

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Facultad de Comunicación



TRABAJO DE FIN DE GRADO

Periodismo, Deporte y Política:

**Estudio de la Presencia del Procés Catalán en la
Prensa Deportiva Digital**

Alumno:

Miguel Guerrero Caballero

Tutor:

José Luis Rojas Torrijos

ÍNDICE:

-Resumen.....	3
-Palabras clave.....	3
-Objetivos.....	3
-Hipótesis.....	4
-Metodología.....	4
1. Relación entre Deporte y Política.....	6
1.1. La política y su influencia en los ámbitos de la vida.....	7
1.2. El deporte influenciado por la política: casos históricos.....	8
2. El Fútbol: ejemplo máximo del deporte como fenómeno poliédrico: social, económico y político.....	10
2.1. El fútbol como deporte rey de masas.....	11
2.2. El fútbol negocio.....	13
2.2.1. Réplica de los aficionados: el fútbol popular.....	16
2.3. Fútbol y política, de la mano.....	17
3. El periodismo ante la relación entre deporte y política.....	21
4. Ejemplos en España de la relación deporte y política.....	25
4.1. Nacionalismos vasco y catalán. Selecciones.....	27
5. El caso concreto del procés.....	31
5.1. Barça vs. Madrid, la extrapolación del conflicto independentistas vs. Estado español.....	33
6. Análisis del tratamiento en los medios digitales.....	39
-Conclusiones.....	54
-Referencias Bibliográficas.....	56
-Entrevistas.....	67

RESUMEN:

La política es un campo que se relaciona con otros muchos ámbitos de la sociedad y de la vida en general. Uno de ellos, el deporte, cuya relación con la política se ve reflejada en el periodismo deportivo. A lo largo de la historia, han sido numerosos los casos en los que la influencia política sobre el deporte ha quedado reflejada de forma clara y evidente. Especialmente, el fútbol es el máximo exponente de esta realidad debido a su carácter masivo. España no ha sido ajena a este fenómeno, puesto que cuenta desde principios del siglo XX hasta la actualidad con una gran cantidad de ejemplos en los que el deporte se ha visto contaminado por el poder político. Uno de los más actuales es la influencia que está ejerciendo la situación política en Cataluña, conocida como el procés, sobre el deporte y, a su vez, sobre la prensa deportiva.

PALABRAS CLAVE:

Deporte, política, fútbol, España, poder económico, nacionalismo, procés, Cataluña, periodismo, prensa deportiva digital.

OBJETIVOS:

Los objetivos que persigue cumplir este Trabajo Fin de Grado se pueden enumerar de la siguiente forma:

1. Reflejar la histórica relación entre deporte y política y profundizar en cómo los poderes políticos y económicos han influido sobre el deporte y la forma en la que lo han utilizado en beneficio de sus intereses.
2. Demostrar que el fútbol es el deporte que, por su carácter masivo, muestra una mayor influencia de la relación con la política y cómo se manifiesta dicha relación.
3. Realizar un recorrido histórico de los diferentes casos y ejemplos internacionales y españoles en los que esta relación ha adquirido una visibilidad, importancia o influencia considerables.
4. Analizar la influencia del procés catalán en el deporte y en la prensa deportiva y cómo esta ha gestionado la relación deporte-política en dicho caso.

HIPÓTESIS:

La hipótesis inicial de partida consiste en verificar si el poder político utiliza el deporte para su propio beneficio e interés, y el modo en el que se lleva a cabo. Esto influye sobre el propio deporte, alterando sus valores y principios. Dicha influencia se ve más acusada en el caso del fútbol al ser este el ‘deporte rey’, es decir, el que congrega a un mayor número de personas. En nuestro país, entre los diferentes casos en los que se ve reflejada la relación deporte-política, hay que destacar el procés catalán por su rigurosa actualidad. El movimiento nacionalista ha adquirido un mayor protagonismo en los últimos años y esto se ha visto reflejado en el deporte. Los independentistas han utilizado este ámbito para sacar rédito político y esto, a su vez, ha condicionado al periodismo deportivo.

