



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

[La relación entre la identidad nacional y el fútbol en el Perú]

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el grado de bachiller en Comunicación y Periodismo

AUTOR

Gambarini Paredes, Gianfranco (0000-0002-7674-6672)

ASESOR

Quevedo Stuva, María Inés (0000-0002-1723-9494)

Lima, 30 de octubre del 2020

RESUMEN

En Perú, el fútbol significa más que solo un deporte. Esta actividad influye en cada aspecto de la vida de los peruanos. Y ha sido fundamental en la construcción de la identidad nacional del país. En el siguiente trabajo de investigación se analiza cómo es que se produce este fenómeno en el país y en qué aspectos ha afectado. Además, se explicará el rol que cumplen los medios de comunicación en este comportamiento. Para ello, se analizarán dos programas deportivos dominicales: Fútbol en América y Teledeportes. A su vez, se utilizarán entrevistas, tanto al público en general como a expertos, para entender este fenómeno.

Palabras clave: Fútbol; Nacionalismo; Identidad Nacional; Medios de Comunicación, Periodismo Deportivo.

The relationship between national identity and soccer in Perú

ABSTRACT

In Peru, soccer means more than just a sport. This activity influences every aspect of Peruvian life. And it has been fundamental in the construction of the national identity of the country. The following research work analyzes how this phenomenon occurs in the country and in which aspects it has affected. Also, the role played by the media in this behavior will be explained. To do this, two Sunday sports programs will be analyzed: Soccer in America and Teledeportes. At the same time, interviews, both the general public and experts, will be used to understand this phenomenon.

Keywords:

Soccer, Nationalism, National identity, Media, Sports journalism.

TABLA DE CONTENIDOS

1. Introducción -----	Página 5.
2. Estado del Arte -----	Página 8.
3. Marco contextual -----	Página 13.
4. Marco teórico -----	Página 17.
5. Marco metodológico -----	Página 24.
6. Capítulo 1: ¿Qué es fútbol para el Perú? ¿Cómo se relaciona el fútbol con la identidad nacional en el Perú? -----	Página 27.
7. Capítulo 2: ¿Cómo y en qué ha influenciado el fútbol en el peruano? ----	Página 31.
8. Capítulo 3: El fútbol y los medios. ¿Qué tanta influencia tienen los medios en la percepción del fútbol? -----	Página 35.
9. Capítulo 4: Los medios y el fútbol ha opacado a otros deportes en el Perú. ----- -----	Página 40.
10. Conclusiones -----	Página 43.
11. Bibliografía -----	Página 46.

1. Introducción:

1.1 Objetivo Principal:

Analizar la relación entre la identidad nacional en el Perú y el fútbol, a través de los programas deportivos dominicales: “Fútbol en América” y “Teledeportes”, durante el mes de noviembre del 2019.

1.2 Objetivos específicos:

1. Analizar cómo se expresa la identidad nacional a través del fútbol.
2. Analizar la gran presencia del fútbol en los programas deportivos dominicales.
3. Identificar el motivo por el cual los otros deportes tienen tan poca relevancia en estos programas deportivos.

1.3 Justificación:

Se ha observado que el fútbol abarca la mayoría del tiempo durante la transmisión de programas deportivos. Este fenómeno es muy recurrente en los programas deportivos en el país. En algunos casos, parece que se enfocan únicamente en ese deporte en específico. Además, el tiempo al aire que se le dedica a otros deportes es muy limitado y solo se le da pantalla a eventos o sucesos de alta popularidad. Esto, al mismo tiempo, ha evitado el crecimiento de otras disciplinas deportivas en nuestro país o que nuestros deportistas no encuentren recursos para practicar un deporte distinto al fútbol. Esto se debe a que el fútbol suele captar toda la atención y, por lo tanto, el apoyo de los medios de comunicación y empresas privadas. Dando como consecuencia que exista una gran desigualdad entre deportes, tanto económica como socialmente.

El fútbol y el Perú tienen una relación bastante estrecha. Y pese a los resultados adversos y el paupérrimo nivel futbolístico, los adeptos han seguido aumentando, al igual que la práctica de este deporte, así como el consumo de cualquier material relacionado a este. Esta es una conducta bastante extraña, pues pese al desfavorable balance que ha tenido nuestro fútbol, en relación a éxitos, la fama de este deporte ha ido en aumento.

Este fenómeno está muy relacionado a la identidad nacional de los peruanos, pues el fútbol es un elemento fundamental a la hora de entenderla. Además, existe una gran variedad de investigaciones que relacionan la identidad de nuestra sociedad con la práctica de este deporte. Estas explican cómo nuestra sociedad, a lo largo de los años, ha girado en torno al fútbol. Y cómo este deporte ha sido fundamental en la construcción de la identidad nacional. Adicionalmente, estos textos mencionan que ante la falta de elementos que generen un sentido de pertenencia en nuestro país, los diferentes gobiernos adoptaron el fútbol como una herramienta para inculcar cierto nacionalismo en el Perú. Incluso, considerando a algunos jugadores como *héroes* nacionales, debido al escaso número de ellos a través de nuestra historia.

En definitiva, el fútbol ha penetrado en todas las esferas sociales del Perú. Por lo que, es muy común que todo niño quiera jugar y llegar a ser futbolista en alguna etapa de su vida. Este deporte ha incursionado tanto en nuestras costumbres que se ha vuelto parte fundamental de la vida de los peruanos. Es por ello, que tanto en colegios o lugares de recreación los niños siempre ven el fútbol como el método más divertido y usual de recreación.

1.4 Viabilidad:

Existen investigaciones en las que se analiza este fenómeno que podrían servir como base. Estas investigaciones, textos y libros, estudian cómo es que nuestra sociedad relaciona la identidad nacional con el fútbol. Además, identifican por qué se genera este patrón a pesar de los malos resultados deportivos y como es que ha penetrado tanto en nuestra sociedad en particular.

Junto a ello, existe un gran material audiovisual de los programas a analizar. Esto permite identificar el porqué de este fenómeno y encontrar los principales motivos por lo cual sucede. Los programas a analizar durante el mes de noviembre del 2019 están disponibles vía web y son exactamente ocho, es decir cuatro ediciones por cada programa.

La realización de entrevistas a expertos y personas relacionadas al mundo del fútbol serán de vital importancia para llevar a cabo esta investigación. Finalmente, la realización de encuestas a personas que consuman programas deportivos, ayudarán a identificar mejor el comportamiento de ellos y el porqué de sus decisiones.

2. Estado del arte:

A partir de la bibliografía obtenida, se explica cómo es que el fenómeno del fútbol ha sido tan determinante en la construcción de una identidad nacional en el país, así como para la construcción de diferentes costumbres y estereotipos en el país. En primer lugar, se analiza por qué el fútbol se relaciona con la identidad nacional en el Perú y también en diferentes países de la región. Para ello, se utilizan textos que ayudarán a explicar el causante de este comportamiento y cómo este deporte ha penetrado en nuestra sociedad. Además, identifican varias similitudes en diferentes países de la región. Los textos que se utilizan son: El libro "ese gol existe: una mirada de Perú a través del fútbol" de Aldo Panfichi; el libro "Todo es cancha: análisis y perspectivas socioculturales del fútbol latinoamericano" de Carlos Vergara y Eric Valenzuela; y el artículo "Fútbol en el norte grande de Chile: Identidad nacional e identidad regional" de Bernardo Guerrero. El primero de ellos, de Aldo Panfichi, ayuda a explicar cómo la sociedad peruana se relacionó con el fútbol a finales del siglo XX. Y cómo este fenómeno ha comenzado a crear narrativas culturales en el país. El texto especifica la manera en la que el fútbol genera un fenómeno en la identidad nacional del país. A través de este deporte, la población genera sentido de pertenencia hacia los clubes y selecciones nacionales. Esto se refleja en las competiciones nacionales e internacionales. Además, menciona que este fanatismo llega a penetrar tanto en el comportamiento de las personas, al punto de llegar a ser parte de cada uno. Por ejemplo, el autor en su libro sostiene:

"El lenguaje del fútbol ha desbordado los estadios para incursionar en todas las esferas de la vida cotidiana". (Panfichi, 2016 p. 12)

En adición, se explica cómo este patrón se repite en diferentes lugares del continente latinoamericano como en Chile, Ecuador o Argentina, donde se han visto conductas con varias similitudes. Para ello, se utilizan los otros textos académicos mencionados previamente. El texto, de Carlos Vergara y Eric Valenzuela, explica cómo este fenómeno se replica en diferentes países de la región, donde se encuentran muchos patrones similares en la relación de la identidad nacional de cada país con el fútbol. También, menciona que el fútbol puede interferir en nuestra forma de ser, actitudes y estados de ánimo. El tercer texto que se utiliza es el de Bernardo Guerrero, en el cual sustenta que este fenómeno se da de igual manera en Chile. Incluso, él detalla que, en cada membrana del sistema chileno, el fútbol es determinante. Desde las escuelas, hasta grupos específicos según su ubicación.

En síntesis, mediante estas lecturas, se puede entender que el fútbol está muy relacionado con la identidad nacional en distintos países latinoamericanos. Este deporte genera un sentido de pertenencia tan alto que crea narrativas culturales en estas sociedades. Se crea una especie de lenguaje propio en estos grupos. Y está presente en todas las esferas sociales del país. El fútbol, definitivamente, es parte de la cultura latinoamericana. El fanatismo por los clubes es tan grande que las personas los identifican como parte de su vida.

