

EL FÚTBOL Y EL HÉROE POSMODERNO

PALABRAS CLAVE

Periodismo deportivo – Fútbol peruano –
Análisis crítico del discurso – Identidad nacional – Valentía

KEYWORDS

Sports journalism – Peruvian soccer –
Critical discourse analysis – National identity – Bravery

SUMILLA

Este artículo se propone revelar, a través del análisis crítico del discurso, cómo se construyó la figura del futbolista Paolo Guerrero en los textos periodísticos deportivos como nuevo héroe nacional capaz de encarnar un valor arquetípico específico (valentía), presentado este como una suerte de esencia del carácter nacional peruano. Mediante un examen atento de las distintas estrategias discursivas empleadas por la prensa deportiva, esta virtud es deconstruida a fin de ubicar la ideología nacionalista que se instala detrás. El espíritu de este ensayo es, pues, desnaturalizar todo intento de encasillar la idea de una identidad nacional homogénea en esta característica, representación que las enunciaciones deportivas se encargan de exponer como una verdad casi irrefutable.

ABSTRACT

The aim of this article is to reveal, through a critical analysis of the discourse, how the leading football player Paolo Guerrero has been built up in different sporting newspaper articles as a new national hero who is able to incarnate a certain archetypal value (bravery), and introduce him as a lucky essence from the Peruvian national character. Through a thoughtful examination of the several discursive strategies often used by the sports press, this virtue is deconstructed in order to find the national ideology which is set up behind it. The spirit of this essay is to denature every attempt of enclosing the idea of a unique national identity in this feature, a representation which most of the sporting announcements are the responsible to show it as an irrefutable truth.

ALONSO PAHUACHO

Magíster en Estudios Culturales por la PUCP y bachiller en Periodismo por la misma casa de estudios. Temas de investigación: sociología del fútbol, las narrativas nacionalistas y el pensamiento poscolonial.

EL FÚTBOL Y EL HÉROE POSMODERNO

El presente ensayo es una versión resumida del primer capítulo de mi tesis de maestría en la especialidad de Estudios Culturales, fundamentado en la revisión de un corpus de noticias de cuatro diarios especializados en información deportiva en el Perú: *Depor*, *Líbero*, *El Bocón* y *Todo Sport*.

El deporte, en el caso peruano, se ha convertido en las últimas décadas en una de las ideas-valor más poderosas, capaz de generar fuertes identificaciones sociales y sentimientos de pertenencia nacional. Uno de mis principales objetivos fue revelar la forma en que uno de los futbolistas peruanos más conocidos en la actualidad (Paolo Guerrero) es representado por la prensa deportiva peruana como un nuevo tipo-ideal, es decir, un modelo o paradigma a seguir por toda la comunidad nacional sobre la base de una característica que se le atribuye de manera esencialista: la valentía. Tal virtud fue deconstruida y analizada a lo largo de la investigación con el objetivo de ubicar la ideología nacionalista que se instala detrás.

Para concretar tal propósito, se seleccionó la propuesta teórica de Norman Fairclough (1992) y el análisis crítico del discurso (ACD), concebido por el citado autor desde un modelo tridimensional:



el discurso es texto, es práctica discursiva y es práctica social. En primer lugar, se enfocan las características de la representación del héroe peruano, trazando paralelos entre aquellos contruidos desde nuestra historiografía a raíz de la Guerra del Pacífico con los nuevos que se edifican en los tiempos posmodernos. Luego se analiza en detalle, mediante la revisión de citas periodísticas, la virtud moral de la “valentía”, canonizada por la prensa como ideal de peruanidad. Finalmente se extrae una conclusión crítica, toda vez que el ACD siempre supone una toma de posición respecto al objeto de estudio. Ese es su principal compromiso y lo que lo diferencia de otros tipos de análisis del discurso.

LA FIGURA DEL HÉROE EN LA HISTORIOGRAFÍA NACIONAL

La construcción de las identidades nacionales es tanto un proceso de elaboración como de difusión de arquetipos sociales, los que muchas veces se esencializan para conformar la identidad y cultura nacionales. Estos arquetipos se materializan continuamente en héroes y personajes ejemplares cuyas hazañas son narradas mediante lo que Althusser (1974) denominó aparatos ideológicos del Estado, como la escuela, los museos y los medios de comunicación. Dado que la gran mayoría de estos arquetipos se reproducen a través de la prensa, muchos logran afianzarse en el imaginario colectivo, obteniendo desde una resistencia tenaz, un cierto grado de credibilidad o hasta canonizarse como modelos a seguir.

Como adelanté líneas arriba, apuesto por analizar el sistema axiológico de los héroes peruanos desde la arista de la valentía. Utilizo aquí la definición propuesta por Marina (2011). Para este filósofo español, valiente es aquel a quien “la dificultad o el esfuerzo no le impiden emprender algo justo o valioso, ni le hacen abandonar el propósito a mitad del camino. Actúa, pues, a pesar de la dificultad, y guiando su acción por la justicia, que es el último criterio de la valentía” (2011: 212). Hay que distinguir de antemano que este concepto está siendo considerado en estrecha relación con la ética, vínculo clave sobre el que también hago foco. Acordemos, en primer lugar, que el barniz positivista de la valentía no es una invención de los medios de comunicación, ni tampoco una construcción reciente.

