en la caja principal de su portada, aunque la misma se combinó con la información de la elección de Lima como sede de los Juegos Panamericanos. En el titular, sobre la foto de ambos acontecimientos, se puede leer “¡Le ganamos a Argentina!... También a Chile y a Venezuela” y en el subtítulo se añade que “Perdimos en fútbol (3-1), pero ganamos la sede de los Juegos Panamericanos 2019. Lima ‘le sacó la mugre’ a ciudades de Argentina, Chile y Venezuela. Gran triunfo peruano”.



Figuras 145-147: Portadas de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (12/X/2013).

El 16 de octubre de 2013, *Líbero* (figura 148) volvió a relegar la información de un partido de Perú a uno de los espacios laterales de su portada. Incluso, el 1-1 con Bolivia no fue lo más destacado, sino la intención del entrenador de mantenerse en su cargo, algo que invitó a este severo cuestionamiento: “Y encima, se queda: Perú empató con Bolivia y pese a fracaso, Markarián seguirá en FPF”. *El Bocón* (figura 149) hizo alusión al juego del partido ante un Estadio Nacional sin público y tituló “Triste y vacío” en la caja principal de su portada, agregando que “Perú empató 1-1 con Bolivia y se despide de la eliminatoria mundialista sin pena ni gloria”. Por su parte, *Depor* (figura 150) planteó un borrón y cuenta nueva al titular “¡A empezar de nuevo!”. En el subtítulo incluye que “Con un pálido empate en el Nacional, se cerró un nuevo proceso sin Mundial. Markarián dejó entrever que no seguirá, y ahora solo queda apostar por nuestros ‘chibolos’”.



Figuras 148-150: Portadas de *Líbero*, *El Bocón* y *Depor* (16/X/2013).

4.8.2. Crónicas

El Bocón (figura 151) dio un despliegue de dos páginas a la primera victoria peruana en las eliminatorias. La crónica de José Bragayrac titulada “Estadio lleno, corazón contento” (en alusión a la popular frase “barriga llena, corazón contento”), fue acompañada de una amplia foto de celebración y un breve antetítulo: “La blanquirroja comienza a lo grande en la eliminatoria y derrota 2-0 a Paraguay”. Si bien gran parte del texto es muy descriptivo respecto a lo acontecido durante el partido, se pueden destacar algunas figuras metafóricas un tanto forzadas cuando el autor señala que “sí le costó a la magia de Markarián convertir esa rana fea en un príncipe apto para la princesa”, para destacar el potencial mostrado por la Perú ante los guaraníes. Además, calificó al equipo como “una fiera” y magnificó la confirmación de “los cuatro fantásticos: Guerrero, Farfán, Vargas y Pizarro”.



Figura 151: Crónica de *El Bocón* (8/X/2011, p. 2).

Deport (figura 152) tituló “¡Arriba, carajo!”, sobre la imagen del festejo de Vargas y Guerrero. Dos antetítulos completaron esta expresión: “El inicio arrollador ante Paraguay da para soñar con el Mundial de Brasil” y “Los ‘4 fantásticos’ lucieron a partir del sacrificio del equipo. ¡Sí se puede!”. El comentario de Kike La Hoz no dio un detalle cronológico del encuentro, aunque se esmeró en referirse a la presencia del “alma” de la selección para explicar la manera cómo se ganó a los paraguayos:

“Se había hablado tanto del deseo y compromiso de todos por llegar al Mundial, que hacía falta algo más, quizá un gesto [...] El triunfo del grupo, los goles de Guerrero, la entrega del ‘Mudo’ Rodríguez podrían ser suficientes, gestos concretos, pero ayer hubo algo más [...] Una imagen ante la cual es difícil no estremecerse de emoción: Paolo tendido en el suelo, después del segundo gol, abrazado con Vargas, Pizarro, Cruzado y Farfán. Todos como niños que acaban de descubrir que el sueño por el que han entregado sus vidas empieza a dejar de ser una tonta utopía [...] Pero nada funciona sin un alma. En ese festejo descontrolado, la de esta selección quedó expuesta. Y quienes la pudimos ver, sabemos que no miente: no parará hasta el Mundial”.

El inicio arrollador ante Paraguay da para soñar con el Mundial de Brasil.

Los '4 fantásticos' lucieron a partir del sacrificio del equipo. ¡Sí se puede!

¡Arriba, carajo!

EL PARTIDO

PERU	PARAGUAY
2	0
1. B. Guerrero	4. G. Saborido
2. A. Rodríguez	5. J. Torres
3. J. Cruzado	6. A. Paredes
4. F. Farfán	7. J. Torres
5. G. Guerrero	8. G. Saborido
6. A. Rodríguez	9. G. Saborido
7. J. Cruzado	10. G. Saborido
8. F. Farfán	11. G. Saborido
9. G. Guerrero	12. G. Saborido
10. G. Guerrero	13. G. Saborido
11. G. Guerrero	14. G. Saborido
12. G. Guerrero	15. G. Saborido
13. G. Guerrero	16. G. Saborido
14. G. Guerrero	17. G. Saborido
15. G. Guerrero	18. G. Saborido
16. G. Guerrero	19. G. Saborido
17. G. Guerrero	20. G. Saborido
18. G. Guerrero	21. G. Saborido
19. G. Guerrero	22. G. Saborido
20. G. Guerrero	23. G. Saborido
21. G. Guerrero	24. G. Saborido
22. G. Guerrero	25. G. Saborido
23. G. Guerrero	26. G. Saborido
24. G. Guerrero	27. G. Saborido
25. G. Guerrero	28. G. Saborido
26. G. Guerrero	29. G. Saborido
27. G. Guerrero	30. G. Saborido
28. G. Guerrero	31. G. Saborido
29. G. Guerrero	32. G. Saborido
30. G. Guerrero	33. G. Saborido
31. G. Guerrero	34. G. Saborido
32. G. Guerrero	35. G. Saborido
33. G. Guerrero	36. G. Saborido
34. G. Guerrero	37. G. Saborido
35. G. Guerrero	38. G. Saborido
36. G. Guerrero	39. G. Saborido
37. G. Guerrero	40. G. Saborido
38. G. Guerrero	41. G. Saborido
39. G. Guerrero	42. G. Saborido
40. G. Guerrero	43. G. Saborido
41. G. Guerrero	44. G. Saborido
42. G. Guerrero	45. G. Saborido
43. G. Guerrero	46. G. Saborido
44. G. Guerrero	47. G. Saborido
45. G. Guerrero	48. G. Saborido
46. G. Guerrero	49. G. Saborido
47. G. Guerrero	50. G. Saborido
48. G. Guerrero	51. G. Saborido
49. G. Guerrero	52. G. Saborido
50. G. Guerrero	53. G. Saborido
51. G. Guerrero	54. G. Saborido
52. G. Guerrero	55. G. Saborido
53. G. Guerrero	56. G. Saborido
54. G. Guerrero	57. G. Saborido
55. G. Guerrero	58. G. Saborido
56. G. Guerrero	59. G. Saborido
57. G. Guerrero	60. G. Saborido
58. G. Guerrero	61. G. Saborido
59. G. Guerrero	62. G. Saborido
60. G. Guerrero	63. G. Saborido
61. G. Guerrero	64. G. Saborido
62. G. Guerrero	65. G. Saborido
63. G. Guerrero	66. G. Saborido
64. G. Guerrero	67. G. Saborido
65. G. Guerrero	68. G. Saborido
66. G. Guerrero	69. G. Saborido
67. G. Guerrero	70. G. Saborido
68. G. Guerrero	71. G. Saborido
69. G. Guerrero	72. G. Saborido
70. G. Guerrero	73. G. Saborido
71. G. Guerrero	74. G. Saborido
72. G. Guerrero	75. G. Saborido
73. G. Guerrero	76. G. Saborido
74. G. Guerrero	77. G. Saborido
75. G. Guerrero	78. G. Saborido
76. G. Guerrero	79. G. Saborido
77. G. Guerrero	80. G. Saborido
78. G. Guerrero	81. G. Saborido
79. G. Guerrero	82. G. Saborido
80. G. Guerrero	83. G. Saborido
81. G. Guerrero	84. G. Saborido
82. G. Guerrero	85. G. Saborido
83. G. Guerrero	86. G. Saborido
84. G. Guerrero	87. G. Saborido
85. G. Guerrero	88. G. Saborido
86. G. Guerrero	89. G. Saborido
87. G. Guerrero	90. G. Saborido
88. G. Guerrero	91. G. Saborido
89. G. Guerrero	92. G. Saborido
90. G. Guerrero	93. G. Saborido
91. G. Guerrero	94. G. Saborido
92. G. Guerrero	95. G. Saborido
93. G. Guerrero	96. G. Saborido
94. G. Guerrero	97. G. Saborido
95. G. Guerrero	98. G. Saborido
96. G. Guerrero	99. G. Saborido
97. G. Guerrero	100. G. Saborido

¡Arriba, carajo!

El triunfo del grupo, los goles de Guerrero, la entrega del 'Mudo' Rodríguez podrían ser suficientes, gestos concretos, pero ayer hubo algo más [...]. Una imagen ante la cual es difícil no estremecerse de emoción: Paolo tendido en el suelo, después del segundo gol, abrazado con Vargas, Pizarro, Cruzado y Farfán. Todos como niños que acaban de descubrir que el sueño por el que han entregado sus vidas empieza a dejar de ser una tonta utopía [...]. Pero nada funciona sin un alma. En ese festejo descontrolado, la de esta selección quedó expuesta. Y quienes la pudimos ver, sabemos que no miente: no parará hasta el Mundial”.

Figura 152: Crónica de *Depor* (8/X/2011, p. 4).

A diferencia de los otros dos diarios, *Líbero* (figura 153) no ilustró el comentario con una celebración sino con una foto del segundo gol de Guerrero para titular “Directo al corazón” y detallar en el subtítulo lo siguiente: “En una noche de ensueño, Perú le pintó la cara [fue muy superior] a Paraguay con dos goles de Paolo”. En los primeros párrafos de un texto cargado de desbordante positivismo, Jaime Villanueva no ahorró elogios a la selección, dejó entrever un resurgir del fútbol peruano y vaticinó una eliminatoria exitosa:

“Hay que vibrar con este momento. Es hora de ponerle play [dar inicio] al desenfreno y darle de largo a la euforia. El fatalismo del fútbol peruano ha quedado en la última página de una novela de espanto. Y Paolo Guerrero ha empezado con el prólogo de una nueva historia de resultados favorables. Cante, ría, salte. No

le ponga pausa a ese pecho hinchado de orgullo y celebre con todos el triunfo del equipo de todos. Un comienzo soñado para una larga campaña de otros quince partidos clasificatorios que serán una terrible pesadilla para sus protagonistas”.

“Y del fondo de ese triunfalismo urbano vivido en la previa del partido, afloró esa sensatez de Paolo Guerrero y de los otros tres fantásticos. Anoche hemos visto a un equipo peruano con el rendimiento colectivo más óptimo que se haya visto en el gramado del Estadio Nacional. Y la ilusión se arropa de rojiblanco, desgarrá al infortunio y rasga la vieja carga pesada del derrotismo”.



Figura 153: Crónica de *Libero* (8/X/2011, p. 3).

Libero (figura 154) fue categórico al criticar el arbitraje de Raúl Orosco en la derrota peruana ante Chile en Santiago. El comentario apareció al lado de una foto del juez dándole la espalda a Claudio Pizarro bajo el título “¡Te volveré a ver!”. En el subtítulo se señaló que “Chile nos ganó con ‘ayuditas’ del árbitro boliviano, el mejor jugador de los locales”. Sin embargo, en el texto de Jorge Guerrero también se ironizó con el desempeño de la selección y el infortunio al momento de definir las jugadas de gol:

“Quizás el peor error no fue de Orosco y sus flojos calzoncillos, sino el insomnio con el cual iniciamos las acciones y que nos costó las dos primeras estocadas de Chile. Ponce y Vargas abrieron la herida”.

que costaron un 2-0 en contra. Revoredo fue una pena por derecha y tanto Rodríguez como Acasiete, un crimen”.



Figura 155: Crónica de *El Bocón* (12/X/2011, p. 2).

El mal arbitraje fue ignorado en “No bajas la cabeza” de *Depor* (figura 156), no solo en el subtítulo (“La selección cayó ante Chile (4-2), pero tuvo actitud y fútbol. Es hora de superar errores y reafirmar la fe en el camino al Mundial”), sino también en la crónica de Alexander Bustillos quien busca relativizar el resultado adverso:

“En el intento por clasificar, Chile nos ha dado un golpe muy duro y del cual esperamos poder levantarnos. Solo fue un duro porrazo, no de *Knock Out*, y que nos enseña a no bajar la guardia en esta larga y difícil lucha por llegar al Mundial Brasil 2014”.

Además de no justificar la derrota en la actuación del árbitro, el texto reafirmó la ilusión de llegar al Mundial: “una derrota no puede apagar la esperanza que se formó con el tercer lugar en la Copa América y el triunfazo ante Paraguay. No hay motivos para desilusionarnos. Todo lo contrario: hay mucho para valorar y demostrar que la selección está más viva que nunca y que clasificar no es ninguna utopía”.



Figura 156: Crónica de *Depor* (12/X/2011, p. 3).

“Mal de altura” fue el titular empleado por *El Bocón* (figura 157) en la crónica cuyo antetítulo definió así la nueva derrota peruana: “La blanquirroja se cae en el segundo tiempo y pierde 2-0 ante Ecuador en Quito”. En el primer párrafo del texto escrito por Alex Miguel Vásquez se hizo notar el sinsabor por el resultado:

“La idea era coger del cogote a la historia y por fin derrotar a Ecuador en Quito por Eliminatoria. Como nunca antes había sucedido. Pudo ser la excepción, pero no pudimos, aunque quisimos. Terminamos con bronca porque el trabajo en Arequipa, la estrategia y la táctica para jugar a miles de metros sobre el nivel del mar fueron los correctos, sin embargo, nuevamente, dos errores marcados con plumón indeleble permitieron a los ecuatorianos festejar un triunfo por 2-0 en el Olímpico Atahualpa e irnos con las manos vacías. Y Sergio Markarián lo sabía. Por algo vaticinó antes del compromiso: ‘si se da la lógica, nuestra posición podría ser triste al término de la cuarta fecha’. Hoy lo es e intranquiliza”.



Figura 159: Crónica de *Depor* (16/XI/2011, p. 4).

Un titular en tono alentador fue el utilizado por *Depor* (figura 160) en su crónica sobre la derrota de Perú ante Colombia por 1-0: “¡No vale rendirse!”. El subtítulo reconoció el esfuerzo del equipo al sostener que “la bicolor cayó luchando, pero quedó la sensación de que merecimos mucho más”. Esta idea fue desarrollada por Jorge Luis Cruz quien no hace cuestionamientos a la selección:

“Todos tendrán algo que decir sobre la derrota. Habrá siempre algo que no gustó, que se pudo mejorar. Pero si vamos a perder, que sea así: peleando, amando la camiseta. Tal como lo hicieron los jugadores que pisaron ayer la cancha del Nacional [...] Sin Pizarro, sin Vargas y con Farfán apenas seis minutos, el equipo mostró mucho coraje. Jugando así, como lo hicimos ayer ante Colombia, podremos perder partidos, pero también estaremos cerca de ganarlos”.



Figura 161: Crónica de *El Bocón* (4/VI/2012, p. 2).

En el exclamativo “¡Dios mío!”, *Líbero* (figura 162) fue mucho más directo en la crítica hacia Carrillo cuya imagen, errando la acción de gol, ilustra el comentario y en parte del subtítular se lee que: “Esta jugada de André Carrillo debió terminar en gol y cambiar la historia de... siempre. Perdimos sin merecerlo pero no hay que bajar los brazos”. En un colorido primer párrafo, José Luis Saldaña describe así el infortunado momento del jugador nacional frente al arco colombiano:

“En el minuto 24 del primer tiempo, en ese frustrante instante, André Carrillo corrió con todo el Perú y sus tres regiones en la espalda. La ‘Culebra’ ingresó al área -dejando en el aire a Pablo Armero- y cuando tuvo que sacar su veneno, simplemente se humanizó. Erró lo que pudo y no fue... lo que David Ospina salvó, lo que hasta ahorita lloramos”.

En el desarrollo del texto, se evidencia una posición mucho más crítica en torno a la campaña de la rojiblanca:

“Lo lamentable es que con el ‘cerca’ no se gana, que parecemos estar condenados al fracaso y que si bien ayer no se ha firmado ningún certificado de defunción, nadie nos quita de la cabeza que somos un paciente en cuidados intensivos”.



Figura 164: Crónica de *Depor* (11/VI/2012, p. 4).

Mucho más enérgico en la crítica se mostró *El Bocón* (figura 165) al sostener en su titular que “No solo de amor se vive” y agregar en el antetítulo que “Mucho corazón y temperamento, pero sendos errores terminaron con Perú cayendo 4-2 ante Uruguay en Montevideo”. El comentario de Alex Vásquez planteó interesantes interrogantes respecto a las debilidades de la bicolor:

“¿Qué se supone que debemos decir? ¿Qué Perú lo dejó todo en la cancha? ¿Importa eso cuando se pierde? En absoluto; lo mismo sucedió contra Colombia y también se cayó. Esta vez fue Uruguay, Montevideo, el Centenario y 4-2. ¿Y mañana qué? El fútbol no es de héroes, sino de equipos, de estrategia y resultados. De puntos y no de méritos”.

“Es por eso que a pesar de que Paolo Guerrero nos llene de orgullo, está claro que de poco nos sirven su corazón y sus huevos si queremos ir al Mundial. Con uno no basta, hacen falta once”.



Figura 165: Crónica de *El Bocón* (11/VI/2012, p. 2).

Ganar 2-1 a Venezuela en Lima, cambió el discurso de las crónicas de los tres diarios deportivos materia de este trabajo. En “¡Qué bonito es celebrar!”, *Depor* (figura 166) destacó el resurgir de la selección: “La blanquirroja reaccionó a tiempo y le volteó el partido a los ‘venecos’ [venezolanos]. Ahora nos volvemos a meter en la pelea por celebrar”, se lee en el subtítulo. El comentario de Miguel Morales está escrito en un lenguaje muy coloquial:

“No importa si nos quedamos sin voz. Tampoco si hoy la ‘viejita’ [mamá] o la ‘flaca’ [enamorada o novia] se asó [molestó] por el juergón [celebración] y la amanecida de anoche. ¡Perú ganó, y había que celebrarlo!”.

“Y si en casa le dicen que ‘solo fue un partido’ y no entienden de razones futbolísticas, ensayemos las explicaciones”.