Asimismo, se analizan las conductas que generan este fenómeno en la población y cuáles son los principales patrones, utilizando los artículos académicos: “Gol-balización, identidades nacionales y fútbol” de Sergio Villena; "El fútbol y el héroe posmoderno" de Alonso Pahuacho y “Golazo del Perú: De élites y fútbol” de David Wood. El artículo de Sergio Villena sostiene que el fútbol también está muy ligado a la violencia que atraviesa el país, puesto que este deporte ha creado una cultura violenta, donde la enemistad con los equipos rivales es tan alta, que puede llegar a episodios de mucha violencia. Además, el artículo de David Wood explica cómo la sociedad peruana ha relacionado el fútbol con el hombre viril y fuerte. Pues menciona que después de las constantes derrotas bélicas, el Perú creyó tener una ausencia de hombres disciplinados que podrían generar alguna diferencia. Es ahí donde se crea dicha idea, llegando a crear un estereotipo de que el hombre atlético y fuerte practica dicho deporte.

“El fútbol, en particular, por sus leyes y trabajo en equipo, además de las connotaciones de modernidad y progreso que conllevaba como resultado de sus orígenes ingleses, gozó de mucho apoyo entre algunos sectores de la élite en el fomento de las cualidades físicas y morales que se consideraban propias para mejorar la nación”. (Wood, 2009 p. 3)

En adición, se explica cómo la ausencia de héroes nacionales en batallas bélicas y la ausencia de logros que generen identidad, ha favorecido a la sobrevaloración del fútbol en nuestro país. Esta idea se sustenta del artículo académico de Alonso Pahuacho. Él pone como ejemplo el caso de Paolo Guerrero, quien en muchos sectores es considerado como un héroe

nacional y una influencia fuerte para la juventud del país. Él menciona, que este jugador pese a no sustentarse de grandes premios o una actuación excelente es reconocido como un ejemplo a seguir.

“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”.
(Pahuacho, 2015 p. 51)

Estas lecturas permiten conocer qué tanto influye el fútbol en las sociedades. Cómo este deporte genera conductas violentas entre las personas. En dónde las rivalidades entre clubes e hinchas pueden llegar a terminar en episodios violentos. Además, explica cómo este deporte crea estereotipos sobre la virilidad y el deportista, pues la sociedad relaciona al futbolista con una persona atlética y que encaja en el prototipo de persona que necesita su nación. También, ayudan a entender cómo los futbolistas influyen en las personas, con mayor énfasis en los niños quienes ven a los jugadores como modelos a seguir. Esto debido a la poca presencia de personajes influyentes en el país.

Luego, se expone como también el fútbol ha sido usado como instrumento político en el país. Esas investigaciones son los artículos académicos: "el fútbol como práctica de identificación colectiva" de Fernando Carrión y "Perú campeón: fiebre futbolística y nacionalismo en 1970" de Carlos Aguirre. Con la ayuda de dichos textos se muestra cómo este deporte fue utilizado por diferentes gobiernos a lo largo de nuestra historia. En los que se utilizó al fútbol para generar identidad en el país y un alto índice de aceptación nacional en los gobiernos, incluso, totalitarios. Se explica cómo es que lo usaron y que tanto éxito llegó a tener. El autor Fernando Carrión, en su artículo, relaciona el fútbol como un instrumento para la identificación colectiva de un grupo de personas entre sí. Menciona que

este deporte sirve para unir a un grupo de individuos bajo un mismo propósito o motivo. Esto se puede utilizar en diferentes ámbitos, como en la política. En la tesis de Carlos Aguirre, se pone como ejemplo el gobierno totalitario de Velasco y cómo utilizó el fútbol como instrumento de identificación colectiva en el país. Esto lo logró gracias a la gran participación de la selección nacional durante la Copa América de 1970, en la que se consagraron campeones. Él, en su texto, menciona lo siguiente:

“El régimen militar trató de sacar provecho de la fiebre futbolística para reforzar su proyecto político y consolidar la supuesta unidad entre «pueblo» y «fuerza armada» que venía promoviendo. La coincidencia en el tiempo del discurso y práctica nacionalistas de los militares y los éxitos futbolísticos de la selección produjo una compleja articulación de varios tipos de sentimientos identitarios (...)”. (Aguirre, 2014 pp. 384)

Mediante estas lecturas, se puede concluir que el fútbol también es utilizado como una herramienta política. El fanatismo y la gran acogida que tiene este deporte son utilizados como instrumento para promover la identificación colectiva. Y así mejorar la percepción que tienen los ciudadanos sobre sus gobernantes. Los éxitos deportivos son utilizados para engrandecer la imagen de los políticos, así como su aceptación. Es decir, el fútbol puede cegar a la sociedad.

Finalmente, se analiza el fenómeno televisivo del fútbol y como se ha vuelto parte de la rutina de muchos televidentes, mediante el artículo: “el fútbol como evento televisivo” de Nicola Porro. Este texto identifica como el fútbol ha sido uno de los eventos televisivos de mayor audiencia y con mucha demanda, llegando a estar dentro de los eventos más visualizados por los televidentes cada semana y en especial los eventos mundiales. Además, explica cómo “ver fútbol por la televisión” se ha vuelto una práctica tan común en las personas, quienes tienen a este contenido como uno de sus favoritos. El autor menciona:

“Los grandes eventos deportivos representan un género narrativo autónomo, que se sirve del extraordinario impacto social de la comunicación televisiva para proponer al público la narración de un acontecimiento emocionalmente intenso y lleno de contenidos simbólicos”. (Porro, 1999 p. 93)

Además, menciona que este fenómeno refleja algunas costumbres de la población y pone en evidencia ciertas conductas de ellos. Los métodos de comunicación que usan estos programas televisivos son un espejo de la cultura y prácticas de cada población o país.

“En otras palabras, en la producción mediática del evento se configura una representación estilizada de los valores sociales dominantes, de la cultura colectiva, de la misma función de las instituciones.” (Porro, 1999 p. 93)

En conclusión, gracias a la televisión, el fútbol se ha convertido en un estilo de vida. Las personas organizan su calendario en base a los partidos. Incluso, ver un partido es una actividad frecuente entre las personas. La inmediatez que da la televisión junto a la frecuencia de los campeonatos han logrado captar a un público cautivo. Quien espera cada semana para prender su televisor y disfrutar de los encuentros.

3. Marco contextual

Por un lado, en nuestro país la identidad nacional ha sido uno de los aspectos en los que menos se ha trabajado. Para entenderlo es importante definir lo que significa identidad nacional, la cual es definida como un derivado del término identidad social, el cual, el psicólogo británico Henri Tajfel, define:

“aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social, junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia”. (Tajfel, 1984 pp. 292).

Con la diferencia que, tal y como Jan Marc Rottenbacher (2010) menciona, la identidad nacional necesita de un sistema sociopolítico, más conocido como estado – nación. Es decir, un espacio geográfico delimitado junto a un sistema político.

La ausencia de logros internacionales como de eventos heroicos y la gran diversidad, tanto étnica como cultural, son factores que han debilitado la identidad en los peruanos. Los cuales han fragmentado a la población en diferentes sectores, no necesariamente empáticos. Además, existen diferentes momentos que no han ayudado a establecer una identidad nacional como: La Guerra del Pacífico, la centralización del Perú y el terrorismo vivido en la década de los 80. Estos factores han ayudado a formar una identidad precaria en el país.

Por otro lado, el tema con el que se relaciona la identidad nacional es el fútbol. Este llega a Perú en el año 1872 o 1873 aproximadamente, según cuenta el historiador Gerardo Álvarez en una entrevista al medio de comunicación El Comercio. Este deporte llega mediante las embarcaciones inglesas que arribaban al puerto del Callao, así como con los estudiantes peruanos en Inglaterra.

En un inicio, este deporte, se practicaba en las altas esferas sociales. Posteriormente, llegó a ser un deporte popular en todos los sectores sociales y económicos del país. Este patrón de que el fútbol pasaba a ser un deporte más popular y menos elitistas se dio a raíz de los pocos requerimientos que existían para practicar el deporte. Poco a poco, el fútbol se popularizó en los colegios, para luego penetrar en los barrios y en centros laborales.

“Si bien a nivel institucional (clubes, canchas) e ideológico el fútbol tenía un carácter elitista a finales del siglo XIX, estos mismos años vieron la práctica cada vez más difundida del fútbol por parte de las clases populares, facilitada por los requerimientos básicos en cuanto a equipo – unas piedras para formar el arco y una pelota de trapo (...)”. (Wood, 2009 pp. 3)

A finales del siglo XIX las competiciones eran muy escasas, dado el poco porcentaje de personas que lo practicaban. El primer partido de fútbol reportado fue en 1892. Mientras que los primeros clubes fueron fundados a finales del siglo XX, y el primer torneo oficial de la liga peruana se dio en 1912.