METODOLOGÍA:

Para analizar el tratamiento del procés catalán en la prensa deportiva digital, el primer paso ha sido seleccionar los periódicos de los cuales escoger las noticias que han sido analizadas. Son cuatro periódicos escogidos teniendo en cuenta el criterio y la justificación de la diversidad: la elección consiste en optar por dos medios deportivos, uno de Madrid (*MARCA*) y otro de Barcelona (*SPORT*) y las secciones deportivas de dos periódicos generalistas, uno cuyo localización geográfica sea Cataluña (*La Vanguardia*) y otro cuya sede sea Madrid (*El País*).

En segundo lugar, acoté los hitos más importantes del nacionalismo catalán en los últimos años ya que estos son los que más influencia y visibilidad han tenido en la prensa en general y en la deportiva en concreto. Se pueden destacar estos seis como los hechos más trascendentes y el origen de las noticias que han sido analizadas:

1. Elecciones autonómicas del 27 septiembre de 2015 (es interesante porque coincidió con que meses antes fueron las elecciones para presidir el FC Barcelona, y los cuatros candidatos se comprometieron por escrito a apoyar la independencia).
2. El derecho a decidir, expresado en situaciones como la Diada (especialmente 2014, con polémica sobre Piqué; y en 2018, en este caso, con Xavi, que pidió la liberación de los presos políticos).
3. El Camp Nou, escenario de las proclamas independentistas (como la cadena humana que lo cruzó o el concierto por la libertad, entre otras situaciones).
4. Investidura de Carles Puigdemont (contó con la felicitación y respaldo de diferentes clubes).
5. Uno de octubre de 2017 (Referéndum ilegal).
6. Sentencia del procés (se incluiría el aplazamiento del partido frente al Madrid y los comunicados de los diferentes clubes catalanes).

En tercer lugar, delimité la muestra. Al ser cuatro periódicos los seleccionados y seis los hitos a estudiar, decidí discriminar tres noticias por hito/periódico, lo que hizo un total de 72 noticias analizadas. Para dicho análisis, utilicé una ficha con varios ítems que permitió obtener resultados cualitativos y cuantitativos sobre estos, sin renunciar a analizar la singularidad de alguna de las noticias que por su trascendencia o significación mereció ser estudiada particularmente. La ficha de análisis fue la siguiente:

ÍTEMS	
¿Información u opinión?	
¿Sección?	
¿Fútbol u otro deporte?	
¿Referencias a la política en el título?	
¿Referencias a la política en la fotografía?	
¿Referencias a la política en el cuerpo?	
¿Fuentes deportivas?	
¿Fuentes políticas?	

Con el objetivo de ahondar en el asunto y conocer de primera mano la forma en la que los profesionales del periodismo deportivo asumen la relación deporte-política, he realizado un cuestionario a varios periodistas con preguntas referentes a la temática de este TFG. Los periodistas que han participado y respondido a este cuestionario son: Gorka R. Pérez (*El País*); Juan Irigoyen (*El País*); Rubén López (*COPE*); Héctor Fernández (CEO de *Group Hache* y experiodista de *Onda Cero*). Aunque el análisis del tratamiento del periodismo deportivo sea a través de noticias online, he considerado oportuno introducir la versión de periodistas de otros tipos medios de comunicación –en este caso, del medio radiofónico- que permitan establecer comparativas y conocer de manera más global y diversa la cuestión. El cuestionario constaba de una serie de preguntas que versan sobre los diferentes aspectos intrínsecos al tema del trabajo: “Periodismo deportivo desde un prisma político. Estudio de la presencia del procés catalán en la prensa deportiva digital”. La primera de las preguntas hace referencia a si el periodista encuestado considera que el deporte está influenciado por la política. En caso afirmativo, la segunda pregunta versaba sobre si el periodismo deportivo debería reflejar dicha influencia y/o relación o, si por el contrario, debería optar por una separación entre ambos. En tercer lugar, se cuestionaba si el medio para el que trabaja el encuestado tiene directrices sobre este asunto o si se recoge la forma de tratarlo en el libro de estilo. En la cuarta pregunta se comienza a concretar más en el estudio, y versa sobre el posible aumento en los últimos años de la presencia de la política en las secciones deportivas como consecuencia del procés catalán. La siguiente cuestión, la quinta, pregunta si ese posible aumento ha sido aún mayor en el caso del fútbol. Y por último, el periodista encuestado ha de dar su opinión sobre si el enfrentamiento entre el Estado español y los independentistas catalanes se ha extrapolado, en el caso del balompié, a los duelos FC Barcelona-Real Madrid y por el papel que ha podido desempeñar el periodismo deportivo en dicha extrapolación.