Fue debido al modo de vivir de los nobles en la antigüedad que se empezó a asociar la moral como algo positivo y deseable: “la valentía era una de sus

cualidades distintivas [de los nobles], que se convertía así en un primer criterio de estratificación social. El valor es lo que caracterizaba al caballero” (Marina 2011: 196). Sumado a ello, se empezó a construir un imaginario en el que al valiente se le asociaba con la gloria y el triunfo, mientras que al carente de valentía con la vergüenza y la derrota. Como vemos hoy, la valentía se tiñó paulatinamente con colores militares y terminó por considerarse como una cualidad del soldado ideal, donde incluso “el elogio de valor era un modo de lanzarle animoso a la guerra” (Marina 2011: 196).

Llegados a este punto, la pregunta que habría que formular es: ¿Qué cosa estamos considerando los peruanos como valioso? Debemos apuntar, echando luces al respecto, que existe un aparente camino propulsor de la equidad social en los discursos de la prensa deportiva que gira en torno a la presunta representatividad de la selección nacional de fútbol de la totalidad de la nación. Y es con base en esa ideología que la prensa le confiere a la valentía su matiz positivo, encarnado en el paradigma heroico que Paolo Guerrero hace suyo: todas sus acciones serían valientes debido a que tienen repercusiones positivas para el resto de la comunidad nacional peruana.¹

Un punto crucial que no debe descuidarse aquí es que, a diferencia de los relatos tradicionales, Guerrero no adquiere la condición heroica porque ha completado alguna hazaña grandiosa, pues ciertamente las actuaciones del seleccionado peruano en las últimas décadas han sido pobres. Para reflexionar sobre esta interesante cuestión hay que tener en cuenta al español Fernando Savater, quien

¹ La idea de un Paolo haciendo suyos los ideales colectivos de la nación nos remite a la figura del soldado postulada por el filósofo francés Badiou (2014), quien afirma que existen dos figuras paradigmáticas que se contraponen entre sí y que representan a las heroicidades universales: el guerrero y el soldado. Mientras el guerrero “es una figura de la afirmación del sí, la promoción de una superioridad visible” (2014: 57), el soldado remite al anonimato al permanecer desconocido: “su dimensión fundamental es la unidad dialéctica entre muerte valerosa e inmortalidad, sin la menor referencia ni a un alma personal ni a un Dios” (2014: 58). Como veremos aquí, Paolo Guerrero cumple una doble función: es representado como un verdadero “guerrero” ya que actúa solo en la defensa metafórica de la nación o se construye de forma tal que parezca que él es el único que lo hace; pero puede ser susceptible de ser visto como un soldado en la medida en que es depositario de las esperanzas colectivas de la nación futbolística peruana en pos del objetivo de la clasificación mundialista.

en su conocido ensayo *La tarea del héroe* señala que “en el héroe se ejemplifica que realmente la virtud es fuerza y excelencia, es decir, el héroe prueba que la virtud es la acción triunfalmente más eficaz” (2004: 167).

Y eso justamente también ocurre con nuestros héroes provenientes de la Guerra del Pacífico, pues no se trató de una guerra en la que hayamos triunfado, sino todo lo contrario: la historia nos muestra como un país víctima que fue arrasado por un enemigo más poderoso. Según los discursos nacionalistas, la virtud de los héroes peruanos radica en la acción misma y no en el resultado final. Prima su valentía ante el enemigo, su lucha a pesar de las adversidades, ese gesto de inmolación por una causa superior. Por ello, como comenta Zapata (2009), la ofrenda va más allá, ya que esos sacrificios posibilitaron justamente la creación de un modelo paradigmático del carácter nacional peruano: “ese ideal resalta el honor de morir peleando sin importar la condición de inferioridad. Bolognesi lo encarna sin duda alguna; su enemigo triplicaba su fuerza y asimismo estaba rodeado por mar [...] pero no importaba. El Perú lo estaba mirando y él tenía que morir ofreciendo una lección”.

Partiendo de esa misma lógica, es muy revelador sumar a la discusión los argumentos de Alfaro (2005) sobre la figura del héroe y las aspiraciones de la comunidad a su alrededor: “los héroes cumplen un rol cardinal al ser presentados como ejemplos. El relato que se hace de sus vidas cristaliza aquellos valores que se busca que sean compartidos. Son modelos a seguir. Las biografías a memorizar. Las estatuas a observar. Las calles a recordar. Los faros, las brújulas que pretenden orientar el desarrollo de una sociedad y otorgarle una unidad”.

La idea que propone Alfaro es que detrás de esa exaltación del héroe siempre está el interés por proyectar un cierto modelo de convivencia, es decir, que el culto al héroe sirva para asentar un proyecto unificador con un sistema axiológico propio y de símbolos nacionales de lo que se quiere para un país determinado: “los héroes son la personificación de un conjunto de valores que se busca sean comunes dentro de una unidad social como, por ejemplo, un Estado-Nación, comunidad, región o grupo étnico”.

Eso es justamente lo que se está construyendo con los discursos sobre Guerrero. Como voy a demostrar, la prensa busca convertirlo en el referente máximo de

identidad nacional, heredero de los valores morales de Grau y Bolognesi, lo que, sin duda, no implica que sea necesariamente ético. Pasemos ahora a revisar las estrategias discursivas que construye tal ideología.