La situación actual del fútbol peruano ayuda a reconocer cuáles son sus principales falencias y que tantas similitudes tiene con la situación del país. Este deporte, al igual que diferentes sectores en el país, está plagado de informalidad. Actualmente, existen tres competiciones oficiales: Liga 1 (primera división), Liga 2 (Segunda división) y Copa Perú (Campeonato regional). En muchas ocasiones, los clubes participantes no gozan de un bienestar ni estabilidad económica. Y las competiciones suelen estar llenas de irregularidades y polémicas, las cuales distorsionan los certámenes. Pese a ello, dichas competiciones gozan de gran popularidad, junto a los clubes participantes. De los clubes con mayor arraigo, destacan dos: Alianza Lima y Universitario, los cuales gozan de millones de fanáticos en el país, y son los clubes más laureados a nivel nacional. Estos clubes al igual que muchos otros viven una realidad distinta a su popularidad, pues cada uno tiene grandes problemas institucionales, relacionados a la corrupción.

Cómo se logra observar, el fútbol peruano también ha sido golpeado por la ola de corrupción por la cual atraviesa el país. Muchos clubes han sido denunciados por sus propios jugadores por faltas de pago en los sueldos y premios, bajo contrato. Mientras, que los dirigentes han sido altamente criticados por la forma en que manejan los clubes. Eso desencadenó que el propio gobierno haya tenido que intervenir. Obligando a los clubes, con muchas deudas, a un concurso de administración temporal, hasta que las cuentas sean saneadas. Algo que muy pocos clubes han podido lograr, pese a que esta medida lleva varios años en el fútbol peruano.

“Los clubes intervenidos Alianza Lima, Universitario de Deportes, (...) son significativamente los más populares del país. Sin embargo, al momento de la intervención estos clubes se encontraban económica e institucionalmente quebrados. (...). Clubes donde la informalidad campeaba en todos los ámbitos, con cuentas bancarias embargadas, por lo que el dinero se manejaba en las cuentas personales del presidente y tesorero de turno sin entregar cuentas a nadie. Peor aún, sin poder mostrar balances contables o ni auditorías independientes, pero sí dobles contratos, planillas fantasmas, y guerras legales y registrales entre dirigentes acusados de corrupción (...)”. (Panfichi, 2013 pp. 55)

En lo que se refiere a lo futbolístico, los clubes peruanos han tenido actuaciones para el olvido en torneos internacionales. Por ejemplo, ningún club ha logrado obtener el título del torneo más importante del continente, la Copa Libertadores. Pese a que, en una ocasión, Sporting Cristal y Universitario lograron llegar a la final del certamen. Es importante mencionar que el club Cienciano del Cusco, logró campeón la Copa Sudamericana en el año 2003. Este campeonato es considerado el segundo más importante de la región. En lo que se refiere a la actuación de la selección nacional, pese a la clasificación a la Copa del Mundo Rusia 2018. El seleccionado nacional había estado ausente por 36 largos años de una Copa del Mundo. Y en sus escasas 6 participaciones, no ha tenido ninguna buena performance. En sus laureles, solo ostenta dos títulos en la Copa América, siendo la última en 1970, hace más de 52 años.

Junto a ello, es importante conocer el contexto televisivo del fútbol en el país. En el Perú es muy común los programas deportivos. Incluso, la mayoría de los canales nacionales cuentan con al menos un programa especializado en deportes, así como un segmento deportivo dentro de sus noticieros. Estos programas tienden a ser netamente futbolísticos. Estos se enfocan en el torneo nacional, así como las principales competencias internacionales. Además, existe un canal nacional que se dedica únicamente al fútbol: Gol Perú. Este canal destina las 24 horas a dicho deporte. El tiempo que se destina a otros deportes es casi nulo, salvo una competición de gran demanda.

Finalmente, es importante conocer las características de los programas a analizar. Estos programas son: Fútbol en América del canal televisivo América Televisión y Teledeportes del canal Panamericana Televisión. Ambos programas son deportivos y dominicales. Sus horarios son bastante parecidos el primero inicia a las 22:30 y es conducido por Oscar Del Portal, Erick Osoreo y Richard De La Piedra, mientras que el segundo inicia a las 18:30 y es conducido por Omar Ruiz y Ricardo Montoya. Fútbol en América, tal y como su nombre lo menciona, es un programa dirigido a fútbol peruano: liga nacional, selección y jugadores nacionales. Su programación es netamente futbolística, con una mezcla de entretenimiento en cada segmento. En este programa, los conductores y periodistas son hombres. Teledeportes, a diferencia de FA, es un programa deportivo, es decir abarca a diferentes disciplinas. Pese a eso, su contenido suele ser futbolístico, salvo eventos deportivos de gran magnitud. Este programa tiende a ser más serio. Sus conductores y periodistas también son solamente hombres.

4. Marco teórico:

4.1 Identidad (Individual, colectiva y nacional)

Para poder continuar con dicha investigación es necesario conocer algunos conceptos que servirán para entender la relación entre el fútbol y la identidad nacional en la sociedad peruana. El primer término a definir es la identidad. Este término es muy utilizado en diferentes trabajos académicos y sujeto de muchas investigaciones, el cual, en pocas palabras, define o describe las características de una persona o un grupo. Para ser más específico, la Real Academia Española (RAE) lo define así:

- “1. f. Cualidad de idéntico.
2. f. Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.
3. f. Conciencia que una persona o colectividad tiene de ser ella misma y distinta a las demás.
4. f. Hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca.” (RAE, 2020).

El término identidad puede ser usado en diferentes ámbitos y existen diferentes derivados de este enunciado que pueden ayudar a aglomerar diferentes actores sociales. Por ejemplo: la identidad personal, la identidad colectiva o la identidad nacional. Estos son términos que permiten segmentar desde una sola persona hasta un conjunto de millones de ellas. A continuación, se determina el concepto de estas tres clases de identidad. En primer lugar, la identidad personal o individual está relacionada con la percepción que alguien tiene sobre uno mismo. Es el conjunto de características que se definen a uno mismo. Un conjunto de rasgos, gustos o comportamientos que definen a una persona. Luis Álvarez en “La compleja identidad personal” lo define como un aspecto sumamente importante en la vida de cada individuo.

“Ser persona exige la presencia y la relación con los otros. Las maneras de estructurar estas formas de relación siempre están moduladas por la cultura de cada sociedad, pero en manera alguna podemos ignorar o excluir el

sentimiento de identidad personal puesto que es un atributo esencial en la vida de cualquier individuo. En suma: la identidad personal es substantiva y al mismo tiempo relacional, es decir, compleja: “Our identity, by definition, is not what makes us the same as others but what makes us unique. Identity is a complex and contextually sensitive combination of elements” (Council of Europe 2008: 5)”. (Álvarez, 2011 p 408)

Álvarez define la identidad personal como los rasgos característicos de una persona. El conjunto de ideales, costumbres o características que hacen únicos a una persona en comparación a otras. Esta identidad está sujeta a la sociedad y la cultura en la cual la persona viva o sea criada. Y es la misma sociedad y su perspectiva quienes forjan la identidad personal de cada individuo. La identidad individual define y diferencia a cada persona. En otras palabras, es el sello personal de cada ser humano.

En segundo lugar, la identidad colectiva o social, a diferencia de la identidad individual o personal, engloba a un conjunto de personas. Personas que comparten ciertos comportamientos o características similares que los representan. Es la identidad que define a un grupo de personas y que los asemejan entre sí. Según Daniel Cabrera, en su texto académico “Imaginario social, comunicación e identidad colectiva”, la identidad colectiva es definida así:

“La identidad colectiva se conforma como el conjunto de creencias compartidas por una sociedad que implican una visión de sí misma como “nosotros”, es decir, una auto representación de “nosotros mismos” como estos y no otros. Por ello se puede hablar de una “comunidad de los creyentes” que tienen una visión del mundo, una energía y unas imágenes en común”. (Cabrera, 2004 p. 2)

Cabrera explica que la identidad social agrupa a un conjunto de individuos que sienten que pertenecen a un mismo grupo social. Personas que comparten un ideal de vida, características, costumbres y la forma en que perciben la realidad. Ellos dejan de ser un “yo” a convertirse en un “nosotros”, un nosotros que se identifican entre sí y que conforman un actor social. Esto no quiere decir que son un grupo de personas idénticas, sino que, dentro

de sus diferencias, agrupan un conjunto de rasgos en común. Adicional a esto, en el texto “El debate entre identidad individual e identidad colectiva” de Humberto López y Cecilia Rodríguez, la identidad social es definida así:

“En síntesis, la identidad social o cultural se configura como múltiples significados distintivos, fruto de las complejas interacciones sociales. La identidad cultural resume el universo simbólico que caracteriza a la colectividad, porque establece patrones singulares de interpretación de la realidad, códigos de vida y pensamiento que permean por medio del sentido de pertenencia las diversas formas de manifestarse, valorar y sentir”. (López & Rodríguez, 2014 p. 104)

López y Rodríguez mencionan que la identidad colectiva se produce a partir de las interacciones sociales que tienen un grupo de personas. Estas interacciones permiten crear un grupo de patrones y costumbres similares entre las personas que comparten entre ellas. La identidad social diferencia a un grupo de personas con otros. Y al mismo tiempo define a un conjunto de individuos con características similares. El término identidad social o colectiva tiene un concepto muy amplio y es definido por diversos autores de distintas maneras. Junto a las definiciones utilizadas, Cerruti y González, en su texto “identidad e identidad nacional”, lo definen así:

“En términos generales se puede definir la identidad colectiva como un estado de conciencia, el sentimiento más o menos explícito de pertenecer a un grupo o categoría de personas, o formar parte de una comunidad. Tal sentimiento de pertenencia o comunión emerge de una cierta unidad de intereses o condiciones y se afianza en un movimiento reflexivo del yo al otro, al contraponerse un nosotros frente a un ellos. La identidad es una realidad activa en continua transformación. Sus formas y contenidos culturales son variables a lo largo del tiempo e intercambiables”. (Cerruti & González, 2008 p. 80)

Ambos autores mencionan que la identidad colectiva es el sentimiento de pertenecer a una comunidad o identificar con un grupo de personas. Además, esta se va alterando

continuamente. La forma en que se expresa y los valores en común pueden ir cambiando según las circunstancias y contextos en los que se desarrolla el grupo de individuos.