1. Relación entre Deporte y Política

El deporte es un pilar fundamental en la vida de muchas personas, ya sea porque lo practiquen o porque sean aficionados. En este caso último, existe un debate que se remonta a muchos años atrás. Se trata de, primero, si el deporte se ve influenciado por la política y, en segundo lugar, la conveniencia de esa relación.

Ante esta coyuntura, se dan posturas que abogan por la separación total de ambas. Incluso, ese punto de vista de separar ambos ámbitos proviene de personajes pertenecientes a dichos campos. Es el caso de Pablo Casado, líder del Partido Popular a nivel nacional, aunque sus declaraciones que se recogen a continuación las pronunció cuando aún ostentaba el cargo de vicesecretario de Comunicación del partido, meses antes de asumir el liderazgo. El dirigente popular llegó a pedir la no instrumentalización de una competición de fútbol nacional: “El deporte tiene que ser deporte, y la utilización política del fútbol y de la Copa del Rey no es positiva” (EFE, 2018). Estas declaraciones sirvieron para respaldar la actuación de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, que requisaron símbolos referentes a la independencia catalana durante la final de Copa del Rey de 2018, en la que se enfrentaron el Sevilla FC y el FC Barcelona y que se saldó con victoria culé.

También encontramos casos en el otro ámbito implicado, es decir, en el propio mundo del deporte. El periodista deportivo Josep Pedrerol, en uno de los editoriales que realiza durante ‘*Jugones*’, la sección deportiva del informativo de *La Sexta*, criticó la postura política que considera está tomando el FC Barcelona. Consideró que esta politización es la culpable de que el Camp Nou registrase 13.000 espectadores menos de media en la temporada 2007-08 con respecto a la anterior: “Quizá sea culpa del tiempo, del horario o de los precios. Pero hay algo más. La política. En el Camp Nou ha habido más esteladas que banderas del Barça. Está claro: Mezclar política y deporte es una mala idea y el Barça lo está pagando” (El Español, 2018), sentencia en su editorial Pedrerol.

Precisamente, es este movimiento nacionalista catalán uno de los máximos y más recientes exponentes de la influencia de la política sobre el deporte. Gerard Piqué, futbolista catalán de la Selección nacional, ha soportado durante mucho tiempo los focos de prensa y aficionados. El motivo es que sus mensajes en ruedas de prensa y redes sociales eran interpretados por muchos como mensajes políticos a favor de la causa independentista. Por ello, era abucheado por un sector de los propios aficionados españoles quienes no comprendían que, según ellos, un catalán independentista defendiese la elástica de la Roja. Esto llevó a una situación de crispación, silbidos y reproches que hicieron que Piqué abandonase la Selección tras el Mundial de Rusia de 2018. Una situación tensa que el capitán de la Selección, Sergio Ramos, trataba de apaciguar de cara al Mundial con palabras como estas: “Yo creo que es un error mezclar el tema político con el tema del deporte. Por encima de todo, hay un bien colectivo, que es el fútbol y el Mundial de Rusia [...] Hemos intentado evadirnos de todo el tema político, de todo el ruido que ha habido aparte del tema del deporte. El fútbol es un deporte para unir” (ABC, 2017).

1.1. La política y su influencia en los ámbitos de la vida

No obstante, aunque existen voces críticas que puedan llegar a suscitar el debate, parece claro que la relación entre deporte y política es un hecho que se constata en multitud de casos acontecidos a lo largo de la historia. Esta relación no es algo que pueda denominarse como positivo ni negativo, sino que parece un fenómeno constatado.