“La primera, y también la más importante, es que Perú ya suma seis puntos, salió del fondo [dejó los últimos lugares] y se vuelve a meter en la pelea [vuelve a tener opciones] por llegar a un Mundial, luego de 32 años. Dejamos atrás las cuatro caídas consecutivas”.

“Si con eso no basta, acá hay otra: seguimos teniendo de ‘nietos’ a Venezuela. En Lima ya son siete partidos por las eliminatorias: ganamos 6 y empatamos 1”.

La expresión “tener de nieto”, deviene del “tener de hijo”, que en el habla popular limeña significa tener supremacía sobre alguien o algo.



Figura 166: Crónica de *Depor* (8/IX/2012, p. 4).

El Bocón (figura 167), matizó la expresión “en boca de todos” con el apelativo de Jefferson Farfán para titular “Perú está en ‘Foca’ de todos” sobre la foto de este jugador, autor de dos goles, y apuntó que “la blanquirroja le volteó el partido a Venezuela y lo venció 2-1. El martes nos jugamos otra final ante Argentina”. José Torres Orellana se valió de varias metáforas para ilustrar su comentario:

“Hubo un epicentro para el milagro, un intermedio para pasar del infierno al cielo. Hubo Jefferson Farfán para levantar un equipo y un país que tanta fe tiene para ver todo este día la repetición por la tele del 2-1 sobre Venezuela. Y seguir viendo como para que la vida sea más bonita hasta que llegue Argentina”.



Figura 167: Crónica de *El Bocón* (8/IX/2012, p. 2).

El peculiar “¡No te mueras nunca!” de *Líbero* (figura 168) estuvo acompañado de un motivador antetítulo: “La ‘Foquita’ Farfán condujo a la selección a la resurrección con dos golazos. ¡Estamos vivos!”.

La crónica de Marco Cabrera ensalzó al equipo de manera muy singular:

“Gracias selección porque nos devolviste el alma al cuerpo para seguir creyendo que los boletos a Brasil están a nuestro alcance. Gracias porque demostraste que eres como todos nosotros, que ante la adversidad sabemos levantarnos”.



Figura 168: Crónica de *Líbero* (8/IX/2012, p. 4).

El tono de algarabía se mantuvo en los comentarios que describieron el 1-1 con Argentina en Lima. “Perú se aferra con uñas y dientes”, tituló *El Bocón* (figura 169) y destacó que “La blanquirroja empató 1-1 con Argentina en buen partido. El punto sirve para sumar y seguir en la pelea por la clasificación al Mundial”. La crónica de José Torres Orellana, escrita en primera persona, dejó entrever en su primera párrafo que la igualdad fue poco para lo mostró la selección:

“Yo no vine a ver a Messi. Y estoy aquí viéndolo irse con la cabeza moviéndola a los lados, manos en la cintura [...] Estoy aquí con el 1-1 que debió ser triunfo porque este Perú hace dos fechas merecía un minuto de silencio y hoy es digno de dos horas de aplauso”.



Figura 169: Crónica de *El Bocón* (12/IX/2012, p. 2).

Una idea similar fue la publicada en *Líbero* (figura 170) bajo el título de “¡Pa’ [para] gritarlo toda la vida!” sobre una imagen del gol de Carlos Zambrano. “Perú mereció mucho más de lo que obtuvo. Practicando un fútbol exquisito, la selección emocionó al pueblo y consiguió un empate (1-1) con la poderosa Argentina de Messi, que se ‘asustó’ ante los nuestros. Ahora más que nunca: ¡Arriba Perú!...”, se lee en el extenso antetítulo del comentario firmado por Marco Cabrera quien pese a destacar el resultado, dedicó un párrafo al penal errado por Claudio Pizarro:

“Claudio Pizarro pudo cambiar la historia del partido y, quién sabe, de las Eliminatorias con ese penal apenas a los dos minutos de juego. El ‘Bombardero’, el goleador extranjero histórico de la Bundesliga, el capitán de la selección, el ejemplo de los universitarios, falló ante Romero. ¿No había otro que pateé?”.



Figura 170: Crónica de *Líbero* (12/IX/2012, p. 3).

En “¡Pisamos fuerte!” de *Depor* (figura 171) se explicó en el subtítular que “Perú puso todo y fue más que Argentina. Más allá del empate recuperamos un equipo. Hemos renovado la ilusión”. El uso de replanas en sus crónicas, volvió a ser un recurso de Miguel Morales para realzar la actitud de los jugadores peruanos:

“No se trata de celebrar empate. Pero necesitábamos ver a un equipo otra vez. A once camisetas comprometidas, dejando todo y siendo capaz de dominar a uno de los líderes de la eliminatoria [...] Perú jugó bien, se ‘achoró’, borró por completo a Lionel Messi y, de paso, le cortó a los ‘ches’ una racha de seis victorias”.

Cabe apuntar el término “achorar”, de uso frecuente en el hablar popular limeño, que significa ser insolente, desafiante o atrevido. En otra parte del comentario, el autor de la nota muestra una firme posición frente a las críticas que ya despertaba el proceso de Sergio Markarián en el resto de la prensa especializada:

“Los escépticos podrán decir que tenemos los mismos 7 puntos que en la eliminatoria anterior. Pero la fibra es otra. Tras este empate, nos fuimos con la sensación de que sabemos a qué jugamos y que sí podemos dar aún más”.



Figura 171: Crónica de *Depor* (12/IX/2012, p. 4).

La expresión “A la policía se le respeta” inspiró a *Líbero* (figura 172) para titular “Al Perú se le respeta”, luego del empate con Bolivia en La Paz, y señalar en el antetítulo que el “‘Mago’ presentó un digno equipo en La Paz y si no fuera por los errores del árbitro, ganábamos. Este martes le toca ganar a los ‘extranjeros’”, refiriéndose a los seleccionados que juegan en clubes europeos. Escrita por Jimmy Pulido, la crónica mostró un contrapunto entre el buen gol de Mariño y lo insuficiente del resultado:

“Uno miraba a Juan Carlos Mariño y pensaba que estaba corriendo con la voz de Dios en la oreja, allí en el pico de La Paz. El ‘Burrito’ generó un cataclismo con un derechazo que hasta ahora gritamos”.

“Sin embargo, dicha pinturita no fue suficiente para lograr el objetivo: los tres puntos. La ‘sele’ igualó a uno ante Bolivia en el mismísimo Hernando Siles y nos fuimos con la sensación de que merecimos más”.

En la parte final del texto, se dejó ver un desbordado optimismo sobre el siguiente partido de la selección:

“Ahora nos toca pensar en Paraguay, el próximo martes. Llegamos con las ilusiones intactas, con la vitrina de que ‘ganar’ es posible y que Brasil 2014 no están tan lejos como pensábamos”.



Figura 173: Crónica de *Depor* (13/X/2012, p. 4).

El Bocón (figura 174) tituló “El rojo vivo”, en alusión a las camisetas con las que jugó la selección, y expresó en su subtítulo que “Perú empató 1-1 con Bolivia en La Paz y sigue en la pelea por un cupo al Mundial”. El comentario de Alex Vásquez también se empeñó en destacar el rendimiento del equipo y mostrar disconformidad con la igualdad:

“Te doy las gracias, Perú. Por ese orgullo, por imponer tu juego en La Paz y terminar de pie tras 90 minutos a más de 3 mil 600 metros”.

“Pero también te digo que me cansé. De abandonar los estadios con ese mal sabor, esa desazón por no ganar cuando debo y puedo, de jugar tan bien y lograr tan poco. De conformarse con los ‘casi’ y buscar la manera de celebrar la cosecha de un punto cuando en el fondo tengo claro que debí llevarme tres”.



Figura 174: Crónica de *El Bocón* (13/X/2012, p. 2).

El 1-0 frente a Paraguay en Asunción, evidenció distintas posiciones de los tres diarios deportivos. El singular “¡Qué pen... últimos!” de *Depor* (figura 175) fue explayado así en el subtítulo: “Nos sentimos favoritos y Paraguay nos estampó contra el suelo. Jugamos mal y varios ‘bravos’ decepcionaron. ¿Podremos levantarnos?”. Sin embargo, el comentario de Jesús Mestas Wong, redactado en un tono muy jovial, no hace mayores reproches a la selección y, más bien, intenta persuadir al lector que, pese a la derrota, no valen las críticas:

“Si antes del partido de ayer estábamos convencidos de que Sergio Markarián es buen DT, y de que tenemos jugadores para pelear la clasificación, ¿es coherente que ahora nos gastemos echándole barro [criticando] a la selección? [...] Por eso gente, reneguemos porque se perdió, pero no olvidemos algo: esto es lo que hay. Con este equipo se le hicieron partidazos al mismo Paraguay y hasta a Argentina en Lima. ¿O no?”

El texto cierra así: “Y en verdad, eliminados no estamos. La de anoche fue una derrota que no estaba en los planes previos, pero se dio. Es hora de impedir que la decepción gane terreno”.



Figura 175: Crónica de *Depor* (17/X/2012, p. 4).

Distinta fue la posición de *Líbero* (figura 176) en “Nos apagaron el ‘Foca’” y adelantó en el subtítular que “La eliminación ronda a la blanquirroja que no muestra señales de reacción”. La crónica de Marco Cabrera sí cuestionó el rendimiento individual y colectivo del equipo:

“Paraguay abrió los ojos y no dudó en elegir a la ‘sele’ como el rival propicio para recuperarse en las Eliminatorias. Nos vencieron ayer por 1 a 0 en el Defensores del Chaco. De un cachetadón nos regresaron a la realidad”.

“Desde el inicio, los dirigidos por Sergio Markarián salieron con un libreto desconocido. De los ‘4 Fantásticos’ no quedaron ni rastro ni la continuación de la historieta. Éramos la displicencia tangible en once individuos”.

“Nosotros, claro, seguíamos sin respuestas. Pensábamos que el partido ya se había ganado antes de jugarlo. Que tener más puntos que ellos nos hacían más poderosos”.



Figura 176: Crónica de *Líbero* (17/X/2012, p. 4).

El sugerente “No se vio con Paraguay” de *El Bocón* (figura 177) dio pie a una ácida crítica de Jorge Ascue, quien en su comentario reprochó a Markarián por sostener la titularidad de Claudio Pizarro:

“Mientras abandono el Defensores del Chaco, me pregunto qué ilusa soberbia nos hizo asumir que Asunción era una plaza segura para sumar de a tres. Qué incomprensible exceso de confianza nos dio esa certeza tan descabellada. Más de un colega [periodista] asumió que sumar de a cuatro en esta fecha doble era un ‘buen negocio’. Demagogia barata que se fue de cara contra la dura realidad de ser un equipo ‘levanta muertos’, un conjunto irregular sin un sistema claro”.

“Y me pregunto también, qué extraño poder hace que Claudio Pizarro no sea cambiado a pesar de realizar un pobre trabajo, de mostrarse lento y poco explosivo, de ser, en definitiva, una pieza poco útil para Perú. Markarián es el técnico, pero hay realidades innegables que ni su ‘magia’ puede tapar”.



Figura 177: Crónica de *El Bocón* (17/X/2012, p. 2).

De estar eliminada, la selección pasó a tener chances de ir al Mundial. Este repentino giro periodístico se pudo leer en el género opinativo de las crónicas de los tres diarios deportivos, relacionadas a la victoria sobre Chile en Lima. *El Bocón* (figura 178) fusionó las palabras “gol” e “inolvidable” y tituló: “Una noche inolvidable”, señalando en el subtítulo que “La blanquirroja gana 1-0 a Chile y sigue viva en la lucha por un cupo al Mundial de Brasil 2014”. José Antonio Bragayrac recurrió a varias figuras metafóricas para describir la forma como Farfán anotó el gol triunfal:

“Siempre hubo algo de dramático en su vaivén dentro del campo, siempre, mientras tropezaba en veces sobre Mena, hasta que una fue y se hizo grande, inmenso en su giro de ballet y el misil que hizo de Chile un roto cien por ciento. Uno para el milagroso, mágico, bello 1-0”.

“Y es que ese gol, ese único a los 86’ de Jefferson, venció sobrenaturalmente al enemigo, al rival clásico que siempre se había salido con la suya...”



Figura 178: Crónica de *El Bocón* (23/3/2013, p. 2).

En “¡La bicolor se respeta!”, *Depor* (figura 179) señaló en el subtítular que “La blanquirroja puso unos ‘huevos’ gigantes para ganarle a los ‘rotos’. ¡Otra vez estamos en la pelea por clasificar al Mundial!”. Aquí se puede apreciar el uso del término peyorativo “roto” para calificar a los chilenos. Frases hechas como “volver a la vida”, “volver a la pelea” y palabras como “coraje”, “agónico”, “pelea” y “corazón”, nutrieron el emotivo comentario de Alberto Beingolea Farfán:

“La noche tenía que ser peruana. Era la oportunidad para volver a la vida en las eliminatorias. Y aunque no hizo un buen primer tiempo, la blanquirroja despertó con coraje frente a Chile”.

“Con ese 1 a 0 agónico de la ‘Foquita’, tan cerca del final, la selección quedó a un punto de la zona de clasificación. Llegar al Mundial de Brasil 2014 no está tan lejos”.

“Perú volvió a la pelea. No brilló, pero ganó, y eso es lo que importa. Aún restan seis batallas y la selección, con corazón, va por más”.



Figura 179: Crónica de *Depor* (23/3/2013, p. 4).

Líbero (figura 180) tituló “El Monitor Jefferson”, haciendo referencia al Monitor Huáscar, e indicando en el subtítulo que “La ‘sele’ tumbó [venció] 1-0 a Chile con golazo de la ‘Foquita’ al minuto 86 y nos metimos en la lucha por un cupo al Mundial. ¡Tremendo triunfo peruano!”. El tono chauvinista del titular se complementó en el comentario de José Luis Saldaña:

“Habíamos tumbado al adversario de todo: del pasado, de ‘nuestro’ pisco, de siempre [...] Jefferson Farfán apareció a los 86 minutos -gracias a un Yotún que se transformó en el héroe Miguel Grau- y con segundos de eternidad nos dio una cachetada de patriotismo. De amor puro. Un gol agónico, un gol que marca un nuevo sendero de cara a Brasil 2014”.



Figura 180: Crónica de *Líbbero* (23/3/2013, p. 4).

El optimismo desbordante se mantuvo también en las crónicas de los tres diarios deportivos tras la victoria de Perú sobre Ecuador, con Claudio Pizarro ilustrando las crónicas. En “¡Y así los quiero ver muchachos!”, *Líbbero* (figura 181) describió que “La selección venció 1-0 a Ecuador con gol de Pizarro y mantiene el sueño de llegar a Brasil 2014. Le ganamos a la tricolor después de 36 años”. Es precisamente Pizarro el personaje sobre el cual giró, por momentos, el irónico comentario de José Torres Orellana:

“En tiempos de política agitada, Claudio Pizarro recibió el indulto de una afición que lo condenó por años sin razón. Se ganó por creces la gracia de una nación que ayer lo idolatró y le otorgó el perdón divino al verlo brillar en su máximo esplendor, como aquel ‘Bombardero’ que escribe su nombre con letras doradas en Europa”.

“Pizarro se erigió por todo lo alto para asumir su rol de capitán y flamear de pie esa añorada bandera bicolor, que en su día se agitó con pundonor para echar al tacho 36 años de lamentos ante Ecuador, ese rival que nos estropeó la fiesta desde 1977”.

“Pero era la noche de Claudio, la velada perfecta para redimir sus culpas y sacudirse de ese estigma que lo perseguía con furia. Cambiar la historia dependía de él y lo logró a los 12’ para empalmar con clase un balón de media vuelta y desatar el jolgorio nacional. ¡Golazo!, y a defenderlo con alma, corazón y vida”.



Figura 181: Crónica de *Líbero* (8/6/2013, p. 4).

El Bocón (figura 182) modificó el “Viva el Perú, carajo” y tituló “¡Vivo el Perú carajo!”, junto al siguiente antetítulo: “La blanquirroja sigue con vida en el camino al Mundial, luego de vencer 1-0 a Ecuador con gol de Pizarro”. En su comentario, José Antonio Bragayrac describe de forma muy elocuente el gol del llamado “Bombardero de los Andes”:

“Y así, pelota cambiada, Juan Manuel Vargas urde minuciosamente por la banda, levanta la cara y tira el centro. La pelota pifea en Guagua y entre la torpeza y la confusión de los centrales aparece el tantas veces desaparecido. El hombre al que la franja siempre le pronostica calamidades, pero que ayer un instante quiso condecorarle: Claudio Pizarro. Y su remate inverosímil peregrinó hasta el arco como en cámara lenta para el golazo, para la tregua y la reconciliación con su gente”.



Figura 182: Crónica de *El Bocón* (8/6/2013, p. 2).

Depor (figura 183) incidió en el uso de términos peyorativos para titular “¡Qué ‘monito’ es ganarte!” y referir en el antetítulo que “La blanquirroja le ganó a Ecuador luego de 36 años. Así se metió a la pelea por el cuarto cupo al Mundial. Y estamos a dos puntos del quinto”. Gabriel Casimiro redactó una crónica que se centró en detalles de lo ocurrido en el partido y se esforzó por emplear la replana para destacar el esfuerzo de los jugadores, sin hacer una mención especial sobre Pizarro.

“Fue una noche especial. Muy particular. Pareciera que estuvo destinada a nosotros. Se ganó a un rival durísimo. Y se hizo con fútbol al principio, y con huevos [garra] al final”.

Además, sobresale en el texto la mención de un curioso detalle cabalístico para explicar el triunfo: “los viernes parecen ser nuestros cómplices. Y es que los cuatro triunfos que tenemos en estas eliminatorias lo conseguimos jugando ese día”.

» La blanquirroja le ganó a Ecuador luego de 36 años. Así se metió a la pelea por el cuarto cupo al Mundial. Y estamos a dos puntos del quinto.



¡Qué 'monito' es ganarte!

Gabriel Casimiro C.
g.casimiro@depor.com.pe

El fútbol debe ser una de las pasiones más importantes en la vida que te permitan enorgullimitarte. Eso que hace vibrar a todo un país. Y justo en el Día de la Bandera.

Y fue la ocasión perfecta para ante Ecuador al que no se lo ganaba desde hace 36 años. Fue un noche especial. Muy particular. Particular que nos está destinada para nosotros. Se ganó a un rival odiado. Y se hizo con dignidad al principio, y con honestidad.

El planteamiento del 'Mito' fue muy interesante. Se corrió en cada balón como si fuera el último. Y tuvo en el sacrificio a su mejor escudo.