Finalmente, el término o concepto que más se utiliza en esta investigación es identidad nacional. Este término, a diferencia de las otras identidades definidas, es un concepto medianamente nuevo. El término surge a partir de la conformación de países soberanos. Los cuales cuentan con muy pocos años de vida histórica. Adicionalmente, Cerruti y González mencionan que la identidad nacional se ha convertido en uno de los ámbitos en donde más prioridad se ha tenido. Los gobiernos han aprovechado este término para fomentar el nacionalismo entre sus soberanos. Por ello, se ha puesto mucho énfasis en el desarrollo de la identidad nacional.

“La identidad nacional, a diferencia de las antes analizadas, no es una identidad de vieja data sino, por el contrario, es algo nuevo, pero que ha conseguido instalarse como identidad prioritaria en grandes contingentes humanos. No es posible analizarla fuera del contexto de los estados-nación surgidos en el siglo XIX”. (Cerruti & González, 2008 p. 89)

La identidad nacional tiene ciertas similitudes con la identidad colectiva con la diferencia que a esta se le atribuye a un grupo de individuos que comparten un mismo espacio geográfico, sistema sociopolítico y diversas características. Esta identidad agrupa a un conjunto más amplio de personas y no necesariamente con muchas características en común. Existe una mayor diversidad cultural producto de la cantidad de personas que conviven en un mismo país. Talavera (1999) lo define así:

“La Identidad nacional se puede definir como el sentimiento subjetivo del individuo a pertenecer a una nación concreta, a una comunidad en la que existen diversos elementos que la cohesionan y la hacen única, como por ejemplo la lengua, la religión, la cultura, la etnia, etc.; siendo estos elementos objetivos sobre los cuales se asienta el sentimiento de pertenencia a una comunidad, una comunidad nacional”. (Talavera, 1999).

Esta identidad es la forma en que un país es representado, los patrones que los diferencian de los demás. La identidad nacional permite que una persona se identifique con su nación y con las personas que la conforman.

4.2 El fútbol y la televisión:

Junto a la necesidad de conocer el concepto de identidad y sus derivados, es igual de importante conocer la relación entre el fútbol y la televisión y el porqué de su repentino ascenso a la fama. El fútbol, desde su fundación, ha sido uno de los deportes más practicados en el país y el cual ha gozado de una gran fama. Sin embargo, gracias a la televisión ha logrado captar a un público más amplio. Villena (2003) menciona que pese a que el fútbol ha gozado de gran popularidad desde sus inicios. Logró llegar a su clímax gracias a las tecnologías multimedia, tales como la televisión a colores y las transmisiones en vivo. Estas nuevas tecnologías no solo lograron acaparar a un mayor número de público, sino que lo hizo aún más atractivo. Nicolás Porro, en su texto “el fútbol como evento televisivo”, menciona que este deporte cuenta con ciertas características que lo hace atractivo para los espectadores o televidentes.

“El gran evento deportivo espectacular se inserta, pues, en un contexto de ritualidad cíclica (las fechas del calendario competitivo internacional), se identifica en un espacio territorial y temporal que le confieren unicidad e irrepetibilidad y produce la percepción de un escape de la cotidianidad. Estos caracteres permiten a la forma narrativa dominante - la competición - incorporarse a la trama televisiva, reforzando el propio reclamo de un público vasto y de gustos heterogéneos. Los elementos propios de las coronaciones y de las conquistas. La periodicidad del evento es una suerte de paso por la memoria colectiva, pero son las específicas performances técnico espectaculares, reelaboradas en clave épica, las que permiten la fijación en la memoria individual de los espectadores”. (Porro, 1997 p. 96)

Porro afirma que la periodicidad en la que se realizan los partidos obliga a los televidentes a verlos en el momento en que se desarrollan. La forma en que son transmitidos y lo que logra representar en las personas permiten que tengan una alta demanda en el público. Las

personas ven a estos eventos como una manera de salir de su rutina o realizar una actividad diferente. Adicional a esto, a partir de la gran fama que tiene el fútbol y los eventos deportivos en la televisión, surgen los programas televisivos deportivos. El periodismo deportivo es un derivado del periodismo en sí, con la diferencia que este se enfoca en las noticias y sucesos deportivos. En los últimos años, ha conseguido un mayor protagonismo en los medios de comunicación. Siendo la televisión, el espacio preferido para esta clase de programas. José Rojas en su texto “Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro” sostiene:

“El periodismo deportivo ha vivido en las últimas décadas un notabilísimo desarrollo en sus estructuras, canales y modos de producir contenidos, y ha cobrado un creciente protagonismo hasta afianzarse en el momento actual como la tipología informativa de mayor alcance social en una buena parte de los países tanto europeos como americanos. El florecimiento de esta tipología informativa no solo ha sido numérico; lo ha hecho marcando tendencias, creando un estilo propio, fundamentado en el color, la originalidad y la espectacularidad de sus propuestas, y aportando un nuevo modelo de presentación de las informaciones a través de un lenguaje que es visualmente atractivo y resulta común y accesible para todas las mentalidades”. (Rojas, 2014 p. 178)

El objetivo de estos programas es transmitir, en vivo o diferido, ciertos eventos deportivos de alta notoriedad. Además, existe la variable de que estos programas realicen un resumen de los eventos más importantes de un periodo en específico. Este derivado del periodismo ha creado un lenguaje propio y un conjunto de características que lo diferencia de las otras ramas. En los últimos años, se han desarrollado nuevas herramientas que han permitido que se desarrolle de una mejor manera y se logre presentar un producto de la más alta calidad multimedia.

4.3 La identidad y el fútbol:

Finalmente, es importante definir la relación entre el fútbol y la identidad. Según el texto “Gol Balización, identidades nacionales y el fútbol” de Sergio Villena, el fútbol es una de

las representaciones más importantes de la identidad tanto individual, social y nacional. Él menciona que este deporte es una de las prácticas culturales más dominantes de los últimos años. Y que no sólo ha servido para la “formación / reforzamiento” de la identidad, sino que ha servido para crear ciertos patrones, costumbres o comportamientos en las personas o sociedades. Este deporte ha penetrado en todas las esferas sociales de muchos países. En donde la selección nacional o el club puede llegar a ser parte de uno mismo. El sentimiento de pertenencia puede ser tan fuerte que puede crear enemistad o violencia entre personas de clubes o equipos enfrentados.

“Con el transcurso de los años, el fútbol adquirió en muchos países –es el caso de los países de América Latina continental, con algunas excepciones, como Nicaragua– el carácter de una tradición y pasión nacional y, en consecuencia, de un acontecimiento simbólico de profundas implicaciones geopolíticas, llegando a ser considerado incluso como una forma de guerra ritual entre naciones”. (Villena, 2003 p. 258)

El fútbol ha sido considerado, en muchos casos (países), como una tradición y parte fundamental de la identidad colectiva. Asimismo, este deporte ha sido utilizado como herramienta para “estimular la integración simbólica” la cual es parte fundamental para el reforzamiento de una identidad nacional. Existe o se ha creado una especie de responsabilidad cívica sobre apoyar a la selección nacional de fútbol o a su club. Se han normalizado conductas como la obligación de asistir a eventos deportivos o presenciarlos por televisión con el fin de apoyar a tu país. El “apoyar” a la selección nacional, pese a los resultados o gustos, es una conducta que reafirma y exalta el sentido de nacionalismo o identificación por su país que genera este deporte.

5. Marco metodológico:

5.1 Tipos de muestra a utilizar:

1. Muestra teórica: Para el desarrollo de esta investigación será de vital importancia el uso de investigaciones similares a esta. Esta teoría servirá para reforzar la hipótesis de la investigación.

2. Muestra de expertos: Las entrevistas a expertos, así como a los propios periodistas de los programas a analizar, ayudarán a explicar este fenómeno.
3. Muestras homogéneas: Encuestar o entrevistar a un subgrupo en específico (jóvenes que consumen programas deportivos) para analizar su comportamiento.

5.2 Técnicas etnográficas:

Observación:

En esta investigación se utilizará el método de observación pura o directa. Esta estará limitada a la cobertura de los programas deportivos Fútbol en América y Teledeportes durante el mes de noviembre del 2019. Se analizará los contenidos que emiten cada programa, ya sea reportajes, entrevistas o crónicas. Además, se pondrá énfasis en el análisis del discurso: vocabulario, la conducta y el estilo que utilizan los conductores y periodistas. Esto será de vital importancia para analizar cómo el fútbol genera comportamientos y una manera de comunicarse distinta. Así como para generar hipótesis acerca de la investigación.