Lo que sí puede ser más o menos correcto es la utilización de dicha relación, es decir, usar políticamente la influencia que el deporte tiene sobre la ciudadanía. En definitiva, utilizar esa relación en aras de un fin político más o menos legítimo o democrático. La multiplicidad de estos casos son también diversos: existen casos en los que se aprovecha la relación entre política y deporte para apoyar causas como la democracia o la defensa de los derechos humanos; y al contrario, se produce también la utilización de esa misma relación para lavar la imagen de dictaduras o propagar ideologías autoritarias y atroces, por ejemplo. Esto hace que, partiendo de una realidad existente como es la influencia política, sea la actitud y el aprovechamiento de dicha realidad por parte de las élites o clases dirigentes lo que determine si es beneficiosa, perjudicial o neutra la relación entre deporte y política.

Parece innegable la existencia de esta relación de la que se ha estado hablando anteriormente. No solo encontramos pruebas en los múltiples casos que han tenido lugar andando el tiempo, que más adelante veremos, sino también en el terreno de los conceptos. Fragoso (2016), en un estudio sobre la evolución de los conceptos de política y vida cotidiana, interpreta a Aristóteles y llega a la siguiente conclusión:

En la Política, se dirige al ser humano como el zoon politikon, el animal político, es decir, el que se socializa, en este sentido, para Aristóteles, el tener una vida política y formar parte de la polis eran una misma actividad, que el hombre era político no significaba una acción más en su vida, sino desde ella se definía, la política era una actividad inherente a la naturaleza humana. (Fragoso, 2006).

Es decir, la política impregna todos los aspectos de la vida del ciudadano ya que es intrínseca a él. Se entiende, por tanto, que el ser humano no puede separarse de la política ya que esta pertenece a su naturaleza. En cualquier fenómeno en el que participen las personas, en el que la humanidad intervenga, como es el caso del fútbol, encontramos política.

En esta misma línea articula su respuesta Juan I. Irigoyen, periodista deportivo de *El País*, a la pregunta de si cree que el deporte está influenciado por la política: “No creo que no haya nada que no esté influenciado por la política. Hasta en lo más puro del deporte amateur se puede encontrar un interés político, una ayuda interesada al servicio de un bien personal.” Afirma, entonces, que cualquier aspecto se encuentra condicionado por la política, y el deporte no iba a ser menos.

1.2. El deporte influenciado por la política: casos históricos

Esta visión social y humanista de la política, que se resume en que esta última está presente en todos los momentos de la vida de las personas porque es intrínseca a ellas, no es la única justificación. A lo largo de la historia, numerosos son los expertos que han señalada la estrecha relación entre el deporte y la política. Esta relación, por otro lado, se ha visto reflejada en la práctica en múltiples casos concretos.

Estos casos son muy variados y comprenden todo el espectro ideológico y de formas de gobierno. Desde dictaduras militares hasta estados democráticos, desde gobiernos de izquierda hasta gobiernos de derechas: todos están de acuerdo en “la utilidad política del deporte” (Ramoneda, 2015). La politización del deporte no es la bandera de una única ideología, de un único poder, sino que todos los gobernantes reconocen en él su capacidad para sacar rédito político. Obviamente, esa utilización será más o menos legítima en función de los fines de la misma. No es lo mismo utilizar al deporte para lavar la imagen de una dictadura que para defender los derechos humanos. Existe un abismo entre ambos. Un abismo que, sin embargo, encuentra un denominador común: la utilización política del deporte.

Encontramos un ejemplo positivo en el que se utilizó el deporte como herramienta para defender la unión de un país cuya población estaba enfrentada por cuestiones raciales. Hablamos de Sudáfrica. Nelson Mandela, primer presidente sudafricano elegido democráticamente y activista que estuvo gran parte de su vida en la cárcel, vio en el deporte una herramienta de la que obtener “notables plusvalías políticas” (Suárez, 2015: p. 159). En Sudáfrica, las diferencias entre negros y blancos seguían siendo importantes incluso después del apartheid –sistema de segregación racial-. Los sudafricanos blancos conformaban las élites mientras que los negros, a pesar de ser la mayoría de la población, eran quienes sufrían la discriminación racial. Con la llegada de Mandela, activista contra el apartheid, a la presidencia del Gobierno comenzó a consumarse la unificación social del país en la que el deporte “jugó un papel fundamental” (Budd, citado en Suárez: p. 167).