Pero también a intereses que se disputaron al más protagonista como Pizarro y su reencuentro con los redios así como Fernández, que estuvieron para nosotros.

El destacado nivel de Betanico, sin achicarse en cada cruz. Además de Vargas, quien la sudó en otro gran noche.

Se vio a un equipo que como en el hasta el más increíble. Y es que luego de 36 años ganamos dos partidos seguidos en las eliminatorias.

Pero eso no es todo. Los viernes parecen ser momentos especiales. Y es que los cuatro triunfos que tenemos en las eliminatorias lo conseguimos jugando esdida.

Pericé en la pelea. Su lucha por el cuarto cupo será ante Chile y Venezuela. Si se repiten a actuación como la de anoche, el Mundial será posible.

Lo que falta para ir a Brasil 2014

Fecha	Local	Visitante
Fecha 11	Colombia (E)	Venezuela (E)
Fecha 12	Uruguay (E)	Chile (E)
Fecha 13	Venezuela (E)	Colombia (E)
Fecha 14	Argentina (E)	Uruguay (E)
Fecha 15	Bolivia (E)	Argentina (E)

Figura 183: Crónica de *Depor* (8/6/2013, p. 4).

La derrota en Barranquilla ante Colombia, dejó ver diversos dos matices de opinión en los diarios deportivos. *Depor* (figura 184) se mostró cauto en “¡Que no te duela!” apuntando que “Se pudo robar un punto, pero errores tontos pasaron factura. Ahora vienen 6 puntos claves. De eso depende ir al Mundial”. La crónica de Alberto Beingolea Farfán intenta hablarle directamente al hincha dejándole en claro que, pese al revés, hay opciones de clasificar”:

“Dicen que mientras más alta es la caída, el dolor es mayor. Y eso nos sucedió ayer. Tras ganarle a Chile y Ecuador, el hincha peruano, como es lógico -y está bien, además-, se ‘empiló’ [se animó] para vencer a Colombia. Por eso dolió el 2 a 0. Aprendamos de este partido para lo que falta. Contra Uruguay y Venezuela tenemos que ganar los 6 puntos. Nosotros, como tú, nos ilusionamos y nos duele perder. Pero seguimos vivos”.



Figura 184: Crónica de *Depor* (12/VI/2013, p. 4).

El Bocón (figura 185) tampoco ensayó una crítica desmedida en “Que se nos pase la calentura” y en el subtítular precisó que “Perú cae 2-0 ante Colombia, pero seguimos vivos en las eliminatorias. En setiembre nos jugamos todo ante Uruguay y Venezuela”. José Antonio Bragayrac destacó en su crónica que “dos gruesos errores” impidieron a la selección rescatar un mejor resultado:

“Y es que todo había conspirado para que la selección peruana llegue a Barranquilla con plenas intenciones de alterar el orden común de la alegría de los casi 47 millones de habitantes de esta rica tierra llamada Colombia. Pero dos gruesos errores, uno con Yotún que derriba a Camilo Zúñiga en el área y otro en el que ‘Teo’ Gutiérrez se desmarca y escribe el segundo, ya con el primer tiempo cumplido, dejaron a Perú demasiado malherido. Desconcertado, con el alma manos a la cintura. Contrariado al no encontrar salida ante un adversario tan inclemente como la cancha y otro más pensante e igual de jodido como el equipo de Pekerman”.



Figura 185: Crónica de *El Bocón* (12/VI/2013, p. 2).

Distinta fue la posición de *Líbero* (página 186), diario que en “Gritos del silencio” cuestionó severamente al entrenador: “La selección jugó feo. El árbitro nos cobró hasta el saludo y Markarián se equivocó en todo. Los partidos con Uruguay y con Venezuela definirán nuestra suerte”. En la crónica de Michel Dancourt se incidió en esta idea:

“La vida nos la jugamos ante Uruguay y Venezuela’, dijo el DT blanquirrojo, como queriendo cicatrizar una herida que con el correr de los meses sabremos qué tan grave fue. La oportunidad está latente, pero un paso más en falso y esta vez sí sufriremos para siempre”.



Figura 186: Crónica de *Líbero* (12/VI/2013, p. 4).

La protesta y la desazón imperaron en los contenidos de los tres diarios deportivos un día después de la derrota en Lima ante Uruguay. El categórico “¡Nos robaron la ilusión!” de *Líbero* (figura 187) marcó la opinión de este diario que en su antetítulo cuestionó “El desastroso arbitraje de Loustau y los errores de Markarián” y remarcó que ambas circunstancias “nos dejaron al borde de la eliminación”. José Torres Orellana apostó por una combinación de metáforas y replanas para remarcar estas ideas en su comentario y cuestionar, además, la falta de carácter de los jugadores peruanos:

“De pronto la ilusión se derrumbó cual castillo de naipes. A punta de puñetes y codazos Uruguay noqueó el ánimo de una nación que lloró sangre porque esa ligera esperanza que abrigaba, con una lógica incomprensible, está a punto de extinguirse”.

“Y aunque la matemática es generosa para dar valor a ese hoy irónico ‘sí se puede’, van 33 años de frustraciones, y Dios sabe cuántos más serán, pues ni siquiera un ‘Mago’ fue capaz de devolvernos a alegría, menos si su corazón celestino lo delata”.

“Para ir al Mundial no basta con intentar jugar bonito, menos cuando al frente la garra charrúa te muele a patadas y el árbitro se hace el ciego. Con huevos también se puede ganar y el rival lo demostró pegando para imponer respeto y sacar de combate a esos peruanos que ‘cobraron’ [recibieron faltas] hasta por gusto, y otros que ‘arrugaron’ [se escondieron] cuando las papas quemaban”.



Figura 187: Crónica de *Líbero* (7/IX/2013, p. 3).

Un tono melancólico evidenció *Depor* (figura 188) en “Llanto nacional”, titular al que se agregaron dos subtítulos: “La bicolor cayó por errores propios y del árbitro. El Mundial 2014 se aleja” y “Farfán se quebró y reflejó el sentir de todo un país. Solo nos salvaría un milagro”. La crónica de Gabriel Casimiro denota resignación:

“Lo que más duele para Perú es que los resultados de los otros partidos jugaron a su favor. La derrota de Venezuela le daba la chance de acabar en zona de repechaje. Si le ganaba a Uruguay, claro está”.

“Pero los tres puntos no se dieron. Y más allá del polémico arbitraje de Loustau, los errores propios marcaron una derrota que duele y nos condena de cara al futuro”.

“El equipo del ‘Mago’, a cinco puntos de la zona de repechaje, ya no depende de sí mismo. Porque quedan tres fechas, y los ‘charrúas’ tendrían que caerse. Es casi imposible, ¿no?”.

“No es lo que quieren leer los hinchas, pero ir al Mundial de Brasil 2014 ya no depende de nosotros. Tenemos que aceptarlo”.



Figura 188: Crónica de *Depor* (7/IX/2013, p. 4).

El Bocón (figura 189) fue categórico al titular “Otra vez fuera del Mundial” y precisar que “Perú perdió 2-1 ante Uruguay y aunque las matemáticas digan que hay chances, Brasil 2014 lo

veremos por TV”. El lenguaje claro e informativo del titular colisionó frente al comentario de José Antonio Bragayrac, matizado con recargas y confusas metáforas:

“Esa lágrima que devasta, que no deja dormir. Ese dolor que es, todavía ahora, puño y puñal, hundiéndose en el pecho, no es por mí. Es por Farfán, por ese instante en que, sabiéndose en error, amaga la súplica al árbitro para amordazar la amarilla que todavía no sale y, cuando se eleva, no hace más que triturarlo, devastándolo todo. Hasta las lágrimas”.

“Porque ayer, y hoy todavía, uno -sea quien sea- todavía llora debajo de su nombre. Todavía se escupe a sí mismo, porque no hay tragedia mayor que morir asfixiado en la impotencia. Y eso, con el tanto esplendido de la ‘Foquita’, se concretaba perfecto en el 2-1 para terminar en ese instante que no se olvida. El que nos dirá durante días, que por octava vez consecutiva, la única manera de ir al Mundial será como turistas”.



Figura 189: Crónica de *El Bocón* (7/IX/2013, p. 2).

Un contrapunto de opiniones se pudo leer en *Líbero* y *Depor* un día después de la derrota ante Venezuela. El concluyente “Chau Mundial” de *Líbero* (figura 190) fue ampliado con este voluminoso subtítulo: “Se acabó algo que estaba obligado a terminar mal. Qué podíamos esperar de un proceso desacertado, con jugadores sin compromiso y con un técnico ‘blandito’. Es la octava

eliminación consecutiva en Eliminatorias”. José Torres Orellana no se detuvo en el análisis del partido y más bien remarcó temas como la indisciplina y la falta de compromiso de los jugadores -supuestamente apañados por Markarián- para señalar el porqué de la eliminación:

“Era mejor así, que esa caprichosa esperanza que guardaban muchos ingenuos se extinga por completo. Que el respirador artificial se desconecte y que se acabe la pila de esa calculadora científica que guardaba la fórmula mágica para clasificar”.

“No había vuelta que darle, la historia estaba sentenciada desde mucho antes de caer ante Uruguay. Desde que la notoria falta de compromiso que parecía el sello característico de una historia de fracasos en muchos rankeados [jugadores referentes], se puso en evidencia en más de una ocasión. En Paraguay, en Ecuador...”.

“Caer ante Venezuela era solo darle el tiro de gracia a un herido agonizante, a un zombie que se embriagó de ‘humo’, y a veces de alcohol, porque la indisciplina también dijo presente a lo largo de un proceso que fue vergonzoso, en parte por culpa de un técnico ‘blandito’ que apañó y perdonó como Teresa de Calcuta a cuanto ‘malogrado’ le vio la cara”.



Para *Depor* (figura 191) fue una “¡Desilusión Mundial!” y según el antetítulo “La selección perdió y quedó eliminada. Teníamos que ganar los seis puntos, y no sumamos ni uno. Nunca se consolidó un equipo”. Este último punto fue ampliado por Leonardo Fernández quien responsabilizó solo a Markarián por la eliminación y, a diferencia de la crónica de *Líbero* , resaltó la entrega y el ímpetu de los jugadores durante el proceso:

“Pero hay que ser claros: esta eliminación no se gestó en estos dos últimos partidos, en donde caímos ante Uruguay y Venezuela. Es verdad, debíamos sumar los 6 puntos y no conseguimos ninguno. Pero la lista de deudas es más grande: por ejemplo, apenas sumamos un solo punto fuera de Lima. ¡Uno! Y ante el colero. Así es imposible aspirar a un Mundial”.

“Y si esos sucedió, fue porque el DT jamás pudo armar un equipo sólido para pelear un cupo al Mundial. No lo hizo en tres años de trabajo”.

“Markarián, está claro, cometió errores: la selección nunca tuvo un estilo definido, una idea clara de juego. Deambuló en la eliminatoria. La derrota de anoche solo fue el reflejo de este proceso: hubo un equipo que se entregó, que tuvo ganas, pero que no supo qué hacer”.



Figura 191: Crónica de *Depor* (11/IX/2013, p. 4).

El Bocón (figura 192) se centró en el desarrollo del partido en “Terminamos por los suelos” y agregó en el antetítulo que “Perú ganaba en Puerto La Cruz, pero Venezuela volteó el partido y

se acabaron las chances matemáticas para ir al Mundial”. El comentario de Nicole Vásquez dejó ver básicamente los motivos de la derrota ante los venezolanos:

“La inoperancia defensiva, el tardío instante para el relevo en la marca, el pase hacia atrás. La selección peruana fue anoche una suma de errores. Un panorama desalentador por todos los flancos en lo táctico, en lo técnico y, especialmente, en lo psicológico”.

“Así, el 3-2 de anoche, ante Venezuela en Puerto La Cruz no hizo más que repetir, como si fuera en piloto automático, la estrategia de la selección, bien aprendida, para perder partidos: falla defensiva, inoperancia en medio campo, y actitud”.



Figura 192: Crónica de *El Bocón* (11/IX/2013, p. 2).

La derrota ante Argentina y el hecho de que Perú jugará el partido con jugadores jóvenes, permitió ver una nueva confrontación de opiniones en los diarios *Depor* y *Líbero*. En “Nos faltó peso”, *Depor* (figura 193) apeló a la replana en el subtítular para precisar que “La bicolor, repleta de chibolos [jóvenes], se ‘achoró’ [envalentonó] ante Argentina. El equipo mostró lucha, pero se regaló feo atrás [tuvo errores defensivos]”. La crónica de Miguel Morales también se empeñó en destacar el rendimiento de la selección y dejó entrever un renacer del fútbol peruano.

“El Monumental de River fue testigo de un nuevo comienzo de la bicolor. Porque ayer Perú presentó un equipo joven, que cayó 3-1 contra Argentina, pero que también dio más de los que se esperaba. Porque a veces en la derrota es cuando más se aprende”.



Figura 193: Crónica de *Depor* (12/X/2013, p. 8).

Una posición totalmente distinta asumió *Libero* (figura 194) al titular “Así no se hace patria” y referir en el antetítulo que “Markarián arrojó a la hoguera a los jóvenes y Argentina nos hizo tres pepas casi caminando. Ya pisamos fondo, pero Burga se mata de la risa. ¡Qué triste realidad!”. En su crónica, Marco Cabrera cuestionó duramente a Markarián por haber improvisado un equipo de jugadores jóvenes:

“Ahí estaban esos once jugadores peruanos en el Monumental de River, sin balas en una batalla a la que fueron solo para hacer acto de presencia”.

“Si la bicolor lució más desprotegida que nunca, fue por decisión de Sergio Markarián, quien tuvo la gran idea de darles oportunidad a jóvenes inexpertos. El 3-1 que nos metió Argentina fue muy generoso”.



Figura 194: Crónica de *Líbero* (12/X/2013, p. 8).

Mucho más informativo se mostró *El Bocón* (figura 195) en “Una noche sin sorpresas”, titular complementado con el siguiente antetítulo: “Perú sorprendió a Argentina poniéndose arriba en el marcador, pero dueños de casa terminaron ganando 3-1”. Juan Carlos Gambirazo destacó brevemente en su crónica la decisión de los nuevos futbolistas de afrontar el partido: “Saludable no sería pensar en los jóvenes que, mal o bien, asumieron el reto de bancarse este contexto”.



Figura 195: Crónica de *El Bocón* (12/X/2013, p. 2).

El tono irónico fue el que imperó en los titulares y las crónicas de los diarios deportivos luego del último partido de la selección en las eliminatorias. “Felizmente no fue el hincha”, tituló *El Bocón* (figura 196) y en el antetítulo refirió: “Lo que faltaba, la selección peruana cerró su participación en la eliminatoria con un empate a uno con el colero Bolivia”. José Antonio Bragayrac mantuvo el tono sarcástico en su crónica:

“Fue, quizá, lo de anoche el adiós más honesto de una selección peruana en una Eliminatoria. Un 1-1 ante Bolivia que mereció aún menos presencia en el José Díaz. Sin afición en las gradas, el juego peruano mantuvo una regularidad digna de que en fila india, policías, reporteros gráficos y hasta jueces de línea vayan abandonando el coloso muchos minutos antes del pitazo final”.

“Sin una idea clara de juego, el remendado equipo de Sergio Markarián mostró, más por novedad que por mérito, alguna lucidez en Cristian Benavente. Pero la ausencia de una mecánica aprendida impedía ver a un Perú con método para el ataque. Nada, solo correr, amagar, lanzar y uff... A lo que venga. Con un Juan Manuel Vargas ya sin chispazos siquiera para proyectarse. Con un André Carrillo a años luz de ser por lo menos una promesa para el futuro”.



Figura 196: Crónica de *El Bocón* (16/X/2013, p. 2).

Líbero (figura 197) apostó a una tendencia un tanto humorística al titular “¡La vimos verde!”, en clara alusión al color de las camisetas del rival. El subtítulo mostró tintes de melancolía: “Triste despedida de la selección en las Eliminatorias: empate a uno con Bolivia en

estadio vacío”. En la crónica de Marco Cabrera se hace cierta invocación respecto a lo que se debe hacer en el próximo proceso:

“Las tribunas del viejo Estadio Nacional lucieron vacías como las ideas del equipo bicolor, que anoche ante Bolivia cerró un capítulo más en su triste historia de fracasos pre-mundialistas”.

“El resultado más que anecdótico, debe ser una lección para no volver a cometer errores y que la nueva generación tenga líderes de verdad”.



Figura 197: Crónica de *Líbero* (16/X/2013, p. 3).

En la crónica de *Depor* (figura 198) se apostó a la replana para titular “¡Un dolor de mitra [cabeza]!” y refirió en el antetítulo que “La bicolor tampoco la pudo hacer ante Bolivia. Sin gente, fue la despedida más triste de las eliminatorias”. En el texto escrito por Miguel Morales no se señalaron responsables y más bien se infirió que la falta de un acto divino impidió un mejor resultado:

“Nos hubiese gustado escribir que Perú, pese a estar eliminado y jugar con el estadio vacío, se despidió de las eliminatorias de la manera más digna: ganándole a Bolivia. Pero aunque se trate de uno de los rivales más débiles, no fue así”.

“Nos hubiese gustado, pero no. Dios no nos concedió ni ese ‘cachito’ y, parece, nos mandó este 1 a 1 feo, agrio, sin sabor a nada como un castigo por la pésima gestión. Da cólera decirlo pero es cierto: nos despedimos sin pena ni gloria de este proceso”.



» La bicolor tampoco la pudo hacer ante Bolivia. Sin gente, fue la despedida más triste de las eliminatorias.

¡Un dolor de mitra!

Miguel Morales G.
El jugador peruano

UN DATAZO

Se quitaron en un momento los jugadores de los extranjeros a sus respectivos ligas, pero todos tienen fecha en la final de la Copa Libertadores. En este, varios jugadores fueron marcados y se van a un mismo punto.

Dijeron presente los jugadores que con el resto del nacional, varios hechos penales se jugaron en los alrededores del estadio para hacerlos salir. En este, algunos se quedaron viendo por ahí el partido.

LOS NÚMEROS

5-0 es la mayor goleada que Perú le ha propinado a Bolivia, jugada en casa y por eliminatorias. Fue el 17 de julio de 1977, a jugar la Copa América y el proceso rumbo a Rusia 2018.

de déficit, pues despedidos existen ocasiones felices.

Es un hasta luego El momento es difícil algo. Justo para Bolivianos, Berrios y otros jugadores de la misma generación, quienes afrontan su primer eliminatoria de despedida, en 2015, a jugar la Copa América y el proceso rumbo a Rusia 2018.