Guía de observación:

1. Se analizará el discurso de los conductores y periodistas.
2. Se anotarán las jergas más utilizadas.
3. Se tomará en cuenta el tiempo establecido para otros deportes.
4. Se observará las imágenes y videos que utilizan en cada reportaje o nota informativa.
5. Se analizará el lenguaje corporal de los conductores.
6. Identificar los momentos en los que los conductores relacionan al fútbol con la identidad nacional.
7. Se observará la conducta de los hinchas en las imágenes de los reportajes. Y cómo esta conducta está relacionada con la identidad nacional.

Entrevistas:

Junto a la observación, también se llevarán a cabo distintas entrevistas a especialistas y periodistas deportivos. Dichas entrevistas serán semiestructuradas ya que se utilizará un lista de preguntas preestablecidas, las cuales podrán ir variando según como se vayan dando las entrevistas. En ellas se preguntará cómo el fútbol se relaciona con la identidad nacional. Además, se cuestionara acerca de las conductas que crea este deporte en la sociedad peruana.

Junto a ello, se entrevistará a un grupo de personas (10) entre los 20 y 30 años, sobre la relación que tienen con el fútbol y su propia identidad. Se tratará de entender por qué es el fútbol el deporte más consumido y que conductas crea en la sociedad peruana.

De opinión y conocimientos:

Dos de las entrevistas serán a los conductores del programa Fútbol en América: Oscar Del Portal y Erick Osoreo. Estas servirán para conocer la opinión de dos de los actores principales del programa.

Guía de entrevistas:

A expertos:

1. ¿Crees que el fútbol puede interferir en la identidad nacional? ¿Cómo?
2. ¿Qué conductas crea el fútbol en la sociedad?
3. ¿Qué representa el fútbol para el Perú?
4. ¿Por qué el fútbol ha opacado a otros deportes en el país?

5. ¿Por qué se relaciona el fútbol con la violencia?
6. Si el Perú es un país tan futbolero, ¿Por qué no se refleja en los resultados?
7. ¿Por qué se ha sobrevalorado tanto a los futbolistas?
8. ¿Por qué el fútbol genera tantas emociones en los peruanos?

A público objetivo:

1. ¿Qué deporte practicas más?
2. ¿Crees que la identidad nacional está relacionada al fútbol? ¿Por qué?
3. ¿Qué deporte consumes más? ¿Crees que se consume mucho fútbol?
4. ¿Qué costumbres genera el fútbol en el peruano?
5. ¿Qué significa el fútbol para ti?
6. ¿Qué tanta relación tienes con el club al que eres aficionado? ¿Y con la selección peruana?
7. ¿El fútbol es parte fundamental de tu vida?

6. Capítulo 1: ¿Qué es fútbol para el Perú? ¿Cómo se relaciona el fútbol con la identidad nacional en el Perú?

El fútbol es un deporte en el que dos equipos de once jugadores intentan anotar un balón en el arco contrario. Un deporte muy simple de entender y practicar. La RAE lo define así:

“1. m. Juego entre dos equipos de once jugadores cada uno, cuyo objetivo es hacer entrar en la portería contraria un balón que no puede ser tocado con las

manos ni con los brazos, salvo por el portero en su área de meta”. (RAE, 2020)

Sin embargo, en Perú, este deporte tiene un significado más profundo. Tanto desde el ámbito deportivo como sociológico. Este deporte ha penetrado en cada una de las esferas sociales del país y se ha convertido en parte fundamental en la vida de millones de peruanos, quienes consideran al fútbol como un elemento indispensable para la formación tanto de su identidad personal como de la identidad nacional del país. Para entender mejor este fenómeno en Perú, es importante conocer cómo llega el fútbol y como se vuelve tan popular.

El fútbol llega al Perú por intermedio de los ingleses, quienes vieron al país como un importante aliado comercial y como una gran oportunidad de negocio. Ellos, al llegar al país, empiezan a practicar y enseñar este deporte en los puertos. Este deporte, que inició como elitista, poco a poco se popularizó en cada uno de los estratos sociales del país. Incluso, era una de las pocas actividades que lograba unir a oligarquías (blancos y/o españoles) con el sector popular. Wood (2009) sostiene que pese a que este deporte se practicó, en un inicio, en las clases más elitistas de la capital, rápidamente se popularizó en todas las clases sociales.

“Si bien a nivel institucional (clubes, canchas) e ideológico el fútbol tenía un carácter elitista a finales del siglo XIX, estos mismos años vieron la práctica cada vez más difundida del fútbol por parte de las clases populares, facilitada por los requerimientos básicos en cuanto a equipo – unas piedras para formar el arco y una pelota de trapo”. (Wood, 2009)

Junto a ello, este deporte tuvo gran acogida debido al contexto en el que se encontraba Perú en el momento en que el deporte llegó. La guerra del Pacífico culminó con la derrota peruana.

Y muchas personas consideraban que se había producido la derrota debido a que los peruanos carecían de valentía o el físico adecuado de un hombre viril, el cual se necesitaba en el país. Y tal como sostiene Wood (2009) el fútbol provocó que la gente relacionara a la persona que practicaba ese deporte con el tipo de hombre que se necesitaba. Es por ello que el fútbol logra captar una gran popularidad en muy pocos años. Hasta convertirse en una práctica y ámbito fundamental en la vida de un peruano.

Panfichi (2008) coincide en la idea de que el fútbol ha incursionado en cada una de las esferas sociales del país. Este deporte se ha convertido en parte fundamental en cada uno de los peruanos. Y es parte de su identidad. Es decir, el fútbol es fundamental a la hora de entender la identidad de los peruanos. Este deporte ha logrado construir costumbres, actividades o estereotipos en la sociedad. Desde reunirse con tu familia a ver un partido de fútbol, hasta considerar héroes nacionales a aquellos futbolistas peruanos que logran algún éxito deportivo. Para él, el fútbol ha desbordado las canchas o terrenos de juegos para incursionar en cada aspecto de la vida de una persona. En pocas palabras, es difícil definir, a nivel sociológico, a un peruano sin utilizar la palabra fútbol.

Este patrón se pudo comprobar durante la realización de entrevistas. En ellas se entrevistó a diez personas de entre veinte y treinta años, y se pudo conocer que absolutamente todos practicaban y gustaban más del fútbol sobre otros deportes. Además, ellos habían conocido este deporte desde muy pequeños. Ya sea por influencia de sus padres, el colegio o por el mismo barrio dónde vivían. Para ellos, este patrón fue fundamental por su gusto por el deporte. Es decir, ellos no tuvieron la oportunidad de elegir por algún deporte, sino que el contexto y su entorno le impusieron el fútbol. Eso no quiere decir que no gustarán de él, sino que desde muy pequeños les enseñaron a jugarlo y no tuvieron más opciones.

Para ellos el fútbol tiene un significado más complejo, lo definen así: “alegría”, “unión”, “paz” o “desahogo”. Y todos coinciden en que es o fue parte fundamental de su vida. Por ejemplo, uno de los entrevistados menciona: “El fútbol, para mí, es algo inexplicable. Desde pequeño, siempre que tenía problemas o me sentía mal, utilizaba al fútbol para olvidarme de todo. En la cancha sacaba todo lo malo y me divertía”.

Otro patrón importante que se logró encontrar fue que la gran mayoría de los diez entrevistados, en algún momento soñaron con ser futbolistas. Es decir, para ellos, en Perú el mayor éxito o ambición que puedes tener es llegar a ser futbolista profesional. Cuando en otros países es ser un científico reconocido, médico o personaje público. El fútbol en el Perú está tan idealizado que, en muchos casos, es sobrestimado.

Los clubes y la selección peruana también son fundamentales en la vida de los entrevistados. Ellos se identifican y sienten un gran cariño por el club al cual son hinchas. Muchos suelen ir al estadio o ver, obligatoriamente, el partido de su club. Incluso el resultado de su equipo puede influenciar en su estado de ánimo. Por ejemplo, un entrevistado sostiene: “Sigo mucho a mi equipo. Si no puedo ir al estadio los veo por televisión. Siento un gran cariño por mi club. Incluso, he llorado cuando Alianza (su equipo) perdía o no campeonaba”. Sumado a esto, con la selección sucede un fenómeno similar. Ellos sostienen que existe un apego parecido, pero que en los últimos años (gracias a los buenos resultados) ha aumentado. Estos buenos resultados han permitido que exista una unión como país. Muchos de ellos coinciden que la clasificación al Mundial Rusia 2018 o la final de la Copa América fueron dos de los sucesos en donde vieron más nacionalismo y unión en el país en toda su vida. En pocas palabras, no existe ningún evento deportivo o de otra índole que haya llegado a unir tanto a un país como el Perú.

En lo que se refiere al día a día, los entrevistados suelen consumir mucho fútbol. En las redes sociales siguen a equipo y futbolistas; en la televisión miran fútbol; en los periódicos leen sobre fútbol. En pocas palabras, todo lo ven fútbol. Además, cuando juega su equipo o hay algún partido importante, esas dos horas son fundamentales para ellos. Incluso, algunos acomodan su agenda en torno a ese evento. “Siempre intento acomodar mi horario para ver los partidos importantes. Es una de mis prioridades. Rara vez no he podido, sólo por algún inconveniente muy grande”.