No fue fácil. Incluso el deporte se encontraba racializado: el rugby era el deporte practicado mayoritariamente por blancos, mientras que el fútbol lo practicaban fundamentalmente personas negras. Mandela, a través del deporte, quiso unir a la población, eliminar las distintas barreras raciales que aún seguían existiendo cuando llegó a la presidencia en 1994. El deporte fue la base de la reconciliación. Nelson Mandela y todo el país apoyaron a los Springboks -selección de rugby de Sudáfrica- en la final que disputaron contra Nueva Zelanda. Un apoyo que no fue fácil conseguir ya que el conjunto nacional estaba formado por 14 jugadores blancos y tan solo uno negro y, para muchos, era un símbolo de la represión sufrida durante los años de la segregación racial. Fue la primera vez que, en aquella final de la Copa del Mundo de rugby, todo el país, sin importar color de piel de cada ciudadano, aspiraba a conseguir lo mismo: que su selección se proclamase campeona. Mandela se jugó mucho aquel día ya

que se podría haber incrementado la factura tanto por los suyos como por los afrikáners (Carlin, 2009: pp. 23-32).

Fue, por tanto, el deporte uno de los primeros ámbitos que comenzó a reflejar y apoyar el consenso y la unión de toda la población sudafricana. Mandela, a quien le costó enormemente que su gente le siguiera en el apoyo a los Springboks en aquella final pero que finalmente dio resultado, se percató entonces de que el deporte podía ser un instrumento fundamental en sus aspiraciones como presidente, que no eran otras que la unión social del país (Carlin, 2009: p. 15). Un instrumento que utilizó en más ocasiones posteriores. Por ejemplo, un año más tarde de esa final del Mundial de rugby, en 1996, fue el turno de la selección de fútbol. El conjunto sudafricano se impuso a Túnez en la final y se proclamó campeón de la Copa de África. En el banquillo, Clive Barker, técnico de la selección y blanco. Que el seleccionador nacional del ‘deporte de negros’ fuese blanco fue uno de los reflejos del deseo de unión del país, de derribo de esas barreras raciales. Y el propio técnico era consciente de ello: “Este equipo es el símbolo de la nueva democracia sudafricana. El rugby es blanco, el cricket es blanco, pero nosotros representamos a toda la población. Somos el equipo del pueblo” (Barker, citado en Suárez, 2015: p. 160). El seleccionador sudafricano era consciente que el deporte cumplía un papel fundamental en la unificación del país, incluso defiende que superior a la política: “Los futbolistas sudafricanos contribuyeron mucho más a derrumbar la barrera en los días de la segregación racial que todo el trabajo realizado por los políticos” (FIFA.com, 1997).

Pero también encontramos ejemplos negativos de la utilización del deporte al servicio de políticas e ideologías autoritarias e incluso sangrientas. Uno de los casos más importantes en este sentido fueron los Juegos Olímpicos de Berlín de 1936, celebrados en la Alemania nazi. Adolf Hitler, en un primer momento, no se interesó demasiado en tal evento. Fue su ministro de Propaganda, Joseph Goebbels, quien le advirtió y convenció de lo importante que podía ser para el régimen estos Juegos. Principalmente, el evento deportivo de mayor magnitud serviría para demostrar al resto del mundo quién era la nueva principal potencia. Para ello, además de demostrar una organización excelente, Alemania debía imponerse deportivamente para así inocular la idea en el resto de países de que ellos “eran los llamados a dominar el nuevo orden mundial” (Suárez, 2015: pp. 227-228). Y lo consiguieron, puesto que arrasaron con las medallas superando incluso ampliamente a Estados Unidos, país que por excelencia suele acumular más metales en los Juegos Olímpicos.