Que no se contenga de todo esto, de la informalidad y el facilismo. Un día y están en Europa. Esperamos, pues, que representen malicia, que no pierdan esas ganas de luchar. Ellos son la esperanza. ©

Nos hubiese gustado escuchar que Perú, pese a estar eliminado, jugar con el alma vacía, se despedió de las eliminatorias de la manera más digna: ganándole a Bolivia. Pero como que se le dio un cachito de los resultados, no hay así.

Nos hubiese gustado, pero no. Dios no nos concedió ni ese ‘cachito’ y, parece, nos mandó este 1 a 1 feo, agrio, sin sabor a nada como un castigo por la pésima gestión. Da cólera decirlo, pero es cierto: nos despedimos sin pena ni gloria de este proceso.

Habíamos ‘Votado’, de manera o casual, de la cuenta de esta insólita despedida. Y el juego fue tan emotivo como

despedidos sin pena ni gloria de este proceso.

Habíamos ‘Votado’, de manera o casual, de la cuenta de esta insólita despedida. Y el juego fue tan emotivo como

la idea jugar este partido por puro compromiso.

Pero empezó a fallar ocasión, por los hechos. Hasta que en la primera contra del rival, Diego Rejzmann,

una un rebote transaccional de Perú, así el momento.

En el complemento se intentó, fuimos al frente, pero sin ganar y casi por deserción. Eso no alcanzó al momento

Figura 198: Crónica de *Deport* (16/X/2013, p. 4)

5. Análisis de resultados

5.1. Portadas

En general, las portadas de *Líbero*, *El Bocón* y *Depor* mantuvieron la presentación que en la última década ha caracterizado a los diarios deportivos peruanos, latinoamericanos y españoles. Ello ha permitido observar una amena y reiterativa comunión entre el texto y la imagen que en conjunto aportan un mensaje de fácil comprensión para el público afín a estos contenidos. Si bien diversos tratados se han esforzado en analizar el impacto que el titular y la foto tienen en esta sección, cabe precisar que los subtítulos y los antetítulos también desempeñan una significativa importancia dentro de esta estructura ya que, además de sumar en favor del binomio titular-foto, se convierten en pequeñas y potenciales piezas editorializantes.

El uso de numerosas similitudes icónicas en las portadas de los tres diarios, hizo habitual las imágenes de Sergio Markarián, Paolo Guerrero, Claudio Pizarro, Jefferson Farfán y Juan Vargas, cuyas fotografías aparecieron constantemente a lo largo del proceso rumbo a Brasil 2014. Se hizo evidente la exagerada exaltación de las imágenes del entrenador y los futbolistas, en los triunfos y en las derrotas, como elementos que ayudaron a englobar el mensaje a transmitir. En contraparte, vale mencionar el fugaz protagonismo de ciertos jugadores, caso José Carlos Fernández, elevados a la categoría de ídolos, héroes o salvadores por su buen desempeño en apenas uno o dos partidos y posteriormente relegados debido a que no mostraron regularidad en su desempeño.

Es importante mencionar que en muchos casos se observó portadas con un corte sensacionalista en las diversas coyunturas de los cuatro años analizados en este trabajo. Se hizo evidente un desproporcionado frenesí de los tres diarios para informar sobre los resultados favorables de la selección o para transmitir mensajes de aliento mientras había posibilidades de clasificar al Mundial Brasil 2014. Consumada la eliminación, cada rotativo adoptó, con inevitable apasionamiento, un concepto distinto: *Depor* culpó a Manuel Burga y reclamó el inicio de un nuevo proceso, mientras que *El Bocón* y *Líbero* no solo responsabilizaron al técnico y los jugadores, sino que obviaron el tema selección en la caja principal de su primera página y apostaron por otras informaciones.

En cuanto a la titulación en sí, un recurso interesante en estos diarios fue el juego de palabras que permitió la transformación de expresiones populares para dar cierto colorido a los títulos de portada, lo cual se logró al modificar, incluir o retirar una letra o una palabra con el propósito de cambiar el sentido de la frase, manteniendo una grafía o sonido similar, de fácil reconocimiento por el lector (“Así no juega Perú”, “Sangre, ladrón y lágrimas”). “El periodismo deportivo es información, pero también es entretenimiento. Con el propósito de causar sensación y atrapar la atención del público receptor, este tipo de periodismo recurre habitualmente al ingenio y al humor para inventar llamativos juegos de palabras, especialmente en los titulares”, apunta al respecto Rojas Torrijos (2011: 54). Este juego no se limitó solo a las palabras, ya que en muchos casos hubo una estrecha relación entre el titular y la foto, característica muy común en los diarios deportivos limeños, ayudando a reforzar el concepto a plantear en la primera plana.

También se destaca la presencia de neologismos, formados en algunos casos por sufijos que ayudan a magnificar determinado acontecimiento (“Mariñazo”). La necesidad de nuevas denominaciones, lleva a la prensa deportiva a la creación de estos términos que en muchos casos tienen una vida efímera y solo responden a la coyuntura específica. Cabe apuntar que estos neologismos no deben confundirse con ciertas palabras a las que se le suma sufijos aumentativos, las cuales también cumplen el papel de dar más vuelo a los titulares y suelen usarse de manera más frecuente (“Equipazo”, “Raterazo”, “Puntazo”).

Otro detalle fue la repetición, el mismo día, de titulares y fotos en dos o en tres de las primeras páginas de *Líbero*, *El Bocón* y *Depor* (“Fue un acto de magia” y “Que empiece la magia”, “A levantar cabeza” y “No bajen la cabeza”, “Gracias Guerreros” y “Perú Guerrero”). Esta casual reiteración, que podría justificarse por el hecho de estar centrado este trabajo solo en los contenidos de la selección de fútbol, no deja de ser llamativa si tomamos en consideración los factores de diferenciación, singularidad e impacto que debe mostrar una portada, los cuales podrían diluirse al momento que el lector aprecia este tipo de similitudes en los kioscos.

La traslación de expresiones del habla popular (“Arriba Perú, carajo”, “Te amo Perú”) y el uso de términos del acontecer político, económico, religioso, cultural, musical o de farándula (“Marka... rian peruana”, “Los indultan”, “Milagro de Semana Santa”, “Lindo y querido”, “Y se llama Perú”, “A pesar de todo... Contigo Perú”, “Fiesta Patria”, “Tócame, que soy realidad”)

dieron un singular colorido a los títulos de las portadas, evidenciando cómo la prensa deportiva incorpora con asombroso dinamismo todo elemento que ayude a transmitir en esencia la pasión futbolística. Es valioso destacar el aporte que sobre el particular realiza Hernández Alonso (*cf.* 2012: 74) quien reconoce en el lenguaje deportivo una apertura en la que caben lo viejo y lo nuevo, lo formal e informal, lo religioso y lo profano, lo especializado y lo común, con la intención de trasladar la emoción y la belleza del deporte al aficionado.

Ha sido común encontrar en las portadas la presencia de expresivos titulares diseñados con la finalidad de llegar a la fibra del aficionado. En unos casos fueron de aliento (“Nos vamos a levantar”, “Todos con la selección”, “Seguimos vivos”, “No nos ganan”, “A empezar de nuevo”, “Gracias Paolo”) y en otros reflejaron una victoria (“En carrera al Mundial”, “Primer paso hacia el mundial”, “Un triunfo para seguir soñando con el Mundial”). En contraparte, se ha apreciado titulares como “Dimos vergüenza”, “Murió la ilusión”, “Se acabó”, “Duele”, “No vale llorar”, “Qué sirva de lección”, “Los botó”, “Se me largan de aquí” y “Otra vez, afuera”, los cuales expresaron una coyuntura negativa. Esta desconcertante ambivalencia respondería al afán de los diarios deportivos por transmitir constantemente estados de ánimo.

Notamos en los titulares la presencia de un mensaje con cierta connotación racista, el cual hace referencia mayormente a los jugadores afrodescendientes, a quienes se les califica de “quemados”. Al respecto, el Observatorio Afroperuano de Medios de Comunicación ha señalado que la utilización de adjetivos o enfoques raciales y la intencionalidad de reproducir estereotipos y prejuicios raciales sobre la población afrodescendiente, son indicadores de frecuente aparición en los diarios deportivos⁹¹, los cuales “explotan la animalización, la antiestética, el comportamiento antisocial, la poca inteligencia, roles y oficios esteriotipados y sexualidad exacerbado” (Lundu, 2012). Siendo este un tema sensible en nuestra sociedad, el Ministerio de Cultura (2014: 9) ha hecho un llamado a la reflexión sobre el papel del comunicador y de los medios de comunicación “frente a la construcción de una sociedad libre de discriminación étnico-racial, debido a que finalmente las decisiones que pueden tomar estos, terminarán por influir en los modos de pensar, sentir y actuar de la gente”.

⁹¹ El informe mensual del Observatorio Afroperuano Medios de Comunicación de junio de 2012, ubicó a *Líbero* como el diario con la mayor cantidad de informaciones con contenido racista, seguido de *El Bocón*. Ambos rotativos superaron lo publicado ese mismo mes en *Trome, Ajá, Correo y Ojo*.

Del mismo modo, podemos ofrecer algunos ejemplos que ponen de manifiesto otras particularidades de los titulares de portada:

- Personificación: “Perú al Mundial”, “Perú fantástico”, “Rugió el Perú”, “Todos jugaron para Perú, menos Perú”, “Perú no se chupa”, “Valen un Perú”, “¡Ganó Perú!”, “¡Goleó Perú!”, “Perú suma y sigue”, “Perú tenía que ganar y ganó”
- Empleo de términos bélicos: “Seguimos en la pelea”, “Qué bronca”, “Primer golpe”, “A seguir guerreando”, “Da bronca ver la tabla”, “Guerreros”.
- Expresiones grandilocuentes y superlativas: “Paolo vale un Perú”, “Los 11 fantásticos”, “Nos duele a todos”, “Lo ganamos todos”, “Grito Mundial”, “Salvador”, “Heroico”, “Triunfazo Mundial”, “A buscar la hazaña”, “Peor, imposible”, “Triste y vacío”, “Todos con la selección”, “Como por arte de magia”, “Con magia peruana” y “Otro acto de magia”.
- Presencia de Metáforas: “Enterramos la cabeza”, “Se lleva las luces”, “Los pelos de punta” “Rojos de cólera”, “Un punto de apoyo” y “Equipo de bandera”.
- Titulares en tono de demanda: “Llévanos al Mundial”.
- Invocativos: “Haga magia, profe”.
- Interrogativos: “¡Qué pasó ayer!” y “¿Se acabó el juego?”.
- Irónicos: “Le ganamos a Argentina” (cuando en realidad se perdió) y “1 para el otro”.
- En doble sentido “Todo un ganador” (Sobre la foto de Markarián en medio de dos anfitrionas).
- Uso de elipsis: “4 palos y ese de negro” (Se quiere expresar que cuatro remates al travesaño o a los postes, además de la mala actuación del árbitro, influyeron en el resultado).

- Empleo de hashtag: #FueraBurga.
- Utilización de términos científicos: “Clonemos a Paolo”.

5.2. Diseño

La inclusión de elementos como una cabecera de gran tamaño, un titular enorme acompañado de un antetítulo o un subtítulo ubicados sobre una fotografía o fotomontaje que ocupa casi la totalidad de la primera página, además de recuadros verticales u horizontales, fue la fórmula recurrente apreciada a lo largo del estudio de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor*. Esta enrevesada y a la vez vistosa maquetación, se complementó con una paleta de colores caracterizada por su prodigalidad, hecho que ubicó nítidamente a estos rotativos en el espectro visual de la prensa popular, donde dominan los diarios denominados “chicha”. Al desarrollarse en el formato tabloide, este complejo diseño intentó posicionarse en toda el área de trabajo de la portada y su tendencia a la estrechez dejó mínimos espacios en blanco ocupados por filetes y corondeles. “La idea es maximizar el espacio e introducir la mayor cantidad de elementos tipográficos y visuales”, explica Zambrano (2014), mientras que Mejía Chiang (2011: 79) sostiene que la ausencia de un respiro visual obedece al “horror al vacío” que muestra la prensa popular.

Aunque confusa para quienes no son lectores de prensa deportiva, la diagramación de estas portadas se empeñó en ofrecer un punto de referencia visual configurado por una imagen y un titular de gran tamaño los cuales ocuparon más de las tres cuartas partes de la página y en muchos casos invadieron con silueteados el logotipo y los titulares del diario. Este afán por generar un primer impacto en el lector quedó aún más en evidencia cuando se mostraron primeras planas en formatos tabloide (las más comunes) o “sábana”. Según explica Cervera (2014), la apuesta por estos patrones de maquetación no responde, aunque parezca, a un libre albedrío al momento del diseño: “En algunos casos depende de la foto principal y si esta es horizontal se trabaja a todo lo ancho de la caja. En otros casos, la presentación varía de acuerdo al impacto que se le quiere dar a la noticia o en virtud de determinada coyuntura, como ocurrió en triunfos de la selección en donde es necesario diagramar en toda la extensión de la portada y la contraportada”.

Respecto a las imágenes de primera plana, el criterio de selección de las mismas tuvo la intencionalidad de transmitir, no solo un mensaje, sino también emociones. Las fotos de celebración de los jugadores fueron las que dominaron los días posteriores a un buen resultado de la selección, mientras que aquellas donde se aprecia personajes con rostro de desazón, cabizbajos, tendidos en el piso o en situación de reclamo fueron las más comunes tras una derrota. El alto grado de subjetividad visual aportó en favor de la valoración connotativa, una característica distintiva en la fotografía de este tipo de periodismo. Los planos general, americano y medio tuvieron abundancia en la confección de fotos de gran dimensión o “fotos ventana” sobre las cuales se colocaron titulares, antetítulos, subtítulos y diversas piezas gráficas de carácter informativo, publicitario o promocional. Tratándose de fotos de actualidad, en su mayoría no sufrieron alteración y estuvieron referidas a lo acontecido luego de un partido, lo que hizo raro encontrar fotomontajes. Sin embargo se apreció un uso repetitivo del silueteado parcial de los personajes, superponiendo parte de su anatomía a los titulares o las cabeceras con la finalidad de darle un efecto bidimensional a la imagen.

La compleja colorimetría de las primeras planas ofreció un derroche visual en donde se entremezclaron diversas tonalidades de rojos, amarillos, verdes, azules, naranjas y morados, además del negro y el blanco. Así como tomó prestado una serie de elementos para enriquecer sus textos, el diarismo deportivo peruano también adoptó la gama de colores de sus pares de España (*Marca*, *As*, *Mundo Deportivo*, *Sport*), Argentina (*Olé*) y Brasil (*Lance*), además del aporte visual de la prensa “chicha”. Este explosivo cóctel cromático, ha sumado decididamente en la transmisión de sensaciones al lector y también ha colaborado en el indiscutible posicionamiento de este tipo de periodismo en el rubro de diarios de 0.50 céntimos.

Independientemente de los muchos detalles en común, que a simple vista podrían confundir y dar la sensación de similitud entre ellos, la primera página de cada uno de los tres diarios mostró una personalidad distinta, fácilmente identificable por el público que los lee y que los diferencia, marcadamente. En la portada de *El Bocón* se pueden apreciar regularmente cinco grandes bloques que combinan, indistintamente, orientación horizontal y vertical. El primero, de uso publicitario, es de 2.5 x 25 cm y está posicionado a todo lo ancho del extremo superior. Debajo, se enmarca un segundo bloque rectangular de 5.5 x 25 cm, conformado por una cabecera de 5.5 x 17 cm, pegada al lado izquierdo, y un recuadro publicitario de 5.5 x 8 cm. La cabecera, que simula ser un aviso

luminoso de los que se ven al borde de un campo de fútbol, tiene un tramado rojo de finas líneas verticales donde destaca el logo en letras blancas con ligeros bordes amarillos y sólido sombreado, en altas y en cursivas. Sobre este logo y en letras de menor tamaño se ubica el slogan del diario. Esta composición luce demarcada por dos líneas negras: una superior en la que se incluyen la fecha, el número de publicación y la dirección electrónica, y otra inferior donde se leen el precio y el nombre del director⁹². Esta área cabecera de 5.5 x 25, que simula ser un panel luminoso como los que se ven al borde de los gramados de fútbol, se asienta en dos finísimos recuadros grises que dan cierta sensación de alto relieve:



Figura 199: *El Bocón* (5/IX/2010, portada).

Cuando no tienen avisos, los espacios de 2.5 x 25 cm y 5.5 x 8 cm simulan fusionarse junto con la cabecera para fines noticiosos, ubicándose en el extremo superior de la portada una franja azulada que aloja un titular en letras blancas y un subtítulo en amarillo, los cuales guardan relación con un invasivo silueteado que se inicia desde la caja de 5.5 x 8 cm, la cual se integra totalmente a los matices cromáticos de la cabecera:



Figura 200: *El Bocón* (11/IX/2013, portada).

⁹² El logo y la cabecera actual de *El Bocón* son fruto del rediseño puesto en marcha en agosto de 2010. Las características anteriores se pueden observar en las figuras 8, 11 y 15 de este trabajo.

Estos espacios de 2.5 x 25 cm y 5.5 x 8 cm se independizan con fines informativos cuando solo uno de ellos tiene avisaje:



Figura 201: *El Bocón* (12/VI/2013, portada).



Figura 202: *El Bocón* (19/X/2010, portada).

El tercer y más extenso bloque (17 x 18.5 cm) tiene orientación vertical, está pegado a la izquierda debajo de la cabecera y es empleado para la información principal compuesta por una foto que ocupa todo este sector -cuyo silueteado cruza las fronteras de la cabecera-, un titular de gran tamaño, en blanco o amarillo con bordes negros, un antetítulo o subtítulo, también en letras blancas o amarillas y, en ocasiones, una pieza gráfica a modo de marcador con el resultado del partido. Se puede apreciar que los títulos y los antetítulos o subtítulos no están justificados y su ubicación está supeditada a los espacios que pueden encontrar dentro de la fotografía, pudiendo aparecer en la parte superior, media o baja, según sea el caso. Al lado derecho de esta gran área, y cumpliendo la función de llamadas informativas, destaca un cuarto bloque formado por dos recuadros de fotos de 8.5 x 6 cm cada uno, separados por bordes granates, que albergan sus respectivos títulos y antetítulos en altas y caracteres amarillos.



Figura 203: *El Bocón* (16/XI/2011, portada).

Es importante apuntar que en ciertas ocasiones, se eliminan las llamadas laterales y sus espacios son ocupados por el tercer bloque, dando así mayor impacto a la noticia principal.