LA CONSTRUCCIÓN PERIODÍSTICA DE LA VALENTÍA EN GUERRERO

Sobre la ausencia de temor

Iniciaré la discusión de las citas periodísticas con el análisis de la transitividad. Siguiendo los postulados de Halliday (1994), la transitividad es un recurso gramatical que interpreta la realidad como un conjunto de procesos, participantes y circunstancias realizados gramaticalmente como una cláusula. Existen tres tipos de procesos básicos en el sistema de transitividad: materiales, mentales y relacionales. En esta investigación se identificaron casos de las dos últimas.

En los ejemplos que veremos a continuación, los procesos que representan la valentía de Guerrero tienen un carácter relacional posesivo, pues en las cláusulas se construye a un portador (Guerrero) como poseedor de la virtud de la valentía. La particularidad en este caso es que las cláusulas, en vez de construirse sobre la premisa “Guerrero tiene valentía” (X tiene A), se estructuran sobre la base de una ausencia de temor (polaridad negativa). Esto ocurre porque la enunciación periodística construye al hecho de no sentir miedo como sinónimo de ser valiente, aun cuando para muchos autores estas dos cosas no signifiquen lo mismo: “no se puede llamar valiente a quien no siente miedo. El impávido, el que no percibe el peligro, es un loco o un insensible. Si ser valiente consistiera en no tener miedo, una piedra podría serlo” (Marina 2011: 209).

Es más, la ideología que asocia el valor con la ausencia de miedo resulta contradictoria, toda vez que la valentía necesita precisamente del miedo para poder salir a flote: “la valentía es valiosa porque permite a las personas amortiguar una respuesta inmediata ante el peligro y evaluar el curso de acción apropiado. Ella implica siempre el dominio del miedo en lugar de la intrepidez” (Peterson y Seligman 2004: 214). En términos sencillos, podemos concluir que valiente no es aquel que no siente miedo, sino es aquella persona que, sintiendo temor, convierte ese miedo en acción a través de una consideración racional de

la situación. Permítaseme seguir discutiendo las implicancias de la valentía a la luz de los siguientes extractos noticiosos:²

1. Paolo Guerrero *nunca arrugó* frente a la guadaña uruguaya y *cada vez que pudo le metió patada, puñete y lapazos al más rudo*, a Diego Lugano. (Líbero 5/7/11)
2. (...) había llegado el momento de la revancha [de Guerrero], la hora de dejar las poses y los engreimientos de lado para hacerse hombre y *derrumbar a esas torres uruguayas que con patadas y mentadas de madre pensaban intimidar a este guerrero*. (Líbero 5/7/11)
3. Guerrero es un hombre que *no sabe de declinaciones*. Y mucho menos de todos los que se pongan al frente de él. (Todo Sport 10/7/11)
4. La situación de Perú en la tabla nos obliga a sumar y sumar. Y eso lo sabe bien el Depredador, quien *nunca arruga*. (Depor 3/6/13)

Los discursos, como sabemos, proponen una ideología que define a la valentía como ausencia de temor. Según Marina, un sujeto experimenta miedo cuando la “presencia de un peligro le provoca un sentimiento desagradable, aversivo, inquieto, con activación del sistema nervioso autónomo, sensibilidad molesta en el sistema digestivo, respiratorio o cardiovascular, sentimiento de falta de control y puesta en práctica de alguno de los programas de afrontamiento: huida, lucha, inmovilidad, sumisión” (2011: 32).

Esta definición nos permite advertir que el miedo siempre se define en relación a un eventual peligro que un sujeto puede anticipar o advertir. Los discursos construyen la ausencia del miedo como algo relevante dentro de las características que debe tener todo jugador de fútbol. En las citas precedentes notamos cómo se confronta a Guerrero con el paradigma de fortaleza física y mental en el contexto futbolístico sudamericano: el jugador uruguayo. Así, en los ejemplos 1, 2 y 3, el peruano se enfrenta con el capitán de esa selección, Diego Lugano, y con todo el equipo celeste. Lugano es representado como el más rudo de todos los futbolistas uruguayos, y es frente a ese jugador que Guerrero no se deja amilanar, es decir, los textos ensalzan el hecho de que el héroe no se acobarde ante el enemigo, según ellos, más peligroso. Y no solo se resalta que posea la supuesta

² De aquí en adelante, las cursivas de todas las citas de los diarios deportivos nos pertenecen.

valentía para enfrentarlo, sino que se construye a un Guerrero igual de agresivo que el uruguayo, considerando necesario que este use “patadas, puñetes y lapsos” para defenderse.

También se presupone que los futbolistas uruguayos utilizarán el juego brusco y los insultos para intimidar a Guerrero, lo que de hecho ocurre en la mayoría de partidos de fútbol, pero hay que prestar atención a lo que se dice inmediatamente antes: el no dejarse intimidar por el enemigo funciona como requisito para que Guerrero “se haga hombre”.

Esta construcción demuestra un cierto sesgo machista, pues el miedo es asociado con algo negativo y ajeno a un comportamiento masculino ideal. Así, la ideología que se desliza detrás tendría que ver con el viejo estereotipo de la insensibilidad varonil, lo que se acrecienta en los contextos deportivos, donde la brusquedad, agresividad y rudeza son consideradas como características típicas del fútbol y se vinculan a un tipo de masculinidad hegemónica particular.