En síntesis, el fútbol sí es parte fundamental en la construcción de la identidad nacional del peruano. Este deporte ha incursionado en la vida del peruano y es parte de su cultura. Además, ha sido fundamental para la construcción de costumbres e identidades propias. La manera en que el peruano ve al fútbol es distinta, va más allá de un deporte, sino que se asemeja más a un estilo de vida. A una manera de entender las cosas. El fútbol es capaz, en el país, de unir a personas de cualquier raza o cultura, y al mismo tiempo de enfrentar a personas de características homogéneas.

7. Capítulo 2: ¿Cómo y en qué ha influenciado el fútbol en el peruano?

Una vez que se entiende qué tan fundamental es el fútbol para la construcción de la identidad de los peruanos, es necesario conocer en qué aspectos este deporte ha influenciado en la

sociedad. Panfichi (2016) sostiene que el fútbol genera un vínculo muy fuerte entre un hincha y el club al que sigue. Para él, esta relación en el país es fundamental para entender el nivel de influencia del fútbol. Y esto no solo sucede con los clubes sino también con la selección nacional. Él menciona que el fútbol, a través de los clubes y la selección, es una de las pocas actividades que puede llegar a unir tanto a los peruanos.

“(…) el fútbol, paradójicamente, permite unir la compleja sociedad moderna subrayando el conflicto y la necesidad mutua entre las partes. En sociedades con graves fracturas regionales y étnico culturales como el Perú, el fútbol permite superar los antagonismos e incentivar la conciencia de unidad y pertenencia de diferentes grupos sociales a una identidad nacional más general e incluyente”. (Panfichi, 2016)

En otras palabras, en un país con tantas diferencias sociales, étnicas, culturales, económicas e inclusive ideológicas; el fútbol ha servido como un instrumento de unión y que incluye a diferentes actores sociales. El fútbol une a los peruanos, es decir genera nacionalismo y un sentido de pertenencia fuerte.

Al preguntar sobre esto durante las entrevistas, uno de los entrevistados mencionó que nunca había visto tanta unión en el país como el día en que Perú clasificó al mundial. “Las calles estaban llenas de personas cantando con banderas y camisetas de Perú. Todos se abrazaban. Y, por un segundo, todos éramos uno. Nunca vi tanto nacionalismo”. Ellos coinciden en la idea de que el fútbol es una de las pocas actividades que puede unir a un país con tantas diferencias como en el Perú.

Aguirre (2014) coincide en la idea de que el fútbol une a muchas personas y genera cierto grado de pertenencia hacia el club o el equipo. Él incluso hace énfasis en que en diferentes gobiernos han utilizado el fútbol como herramienta para inculcar nacionalismo en el país.

Esto lo han hecho aprovechando gracias al alto grado de popularidad que tiene el deporte en la región. Y es un reflejo de que tanto puede influenciar el fútbol en las personas.

“El fútbol, como lo han subrayado diversos estudiosos, es un deporte que a lo largo de su historia ha contribuido como pocos a la forja de sentimientos nacionalistas. «La comunidad imaginada de millones de seres parece más real bajo la forma de un equipo de once personas cuyo nombre conocemos», señaló el historiador británico Eric Hobsbawm (1992, p. 153)”. (Hobsbawm en Aguirre, 2014)

Es decir, el fútbol es capaz de que millones de personas se pueden sentir identificados con once deportistas. Y que incluso este equipo o este grupo de jugadores sean parte fundamental de la vida de estas personas y que sean parte de su identidad propia.

Junto a ello, el fútbol ha generado costumbres en los peruanos, es decir a partir del fútbol aparecen prácticas comunes en las personas como: Ir al estadio, juntarse con un grupo de amigos o familia para ver un partido de fútbol. Esta clase de actividades son muy comunes en el país. Los entrevistados sostienen que es tradición entre sus familiares y amigos reunirse para ver un partido de fútbol. Esta actividad es considerada cotidiana. Es decir, así como uno puede salir a comer, ir al cine o ir a la playa; en el país juntarse para ver un partido es igual de común.

Porro (1999) sostiene que esto sucede debido a que el fútbol genera un gran atractivo debido a su periodicidad. El hecho de que cada semana haya un partido o que cada cuatro sea el Mundial, genera que las personas le toman mayor importancia. Y esto, en Perú, es muy relevante y lo hace tan atractivo.

Los entrevistados sostienen que ellos reservan las fechas de los partidos. Ellos hacen lo imposible para no perderse este evento. Así sea cancelar otro compromiso o avanzar con los pendientes para estar libre. Para ellos, el partido de su equipo o de la selección es un evento de suma importancia.

Otro aspecto en el que el fútbol ha influenciado en el peruano es en la idealización de los futbolistas. Este deporte, al ser una de las actividades más populares y consumidas en el país, ha sobrestimado la imagen de los deportistas. Estos son considerados como héroes nacionales por algunos sectores del país. Para Pahuacho (2015) tanto la sociedad como los medios de comunicación y publicitarios han aportado para que se genere este fenómeno. El fútbol es lo más importante para muchos peruanos y genera que los más grandes referentes o ídolos de estas personas, sean los propios futbolistas. Para él, pese a los resultados (desfavorables) y al paupérrimo rendimiento de algunos futbolistas nacionales, el país ha volcado su total atención sobre el fútbol. Lo que genera que el foco de atención sea solo el fútbol, algo que puede ocasionar que se opaquen otros aspectos importantes.

Finalmente, el fútbol también ha ocasionado que se genere un cierto grado de violencia, no solo en el país sino también en otros países de la región. Es importante mencionar que esta violencia no está presente en todos los sectores del fútbol, es decir es una pequeña facción la que lo genera, por lo general un grupo reducido de hinchas. Esto sucede debido a que el fanatismo muchas veces genera un conflicto entre grupos que apoyan a diferentes equipos. Este grupo reducido de fanáticos suelen tener constantes conflictos con otros grupos de hinchas. Para uno de los entrevistados el fútbol si está relacionado con la violencia. Sin embargo, él sostiene que son solo un grupo muy reducido de fanáticos quienes la producen. Y que por culpa de ellos se ha relacionado al fútbol con la violencia.

Carrión (2012) menciona que esta violencia entre hinchas o fanáticos de algunos clubes puede ser la causa de la formación de pandillas o grupos delictivos. Para él, la violencia que se genera en los partidos y estadios de fútbol. Son posteriormente llevados a las calles y al día a día de estos pseudo fanáticos.

“La violencia del fútbol tiene cuatro formas a través de las cuales se expresa, cada una de las cuales con características especiales y momentos específicos. Se puede decir que se inicia con la violencia en la cancha, que proviene de la propia lógica y esencia del fútbol y que actúa de forma centrífuga; sigue con la violencia de los estadios, relacionada con los seguidores de los equipos; continúa con la violencia en los bordes, que se produce en las inmediaciones de los estadios a la manera de un desborde hacia la ciudad; y finalmente, la que se produce en la sociedad en general por fuera de la práctica deportiva, pero que saca provecho del fútbol, a la manera de una dinámica centrípeta”.

(Carrión, 2012).

Él sostiene que esta violencia es una reacción en cadena. La rivalidad entre los propios jugadores en el campo de juego es transmitida a los hinchas. Y son estos los que se encargan de llevarla fuera de los estadios, incluso a las mismas calles. Pese a que Carrión (2012) menciona este fenómeno de manera universal, en el Perú la violencia del fútbol muchas veces desborda los estadios. Y muchos de estos fanáticos terminan siendo delincuentes a posteriori. Y todo esto, inicia a partir de un fanatismo radical.

8. Capítulo 3: El fútbol y los medios. ¿Qué tanta influencia tienen los medios en la percepción del fútbol?

La televisión y los medios de comunicación también han tenido un rol protagónico en la relación entre el fútbol y la identidad nacional en el Perú. Estos medios han colaborado en la difusión de este deporte, y han sido fundamentales para que este adquiriera tanta popularidad en el país.

Pahuacho (2018) sostiene que los medios han influenciado notoriamente en la percepción de este deporte en el país. Para él, los medios de comunicación son los que inculcan y generan ciertas conductas en la población. Por lo tanto, el hecho de que el fútbol sea tan importante en el país es en gran medida causado por los medios.

“... el papel que desempeñan las representaciones mediáticas del fútbol en la construcción de identidades nacionales no puede ser sobrestimado. La nacionalidad se desarrolla, moldea, e incluso se inculca por los medios de comunicación, lo que contribuye al mantenimiento de un conjunto de valores culturales compartidos que sirven para reforzar una percepción consensual de la unidad nacional”. (Crolley y Hand en Pahuacho, 2018).

Los medios, al mostrar tanto fútbol, han sido quienes han generado esta estrecha relación entre este deporte y la población. La forma en que se muestra y la cantidad de tiempo que se le dedica a este deporte, han permitido que las personas sobreestimen este deporte y sea parte fundamental en su vida.