Figura 204: *El Bocón* (13/X/2012, portada).

Finalmente, el quinto bloque es un área publicitaria de 3 x 25 cm ubicada en las faldas de la portada.

AUTOCRAFT
No se deje engañar en la carga útil, compare nuestras especificaciones técnicas. No compre problemas, compre calidad.

<p>Tipo de cambio referencial Si. 2.00. Fretos referenciales. Promoción válida hasta el 30 de Noviembre del 2011.</p> <p>¡¡¡¡¡ PROMOCIONES ÚNICAS A NUESTRO MOMENTO !!!!!!</p>	<p>Camioneta Pick Up Jada 1700 (Cajón 18)</p> <p>DESDE US\$ 7,990 e S/. 23,273</p>	<p>Camioneta Pick Up Jada 1700 (Cajón 21)</p> <p>DESDE US\$ 13,990 e S/. 36,139</p>	<p>Camioneta Pick Up Jada 1700 (Cajón 24)</p> <p>DESDE US\$ 14,990 e S/. 41,730</p>	<p>Micro Taxis (Cajón 10) (Cajón 12) (Cajón 14) (Cajón 16) (Cajón 18)</p> <p>DESDE US\$ 16,990 e S/. 44,300</p>	<p>Micro Taxis (Cajón 20) (Cajón 22) (Cajón 24) (Cajón 26) (Cajón 28)</p> <p>DESDE US\$ 37,990 e S/. 77,000</p>
---	---	--	--	--	--

LIMA: Av. Primavera 1035, San Borja (Atrás del puente Primavera), / Tel: 01-8070579 / Rgn: 00298911 y Cel: 982989112 / Nextel: 129*9895 / TACNA: Zofra Tacna Mz. 3, Lts. 1 al 4, Panamericano Sur Km. 1203 / AREQUIPA: Calle Islay N° 54, 1da. Municipal Cercado. Y 054-234521 CONCESIONARIOS Y TALLERES AUTORIZADOS EN: Huanuco, Cerro de Pasco, Cusco, Arequipa, Tarma, Chiclayo, Cajamarca y Piura www.autocraftperu.net Lima Entelnet 0100-1284

Figura 205: *El Bocón* (13/X/2012, portada).

Líbero mostró habitualmente cuatro bloques en su portada y se distinguió por un sobrio rótulo en altas y tipos rojos que flotó sobre un espacio blanco de 5 x 19.5 cm ubicado en el extremo superior izquierdo, copiando así las características de *Marca* de España y yendo en contra de la tendencia de los rotativos deportivos, afines a coparlo todo con color. Los días posteriores a los partidos, el logo incorporó los símbolos de la Copa América 2011 y de la Copa del Mundo Brasil 2014. En la parte superior del logo, se posicionan, en caracteres verdes, la dirección electrónica y el slogan, mientras que en la parte superior y en letra muy pequeña se aglomeran la fecha (en negrita), el número de edición, el nombre del director, el precio (en negrita) y el recargo por envío aéreo. Al lado derecho se encuentra un recuadro de 5 x 6 cm empleado para fines publicitarios o informativos. En este último caso, su área total es tomada por una foto, un titular en altas y bajas sobre la imagen y un subtítulo que descansa sobre un sólido negro.

www.libero.pe TU FÚTBOL, TU PASIÓN

LÍBERO

LUNES, 4 DE JUNIO DEL 2012 AÑO 17 - Nº 6205 | DIRECTOR: CARLOS SALINAS | PRECIO: S/. 0,50 | VÍA AEREA: S/. 0,70

Arranca la era Nol

Solano será presentado hoy como DT de la "U". Pág. 20

Figura 206: *Líbero* (4/VI/2012, portada).

Debajo, y separada del logo por un delgado filete, encontramos la caja principal, copada siempre por una foto de 19 x 21.5 cm que alberga al titular -mayormente centrado- de una o dos

líneas, en altas, en blanco o amarillo y prominente sombreado. Este título, que no excede las cinco palabras, está relacionado con un antetítulo o un subtítulo en blancas sobre sólido negro y alguna pieza grafica adicional como el marcador, ubicándose todos estos elementos en los espacios que la imagen lo permita. A propósito de la foto, esta acostumbra extenderse en silueteado hasta parte del logo. Un fino y extenso corondel delimita un tercer bloque en sentido vertical ubicado al lado derecho de la caja principal. Aquí se agrupan tres recuadros de 6 x 6 cm cada uno, separados por filetes, los mismos que cumplen la función de llamadas informativas: dos de ellos están conformados por dos fotos que se asientan sobre dos recuadros, uno naranja y otro verde con titular en blanco y subtítular en negro. El recuadro inferior luce una imagen en la totalidad del área, un titular en blanco en altas y bajas, además de un subtítulo en blanco sobre un sólido negro.



Figura 207: *Líbero* (12/VI/2013, portada).

Es importante apuntar que en ciertas ocasiones, este tercer bloque cambia su diseño: el área mayor se extiende a todo lo ancho y las llamadas laterales pasan a ubicarse debajo de la información principal.



Figura 208: *Libero* (17/X/2012, portada).

Sirviendo de cimiento a los bloques arriba referidos, aparece en la parte inferior un recuadro de 2.50 x 26 cm que es empleado como espacio publicitario.



Figura 209: *Libero* (17/X/2012, portada).

Siendo el más joven de los tres diarios analizados, *Depor* ha incorporado a su moderno estilo algunas de las características de sus antecesores, aunque también ha marcado significativas diferencias en la portada, integrada por tres bloques. Esta apuesta por mostrarse como un diario innovador se nota desde la cabecera, situada en el extremo superior izquierdo, que se aleja de los clásicos recuadros y de la encendida paleta de rojos y amarillos, para lucir una gráfica similar a un banderín flameante color verde agua de 5 x 17.5 cm, que toma relieve gracias a finos sombreados. El logo, en bajas, cursivas y caracteres negros se extiende a lo largo de la parte central de la

cabecera, espacio que también agrupa la dirección electrónica y el slogan del diario. Una fina franja negra, inserta en la parte baja de la cabecera, se prolonga hacia el límite derecho de la página para dar cabida a la fecha, la edición y el precio y para fusionarse con una irregular área pentagonal de aproximadamente 5 x 8 cm que tiene un lado en punta dirigido al logo. Aunque distinto en forma, este espacio, al igual que en *El Bocón* y *Líbero*, también aloja llamadas informativas (titular y antetítulo de tipos blancos sobre foto) o avisos.



Figura 210: *Depor* (12/X/2013, portada).

El segundo bloque posee una dimensión de 23 x 19 cm con una foto que se prolonga por toda esta área, agregándose un titular de hasta siete palabras, en altas, tonos blancos y amarillos y sólido sombreado. Dos diminutas viñetas color verde agua, que van en concordancia con las formas de la cabecera, dan pie al antetítulo o al subtítulo, presentado en altas y bajas, tipos blancos, sobre un fondo ligeramente oscurecido. En la gran foto de la noticia principal también hay espacio para el gráfico que simula el marcador. La tercera y última gran agrupación tiene orientación vertical y la conforman tres espacios, divididos por filetes, que fungen de llamadas informativas, de similares características a los vistos en *El Bocón* y *Líbero*. Uno lleva un recuadro naranja, con título y subtítulo de tipos blancos en altas y bajas, y se posiciona sobre una foto relacionada al tema tratado. Bajo esta pieza, se abre espacio un segundo recuadro, con titular y antetítulo blanco sobre foto. El último recuadro de esta columna es de color celeste oscuro y aloja una foto silueteada, además de un título y antetítulo en letras blancas.



Figura 211: *Depor* (4/VI/2012, portada).

Depor también apela al recurso de eliminar los recuadros laterales para prolongar a todo lo ancho la caja principal. En algunos casos, estos recuadros se ubican horizontalmente en la parte superior o en la parte inferior de este espacio de 23 x 25 cm, o en otros casos estas llamadas simplemente desaparecen y dejan exclusividad visual a la noticia principal.



Figura 212: *Depor* (8/IX/2012, portada).

5.3. Síntesis de los contenidos

El lenguaje periodístico empleado por *Líbero*, *El Bocón* y *Depor*, tanto en las noticias como en las crónicas, gozó de las licencias propias que suelen tomarse los periodistas deportivos para redactar textos, lo cual deja en evidencia una serie de recursos lingüísticos destinados a difundir emociones, generar polémica y fomentar corrientes de opinión. Ambos estilos narrativos (noticia y crónica) estuvieron acompañados de un llamativo titular, un subtítulo o antetítulo y una foto de gran tamaño. En la mayor parte de los casos, hubo una estrecha relación entre estos elementos, lo cual dio significativa relevancia al contenido y ayudó a transmitir una idea global al lector.

En el caso de las noticias, se notó cierta hibridación ya que estas no se limitaron a un corte puramente informativo sino que reflejaron juicios de valor que las acercaron a la opinión a fin de estar en concordancia con la línea editorial planteada desde la portada. Cuando los diarios abordaron los primeros días de Markarián como técnico de la selección, las informaciones se caracterizaron por un tono festivo y esperanzador dejando entrever tácitos consensos por la elección del uruguayo como seleccionador y por su decisión de convocar a los sancionados por el caso “Golf Los Inkas”. Estos matices se vieron claramente enfrentados con la desazón, la ironía y el sensacionalismo apreciados en la cobertura del caso “Veneto”, además del poco cuidado que sobre el particular hubo al momento de consultar o contrastar fuentes: por un lado, se involucró erróneamente a jugadores (Guizasola y Zambrano) y, por otro, se utilizaron términos como “jamás será llamado” o “nunca más” para sentenciar la situación de Jefferson Farfán quien solo recibiría un leve castigo por parte de la Federación Peruana de Fútbol. Podría inferirse en este punto que el rumor y el dato sin confirmar fueron los elementos fundamentales en la elaboración de los contenidos noticiosos.

Respecto a las crónicas, todas llevaron la firma del periodista que las escribió y un elemento característico fue la emotividad y el apasionamiento en su estilo redacción, buscando hacer empatía con el sentimiento del lector. Y aunque esta vehemencia podría explicar las razones por las que muchos comentarios reflejaron un desenfrenado tono festivo en los resultados positivos, es preciso acotar que cuando se dieron una seguidilla de derrotas en la primera parte del proceso eliminatorio, los tres diarios no fueron lapidarios en sus conceptos e invitaron al lector, ya sea de forma manifiesta o entrelíneas, a mantener la fe en la clasificación. Sin embargo, a medida que se

consumaba la eliminación del seleccionado, los criterios de opinión empezaron a cambiar, siendo más críticos los comentarios de *El Bocón* y *Líbero*, frente a los pocos cuestionamientos de *Depor*.

La redacción de crónicas en primera persona se hizo manifiesta como un recurso destinado a que el lector participe de lo acontecido desde la visión de quien lo escribe, buscando así una relación de cercanía entre el emisor y el receptor. Esta poco usual pero llamativa forma de redacción evidenció que, en cuanto a comentarios se refiere, no hay un criterio determinado. De otro lado, la combinación en una misma crónica del lenguaje técnico, el lenguaje bélico y el lenguaje figurado, contrastaron con los textos lineales de fácil comprensión, mientras que los clásicos términos del argot deportivo se entremezclaron con coloquialismos de vieja data y replanas provenientes del habla juvenil. Tampoco estuvieron ajenos la personificación, las expresiones grandilocuentes, superlativas y machistas, el humor, los misticismos, los cabalismos, la inclusión de temas de coyuntura política, económica, religiosa o de espectáculos y el uso de letras de canciones. En mayor o menor medida, los periodistas encargados de las crónicas se nutrieron de esta vorágine para dar realce a lo publicado en los tres diarios.

El tinte chauvinista no estuvo lejos de las crónicas, tomando en consideración que de por medio estaba la selección peruana de fútbol, la cual genera indescriptibles niveles de identificación entre los aficionados y es considerada como la representación del país al momento de los partidos. Este tono patriotero de las crónicas, con el empleo de términos peyorativos sobre la nacionalidad del rival así como alusiones a pasados conflictos bélicos, se hizo mucho más notorio en las ocasiones que tocó enfrentar a Ecuador y Chile. A propósito de chauvinismos, Ramonet (*apud*. Gómez Amat, 2007: 25) señala que “cuando un equipo de fútbol se identifica con una nación o etnia, los excesos se multiplican, exacerbados por el delirio popular y por la amplificación de los medios de comunicación. [...] No se juega por jugar, se juega para ganar. El futbol de masas satisface así el perverso deseo de enfrentarse a un enemigo para definir mejor la identidad nacional”. Alabarces (*cf.* 2007: 18) considera que en este tipo de circunstancias se radicalizan los tribalismos, los localismos y los nacionalismos.

Los señalamientos se hicieron reiterativos en las crónicas relacionadas a los escándalos o los resultados adversos de la selección y estos estuvieron dirigidos al técnico, a los jugadores a los dirigentes y a los árbitros. Los tres diarios se valieron de afirmaciones desmedidas, una fuerte

adjetivación, así como de un lenguaje irónico y en algunos casos soez, para establecer responsabilidades por determinado acontecimiento. Por otro lado, se advirtió en este análisis una constante individualización de las coyunturas que acompañaron a la selección en el periodo 2010-2013 graficándose los resultados en jugadores como Paolo Guerrero, Claudio Pizarro, Jefferson Farfán o José Carlos Fernández. En el caso de Fernández, llamó la atención la fugaz idealización de su figura en los dos primeros amistosos del equipo y su escasa o nula relevancia en el resto del proceso, pese a ser considerado “Salvador”.

6. Conclusiones

En virtud de los resultados de la presente investigación, podemos concluir que la hipótesis planteada en torno a que la cobertura del desempeño de la selección peruana de fútbol en las ediciones impresas de *El Bocón*, *Líbero* y *Depor* (junio 2010 – diciembre 2013) tuvo en muchos casos un tratamiento periodístico que alteró la función informativa, incurriendo en el sensacionalismo, la crítica desmedida y la desinformación, ha podido ser comprobada al analizar la cobertura informativa de los tres diarios durante la participación de la selección peruana de fútbol en las eliminatorias rumbo a la Copa del Mundo Brasil 2014. Además, se puede inferir que en razón de sus líneas editoriales, estos rotativos especializados mantuvieron sus altos niveles de venta y lectoría, lo que los posiciona como líderes en el segmento de diarios deportivos.

Independientemente de esta primera conclusión, se ha verificado en las portadas, las noticias y las crónicas de los tres diarios que cada uno mostró un comportamiento distinto y por momentos ambivalente. *El Bocón* no se destacó por mostrar hechos extrafutbolísticos o de farándula, más bien puso en relieve los hechos positivos y fue crítico en las derrotas. Por su parte, *Líbero* adoptó una posición más severa para describir el trabajo del técnico Sergio Markarián y de los jugadores, aunque también reflejó su apoyo al trabajo del seleccionador, mientras había esperanzas de clasificar. Por su parte, *Depor* no cuestionó ni al entrenador ni a los futbolistas y buscó minimizar las derrotas, apostando por destacar el lado positivo de los futbolistas, sin embargo, y pese a esta naturaleza de no dar pie a lo negativo o extrafutbolístico, este diario destacó por destapar el escándalo de indisciplina denominado caso “Veneto”, en el que hubo un tratamiento que llevó a la desinformación al responsabilizar a jugadores que no tuvieron que ver en el hecho. Aquí quedó expuesta cierta tendenciosidad editorial y poco contraste de las fuentes previo a la elaboración de una información.

Queda claro que el apasionamiento estuvo presente de manera constante en los contenidos analizados durante los cuatro años que duro el proceso del técnico Sergio Markarián, con lo cual se deduce que fue este el factor que llevó a estos diarios a magnificar lo bueno, mostrando una tendencia a la que podemos calificar como “periodismo de arenga”. Este nuevo estilo de opinar, y también de informar, colisionó con una tendencia al fatalismo a medida que se consumaba la eliminación de seleccionador nacional. Y al haber sido constante esta bipolaridad, se entiende que

este modelo mediático está plenamente asumido por el lector y es el que permite garantizar los altos niveles de venta en kioskos.

El análisis de las crónicas post partido ha permitido visualizar procedimientos distintos al momento de su elaboración: *El Bocón* se inclinó por textos amplios donde se combinó la metáfora y la descripción de los hechos, *Líbero* prefirió crónicas de mediano tamaño con un estilo más punzante y directo, mientras que *Depor* insistió en comentarios breves matizados por un lenguaje juvenil. Estas diferencias contrastaron con la vehemencia y el entusiasmo que cada uno de los tres diarios evidenció en estos contenidos interpretativos, los cuales tienen un marcado nivel de influencia en la prensa limeña como generadores de opinión pública. Respecto a la extensión de los textos, se puede inferir que la reducción de los mismos respondería a la penetración cada vez mayor de las TIC y al poco hábito de lectura de los jóvenes limeños.

En cuanto a la calidad lingüística, se ha notado en las portadas, en las crónicas y en las noticias, un uso simultáneo del lenguaje técnico y del lenguaje figurado, que se entremezclaron con términos del habla popular limeña y de la replana juvenil. Este punto llama a reflexión respecto a la calidad de los contenidos de los diarios deportivos y a los problemas idiomáticos, pudiéndose inferir que, en algunos casos, han contribuido a la pérdida de la brillantez y pulcritud lingüística que se le reclama a los textos de la prensa especializada, tomando en cuenta que estos son leídos y tomados de referencia por los más jóvenes. En contra parte, la inmediatez que ofrecen la televisión y las TIC obliga a que la redacción deportiva sea mucho más analítica y menos descriptiva, situación que no se presentó en muchos de los contenidos revisados en el presente estudio.

Por encima de su compleja y variopinta concepción, se ha comprobado que las portadas de estos diarios tuvieron un impacto icónico y cognitivo, convirtiéndolas en elementos sumamente atractivos y determinantes como impulsores de venta en kioskos, gracias a la unidad que conforman la imagen, el mensaje informativo, la tipografía, la colorimetría y la maquetación. Es preciso apuntar que en esta conjunción de elementos, la foto sigue siendo un factor prioritario al momento de la confección de las primeras planas y de acuerdo a sus características girará el tamaño y la ubicación de los títulos, los antetítulos, los subtítulos y las llamadas informativas adicionales.

Otro aspecto importante es la “futbolización” notada en estos diarios en las coyunturas vinculadas a la selección de fútbol, lo que no dejó cabida a la difusión de otros deportes en las informaciones de primera plana. Esta supremacía del balompié respondió a factores de orden editorial y comercial si se considera el alto nivel de expectativa que despierta la selección de fútbol. Con ello se demuestra que en este tipo de circunstancias, la prensa especializada ignora el acontecer de disciplinas con cierto arraigo en el país como el voleybol, el baloncesto, la natación, el tenis o el motociclismo.