Continuando con el análisis, hay que detenernos en el empleo del término ‘arrugar’. Tanto en los números 1 y 4 no es casualidad su aparición, pues se trata de una jerga de uso común en nuestro país, utilizada frecuentemente en contraposición a la valentía. Hace referencia, en términos sencillos, a acobardarse. Para Hevia (2013: 93), la jerga “se vincula a un saber callejero, supone un pensamiento alojado en lo externo o desalojado en esa misma exterioridad; [es una] práctica que se solaza en la tensión y la disputa precipitadas por el careo, el contraste y la puesta en duda”.

La jerga es empleada en los discursos del periodismo deportivo con la intención de construir una redacción ágil y de rápida lectura para el público. Una de las características más notorias de su empleo en el deporte es que, a diferencia de otras jergas (como la del hampa), no se utiliza con propósitos de ocultamiento, sino por el contrario, se busca que una mayor cantidad de lectores la entiendan. No obstante, este tipo de recurso lingüístico admite ciertas licencias ya que, como recuerda Gómez Torrego (2012: 94), “no hay que olvidar que no estamos hablando de la lengua estándar culta sino de una variedad con rasgos idiosincráticos”. Los textos periodísticos emplean la expresión “no arrugar” para

representar cómo se desempeña Guerrero en los partidos de la selección peruana. Es en ese contexto donde se dice que no le teme a ningún rival. Desde otro ángulo, Marina ha descrito acertadamente una interesante dialéctica por la cual “la intensidad del miedo experimentado viene dada por la relación entre la gravedad del peligro y la fortaleza personal del sujeto que experimenta el temor” (2011: 185). Aterrizando esta reflexión en los discursos periodísticos, es la alta dosis de fortaleza personal con la que es investido Guerrero la que le permite, de acuerdo con los discursos, superar cualquier obstáculo, incluso a oponentes más fuertes.

Pero aún existe otra característica que falta mencionar. Como ha sido señalado por Hevia, el arrugar difiere de otras jergas parecidas (chuparse, quedarse, sicosearse, etc.) en el sentido de que hace una referencia tácita y necesaria a un receptor (2013: 328-329), en este caso, al futbolista del equipo contrario, el que casi siempre es presentado como alguien imposible de derrotar (por ejemplo, Lugano). Sumado a ello, Hevia insiste en que el hecho de arrugar con algo o ante alguien provoca un resquebrajamiento más o menos perceptible en el sujeto que lo experimenta, como un cambio de expresión en su semblante. Es importante señalar esto último porque precisamente en los discursos se intenta eliminar cualquier tipo de marca visible de temor en Guerrero y representarlo de tal modo que nada en su actitud sugiera la idea de un cambio en su estado de ánimo.

Tomando en cuenta lo señalado, me animo a sugerir que la jerga arrugar no solo es empleada para representar algún gesto o reacción en Guerrero, sino que los textos periodísticos la utilizan como una categoría en sí misma, es decir, pasa a convertirse en una actitud del futbolista y en algo propio de su temperamento. Dicho de otro modo, los discursos construyen la actitud de Guerrero como una suerte de “reflejo” de su propio interior, convirtiéndose en la expresión tangible de sus valores, creencias y forma de pensar.

Regresando a la discusión de las cláusulas y sus respectivos procesos, hay que indicar que no solo se encuentran procesos relacionales en la información; también se ha podido verificar ejemplos del tipo mental. Estos requieren de dos participantes: un experimentador dotado de consciencia y un fenómeno que se experimenta. Podemos decir que el fenómeno es aquello que el experimentador siente, piensa o percibe en la realidad material. Como señalan Ghio y

Fernández (2008: 104), este puede ser un objeto, una sustancia, una institución, una abstracción o también actos y hechos concretos.

Es posible hallar en los siguientes ejemplos procesos de tipo mental ya que, en algunas ocasiones en que se hace referencia a la valentía de Guerrero o por extensión al equipo peruano, se los relaciona a alguna circunstancia específica, que vendría a funcionar como el fenómeno experimentado. Este vínculo muchas veces es expresado a través de verbos cognitivos como sentir, creer, gustar, temer, recordar, confesar, etc. Por ejemplo, en las siguientes citas Guerrero no le teme a las ciudades de altura de Quito (2800 m.s.n.m.) ni La Paz (3700 m.s.n.m.), donde la selección peruana jugaría los partidos por las Eliminatorias 2014:

5. Su primer día de trabajo con la bicolor para afrontar el próximo duelo ante Ecuador fue intenso, con el compromiso característico que tiene cada vez que viene a enfundarse la casaquilla nacional. Paolo Guerrero mostró empeño y muchas ganas durante los trabajos, dejando a un lado el fastidio del corte en la ceja derecha producto de su batallador juego, porque *está convencido que irán sin temores a Quito para tentar un triunfo.* (Líbero 8/11/11)
6. Asimismo, el “Depredador” señaló que la altura de la capital ecuatoriana no le da miedo. “No asusta la altura, los jugadores ecuatorianos están aclimatados pero creo que eso al final pasa a un segundo plano. Nosotros tenemos que pensar en hacer nuestro partido”, indicó. (Depor 12/11/11)
7. *Aunque para muchos jugar en la altura de La Paz, frente a Bolivia cause nerviosismo, Paolo Guerrero no cree en los “mitos”,* y sería quien pilotee el ataque de la selección peruana. (Líbero 21/9/12)

La altura, se sabe, es un factor que muchas veces incide en los partidos de fútbol, sobre todo cuando uno de los equipos no está acostumbrado a jugar en esas condiciones. Sus efectos en los recién llegados son bien conocidos, como los soroques, mareos y dolores de cabeza. De allí la creación del mito vinculado a lo difícil que es jugar en ciudades con mucha altitud. A pesar de ello, los discursos recalcan justamente lo contrario: que a Guerrero no le asusta la altura. En el ejemplo 5 Guerrero es el participante dotado de consciencia, construido además de forma epistémica, pues existe un alto grado de certeza (“está convencido”) acerca de que ni él ni sus compañeros tendrán temor de jugar en Quito.