En la Carta Olímpica se recoge una serie de valores que deben ser fundamentales en el ámbito deportivo. La primera edición de esta Carta se remonta a 1908, aunque tuvo su última actualización en 2018. En ella, se afirma que una de las obligaciones del Comité Olímpico Internacional es la de “oponerse a todo abuso político o comercial del deporte y de los atletas”. También, el COI está obligado a “poner el deporte al servicio de la humanidad”. A pesar de estas dos obligaciones y/o funciones del COI, que son a modo de ejemplo, y a pesar de la existencia de un Comité de Ética que debe velar por que se cumplan los valores olímpicos, los Juegos celebrados por la Alemania nazi no son una

excepción. Encontramos en los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 otro caso en el que el olimpismo se puso al servicio de los intereses políticos de un Estado. En este caso, de la potencia China, un Estado comunista y fuertemente autoritario en el que el respeto a los derechos humanos no está del todo garantizado. A pesar de que los valores del olimpismo hagan pensar que el COI debe tenerlos como bandera, Jacques Rogge, expresidente del Comité, llegó a afirmar que “el olimpismo no es el ámbito para discutir si un país aplica o no la pena de muerte” (Suárez, 2015; p. 281). Frase sentenciadora que sirve para justificar que los intereses políticos sigan imponiéndose a los valores olímpicos.

El olimpismo, a lo largo de su historia, ha aglutinado algunos de los casos donde la relación entre deporte y política ha sido más determinante e influyente. Si existe algún otro fenómeno que le pueda hacer competencia en ese sentido es el deporte rey y de masas: el fútbol.

2. El Fútbol: ejemplo máximo del deporte como fenómeno poliédrico: social, económico y político

Tal y como se ha abordado anteriormente, la relación entre deporte y política se manifiesta en numerosos casos a lo largo de la historia. Por tanto, se puede entender que la política forma parte, de alguna manera, del deporte. Pero no es el único poder que muestra una influencia sobre él. El deporte puede ser considerado como un fenómeno complejo en el que intervienen diversos poderes y agentes. En un símil, se asemeja a una figura geométrica que cuenta con múltiples caras. La unión de todas ellas forma el producto final. Uno de los agentes más importantes que influyen sobre este resultado final es el poder económico, el mercado.

Cada vez son más los que perciben el deporte como un negocio, ya sea por desencanto ante la mercantilización del mismo o bien como una oportunidad para obtener rentabilidad (grandes inversores, multinacionales, etc). La economía se ha impuesto a todos los demás componentes del deporte de manera considerable. El mercado ha tomado y acaparado el mando –como ocurre en otros tantos campos, véase la literatura o el cine- y es el dinero el que dicta sentencia. En el caso concreto del deporte, la liberalización del mercado ha conllevado la profesionalización del sector, la creación de sociedades anónimas deportivas, la importancia y supremacía de los patrocinios y, en definitiva, la mercantilización. Esta última, a su vez, ha repercutido en que el mercado y su lógica se impongan sobre los valores éticos y originales del deporte. (Morgan, citado en Sarremejane, 2016).

Esta mercantilización del deporte es una idea generalizada y bastante extendida. No obstante, se puede decir que es una característica moderna, una transformación que ha sufrido este ámbito a lo largo de su evolución. En el origen del deporte, no se contemplaba el interés económico ya no solo como un aspecto fundamental, sino que ni

siquiera se tenía en cuenta como un factor secundario. El concepto de deporte ha ido evolucionando a lo largo del tiempo, puesto que a finales del siglo XIX y principios del XX “el deporte no era un negocio, no era un *modus vivendi* y tampoco se entendía como una actividad con la que una persona pudiera ganarse la vida, al menos como se la ganan en nuestros días” (Massanet, 2017). El plano económico quedaba a un lado, tanto para el poder del mercado que en un origen no se fijó en el deporte como para los deportistas, que no consideraban que esta actividad pudiera repercutirle beneficios de índole económica.