7. Fuentes consultadas

Aguirre, A. (2014, agosto 5). Gerente de Distribución de Grupo La República Publicaciones S. A. Entrevista personal. Lima.

Alabarces, P.

_(2007). *Fútbol y patria: el fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

_(2003). *Futbolologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Buenos Aires: Clacso.

Alarcos Llorach, E. (1977). “Lenguaje de los titulares”, pp. 121-147. En Lázaro Carreter, F. (ed.). *Leguaje en periodismo escrito*. Madrid: Fundación J. March.

Alcoba, A.

_(2009). *¿Quo vadis deporte? Del fracaso olímpico al triunfo de política y capitalismo deportivo*. Madrid: ESM.

_(2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis.

_(2001). *Enciclopedia del deporte*. Madrid: ESM.

_(1999). *La prensa deportiva. Tratamiento inédito sobre el género específico del Deporte y cómo hacer una publicación deportiva ideal*. Madrid: Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte.

_(1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Thomson Paraninfo.

_(1987). *Deporte y comunicación*. Madrid: Dirección General de Deportes de la Comunidad Autónoma de Madrid y Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Madrid.

_(1980). *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid: Edición del autor.

Alonso, I. (2013, mayo 30). “La sociedad anónima y el fútbol”. *El Comercio*, p. A21.

Altabella, J. (1987). *Historia de la prensa deportiva madrileña*. Madrid: Comunidad de Madrid, Consejería de Educación y Dirección General de Deportes.

Álvarez Escalona, G. (2002). *La difusión del fútbol en Lima a inicios del siglo XX. Inmigrantes y marineros ingleses, jóvenes de élite, clubes y centros educativos* [Tesis de Licenciatura]. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Historia.

Apoyo Consultoría (2004). *Desarrollo e implementación de una estrategia para la mejora de la competitividad e incremento de la rentabilidad en el fútbol peruano*. Lima: Apoyo Consultoría.

Arnaud, P. (2002). “El deporte, vehículo de las representaciones nacionales de los Estados europeos”, pp. 11-26. En González Aja, T. (ed.). *Sport y autoritarismos. La utilización del deporte por el Comunismo y el Fascismo*. Madrid: Alianza Editorial.

Arnold, E. (1984). *Diseño total de un periódico*. México D. F.: Editores Asociados Mexicanos.

Asociación Deportiva de Fútbol Profesional (2012). *Libro de Oro ADFP. 1912 – 2012*. Lima: AZAGRAPHIC PERÚ S. A. C.

Atorressi, A. (1995). *Los géneros periodísticos. Antología*. Buenos Aires: Colihue.

Augé, M. (1999). “¿Un deporte o un ritual?”, pp. 55-66. En Seguro, S. (ed.). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de debate.

Baena Paz, G. (1990). *Géneros periodísticos informativos*. México D. F.: Pax.

Bairner, A. (2001). *Sport, Nationalism and Globalization: European and North American perspectives*. Nueva York: Suny.

Ball, P. (2003). *Morbo, The Story of Spanish Football*. Londres: WSC Books.

Barbieri, P. y Annocaró, D. (2012). *Fútbol, negocios y derecho. Juego-deporte-economía. Tomo II*. Buenos Aires: Editorial Universidad.

Barraza, J.

_(2013a, mayo 5). “El arbitrario gol de visitante”. *El Comercio*, suplemento “Deporte Total”, p. 9.

_(2013b, abril 14). “Lectores pescados en ‘offside’”. *El Comercio*, suplemento “Deporte Total”, p. 9.

Barraza Salinas, E. (2013, septiembre 10). Jefe de producto del diario deportivo *Líbero*. Entrevista personal. Lima.

Barrero Muñoz, J. (2008). *Periodistas deportivos contra la violencia en el fútbol, al pie de la letra*. Madrid: Fragua.

Baudillon, P. (1999). “Un deporte singular”, pp. 41-46. En Seguro, S. (ed.). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de debate.

Beccaria, G. (1973). *I linguaggi settoriali in Italia*. Milán: Bompiani.

Beingolea, A. (2013, agosto 2). Congresista de la República y periodista deportivo. Entrevista personal. Lima.

Bericat, E. (1998). *La interacción de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social. Significado y medida*. Barcelona: Ariel.

Berenstein, A. y Blain, N. (2003). *Sport, Media, Culture: Global and Local Dimensions*. Londres: Frank Cass.

Bermeosolo, F. (1962). *El origen del periodismo amarillo*. Madrid: Rialp.

Bernárdez García, J. (1998). *El deporte correctamente hablado*. Oviedo: Universidad de Oviedo.

Berrocal, S. y Rodríguez-Maribona, C. (1998). *Análisis básico de la prensa diaria. Manual para aprender a leer periódicos*. Madrid: Universitas.

Best Ramos, A. (1969). *Contribución al estudio y especialización del periodismo deportivo* [Tesis doctoral]. Lima: Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Letras, Instituto de Periodismo.

Billings, A. (2010). *La comunicación en el deporte*. Barcelona: UOC.

Boniface, P. (1999). “Geopolítica del fútbol”, pp. 89-96. En Seguro, S. (ed.). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de debate.

Boyle, R.

_(2006). *Sports Journalism: Context and Issues*. Londres: SAGE.

_(2004). *Football in the new media age*. Abingdon: Routledge.

Boza, F. (2013, junio 13). Presidente del Instituto Peruano del Deporte. Entrevista personal. Lima.

Brajnovic, L. (1979). *El ámbito científico de la información*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.

Brasch, R. (1970). *How did sports begin?* Nueva York: David McKay.

Brochand, P. (1999). “Entre lo nacional y lo transnacional”, pp. 97-103. En Seguro, S. (ed.). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de debate.

Bromberger, C. (1999). “El revelador de todas las pasiones”, pp. 27-36. En Seguro, S. (ed.). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de debate.

Bueno Álvarez, J. y Mateo, M. (2012, febrero). “Historia del fútbol. Enciclopedia para disfrutar de un deporte y sentir una pasión”. Extraída el 9/VIII/2013 desde <http://books.google.com.pe/books>

Burga Seoane, M. (2012). “Presentación”, p. 8. En Federación Peruana de Fútbol. (ed.). *90 años. 1922 – 2012*. Lima: K&R Editores e Impresores.

Burgueño Muñoz, J. (2008). *La invención del periodismo informativo*. Barcelona: UOC.

Butters, P. (2013, julio 18). Conductor de *Radio Capital* y columnista de *Líbero*. Entrevista personal. Lima.

Cajas, A. (1949). *El fútbol asociado*. Lima: Edición del autor.

Calocca Carrasco, E. (2003). *Reencuentro histórico del periodismo*. México D. F.: Instituto Politécnico Nacional.

Canal N. (2014, octubre 27). “Manuel Burga confirmó que buscará una tercera reelección en la FPF”. Extraída el 30/X/2014 desde <http://canaln.pe/deportes/manuel-burga-confirmo-postulacion-y-anuncio-que-su-ultimo-periodo-n157526>

Canga Larequi, J. (1994). *El diseño periodístico en prensa diaria: normas básicas*. Barcelona: Bosch.

Cantavella, J.

_(2012). *La columna periodística. Presencia viva en la prensa hispano-peruana y anglosajona*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

_(2002a). *Manual de la entrevista periodística*. Barcelona: Ariel Comunicación.

_(2002b). *Historia de la entrevista en la prensa*. Madrid: Editorial Universitas.

_(1999). “Textos dinámicos y atractivos para un periodismo cambiante. Aproximación a las tendencias de futuro en los géneros periodísticos”. En *Estudios sobre el mensaje periodístico*. núm. 5, pp. 63-75.

Cantavella, J. y Serrano, J. (coords.) (2004). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.

Cantero, F. (2002). “Oír para leer. La formación del mediador fónico en la lectura”, pp. 59-84. En Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (ed.). *La seducción de la lectura en edades tempranas*. Madrid: Subdirección General de Información y Publicaciones.

Carlin, J. (2004). *Los ángeles blancos. El Real Madrid y el nuevo fútbol*. Madrid: Seix Barral.

Casals Carro, M. (2005). *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*. Madrid: Fragua.

Casasús, J. y Núñez Ladéveze, L. (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel.

Castañón Rodríguez, J.

_(2012). “El lenguaje periodístico del deporte en el idioma español del siglo XXI” pp. 341-356. En Universidad Complutense de Madrid (ed.). *Historia y Comunicación Social*. Madrid: Servicio de Publicaciones.

_(2011). *La comunicación deportiva y la lengua española*. Valladolid: Edición del autor.

_(2005a). *Diccionario terminológico del deporte*. Gijón: Trea.

_(2005b). *Términos deportivos en el habla cotidiana*. Logroño: Universidad de La Rioja.

_(2003, diciembre 10). “Magia y fiesta del lenguaje deportivo”. Extraída el 23/VIII/2012 desde <http://www.efdeportes.com/efd67/idioma.htm>

_(2002a). *Tendencias actuales en el idioma del deporte*. Salamanca: Edición del autor.

_(2002b). “El lenguaje deportivo del nuevo siglo”. Extraída el 23/VIII/2012 desde <http://www.idiomaydeporte.com/articulos/el-lenguaje-deportivo-del-nuevo-siglo.php>

_(2001, marzo 15). “Nuevos retos del periodismo deportivo”. En *Idioma y deporte*, núm. 16. Extraída el 23/VIII/2012 desde <http://www.idiomaydeporte.com/retos1.htm>

_(1993). *El lenguaje periodístico del fútbol*. Valladolid: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Valladolid.

Cervera, R. (2014, setiembre 4). Jefe de diseño *La República*. Entrevista personal. Lima.

Chávez, V. (2013, mayo 29). Redactora del portal deportivo *Mediotiempo.com* de México. Entrevista personal. Los Ángeles, Estados Unidos.

Clemente, M. y Santana, Z. (1991). *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Bilbao: Deusto.

CNN (2012, junio 1). “¿Cuáles son las ligas que generan más ganancias en el fútbol?”. Extraída el 8/VIII/2013 desde <http://cnnespanol.cnn.com/2012/06/01/cuales-son-las-ligas-que-generan-mas-ganancias-en-el-futbol>

Coakley, J. (1993). “Sport and Socialisation”. *Exercise and Sport Sciences Reviews*. Vol. 21, núm. 1, pp. 169-200.

Coelho, P. (2011). *Jornalismo Esportivo*. San Pablo: Contexto.

Colle, R. (2004). “Análisis de contenido”. Extraída el 21/VIII/2012 desde <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

Comité Olímpico Peruano (COP)

_(2012a). “Historia del COI, COP”. Extraída el 12/VIII/2013 desde <http://www.coperu.org/web/interior-cop.php?id=f2c6cec84dae995c5b32f02c67f434de>

_(2012b). “Misión y visión”. Extraída el 12/VIII/2013 desde <http://www.coperu.org/web/interior-cop.php?id=0673518d4deafe2fa8dd6a914ea86b2e>

_(2008). *Informe técnico de participación de la delegación peruana en los XXIX Juegos Olímpicos Beijing 2008*. Lima: COP.

Confederación Sudamericana de Fútbol (2008). *De Argentina 1916 a Venezuela 2007. Historia de la Copa América*. Asunción: Conmebol.

Cruyff, J. (2002). *Me gusta el fútbol*. Barcelona: RBA.

Cruz, A. (2012, agosto 14). “El secreto dorado de Colombia”. *La República*, p. 25.

Dancourt, M. (2013, julio 14). Jefe de deportes del diario *La República*. Entrevista personal. Lima.

Dauris, J. (2011). “La contribución británica del deporte en el Perú”, pp. 52-53. En Instituto Peruano del Deporte (ed.). *Una joya arquitectónica para el deporte peruano*. Lima: K&R Editores.

Davara Torrego, J. y otros. (2004). *España en portada*. Madrid: Fragua.

De la Motta, I. (1988). *Diccionario de la comunicación* [2 vols]. Madrid: Paraninfo.

De Moragas, M.

_(2007). “Comunicación y deporte en la era digital”. Extraída el 23/VIII/2013 desde http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp107_spa.pdf

_(2003). *El impacto de Internet en los medios de comunicación y la industria del deporte*. Cerdanyola del Vallés: CEO-UAB.

Del Brutto, A. (2013, septiembre 18). Director *El Gráfico Chile*. Entrevista personal. Lima.

Del Olmo, J. (2005, enero 6). “La gestión del color en los diarios españoles de difusión nacional”. Extraída el 5/VIII/2013 desde <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200512delolmo.pdf>

Delfino, N. (1999). “Presentación”, pp. 7-8. En Federación Peruana de Fútbol (ed.). *11 historias de fútbol*. Lima: Fauno Editores.

Deloitte Sports Business Group (2011). *Annual Review of Football Finance, 2011: Pressure to Change*. Manchester: Deloitte.

Deustua, J.; Stein, S. y Stokes, S. (2008). “Entre el offside y el chimpún: las clases populares limeñas y el fútbol, 1900-1930”. pp. 59-93. En Panfichi, A. (ed.). *Ese gol existe. Una mirada al Perú a través del fútbol*. Lima: Fondo Editorial PUCP.

Devoto, G. (1972). *Lingue speciali. Delle cronache della finanza. Il calcio. Scritti minori III*. Florencia: Le Monier.

Díaz Núñez, D. (2012). *Los grandes diálogos con hombres de fútbol*. Santiago de Chile: Ediciones B Chile, Grupo Zeta.

Domínguez, S. (2004). “El reportaje”, pp. 361-374. En Cantavella, J. y Serrano, J. (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.

DRAE (2001). “Vale un Perú”. Extraída el 11/05/2014 desde <http://lema.rae.es/drae/?val=vale+un+peru>

Dunning, E. (2003). *El fenómeno deportivo: estudios sociológicos en torno al deporte y la civilización*. Barcelona: Paidotribo.

Durán Gonzales, J. (1996). *El vandalismo en el fútbol*. Madrid: Gymnos.

Eco, U.

_(2008). *Cómo se hace una tesis*. Barcelona: Gedisa.

_(1996). *La estrategia de la ilusión*: Buenos Aires: Lumen.

EFE Agencia (1992). *El idioma español en el deporte*. Logroño: EFE.

Eisenberg, C. y otros. (2004). *FIFA 1904-2004. Un siglo de fútbol*. Madrid: Pearson Educación.

El Comercio, diario

_(2015, enero 12). “Lima 2019: ODEPA anuncia visita de evaluación a ciudad sede”. Extraída el 12/I/2015 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/polideportivo/lima-2019-odepa-anuncia-visita-evaluacion-ciudad-sede-noticia-1784351>

_(2014a, noviembre 5). “Francisco Boza renunció al IPD tras lobbies de Belaunde Lossio”. Extraída el 8/XI/2014 desde <http://elcomercio.pe/politica/gobierno/francisco-boza-renuncio-al-ipd-lobbies-belaunde-lossio-noticia-1769083>

_(2014b, noviembre 2). “Daniel Urresti amenaza con retirar a policías de los estadios”. Extraída el 7/I/2015 desde <http://elcomercio.pe/politica/gobierno/daniel-urresti-amenaza-retirar-policias-estadios-noticia-1768500>

_(2014c, octubre 28). “Manuel Burga: cronología de su juicio por lavado de activos”. Extraída el 8/XI/2014 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/futbol-peruano/manuel-burga-cronologia-su-juicio-lavado-activos-noticia-1767228>

_(2013a, setiembre 25). “Cuatro formas de sacar a Manuel Burga sin que la FIFA te desafilie”. Extraída el 27/IX/2013 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/futbol-peruano/manuel-burga-fpf-cuatro-formas-sacar-sin-que-fifa-te-desafilie-noticia-1767985>

_(2013b, agosto 8). “Caso planillas falsas: PJ abrió proceso penal a jugadores y dirigentes”. Extraída el 8/XI/2013 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/futbol-peruano/caso-planillas-falsas-pj-abrio-proceso-penal-jugadores-dirigentes-noticia-1615030>

_(2013c, enero 20). “¿Qué motiva e impulsa a los peruanos a comprar diarios?”, p. A25.

_(2012a, septiembre 12). “Ráting: El Perú-Argentina fue lo más visto con 46,2 puntos”. Extraída el 12/III/2013 desde <http://elcomercio.pe/tvmas/television/rating-peru-argentina-fue-lo-mas-visto-462-puntos-noticia-1468604>

_(2012,b junio 17). “El proyecto Markarián: errores, silencios y ausencia de liderazgo”. Extraía el 23/VI/2012 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/seleccion/proyecto-markarian-errores-silencios-ausencia-liderazgo-noticia-1428670>

_(2012a, abril 12). “Markarián tras derrota 3-0: ‘Fue el peor partido del proceso’”. Extraída el 10/XI/2013 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/seleccion/markarian-derrota-0-fue-peor-partido-proceso-noticia-1400455>

_(2010a, julio 23). “Sergio Markarián: ‘Creo en la clasificación a Brasil 2014, pero no será fácil’”. Extraída el 10/XI/2013 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/seleccion/vivo-presentacion-sergio-markarian-como-tecnico-seleccion-peruana-noticia-612849>

_(2010b, julio 20). “Encuesta de El Comercio: el 61% aprueba a Markarián como técnico de Perú”. Extraída el 10/XI/2013 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/seleccion/encuesta-comercio-61-aprueba-markarian-como-tecnico-peru-noticia-611113>

_(2010c, julio 6). “Markarián hará borrón y cuenta nueva: Pizarro y Farfán serán convocados”. Extraída el 10/XI/2013 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/seleccion/markarian-hara-borron-cuenta-nueva-pizarro-farfan-seran-convocados-noticia-506323>

_(2010d, junio 18). “Manuel Burga culpó al congreso de crisis en el fútbol peruano”. Extraída el 12/III/2013 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/futbol-peruano/manuel-burga-culpo-al-congreso-crisis-futbol-peruano-noticia-496993>

_(2010e, enero 27). “Chemo rompió su silencio: ‘Mi error fue no desconfiar de los futbolistas profesionales’”. Extraída el 10/XI/2013 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/futbol-peruano/chemo-rompio-su-silencio-mi-error-fue-no-desconfiar-futbolistas-profesionales-noticia-405507>

_(2009a, octubre 15). “Recuento de los daños: La selección en Eliminatorias”. Extraída el 10/XI/2013 desde <http://elcomercio.pe/deporte-total/polideportivo/recuento-danos-seleccion-eliminatorias-noticia-355211>

_(2009b, abril 16). “Manuel Burga sostiene que el fallo del TAS no declara inocente a Claudio Pizarro”. Extraída el 10/X/2013 desde <http://elcomercio.pe/deportes/274120/noticia-manuel-burga-sostiene-que-fallo-tas-no-declara-inocente-claudio-pizarro>

El-Mir, A., Lallana García, F. y Hernández González, R. (1995). *Diseño, color y tecnología en prensa*. Barcelona: Prensa Ibérica.