Con el número 6 la intención es similar, solo que allí se incluyen las declaraciones del propio futbolista a modo de respaldo de la posición del medio. Por su parte, la cita 7 se compone de dos cláusulas, donde la segunda viene a limitar el significado de la primera, o en todo caso sirve para ejemplificar una excepción. Apreciamos cómo el discurso periodístico hace eco de las representaciones que se han ido construyendo con los años acerca de jugar fútbol en ciudades de altura y suscribe firmemente la sentencia que a muchos futbolistas les causa nerviosismo jugar allí. No obstante, al mismo tiempo se recalca que Guerrero escapa del grupo de jugadores supuestamente nerviosos, pues se dice que él no se fía de esas creencias. Aquí el proceso de tipo mental se establece a través del verbo “creer” (Guerrero no cree en mitos).

De acuerdo con lo ya revisado, podemos construir una relación análoga entre el no creer en los mitos y el no tener miedo, en el sentido de que para los discursos deportivos la existencia de ciertos mitos en la idiosincrasia del fútbol peruano es lo que infundiría temor a la mayoría de los jugadores.

Por otro lado, el despliegue de la actitud valerosa de Guerrero construida por los discursos también viene acompañado de enunciados que destacan por la fuerza empleada en su formulación. La estrategia de la fuerza, siguiendo los criterios de Fairclough (1992), se refiere al tipo de actos que representa cada discurso (si se trata de una promesa, pedido o una orden): “la fuerza en parte de un texto es un componente de acción, una parte de su significado interpersonal, lo que está siendo usado socialmente, que ‘actos de discurso’ están siendo utilizados para realizar una acción” (1992: 82).

En el caso de la información analizada, los actos del discurso son mayoritariamente dos: la amenaza y la promesa. Podemos decir que la amenaza se vincula estrechamente con el valor moral de la valentía debido a la utilización de las citas del propio Guerrero. En estas se lo representa envalentonado y motivado frente al partido venidero. Además, habría que apuntar que en la mayoría de oportunidades estas amenazas se inscriben en una lógica de revanchismo, pues los textos periodísticos construyen comparaciones en el tiempo para cada partido de la selección peruana, especialmente en las Eliminatorias.

Por ejemplo, cuando en la fecha 16 de las Eliminatorias 2014 el Perú jugó contra Uruguay en Lima, los discursos deportivos hicieron eco del partido de la primera ronda (fecha 6) en el cual Perú perdió 2-4 de visitante. Aquel partido había sido el último en el que Guerrero pudo anotar jugando para la selección, por eso se generó una especial cobertura en torno al nuevo encuentro frente a los uruguayos. La premisa era que si Guerrero había podido anotarles antes, lo podría hacer en este nuevo partido. Es así como el encuentro se construye como una revancha personal para él.

8. Exorcizó sus propias frustraciones, recobró aquel idilio con el pueblo peruano y *hoy la vida está a punto de concederle la oportunidad de cobrar venganza contra esos chalecos rojos y advenedizos*, que de un tiempo a esta parte tiemblan de solo escuchar su nombre. (Líbero 11/7/11)
9. Paolo siempre intentó, le puso ganas, pero no fue suficiente, pues careció de efectividad: *“tomaremos revancha”*, *alcanzó a decir*. (Líbero 16/11/11)
10. Ahora el *“Depredador”* *buscará venganza en Montevideo*, donde la última vez salió muy golpeado: con una goleada y una expulsión. *Es tiempo de revancha*. (Depor 4/6/12)
11. En el corazón de Paolo Guerrero no hay espacio para la resignación, ni siquiera tras la derrota ante los colombianos. Por ello, el *“Depredador”* *intenta guardarse la bronca para sacar un gran resultado este domingo en Uruguay*. (Líbero 5/6/12)
12. Golpeado por la derrota y molesto por su rendimiento, *Paolo Guerrero se va de Barranquilla buscando revancha*. El atacante peruano dice que está mal físicamente y quiere recuperarse ante Uruguay y Venezuela. (El Bocón 12/6/13)

En principio, un simple ejercicio de deducción nos permitirá corroborar que para que una persona tenga ansias de revancha ha tenido primero que ser derrotada o humillada por su enemigo ocasional. Dada la irregularidad del equipo peruano a lo largo del proceso de las Eliminatorias —solo pudo conseguir dos triunfos consecutivos en una ocasión—, los discursos deportivos se encargan de evocar los descabros más cercanos de la selección, y es a partir de allí que se construye a Guerrero dispuesto a borrar, precisamente, aquellos opacos recuerdos para beneplácito de la hinchada peruana.

En el ejemplo 8, los “chalecos rojos” aluden a la selección de fútbol chilena, identificada con el color de su camiseta. Distinguimos también una referencia un tanto velada a la Guerra del Pacífico, ya que se llama a los chilenos “advenedizos”, es decir, para los textos deportivos Chile seguiría siendo un intruso dentro del territorio del Perú. Podemos afirmar, entonces, que el término “chalecos rojos” no solo está funcionando como metáfora de la camiseta de fútbol chilena, sino que simboliza el color de los chalecos de guerra del ejército chileno que invadió el Perú en 1879.