Y uno de los medios que ha colaborado con este fenómeno en mayor medida, es la televisión. Para Porro (1999), este medio ha ayudado a que el fútbol se convierta en un evento con tanta magnitud. El autor sostiene que la periodicidad y el hecho de que sea transmitido en vivo este deporte, ha sido un gran atractivo para el público, quienes ven estas transmisiones como una actividad común en su día a día. Además, sostiene que incluso desde un televisor, el fútbol se convierte en una herramienta de unión y júbilo entre las personas.

“La participación masiva que permite el directo "televisivo" en el evento cumple, en efecto, funciones típicamente integradoras para la comunidad. Produce un sentido de unificación, evoca una historia común, menor si se quiere, pero sólidamente anclada en el imaginario y en la memoria colectiva. Asimismo, estimula comportamientos "anómalos" que, en la excitación producida por el evento, son aceptados como perfectamente normales: desde las reacciones individuales de júbilo, de rabia, de entusiasmo, de desaliento del hincha delante del televisor, hasta las filas de carros y las celebraciones improvisadas que siguen una victoria prestigiosa del equipo, según los modelos de un moderno ritual colectivo”. (Porro, 1999)

En otras palabras, “ver fútbol por televisión” es una costumbre en el país. Y este evento, es capaz de producir un sinfín de emociones en las personas. Por lo tanto, se puede decir que los medios han ayudado a la difusión de este deporte, y por ende a que el fútbol sea parte fundamental en la identidad nacional de los peruanos.

Para poder entender mejor esta idea, se analizaron dos programas deportivos dominicales en el país: Fútbol en América y Teledeportes. Para ello, se utilizaron dos programas de cada uno durante el mes de noviembre del 2019. Ambos son dos de los programas deportivos más vistos en el país y cuentan con un horario estelar (la noche del domingo). Pese a ello, ambos suelen centrarse en noticias únicamente futbolísticas y poseen un discurso y un estilo bastante marcado que ayuda a sobrevalorar el fútbol.

El primero de ellos (Fútbol en América) es conducido por tres periodistas deportivos hombres. Las jergas deportivas y un estilo bastante coloquial son comunes en este programa. Su contenido es básicamente un resumen de los partidos del torneo local (Liga 1) y noticias sobre la selección nacional y los futbolistas que lo integran. Sin embargo, al analizar su

contenido, se logra evidenciar como muestran al fútbol como algo más que un deporte. Llegando a relacionarlo con una fiesta popular y una costumbre en el país.

Ellos suelen presentar los resúmenes de los partidos a modo de crónica. Cada segmento inicia con una canción de fondo e imágenes de los hinchas llegando al estadio. La música, particularmente, es de fiesta o alegre. Los videos son de hincha saltando, riendo, cantando o felices. Lo que se muestra es una fiesta, un ambiente en donde la gente disfruta de este evento. Ellos muestran al fútbol como una tradición nacional. Y como si cada partido fuera de alta relevancia para el país.

Al referirse a los clubes, suelen mencionar que es responsabilidad de los jugadores desempeñarse bien, para así cumplirle a los hinchas. La situación con la selección es idéntica. Los conductores sobreestiman al fútbol y transmiten la idea de que es fundamental para las personas.

Ellos sobrevaloran este deporte y es el único tema del programa. En muchos fragmentos, los conductores discuten sobre el desempeño de los equipos o jugadores. Además, suelen tomar una gran cantidad de minutos en estas discusiones. En las que le toman gran relevancia.

El set es muy similar al de un noticiero común: un espacio grande lleno de pantallas y unas sillas para los conductores. Estos, por lo general, usan terno y siempre están vestidos formalmente. Pese a que el tema principal es sobre un deporte, los conductores suelen estar vestidos de gala y el ambiente es muy formal.

En el caso de Teledeportes, este tiene un estilo y un discurso un poco más formal. Las noticias son presentadas como notas informativas y con menos detalles. Por lo general, son los resúmenes de los partidos y noticias relacionadas a este deporte. Un punto importante es que, a diferencia de Fútbol en América, este programa no es netamente futbolístico. Sin

embargo, el tiempo que se le dedica al fútbol es totalmente desproporcional a los otros deportes. Incluso, en uno de los dos programas sólo se comentó sobre fútbol.

El tono de los periodistas es menos coloquial que el primer programa. Este programa no utiliza tantas frases *futboleras*. Sin embargo, la sobrevaloración de este deporte también está presente. Ellos muestran al fútbol como una de las actividades más importantes del país. Y cada acontecimiento es de mucho valor.

En el caso de este programa, el set es, igual que en Fútbol en América, amplio y lleno de pantallas que repiten escenas de algún partido. El conductor y todos los invitados también visten de gala.

Como se pudo observar, estos programas suelen mostrar únicamente al fútbol. El lenguaje y la forma a la que se refieren a este deporte ha permitido que los peruanos sobrevaloren este evento. Y son estos programas los que han fortalecido la relación entre los peruanos y el fútbol. Además, colocan a este deporte como un elemento indispensable en nuestra identidad nacional. Con términos como "el deporte rey" o "el equipo de todos", han logrado colocar al fútbol como uno de los elementos más importantes en la vida de los peruanos.

Aplicando la teoría de Van Dijk (2003) en cada discurso periodístico existe un nosotros y un ellos. El nosotros representa a las personas o la idea que defiende el programa o el medio de comunicación. Al "nosotros", por lo general se le suele resaltar lo bueno y minimizar lo malo. En cambio, el "ellos" representa a todo el público al cual el medio no apoya o está en su contra. Por lo general, a estos se suele desacreditar o evitar mencionar. En el caso de estos programas, los hinchas del fútbol o las personas que apoyan al deporte son el "nosotros" y todo aquel que no apoye o no guste del deporte son el "ellos". Estos programas suelen apoyar la idea de que el fútbol es de suma importancia y que es aceptable tener un gran apego hacia

este deporte. Y todo aquel que no piense igual, es considerado un "no conocedor", "ignorante" o "anti-fútbol".

En conclusión, los medios de comunicación también han sido fundamentales para que el fútbol sea parte vital en la vida de los peruanos y de su identidad nacional. Estos al ser quienes deciden que mostrar, han optado por mostrar casi siempre noticias y sucesos relacionados al fútbol. Y este fenómeno ha permitido que el centro de atención de muchas personas esté enfocado en este deporte. Este fenómeno se ha logrado observar en el análisis de ambos programas dominicales. El contenido de ambos es casi totalmente sobre fútbol y la manera en la que es presentado, ha influenciado notoriamente en la percepción de la población hacia este deporte.

9. Capítulo 4: Los medios y el fútbol ha opacado a otros deportes en el Perú.

Otra de las grandes disyuntivas en esta investigación, fue conocer por que, en un país con tanta atención hacia el deporte, solo se consume y se practica fútbol en su gran mayoría. Y uno de los principales causantes de este fenómeno son los propios medios de comunicación deportivos, quienes por lo general transmiten noticias o acontecimientos relacionados al fútbol, dejando muy de lado a otros deportes. Este comportamiento se pudo observar durante el análisis de los dos programas: Fútbol en América y Teledeportes. En el primero, el programa estaba enfocado únicamente en este deporte. En el segundo, el tiempo que se le dio a otros deportes fue totalmente desproporcional al tiempo que se le dedicó sólo al fútbol. En el país, el periodismo deportivo es una de las ramas del periodismo más consumida. En muchos casos, los propios periodistas influyen en la percepción de millones de personas y es ahí en dónde cumplen un rol primordial. Pahuacho (2014) sostiene que en el Perú el periodismo deportivo está sobreestimado y eso lo convierte en una voz oficial para los miles de jóvenes que gustan del deporte.

“Según la Sociedad de Empresas Periodísticas del Perú (2013), el rubro de periódicos deportivos representa el 21,3% de la totalidad de diarios leídos semanalmente en nuestro país. Además, el uso de un lenguaje generalmente coloquial convierte a este tipo de periodismo en uno de los preferidos del público gracias al vínculo de continuidad que se logra establecer entre el lector y el diario: en muchas ocasiones, los redactores deportivos escriben como hablan, cometiendo errores ortográficos y utilizando la jerga”. (Pahuacho, 2014)

En otras palabras, el periodismo deportivo no solo cumple el rol de informar sobre los acontecimientos deportivos. Sino que también, debido a su gran influencia y consumo, son

los encargados de decidir que se transmite y que es tema de interés en el mundo deportivo del país.

Óscar Del Portal, uno de los conductores del programa Fútbol en América, mencionó que pese a que los medios deberían transmitir por igual todos los deportes, en la práctica esto se vuelve un poco más complicado. “A nosotros nos encantaría transmitir todos los deportes, pero hay muy poco apoyo de los televidentes y de las empresas privadas. Para tener un programa es necesario tener auspiciadores, y si estos no apoyan los programas polideportivos, es muy complicado”.

Erick Osore, otro de los conductores, coincide con lo mencionado por el otro periodista. Para él, el fútbol se ha adjudicado toda la atención de los peruanos y esto ha provocado que otros deportes sean poco cubiertos. “El fútbol en Perú es indescriptible. Acá todo es fútbol. Si nosotros ponemos otros deportes, son pocas las personas que de verdad se interesan”.

Mallma (2009) menciona que el rol de los medios y periodistas deportivos es fundamental para los espectadores. Son ellos quienes deciden que se ve y que no. Y la influencia que tienen sobre las personas es grande. Esta responsabilidad tiene que ser usada de una manera adecuada. Y son ellos mismos quienes interfieren en las preferencias del espectador.