El Mundo (2012, febrero 25). “Libro de estilo del diario *El Mundo* de España”. Extraída el 13/V/2013 desde http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/id/37906905.html

El País (2008). *El País. Libro de estilo*. Madrid: Ediciones El País.

El Peruano.

_(2014, enero 31). “Resolución Ministerial N° 041-2014-MINEDU”. *Normas Legales*, pp. 515771-515772.

_(2013, julio 10). “Ley N° 30064, ley complementaria para la reestructuración económica de la actividad deportiva futbolística”. *Normas Legales*, pp. 498984.

_(2012a, marzo 4). “Decreto de urgencia N° 010-2012, medidas de urgencia para la reestructuración y apoyo de emergencia a la actividad deportivo futbolística”. *Normas Legales*, pp. 462029.

_(2012b, enero 5). “Ley N° 29825, ley que modifica los artículos 10 y 11 de la ley 28036, modificada por la ley 29544, ley de promoción y desarrollo del deporte”. *Normas Legales*, pp. 458593.

_(2011, febrero 19). “Ley N° 29665, ley que modifica el artículo 14° de la ley núm. 28036, ley de promoción y desarrollo del deporte, y el artículo 3° de la ley núm. 29544, ley que modifica artículos de la ley núm. 28036”. *Normas Legales*, pp. 436463.

_(2010, junio 24). “Ley N° 29544, ley que modifica artículos de la ley núm. 28036, ley de promoción y desarrollo del deporte”. *Normas Legales*, pp. 421105.

_(2003, julio 24). “Ley N° 28036, ley de promoción y desarrollo del deporte”. *Normas Legales*, pp. 248630.

Empresa Editora El Comercio.

_(2012). *Contra todo pronóstico. Prensa peruana rompe las tendencias*. Lima: Empresa Editora El Comercio S. A.

_(2001). *Libro de Oro de Alianza Lima*. Lima: Empresa Editora El Comercio S. A.

Enciso, C.

_(2013, junio 8). Jefe de prensa de la Asociación Deportiva de Fútbol Profesional. Entrevista personal. Lima.

_(2012). “Su histórico origen”, pp. 17-21. En Asociación Deportiva de Fútbol Profesional (ed.). *Libro de Oro ADFP. 1912 – 2012*. Lima: AZAGRAPHIC PERÚ S. A. C.

Eslava, J. (ed.) (2011). *Letras y pasión en el fútbol peruano bien jugado. Las patadas de una ilusión*. Lima: Aguilar.

Espejo, P. (2013, mayo 14). Redactor especialista en polideportivo del suplemento “DT” de *El Comercio*. Entrevista personal. Lima.

Esteve Ramírez, F. (2010). “Fundamentos de la especialización periodística”, pp. 11-26. En Camacho Markina, I. (ed.). *La especialización en el periodismo. Formarse para informar*. Sevilla: Comunicación Social.

Esteves, J. (2013, diciembre 12). Ex director del diario *El Bocón*. Entrevista personal. Lima.

Fagoaga, C. (1982). *Periodismo interpretativo. El análisis de la noticia*. Barcelona: Mitre.

Farinella, L. (2011, julio 20). Director del diario deportivo *Olé* de Argentina. Entrevista personal. Buenos Aires, Argentina.

Farfán Bravo de Rueda, O. (2013, agosto 4). Editor del diario *El Popular*. Entrevista personal. Lima.

Federación Peruana de Fútbol (FPF).

_(2013, enero 14). “Memoria FPF 2012”. Extraída el 15/VIII/2013 desde http://www.fpf.com.pe/doc/MEMORIA_FPF_2012.pdf

_(2012). *90 años. 1922 – 2012*. Lima: K&R Editores e Impresores.

_(2008). *Federación Peruana de Fútbol. Plan estratégico 2009-2020*. Lima: FPF.

_(2004, junio 10). “Estudio de apoyo al fútbol peruano”. Extraída el 4/V/2013 desde http://www.fpf.com.pe/doc/Presentacion_APOYO.PPT

_(2003). Resolución N° 010-FPF-2002. Extraída el 17/VII/2013 desde <http://www.fpf.com.pe/doc/res/RES-010-FPF2002.pdf>

_(2002). *Memoria de la Federación Peruana de Fútbol 1992-2002*. Lima: FPF.

_(1999). *11 historias de fútbol*. Lima: Fauno Editores.

_(1997). *75 aniversario*. Lima: Desa S. A.

Federación Peruana de Voleibol. (2011). *100 años del voleibol en el Perú: 1911-2011*. Lima: K&R Editores e Impresores.

Fernández Guevara, M. (2013, junio 14). Redactor principal del suplemento DT de *El Comercio*. Entrevista personal. Lima.

Fernández del Moral, J. (2004). *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel.

Fernández Moores, E.

_(2012, agosto 22). “Crónicas de acero”. Extraída el 22/VIII/2012 desde <http://canchallena.lanacion.com.ar/1501338-cronicas-de-acero>

_(2011, mayo 4). “El mundo del espectáculo”. Extraída el 3/V/2011 desde <http://canchallena.lanacion.com/1370418-el-mundo-del-espectaculo>

Fernández Parrat, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: CIESPAL.

Fernández Sanz, J. (2007). *Prensa especializada actual: doce calas*. Madrid: McGraw-Hill.

FIFA

_(2013a). “Los orígenes”. Extraída el 27/IV/2013 desde <http://es.fifa.com/classicfootball/history/the-game/origins.html>

_(2013b). “La cuna del fútbol”. Extraída el 27/IV/2013 desde <http://es.fifa.com/classicfootball/history/the-game/Britain-home-of-football.html>

_(2013c). “Oposición al deporte”. Extraída el 27/IV/2013 desde <http://es.fifa.com/classicfootball/history/the-game/opposition-to-the-game.html>

_(2013d). “El crecimiento global”. Extraída el 27/IV/2013 desde <http://es.fifa.com/classicfootball/history/the-game/global-growth.html>

_(2011). *61º Congreso de la FIFA. Informe de finanzas de la FIFA 2010*. Zurich: FIFA

Fleischman, E. (2013, julio 7). Director del programa “El Deportivo” de ATV. Entrevista personal. Lima.

Galdón López, G. (2001). *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*. Navarra: EUNSA.

Galeano, E. (2002). *El fútbol a sol y sombra y otros escritos*. Córdoba: P/L@.

Gálvez, J. (1966). *Nuestra pequeña historia*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Ganoza Caballero, R. (1973). *El periodismo deportivo en el Perú* [tesis licenciatura]. Lima: Universidad San Martín de Porres, Programa Académico de Periodismo.

García Candau, J. (1990). “El lenguaje en la información deportiva”, pp. 123-132. En *Agencia EFE. El idioma español en las agencias de prensa*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Rupérez.

García de Diego Martínez, A. (1988). *Prensa y Tecnología*. Madrid: Alhambra.

García Molina, E. (2002). *Deporte y metáforas. Influencia del lenguaje deportivo en la vida cotidiana*. Madrid: Consejo Superior de Deportes.

García-Uceda, M. (2011). *Las claves de la publicidad*. Madrid: Esic Editorial.

Gargurevich Regal, J.

_(2011). *Introducción a la historia del periodismo*. Lima: PUCP.

_(2005). *La fundación de un diario popular*. Lima: La Voz.

_(2002). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Lima: PUCP.

_(1991). *Historia de la prensa peruana: 1594-1990*. Lima: La Voz.

Garrido Lora, M. (2008). “Violencia y sensacionalismo en la comunicación deportiva”, pp. 46-47. En Marín Montín, J. (ed.). *Imagen, comunicación y deporte. Una aproximación teórica*. Madrid: Visión Libros.

Gestión, diario.

_(2013a, julio 14). “Esquema para reestructurar clubes de fútbol ha permitido que cumplan con sus deudas”. Extraída el 2/VIII/2013 desde http://gestion.pe/politica/congreso-elevo-rango-ley-salvataje-al-futbol-nacional-alianza-2000801?href=nota_rel

_(2013b, junio 13). “Reestructuración de clubes de fútbol no dejará sin beneficios a los socios” Extraída el 2/VIII/2013 desde <http://gestion.pe/politica/reestructuracion-clubes-futbol-no-dejara-sin-beneficios-socios-2068561>

_(2013c, junio 7). “El Perú-Ecuador de hoy es el partido con la mejor recaudación de la historia”. Extraída el 4/IX/2013 desde <http://gestion.pe/tendencias/partido-record-taquilla-2068075>

Gomes, L. (2013, mayo 22). Editor general diario deportivo *Lance* de Brasil. Entrevista personal. San Pablo, Brasil.

Gómez Amat, D. (2007). *La patria del gol: fútbol y política en el estado español*. Irún: Astiro.

Gómez Díaz, A. (1992). *Análisis de la prensa como medio publicitario*. Barcelona: Feed-Back.

Gómez Jiménez, A. (2007). “La violencia en el deporte. Un análisis desde la psicología social”. Extraída el 20/VIII/2012 desde [www.uned.es/472074/papers/Gomez_\(2007\).pdf](http://www.uned.es/472074/papers/Gomez_(2007).pdf)

Gómez Mompart, J. (1982). *Los titulares en prensa*. Barcelona: Mitre.

González Lucay, C. y Quezada Jara, B. (2010). *A discreción. Viaje al corazón del fútbol chileno bajo la dictadura militar*. Santiago de Chile: Forja.

González Rey, F. (2007). *Investigación cualitativa y subjetividad. Los procesos de construcción de la información*. México D. F.: McGraw-Hill.

Grijelmo, A.

_(2009). “Prólogo”, pp. 9-11. En Paniagua Santamaría, P. (ed.). *Cultura y guerra de fútbol. Análisis del mensaje informativo*. Barcelona: UOC.

_(1988, julio 23). “Los poderes de la voz”. *El País*, p. 8.

Grupo Epensa. (2012, diciembre). “Informe general de lectoría. Julio 2011-Junio 2012. Lima Metropolitana. Extraída el 13/III/2013 desde <http://www.epn.pe/lib/descarga.php?f=/repositorio/descargas/reportes-de-lectoría/Informe-General-de-Lectoría-Julio11-Junio2012---NUEVO.pdf>

Guerrero Mover, J. (2013, diciembre 8). Editor general del diario *Líbero*. Entrevista personal. Lima.

Guerrero Salazar, S. (2005). “Sobre norma y uso en el lenguaje deportivo”, pp. 69-94. En Guerrero Salazar, S. y Medina Guerra, A. (ed.). *Lengua española y medios de comunicación: norma y uso*. Málaga: VG Ediciones, Junta de Andalucía.

Gutiérrez Gutiérrez, D. (1991). *Estructura y lenguaje de las crónicas de fútbol* [tesis doctoral]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Filología.

Gutiérrez Palacio, J. (1984). *Periodismo de opinión*. Madrid: Paraninfo.

Halperín, J. (1995). *La entrevista periodística. Intimidades de la conversación pública*. Buenos Aires: Paidós.

Heineman, K. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación empírica: En las ciencias del deporte*. Barcelona: Paidotribo.

Hernández Alonso, N.

_(2012). *Tendencias en el lenguaje deportivo actual*. Madrid: Visión Libros.

_(2003). *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid: Cátedra.

Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación científica*. México D. F.: McGraw-Hill.

Hernando, B. (2004). “Lenguaje periodístico”, pp. 119-141. En Cantavella, J. y Serrano, J. (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.

Herrán, M. y Restrepo, J. (1995). *Ética para periodistas*. Bogotá: Tercer Mundo.

Horne, J.; Tomlinson, A. y Whannel, G. (1999). *Understanding sport. An introduction to the Sociological and Cultural Analysis of Sport*. Londres: Spon Press.

Igartua, J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch Comunicación.

Instituto Peruano del Deporte (IPD)

_(2012a). *Plan Estratégico Institucional 2012-2015*. Lima: IPD.

_(2012b). *Reporte de la Oficina de Presupuesto y Planificación*. Lima: IPD.

_(2012c). “Quiénes somos”. Extraída el 12/VIII/2013 desde <http://www.ipd.gob.pe/index.php/Quienes-Somos/quienes-somos.html>

_(2012d). “Funciones del IPD”. Extraída el 12/VIII/2013 desde <http://www.ipd.gob.pe/index.php/Funciones-del-IPD/funciones-del-ipd.html>

_(2011a). *Plan Nacional del Deporte 2011-2030*. Lima: IPD.

_(2011b). *Una joya arquitectónica para el deporte peruano*. Lima: K&R Editores.

Jaramillo, M. y Sánchez, A. (2013, junio 19). “La desnutrición infantil”. *El Comercio*, p. A17.

Jáuregui, E. (2006, junio 25). “El cuero de las metáforas”. *El Comercio*, suplemento “El Dominical”, pp. 8-9.

Jiménez, G. (2013, mayo 22). Director del diario deportivo *Al Día* de Costa Rica. Entrevista vía correo electrónico. Lima.

Kapuściński, R. (2004). *La guerra del fútbol y otros reportajes*. Barcelona: Anagrama.

Kerlinger, F. (2010). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. México D. F.: McGraw-Hill.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

Kuhn, G. (2011). *Soccer vs. the state. Tackling football and radical politics*. Oakland: PM Press.

La República.

_(2013, noviembre 21). “Grupo de ciudadanos presenta demanda contra concertación de medios”, pp. 2 y 3.

_(2012, marzo 7). “Sunat entró a la cancha: solicitó a Indecopi intervenir a cinco clubes”. Extraída el 3/VIII/2013 desde <http://www.larepublica.pe/07-03-2012/sunat-entro-la-cancha-solicito-indecopi-intervenir-cinco-clubes>

_(2011, septiembre 10). *Buscando salidas a la crisis del deporte*. Dossier “La crisis del deporte”, pp. 2 y 3.

Labio, A. (2009). “Periodismo deportivo y sensacionalismo. Motivos para la reflexión”, pp. 161-179. En Marín Montín, J. (ed.). *Imagen, comunicación y deporte. Una aproximación teórica*. Madrid: Visión Libros.

Leoz, N. (2008). “Un legado de nuestra historia”, pp. 4-6. En Confederación Sudamericana de Fútbol (ed.). *De Argentina 1916 a Venezuela 2007. Historia de la Copa América*. Asunción: Conmebol.

Levinsky, S. (2002). *El deporte de informar*. Buenos Aires: Paidós.

Líbero, diario.

_(2014, noviembre 2). “¿Cómo botar a Burga?”, p. 19.

_(2013, octubre 17). “Tabla de posiciones”, p. 15.

López Hidalgo, A.

_(2001). *El Titular. Manual de titulación periodística*. Sevilla: Comunicación Social.

_(1996). *Las columnas del periódico*. Madrid: Libertarias, Prodhuvi.

López, A. y López, M. (2011). “Primeros apuntes de la historia del periodismo deportivo en la Argentina”. Extraída el 17/V/2013 desde <http://perio.unlp.edu.ar/pd/sites/perio.unlp.edu.ar.pd/files/Lopez%20Andres,%20Historia%20del%20PD.pdf>

López Pan, F. (2004). “Las noticias discursivas”, pp. 175-202. En Cantavella, J. y Serrano, J. (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.

López Quintás, A. (2001). *La tolerancia y la manipulación*. Madrid: Rialp.

Lundu, Centro de Estudios y Promociones Afroperuanos. (2012). “Observatorio afroperuano. Medios de comunicación. Informe mensual”. Extraída el 12/X/2012 desde <http://www.lundu.org.pe/observatorio/informesybitacoras2012/InformeJunio2012.pdf>

Llopis Goig, R. (2006). “Clubes y selecciones nacionales de fútbol. La dimensión etnoterritorial del fútbol español”. *Revista Internacional de Sociología*, núm. 45, pp. 37-66.

Maguire, J. (1999). *Global sport: identities, societies, civilizations*. Cambridge: Polity.

Majul, L. y Gorbato, V. (1999). *Periodistas*. Buenos Aires: Sudamericana.

Mapelli, G. (2005). “Los titulares de la crónica deportiva”. *Español Actual*, núm. 83, pp. 89-106.

Marín Montín, J.

_(2008). *Imagen, comunicación y deporte. Una aproximación teórica*. Madrid: Visión Libros.

_(2001). “La crónica deportiva: José Antonio Sánchez Araujo”. *Ámbitos*, núm. 5. Extraída el 17/VIII/2012 desde <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/5/37marin.htm>

Markarian, S. (2014). “Torneo clasificatorio. Brasil 2014. Informe final”. Extraída el 7/I/2015 desde http://www.fpf.org.pe/doc/INFORME_SM_BRASIL.pdf

Marrero, O. (2011). *Fundamentos del periodismo deportivo*. San Juan: Terranova.

Marrone, J. (2009). *La importancia de la portada en las ventas del diario Marca* [tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo I.

Martín, A. (2012). *El efecto Guardiola. Soluciones ganadoras para la liga cotidiana*. Barcelona: Random House Moandadori.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Martínez Albertos, J.

_(2004). “Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos”, pp. 51-75. En Cantavella, J. y Serrano, J. (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.

_(2001). *Curso general de redacción periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, TV y cine*. Madrid: Paraninfo-Thomson Learnings.

_(1989). *El lenguaje periodístico. Estudios sobre el mensaje y la producción de textos*. Madrid: Paraninfo.

Martínez-Fresneda, H. (2004). “Las fuentes en el periodismo informativo”, pp. 259-288. En Cantavella, J. y Serrano, J. (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

McQuail, D. (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Meier, M. (2013, junio 19). “¿Adiós al parque más grande de América”. *El Comercio*, pp. A7.

Mejía Chiang, C.

_(2012). “Géneros y estilos de redacción en la prensa. Desarrollo y variantes taxonómicas”, pp. 201-217. *Correspondencia y Análisis*, núm. 2. Lima: Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres.

_(2011). *Cultura popular limeña y prensa chicha*. Lima: Mesa Redonda.

_(2010). *Devenir de los géneros interpretativos en la prensa generalista. Estudio de las secciones Internacional y Política del diario El País*. Madrid: Fragua.