En los ejemplos del 9 al 12 el tópico discursivo gira en torno a la venganza. Es importante rescatar esta característica pues distinguimos que los discursos siempre representan esta acción como consecuencia directa de alguna derrota en un partido previo. No obstante, rara vez se hace una crítica o análisis sesudo que explique el porqué de esa derrota. Lo que finalmente sucede es que se la intenta “eliminar” de la memoria colectiva lo más rápido posible, construyendo en ese proceso a Guerrero como una suerte de redentor de la nación.

El segundo registro de la fuerza que podemos identificar es la promesa. Debemos hacer foco en la utilización del habla reportada en la construcción de la mayoría de ellas, aunque muchas veces son las propias declaraciones las que se convierten en noticia:

13. No le teme a los chilenos. Paolo Guerrero dejó a un lado la estupenda actuación ante Paraguay y *aseguró que Perú irá con todo* a buscar un resultado positivo ante Chile. (Todo Sport 9/10/11)
14. Paolo Guerrero no entra en cuentos. *El “Depredador” sabe que en los partidos más importantes solo queda una cosa: salir a matar.* El partido del 3 de junio, ante Colombia, no será la excepción. (Depor 26/5/12)
15. Las opciones nacionales de clasificación aumentarán con una victoria en casa. Y por eso, el “9” peruano sabe que ni el empate sería alentador: “Hay mucho talento en este equipo. Y no hay de otra: *el domingo tendremos que comernos a los colombianos*”. (Depor 30/5/12)
16. Sobre la difícil situación de la selección en la tabla de las Eliminatorias, el Depredador lamentó que se hayan perdido tantos puntos, pero *aseguró que el esfuerzo del equipo ha sido total y que jugarán con la misma energía ante Venezuela y Argentina.* “Yo soy picón y no me gusta perder, menos

aún cuando juego con Perú. Es especial ponerme esta camiseta para todos y *daremos pelea hasta el final*". (Depor 5/9/12)

17. A veces Paolo Guerrero prefiere guardar silencio, pues opta por hablar en la cancha sus intenciones de romper las redes. El delantero está motivado por vacunar a Colombia, tiene un sabor especial, por lo que *prometió sudar la camiseta para traerse a casa los tres puntos*. (Líbero 11/6/13)

En los ejemplos presentados encontramos dos tipos de cláusulas: unas con el lenguaje del propio periódico o redactor (casos 13, 14 y 17), y otras donde aparece el mismo Guerrero citado mediante el habla reportada (casos 15 y 16). El uso de citas textuales es un recurso esencial dentro del periodismo ya que, según se dice, convierte al discurso periodístico en más objetivo al darle una "voz propia" al otro, al protagonista de la noticia.

En el caso del género deportivo, no se trata de analizar una tensión entre dos alteridades como otros tipos de discursos reflejan. En vez de eso, se cita directamente a Guerrero para causar un mayor impacto entre los hinchas de la selección, ya que al "consumir" la propia voz del jugador se sentirán más cercanos a este, afianzándose más ese lazo identitario entre Paolo y la nación.

Una cuestión interesante es resaltar que en las promesas de Guerrero nunca se afirma la victoria explícita de la selección por sobre el rival, sino que su discurso es más cauto, haciendo hincapié en que el equipo "tratará" de jugar lo mejor posible y a raíz de ello se podrá o no conseguir el triunfo. Una vez más, vemos cómo es este esfuerzo el que acaba determinando la configuración de Paolo como héroe, ya que la hinchada y los discursos periodísticos valoran positivamente tal actitud en los jugadores. Por otra parte, como ya hemos visto, en la mayoría de casos las promesas de Guerrero tienen una fuerte carga retórica de amenazas. Los discursos de la prensa construyen a un Paolo envalentonado que no se cansa de retar a cualquier rival (no le teme a los chilenos o sale a matar a los colombianos).

Por lo general, este tipo de discursos se desarrolla unos días antes del partido, en lo que se conoce como "la previa", en la cual todos los diarios deportivos dedican especial atención al tema de la selección nacional, realizando coberturas extraordinarias o consiguiendo entrevistas exclusivas con los llamados a ser

protagonistas. Es en ese contexto donde surge la mayoría de cláusulas de fuerza en forma de promesa o amenaza.

Algunos críticos señalan que este fenómeno daña al futbolista peruano y a la propia población ya que se les “vende” la idea de que sí es posible que ganemos y arrasemos a nuestros rivales de turno (Mallma 2009). En ese sentido, la cobertura previa de un partido de Eliminatorias resulta en un optimismo desbordado que no se justifica necesariamente con las campañas que ha venido teniendo la selección en los últimos años. La prensa usa muchas veces esto para generar falsas expectativas en el público, aumentar la venta de sus diarios y obtener nuevos contratos publicitarios que sostengan sus cada vez más profundas arcas empresariales.

Sobre infundir temor

También existen discursos en los que ocurre lo contrario: la prensa no solo elimina cualquier rastro de temor en Guerrero, sino que lo reviste de características atemorizantes para sus adversarios. Así, no solamente se construye su figura como alguien valiente, sino que además esa valentía implicaría infundir temor a los demás mediante demostraciones deimáticas³ que son representadas de forma natural en Guerrero, es decir, como una característica intrínseca al héroe deportivo.