“El periodista deportivo se ha convertido en uno de los más seguidos de la información especializada. Su influencia sobre sus receptores, sobre la masa ya no se discute. Se ve inmerso en una gran responsabilidad, ya que de sus escritos o palabras depende, en cierto modo, el comportamiento de los lectores (consumidores) del espectáculo deportivo”. (Mallma, 2009)

A partir de lo mencionado por Mallma (2009) se puede inferir que los medios han sido parte fundamental de la percepción que tiene el peruano sobre el fútbol. Y, por ende, también son responsables de que otros deportes no cuenten con el apoyo mediático ni social en el país.

Junto a ello, Pahuacho (2014) sostiene que el periodismo deportivo no sólo ha sobrevalorado al fútbol, sino que también a los propios futbolistas. Él menciona que en muchos casos se ha colocado a estos jugadores al mismo nivel de un héroe nacional. Un fenómeno, que a primera instancia no parece muy preocupante. Sin embargo, en la práctica termina siendo perjudicial para los otros deportistas. Quienes tienen problemas para encontrar patrocinadores o para tener un nivel mediático alto.

Utilizando los conceptos tanto de Pahuacho (2014) y Mallma (2009), se puede concluir que los medios deportivos del país deben ser los principales impulsores del deporte, y no solo del fútbol. Ellos, pese al comportamiento o gustos del consumidor, son los productores de la noticia y se debería incluir más segmentos sobre los otros deportes. Por ende, estos medios también son responsables de que en el país el fútbol sea tan sobrevalorado y que los otros deportes sean opacados por el denominado deporte rey.

10. Conclusiones:

Analizando todos los resultados de la investigación, contrastando autores y fuentes, se puede determinar lo siguiente:

- El fútbol es un elemento fundamental en la vida de los peruanos. Pese a ser, a primera vista, un simple deporte, este puede afectar en el estado de ánimo y en la forma de actuar de muchas personas en el país.
- El fútbol tiene una relación bastante estrecha con la identidad nacional de los peruanos. No hay forma de entender la identidad del país sin tomar en cuenta a este deporte.
- La selección peruana, los clubes y la periodicidad de estos eventos deportivos han generado un gran interés por este deporte en el país. Llegando a ser considerado como uno de los eventos de mayor atención.
- Este deporte ha construido costumbres, actividades, estereotipos e incluso un lenguaje propio en las personas que lo consumen o practican.
- En un país con tantas diferencias étnicas y culturales, el fútbol ha sido una de las pocas actividades que ha logrado unir a la población peruana bajo un mismo objetivo o ideal.
- El fútbol, a lo largo de los años, ha sido utilizado como una herramienta para inculcar nacionalismo en el país. Incluso, muchos gobiernos han utilizado la gran fama de este deporte con fines políticos.
- El fútbol también tiene relación con la violencia en el país. Este deporte, ha sido el nicho de grandes barras deportivas, que posteriormente han mutado a grupos delictivos.

- Los medios de comunicación y el periodismo deportivo han sido fundamentales en el desarrollo de este fenómeno. Ellos, a partir de su contenido, han influenciado notoriamente en la percepción de las personas sobre este deporte.
- La manera y el estilo en la que los periodistas muestran este deporte también han sido fundamentales en la sobrevaloración del fútbol.
- La gran popularidad del fútbol ha opacado considerablemente a otros deportes en el país. Estos han tenido menos apoyo mediático por parte de los medios de comunicación y la población. Esto ha provocado que muy pocas personas se interesen por algún deporte que no sea el fútbol.

11. Referencias:

Aguirre, C. (2014). Perú campeón: fiebre futbolística y nacionalismo en 1970. En: Aguirre, C. & Panfichi, A. (Eds.), Lima siglo XX. Cultura, socialización y cambio (1), 383-416. Recuperado a partir de: https://www.academia.edu/29055535/Per%C3%BA_campe%C3%B3n_fiebre_futbol%C3%ADstica_y_nacionalismo_en_1970

Álvarez, G. (2017, septiembre, 28). Entrevista con El Comercio. Recuperado a partir de: <https://elcomercio.pe/mundo/actualidad/llego-futbol-peru-entrevista-noticia-461559-noticia/>

Álvarez, L (2011). La compleja identidad personal. Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, vol. LXVI, n.o 2, julio-diciembre 2011, pp. 407-432. Recuperado a partir de: <http://dra.revistas.csic.es/index.php/dra/article/view/257/257>

Cabrera, Daniel. (2004). Imaginario social, comunicación e identidad colectiva. Junio 04, 2020, de Researchgate [sitio web: https://www.researchgate.net/publication/242731193_Imaginario_social_comunicacion_e_identidad_colectiva](https://www.researchgate.net/publication/242731193_Imaginario_social_comunicacion_e_identidad_colectiva)

Carrión, F. (2006). El fútbol como practica de identificación colectiva. Área de candela: Fútbol y literatura (1), 177-182. Recuperado a partir de: http://www.flacso.org.ec/docs/futbol_practica.pdf

Carrión, F. (2012) Fútbol y violencia las razones de una sin razón. Recuperado a partir de: <http://revistas.unam.mx/index.php/archipelago/article/view/55927/49616>

Cerruti A. & González, C. (2008). Identidad e identidad nacional. Revista de la Facultad, 14, 77-94. Recuperado a partir de: <http://fadeweb.uncoma.edu.ar/extension/publifadecs/revista/revista14/08-Cerutti&Gonzalez.pdf>

Guerrero, B. (2016). Fútbol en el norte grande de Chile: identidad nacional e identidad regional. Revista de Ciencias Sociales, 16, 4-15.

López, H. & Rodríguez, C. (2014). El debate sobre identidad individual e identidad colectiva. MILLCAYAC - Revista Digital de Ciencias Sociales / Vol. I / N° 1 / 2014, pp. 99-107. Recuperado a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665427>

Mallma, M. (2009) Prensa deportiva y sensacionalismo. El caso del diario Líbero y la eliminación de la selección peruana del mundial de fútbol, Alemania 2006 Prensa deportiva y sensacionalismo. Recuperado a partir de: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/14959/Mallma_am.pdf?sequence=1

Pahuacho, A. (2014) El tópico sacrificial en los discursos de la prensa deportiva en el Perú. El caso del futbolista Paolo Guerrero. Recuperado a partir de: <http://ojs.correspondenciasyanalisis.com/index.php/Journalcya/article/view/219/195>

Pahuacho, A. (2015). El fútbol y el héroe posmoderno. Conexión, (4), 50-69. Recuperado a partir de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/conexion/article/view/14974>

Pahuacho, A. (2018). Aproximación a los estudios sobre fútbol peruano y comunicación: prensa escrita, radio y televisión. Revista de comunicación, (17). Recuperado a partir de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332018000100007

Panfichi, A. (2016). Ese gol existe: Una mirada al Perú a través del fútbol. Lima, Perú: Fondo editorial PUCP.

Panfichi, A. (2013). El colapso del fútbol peruano, los clubes y su privatización. Polémika, 4(10), 54-59. Recuperado a partir de: <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/439>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [Fecha de la consulta: 04 de junio del 2020].

Porro, N. (1999). El fútbol como evento televisivo. Contratexto, (12), 93-123. Recuperado a partir de: <http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/724/696>

Rottenbacher, J & Espinoza, A. (2010). Identidad nacional y memoria histórica colectiva en el Perú: Un estudio exploratorio. Revista de Psicología, 28 (1), 147-174. Recuperado a partir de: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/435>

Rojas, J. (2014) Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. Correspondencias & Análisis, N° 4, año 2014, pp. 177-190. Recuperado a partir de: [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68618/PeriodismoDeportivoNuevasTendenciasYPerspectivasDe-6068722\(1\).pdf;jsessionid=D99D4940AD2746CF7500E684B822069F?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68618/PeriodismoDeportivoNuevasTendenciasYPerspectivasDe-6068722(1).pdf;jsessionid=D99D4940AD2746CF7500E684B822069F?sequence=1&isAllowed=y)

Tajfel, H. (1984). Grupos humanos y categorías sociales. Barcelona, España: Editorial Herder.

Talavera, P. (1999): "El valor de la identidad." Cuadernos electrónicos de filosofía del derecho, nº 2,. En línea. Junio 04, 2020, de Universidad de Valencia sitio web: <http://www.uv.es/CEFD/2/Talavera.html>

Van Dijk, T. (2003) Las estructuras ideológicas del discurso. Ideología y discurso. Barcelona, España. pp. 55 - 75.

Vergara, C. & Valenzuela, E. (2014). Todo es cancha: análisis y perspectivas socioculturales del fútbol latinoamericano. Santiago, Chile: Cuarto Propio.

Villena, S. (2003). Gol-balización, identidades nacionales y fútbol. Mayo 12, 2020, de CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales Sitio web: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100920013504/15Villena.pdf>

Wood, D. (2009). Golazo del Perú: De élites y fútbol. Mayo 12, 2020, de Razón y Palabra Sitio web: <http://www.razonypalabra.org.mx/GOLAZO%20DEL%20PERU%20DE%20ELITES%20Y%20FUTBOL.pdf>

1.