Mercado.com.ar (2014, julio 21). “La FIFA ganó por goleada el Mundial de Brasil 2014”. Extraída el 21/VII/2014 desde <http://www.mercado.com.ar/notas/negocios/8015985/la-fifa-gan-por-goleada-el-mundial-de-brasil>

Miller, R. (2012). “La globalización y comercialización del fútbol europeo: causas, consecuencias y preocupaciones”. En Monsalve, M. (ed.). *El fútbol como negocio. Una introducción a la gestión deportiva en Europa y Brasil*. Lima: Universidad del Pacífico.

Ministerio de Cultura (2014). *Comunicación que no discrimina. Guía para comunicadores*. Lima: Ministerio de Cultura.

Miró, C. (2011). “Los primeros años”, pp. 65-71. En Eslava, J. (ed.). *Letras y pasión en el fútbol peruano bien jugado. Las patadas de una ilusión*. Lima: Aguilar.

Monsalve, M. (2012). “Una introducción al estudio del fútbol como negocio global y local”, pp. 9-18. En Monsalve, M. (ed.). *El fútbol como negocio. Una introducción a la gestión deportiva en Europa y Brasil*. Lima: Universidad del Pacífico.

Morinaga Mestas, T. (2013). *¿Cómo preparar psicológicamente al deportista? Recomendaciones desde la experiencia futbolística*. Lima: Editorial San Marcos.

Mundo Deportivo (1995). *Libro de Estilo*. Barcelona: El Mundo Deportivo.

Munné, A. (ed.). (2011). *Cuando nunca perdíamos. 15 miradas sobre el Barça*. Madrid: Alfaguara.

Murray, B. (1996). *World's game. History of soccer*. Illinois: University of Illinois Press.

Musacchio, H. (2003). *Historia gráfica del periodismo mexicano*. México D. F.: Gráfica, creatividad y diseño.

Nadal Palazón, J. (2011). *El discurso ajeno en los titulares periodísticos* [tesis doctoral]. Salamanca: Universidad de Salamanca, Departamento de Lengua Española.

Naranjo de Arcos, A. (2011). *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como elemento prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F.C. Barcelona* [tesis doctoral]. Málaga: Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Departamento de Periodismo.

Oficina de Justificación de la Difusión (2012). "Certificados de Control. Enero 2012/Diciembre 2012. Diarios de información deportiva". Extraída el 17/V/2013 desde <http://www.introl.es/medios-controlados>

Ojo (2011, mayo 10). "Perú no irá al Mundial". Extraída el 22/III/2014 desde http://ojo.pe/ojo/nota.php?txtSecci_parent=&txtSecci_id=8&txtNota_id=597919

Oliven, R. (2001). *Fútbol y cultura*. Bogotá: Norma.

Orejan, J. (2011). *Football/Soccer. History and tactics*. Carolina del Norte: McFarland & Company, Inc., Publishers.

Ortega, F. y Humanes, M. (2000). *Algo más que periodistas*. Buenos Aires: Ariel.

Osores, E. (2013, octubre 2). Conductor de los programas “Fútbol en América” y “N Deportes”. Entrevista personal. Lima.

Otamendi, A. (1985, noviembre 29). “Borges y los juegos por dinero”. *La Razón* de Buenos Aires, pp. 23.

Otero Carvajal, L. (2003). “Ocio y Deporte en el nacimiento de la sociedad de masas. La socialización del deporte como práctica y espectáculo en la España del primer tercio del siglo XX”. Extraída el 14/V/2013 desde http://eprints.ucm.es/6157/1/CHCO0303120169A_ocio.pdf

Panfichi, A. (ed.) (2008). *Ese gol existe. Una mirada al Perú a través del fútbol*. Lima: Fondo Editorial PUCP.

Panfichi, A. y Thieroldt, J. (2008). “Club y barras: Alianza Lima y Universitario”, pp. 177-190. En Panfichi, A. (ed.). *Ese gol existe. Una mirada al Perú a través del fútbol*. Lima: Fondo Editorial PUCP.

Paniagua Santamaría, P.

_(2009). *Cultura y guerra del fútbol: análisis del mensaje informativo*. Barcelona: UOC.

_(2003). *Información deportiva. Especialización, géneros y entorno digital*. Madrid: Fragua.

Paz Araoz, M. (2013, mayo 10). Periodista deportivo. Entrevista personal. Lima.

Pérez Cuadrado, P. (2004, mayo). “Apuntes para un estudio de la prensa española en color en el siglo XIX”. Extraída el 3/VIII/2013 desde <http://www.doxacomunicacion.es/es/hemeroteca/articulos?id=106>

Perú.21, diario.

_(2013, octubre 20). “Desaprobación de Markarián llegó al 63%”. Extraída el 18/XII/2013 desde <http://peru21.pe/deportes/desaprobacion-sergio-markarian-llego-63-2154195>

_(2012a, octubre 16). “Markarián habla fuerte: ‘Faltó actitud en algunos jugadores’”. Extraída el 15/V/2013 desde <http://peru21.pe/deportes/markarian-habla-fuerte-falto-actitud-algunos-jugadores-2046860>

_(2012b, marzo 26). “Fiscalía investiga a Burga por falsificación de planillas”. Extraída el 16/VI/2013 desde <http://peru21.pe/2012/03/26/deportes/fiscalia-investiga-burga-falsificacion-planillas-2017448>

_(2011, julio 11). “Anécdotas que dejaron los Perú-Paraguay”. Extraída el 17/V/2013 desde <http://peru21.pe/deportes/anecdotas-que-dejaron-peru-paraguay-2046792>

Pou Américo, J. (2004). “Los titulares periodísticos”, pp. 239-257. En Cantavella, J. y Serrano, J. (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.

Pujadas i Martí, X. (2010). *La metamorfosis del deporte. Investigaciones sociales y culturales del fenómeno deportivo contemporáneo*. Barcelona: Editorial UOC.

Pulgar Vidal, J. (2015). *El expediente Burga. El fin de una era*. Lima: Mesa Redonda.

Puntí, J. (2011). “Cuando era un neeskens”, pp. 105-124. En Munné, A. (ed.). *Cuando nunca perdíamos. 15 miradas sobre el Barça*. Madrid: Alfaguara.

Quesada, M. (2004). “La entrevista”, pp. 375-394. En Cantavella, J. y Serrano, J. (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.

Quintanilla, I.; Luna, R. y Berenguer, G. (1998): *La compra impulsiva y la compra patológica: el modelo CAC*. Valencia: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.

Raigón Pérez de la Concha, G. (2004). “Producción informativa y procedimientos de producción”, pp. 301-330. En Cantavella, J. y Serrano, J. (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.

Ramonet, I. (1999). “Un hecho social total”, pp. 12-13. En Seguro, S. (ed.). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de debate.

Reinardy, S. y Wanta, W. (2009). *The essentials of sports reporting and writing*. Nueva York: Routledge.

Risi, A. (2013, julio 15). Ex jefe de informaciones del diario *El Gigante*. Entrevista personal. Lima.

Roger, G. (2013, agosto 4). Redactor diario *L'Equipe* de Francia. Entrevista personal. Lima

Rivadeneira Prada, R. (1991). *Periodismo: la teoría general de los sistemas*. México D. F.: Trillas.

Rodríguez Adrados, F. (1992). "Características de la lengua deportiva", pp. 141-163. En Agencia EFE y Gobierno de La Rioja. *El idioma español en el deporte*. Logroño: Agencia Efe, Gobierno de la Rioja.

Rodríguez Betancourt, M. (2001). *La entrevista periodística y su dimensión literaria*. Madrid: Tauro.

Rodríguez López, J. (2000). *Historia del deporte*. Barcelona: INDE publicaciones.

Rodríguez Moya, S. (2012). *Tarjeta negra al racismo*. Madrid: Fragua.

Rojas Torrijos, J. (2011). *Periodismo deportivo de calidad. Propuesta de un modelo de libro de estilo panhispánico para informadores deportivos*. Madrid: Fragua.

Romero Cabrejos, E. (1986). *Ética y prensa deportiva sensacionalista: condicionamiento y motivación a través del deporte* [tesis de licenciatura]. Lima: Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Rozo, F. (2014, abril 23). Editor general diario deportivo *Marca Colombia*. Entrevista personal. Buenos Aires, Argentina.

RPP

_(2014, octubre 29). “Manuel Burga a RPP: ¿Cuál es el problema de ir a una reelección?”. Extraída el 30/X/2014 desde http://www.rpp.com.pe/2014-10-29-manuel-burga-a-rpp--cual-es-el-problema-de-ir-a-la-reeleccion-noticia_737726.html

_(2011, agosto 23). “Sergio Markarián: ‘No somos terceros sino los últimos en América’”. Extraída el 4/XI/2013 desde http://www.rpp.com.pe/2011-08-23-sergio-markarian--no-somos-terceros-sino-los-ultimos-en-america-noticia_397068.html

Ruiz de Somocurcio, O. (2013, septiembre 17). Conductor del programa “Teledportes” de *Panamericana Televisión*. Entrevista personal. Lima.

Saborit, J. (1988). *La imagen publicitaria en televisión*. Madrid: Cátedra.

Sáenz de Santa María, C. (1985). Obras completas. Pedro Cieza de León. Monumenta Hispano-indiana. V Centenario del descubrimiento de América II. Madrid: Instituto Gonzalo Fernández de Oviedo.

Salas, C.

_(2014, diciembre 21). “Más me pegas, más me quedo”. Suplemento “DT” de *El Comercio*, p. 5.

_(2010, julio 26). “Los cuatro problemas que deberá enfrentar Markarian con la selección”. Extraída el 1/II/2012 desde <http://elcomercio.pe/deportes/614090/noticia-cuatro-factores-que-debera-enfrentar-markarian-seleccion>

Salinas Benavides, R. (2011, marzo 16). “El periodismo deportivo nace en 1892, pero sería en el siguiente siglo en que se desarrolla y tiene en ‘Pocho’ Rospigliosi, al más popular de todos los tiempos”. Extraída el 20/VII/2013 desde <http://www.cronicaviva.com.pe/index.php/component/content/article/62-roberto-salinas-comenta/15240--el-periodismo-deportivo-nace-en-1892-pero-seria-en-el-siguiente-siglo-en-que-se-desarrolla-y-tiene-en-lpochor-rospigliosi-al-mas-popular-de-todos-los-tiempos->

Salinas Benavides, R. y Linares, J. (2012). *Última Hora. La revolución del periodismo en el Perú*. Lima: Universidad Alas Peruanas.

Salinas Guerrero, C. (2013, septiembre 18). Intervención durante el II Encuentro de Periodismo Deportivo de las Américas. Lima.

Salaun-Sánchez, C. (1986). *Los titulares y la realidad extralingüística. El País o la referencia dominante*. Barcelona: Mitre.

Samper, D.

_(2011). “Las diabluras de un niño bueno”, pp. 125-146. En Munné, A. (ed.). *Cuando nunca perdíamos. 15 miradas sobre el Barça*. Madrid: Alfaguara.

_(2001). “A patadas con la lengua” (Literatura y periodismo deportivos en español). En el *II Congreso Internacional de la Lengua Española. El Español en la Sociedad de la Información*. Valladolid. Extraída el 14/IV/2013 desde http://congresosdelengua.es/valladolid/ponencias/el_espanol_en_la_sociedad/1_la_prensa_en_espanol/samper_d.htm

Sánchez Carlessi, H. (2009). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Lima: San Marcos.

Sanmartí, J. (2004). “Más allá de la noticia: el periodismo interpretativo”, pp. 333-359. En Cantavella, J. y Serrano, J. (coords.). *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.

Sarlo, B. (1996). *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Buenos Aires: Ariel.

Segurola, S.

_(2012). *Héroes de nuestro tiempo. 25 años de periodismo deportivo*. Madrid: Debate.

_(1999). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Debate.

Seijas, L. (2003). *Estructura y fundamentos del periodismo especializado*. Madrid: Universitas.

Semana Económica. (2003, febrero 24). “Los doce del patíbulo”, pp. 3.

Sobrado Fernández, M. (2005). “Entre la información y la opinión. Una revisión de los principales géneros en el periodismo deportivo”. En Martín Montín, J. (ed.). *Comunicación y deporte. Nuevas perspectivas de análisis*. Sevilla: Comunicación Social.

Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú (2014). “Lectoría de diarios de Lima. Abril 2013-Marzo 2014”. Extraída el 26/V/2014 desde <http://sepp.pe/estudios-e-informes/estudios-de-lectoría/lectoría-en-lima/lectoría-de-diarios-lima-abril-2013-marzo-2014>

Sosaya Saavedra, G. (2013, diciembre 17). Ex director del diario *Líbero*. Entrevista personal. Lima.

Sotelo, J. (2007). “Panorama actual de la prensa deportiva en España”, pp. 321-351. En Fernández Sanz, J. (ed.). *Prensa especializada actual: doce calas*. Madrid: McGraw-Hill.

Stati, S. (1990). *La transphastique*. París: Puf.

Steen, R. (2008). *Sport journalism. A multimedia premier*. Nueva York: Routledge.

Tamariz Lúcar, D.

_(2006). *Memorias de una pasión. La prensa durante el terrorismo, la hiperinflación y el autogolpe. Tomo III. (1980-1992)*. Lima: Jaime Campodónico/editor.

_(2001). *Memorias de una pasión. La prensa peruana entre la democracia y el autoritarismo. Tomo II. (1964-1980)*. Lima: Jaime Campodónico/editor.

_(1997). *Memorias de una pasión. La prensa peruana y sus protagonistas. Tomo I. (1948-1963)*. Lima: Jaime Campodónico/editor.

Terra Perú (2010, octubre 15). “De juerga: Manco y Galliquio ‘celebraron’ derrota ante Panamá”. Extraída el 26/X/2013 desde <http://deportes.terra.com.pe/futbol/de-juerga-manco-y-galliquio-celebraron-derrota-ante-panama,5c7ff2ed2d1e0310VgnVCM10000098f154d0RCRD.html>

Toro, C. (2008): *La historia de Marca, 1938-2008. 70 años. El retrato de siete décadas de ilusiones*. Madrid: La Esfera de los Libros.

Torrigo Villanueva, E. (2002, julio). “El sensacionalismo: algunos elementos para su comprensión y análisis”. Extraída el 7/VIII/2012 desde <http://www.saladeprensa.org/art374.htm>

Trelles, E. (1995). *Una vez una copa*. Lima: Otorongo Producciones S.A.

Ulanovsky, C. (1997). *Paren las rotativas*. Buenos Aires: Espasa.

Unidad de Medición de la Calidad Educativa (2010, diciembre). “Evaluaciones internacionales PISA”. Extraída el 10/IX/2013 desde <http://umc.minedu.gob.pe/?p=235>

Uribe, C. (2013, junio 5). Congresista de la República. Entrevista personal. Lima.

Valenti, G. (2013, septiembre 19). Subdirector de *La Gazzetta dello Sport* de Italia. Entrevista personal. Lima.

Vallejo Mejía, M. (1993). *La crítica literaria como género periodístico*. Pamplona: EUNSA.

Van Dijk, T. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.

Vargas Llosa, M.

_(2013, mayo 6). “El fútbol es el esperanto de nuestro tiempo”. Extraída el 14/V/2013 desde <http://elcomercio.pe/deportes/1573129/noticia-mario-vargas-llosa-futbol-esperanto-nuestro-tiempo>

_(1982a, junio 16). “Elogio de la crítica de fútbol”. *El Comercio*, “Suplemento Deportivo”, p. 1.

_(1982b, junio 15). “Una pasión llamada fútbol”. *El Comercio*, “Suplemento Deportivo”, p. 1.

Vázquez Montalbán, M. (2006). *Fútbol, una religión en busca de un dios*. Barcelona: Debolsillo.

Velásquez, B. (2012, agosto 23). Gerente de Marketing Empresa Editora El Comercio. Entrevista personal. Lima.

Villalta, C. (2013, mayo 24). Director diario deportivo *El Gráfico* de El Salvador. Entrevista vía correo electrónico. Lima.

Villanueva Regalado, J. (2013, julio 5). Periodista deportivo de *TV Perú*. Entrevista personal. Lima.

Villanueva Regalado, L. (1988). *Alianza vida y pasión. La tragedia. 200 clásicos de historia*. Lima: Latina S. A.

Vivas Holgado, J. (1999). *El fútbol: léxico, deporte y periodismo*. Cáceres: Universidad de Extremadura.

Walvin, J. (1994). *The peoples's game. The history of football revisited*. Londres: Mains.

YouTube.

_(2014). “Burga reta a Abugattas”. Extraída el 7/I/2015 desde <https://www.youtube.com/watch?v=k7IyPTxvO1I>

_(2012a). “El Loco Vargas en aparente estado de ebriedad en el Aeropuerto (Borracho) 17/10/12”. Extraída el 7/XII/2012 desde <http://www.youtube.com/watch?v=suT6pl9IJfE>

_(2012b). “Sergio Markarián no aguantó reclamos de hinchas y le dijo ‘miserable’”. Extraída el 14/XII/2012 desde <https://www.youtube.com/watch?v=ztan-vGMb9c>

_(2011a). “Sergio Markarián habla sobre el perdón a Farfán y cuenta más cosas”. Extraída el 7/VII/2013 desde <http://www.youtube.com/watch?v=0Efbid1ezo>

_(2011b). “Conferencia de prensa completa donde Markarián estalló contra la prensa, técnicos y arbitrajes”. Extraída el 7/VII/2013 desde http://www.youtube.com/watch?v=WyoPt2l49_M

_(2011c). “Cristal convocados”. Extraída el 7/VII/2013 desde <http://www.youtube.com/watch?v=rEOIJexOawU>

_(2010). “Sergio Markarián desilusionado con selección y su Megaestrella chicha Reimond Manco”. Extraída el 10/XI/2013 desde <http://www.youtube.com/watch?v=Pmzt2uRRxuo>

_(2009). “El Francotirador - Bayly sobre el escándalo Selección de Fútbol de Perú en Hotel Golf Los Incas 2/2”. Extraída el 10/XI/2013 desde http://www.youtube.com/watch?v=0IIjB6g_X0c

_(2008). “INSULTOS DE CHEMO!!! URUGUAY 6 PERU 0 PHILLIP BUTTERS”. Extraída el 10/X/2013 desde <http://www.youtube.com/watch?v=XFUhJW5qaSQ>

Zamarra, M. (1996). *La guerra del golfo en la integración de la infografía en la prensa diaria* [tesis doctoral]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Periodismo II.

Zambrano, L (2014, septiembre 3). Jefe de diseño *Líbero*. Entrevista personal. Lima

Zavala, A. (2007). *Proyecto de investigación científica*. Lima: San Marcos.