Continuando el análisis, es necesario traer a la discusión una nueva estrategia discursiva: la metáfora. Tradicionalmente, la metáfora es estudiada como una figura literaria; es importante únicamente en el ámbito del lenguaje (como recurso estilístico), quedando al margen cualquier tipo de relación con el pensamiento o procesos de acción en las personas. Sin embargo, para autores como Lakoff y Johnson (1998) esta también tiene una relación —y muy importante además— con la vida cotidiana y todo lo que nos rodea: “nuestro sistema conceptual ordinario, en términos del cual pensamos y actuamos, es fundamentalmente de naturaleza metafórica” (1998: 39). Es decir, las metáforas funcionan

³ El término deimático proviene de la zoología y sirve para enunciar los distintos comportamientos o posturas que utilizan ciertos animales para defenderse cuando son atacados. Por ejemplo, algunos escarabajos se ponen tiesos como si estuviesen muertos hasta que su depredador se cansa y se marcha.

como mecanismos cognitivos con los que podemos estructurar nuestros pensamientos y acciones a través de la transparencia y comprobación de una cosa por otra.

El uso de metáforas es abundante en los discursos de la prensa deportiva. Siguiendo el patrón de las noticias relacionadas con Guerrero, he podido identificar dos tipos de metáforas: las que lo comparan con un animal salvaje y las que contextualizan los partidos de la selección como una guerra. Este tipo de ideología no es exclusivamente peruana y se pone de manifiesto en los enfrentamientos entre selecciones nacionales. Antiguas rencillas jamás saldadas en una verdadera guerra pueden prolongarse hoy en una cancha de fútbol, donde amparados bajo un sistema de reglas y en un organismo internacional que les da validez como la FIFA, es posible, aunque simbólicamente, sentirse ganador por primera vez.

Veamos entonces:

18. Paolo Guerrero atesora —gracias a Dios— el don de *transformarse* cuando viste la blanquirroja. *Saca las garras, se eriza* y, valgan verdades, no cree en imposibles. (Líbero 12/7/11)
19. Tendrían que *encadenarlo contra las púas*, tendrían que soltarle más de una serpiente por el rostro y tendrían que modificarle el apellido *para intentar detenerlo* en su afán de entregar todo por la selección. (Líbero 23/7/11)
20. Paolo Guerrero *se transforma* cuando se pone la camiseta nacional. *Se convierte en una mezcla de rudo Rambo, más el temible Depredador*. Y es por eso que rompe las redes con facilidad. (Depor 9/10/11)
21. *Su despliegue en el ataque fue similar al de un león que tiene a sus cazadores activos*, queriendo impactarle el balazo mortal. Pero Paolo Guerrero, ducho en estos menesteres, nunca se opacó y más bien *mostró los dientes filudos para dar el miedo natural en su condición de depredador*. (Líbero 11/10/11).

Como es posible observar, se inviste a Guerrero de una serie de características sobrehumanas que lo convierten en alguien “diferente” al jugador común de fútbol. Lo encontramos convertido en una “bestia salvaje”, pero de ninguna forma loca ni indomable. Es salvaje en el sentido que se pone bravo o

demasiado necio, pero todo a favor de una seria e importante convicción: obtener el triunfo con el equipo peruano.

Según la enunciación periodística, esa actitud corajuda se ve reflejada en la forma de jugar del propio Paolo, que lo distingue del resto de sus compañeros: empeñoso, trabajador, que nunca baja los brazos ni aun con los resultados más adversos en contra. Para los discursos, este “guerrero” le hace honor a su apellido porque no se rinde, va más allá de sus límites humanos y por eso existe la necesidad de convertirlo en algo más, de crear una metamorfosis que explique justamente las cualidades sobrehumanas que se le atribuyen de manera esencialista.

Dotar a Paolo de garras y dientes filudos o presentarlo como un animal que es necesario encadenar para detenerlo son figuraciones que forman ya parte del lado más fantasioso y colorido, propias del amarillismo con que también juega la jerga del periodismo deportivo. Además, asociándolo con los personajes cinematográficos como el “Depredador” y “Rambo”, se logra vincularlo con la cultura popular presente hoy en la cotidianidad de los más jóvenes. La figura monstruosa y temible del alienígena sumada a la indestructibilidad y fuerza del rebelde militar coinciden con la representación que se quiere construir de Paolo: que infunda miedo a los rivales y sea admirado por el pueblo peruano por su fortaleza y coraje en la batalla.

También encontramos el uso de metáforas para describir el partido de fútbol como una verdadera batalla. Como en los anteriores ejemplos, Guerrero sigue siendo el agente protagonista de estas cláusulas, aunque en un contexto vinculado directamente a la defensa de la nación que, simbólicamente, se disputa sobre la cancha de fútbol:

22. *La cancha se convirtió en un campo de guerra. La indumentaria de gladiador con los colores rojo y blanco se la enfundó mientras acompañaba con arengas un ¡Arriba Perú! antes de salir a pelear. Y fue así que Paolo Guerrero luchó y se las ingenió para buscar el gol, además de zafarse de la defensa colombiana, que buscó triturarlo a patadas en el área. (Líbero 17/7/11)*
23. “Paolín” es el *arma letal* de la bicolor. Los “colochos” ya tienen pesadillas con él. (Depor 26/5/12)

24. Trabajó como *un soldado en tiempos de guerra, predisuesto a la lucha, al cuerpo a cuerpo*. “Soy capaz de arrojarme hasta de cara con tal de *defender a mi selección*”, suele decir con el corazón en la mano. (Líbero 5/6/13)
25. A Paolo *lo agarraron entre varios. No lo dejaron voltear* y más de un ecuatoriano *lo quiso reventar*. Pero el ídolo del pueblo nunca bajó los brazos y terminó con la cinta de capitán, *metiendo dos bombazos* que casi terminan en gol. (Líbero 8/6/13)

En algunos casos más que en otros, la cuestión bélica está presente en estos ejemplos. Encontramos un gran campo semántico vinculado a la guerra con significantes como “gladiador”, “arma letal”, “soldado” y “bombazos”. Este tipo de metáforas son las más comunes en el lenguaje del periodismo deportivo y sirven de algún modo para enervar los ánimos de los lectores, quienes buscan en los diarios algo más de lo que ya han visto en vivo o a través de la televisión. Allí entra a tallar el estilo propio de cada periodista y la comunión entre los partidos de fútbol —más aun cuando se trata de selecciones nacionales— con los dramas bélicos que se remontan varias décadas atrás.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Los discursos del periodismo deportivo construyen una moralidad del valor supeditada siempre al desempeño del héroe ante un peligro inminente, frente al cual debe manifestar dos posturas: eliminar el miedo personal y a su vez tratar de infundirlo a sus enemigos. Esta visión, evidentemente, nos muestra la ideología que se intenta sostener a través de estos discursos. Al oponer la valentía al miedo no solo se está desdeñando a este último como algo negativo y no deseado, sino que en la misma operación se pretende consolidar un tipo específico de paradigma de lo valioso, en este caso, relacionado a características predominantemente masculinas como el valor que se le atribuye a la guerra o al combate físico.

Esto es, precisamente, lo que se pone en juego en los discursos sobre la nación, el fútbol y Paolo Guerrero hoy en nuestro país. Si la prensa afirma que Guerrero es el ideal porque es valiente por el hecho de no temerle a nada, ¿acaso los que no son valientes son menos parte de la nación peruana? En este caso, notamos que la valentía en la guerra y en los deportes sí tiene un reconocimiento, pero ¿qué pasa con los otros tipos de valentías? Solo por mencionar un ejemplo

cotidiano, hoy somos testigos —en otro tipo de discursos— de cómo la llamada valentía por enfrentar la verdad en situaciones problemáticas (como ante una denuncia por corrupción hacia un funcionario público) es también sancionada de forma positiva. No obstante, esta queda invisibilizada por los discursos deportivos.

Con la construcción discursiva de un Paolo Guerrero heroico, la prensa deportiva parece buscar la satisfacción de un proyecto de construcción de nación y explota la capacidad movilizadora del heroísmo de ese jugador para reforzar el imaginario de una identidad nacional compacta. Estos discursos, al ampararse en un lenguaje coloquial y provocador, seducen a muchas personas que consumen las noticias sin distinguir el elemento ideológico detrás. De esta manera podemos revelar la fisura que se produce debajo, toda vez que el concepto de identidad, según proponen los estudios culturales, debe ser siempre un espacio de apertura, inclusión y negociación, no un núcleo sólido ya definido como lo es en la actualidad.

BIBLIOGRAFÍA

ALFARO, Santiago

2005 “La heroicidad en la memoria e identidad nacional”. En: T. Portugal (compiladora). *¿Dónde están nuestros héroes y heroínas? El sentido de la vida heroica en el Perú hoy*. Lima: SUR, pp. 1-13.

ALTHUSSER, Louis

1974 *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Medellín: La oveja negra.

BADIOU, Alain

2014 *Filosofía y política: una relación enigmática*. Buenos Aires: Amorrortu.

FAIRCLOUGH, Norman

1992 *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.

GHIO, Elsa y María Delia FERNÁNDEZ

2008 *Lingüística sistémico funcional. Aplicaciones a la lengua española*. Santa Fe: Ediciones UNL.

GÓMEZ, Leonardo

2012 “Aspectos semánticos y retóricos del lenguaje del fútbol en España”. En: S. Guerrero y R. Cremades (coordinadores). *El discurso deportivo en los medios de comunicación*. Madrid: VG Ediciones, pp. 83-94.

HALLIDAY, Michael

1994 *An introduction of functional grammar*. Londres: Arnold.

HEVIA, Julio

2013 *¡Habla jugador! Gajes y oficios de la jerga peruana*. Lima: Punto de lectura.

LAKOFF, George y Mark JOHNSON

1998 *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.

MALLMA, Martín

2009 Prensa deportiva y sensacionalismo: el caso del diario *Líbero* y la eliminación de la selección peruana del Mundial de Fútbol Alemania 2006. Informe profesional de licenciatura en Comunicación Social. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas.

MARINA, José Antonio

2011 *Anatomía del miedo. Un tratado sobre la valentía*. Barcelona: Anagrama.

PETERSON, Christopher y Martin SELIGMAN

2004 *Characters strengths and virtues: a handbook and classification*. Washington, D. C.: APA Press y Oxford University Press.

SAVATER, Fernando

2004 *La tarea del héroe. Elementos para una ética trágica*. Barcelona: Destino.

ZAPATA, Antonio

2009 “El paradigma de Arica”. *Caretas*, n.º 2082, Lima, 11 de junio.