Pierre de Coubertin, el fundador de los Juegos Olímpicos modernos, rehuía de este componente económico del deporte: “No es un artículo de lujo [...] El deporte es una fuente de perfeccionamiento interno para cada persona. La profesión no tiene nada que ver con ello” (Massanet, 2017). Esta cita puede servir para rubricar la crítica que muchos autores articulan sobre la deriva de negocio e industria que ha tomado el deporte y que cada vez alcanza cotas más altas, especialmente, el fútbol.

Y es que es probable que Coubertin no se imaginase, cuando recuperó los antiguos Juegos Olímpicos y los adaptó a la edad contemporánea, en el movimiento económico que supondrían. A medida que pasan los años, las cifras con las que se cuentan los millones suman más dígitos. El crecimiento es exponencial y suponen una auténtica barbaridad: los Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992 recibieron en derechos televisivos unas 630 veces más que los Juegos de Roma, celebradas 32 años antes y en la cual la retransmisión del evento era tan solo a nivel nacional (Galeano, 1995).

2.1. El fútbol como deporte rey de masas

El fútbol es el máximo ejemplo de la situación del deporte, del dominio del poder político y económico. Esto se debe a que es el ‘deporte rey’, el más seguido y más practicado en el mundo. Y ya no solo es el deporte que genera más expectación, sino que algunos estudiosos lo consideran como “el espectáculo más popular del mundo, capaz de arrastrar consigo auditorios multimillonarios” (Ruiz, 2010: p. 15). Que el balompié sea el deporte más masivo explica que todas las características anteriormente comentadas acerca de la relación entre política y economía con el deporte se vean en el caso concreto de fútbol de manera más clara y acentuada.

Aunque en sus inicios, era un deporte practicado por las élites y los caballeros de la sociedad inglesa, pronto se convirtió en un bálsamo ante las penurias de la clase obrera. Esto se ve reflejado en la serie *Un juego de caballeros (The English Game)*, basada en hechos reales e inspirada en la sociedad de Inglaterra de finales del siglo XIX. En los distintos capítulos se observa cómo la pasión por el fútbol iba extendiéndose y llegaba a las clases más humildes. Hay un momento que queda reflejada la pasión e importancia en las vidas de las personas que el fútbol comenzó a despertar. El presidente del equipo de fútbol de la humilde localidad de Darwen no tenía dinero para pagar el transporte del equipo para disputar un partido de la FA Cup. Los habitantes del pueblo, humildes

obreros, dieron dinero para costear el desplazamiento. Necesitaban ese dinero que estaban dando para comer, pero, tal y como comentó el presidente a uno de los futbolistas, esa gente humilde necesitaba también el fútbol.

Tal es el impacto del fútbol en las sociedades que se convierte incluso en un reducto de encuentro en momentos tan complicados como la guerra. La fuerza y pasión por este deporte consiguió incluso ser un oasis de paz en una situación tan dramática como es una guerra. Ocurrió en la Nochebuena de 1914, en plena I Guerra Mundial, durante una tregua entre las tropas francesas, británicas y alemanas. Además de compartir vivencias, recuerdos, alimentos, etc. también hubo tiempo para jugar al fútbol en pleno campo de batalla con soldados de diferentes bandos en ambos equipos (Leal, 2017). Y aunque en los días posteriores hasta el final de la guerra, los disparos ya no proyectaban balones a porterías sino balas, hubo unas horas de paz en el que el esférico fue la unión entre soldados enemigos.

Esta devoción por el fútbol es mucho mayor en los países sudamericanos. Allí, la sociedad se identifica con el balompié, es un reflejo de la misma y, a la vez, un salvoconducto, una herramienta para inhibirse de los muchos problemas que asolan a la mayoría de la población (Valdano, citado en Suárez, 2015: p. 23). En relación con esa marginalidad, el fútbol adquiere una dimensión mayor porque es “juego y fiesta a la vez”, un oasis en el desierto, una forma de dotar felicidad a una vida marcada por la pobreza, la ausencia de metas y de un futuro digno y con posibilidad de crecimiento (Cohen, citado en Suárez, 2015: p. 35). Ya sea de una forma u otra, el fútbol salpica a todo el continente, es una pasión sin la cual no podría entenderse su idiosincrasia:

“Alrededor de la pelota, se va acercando el país, el continente entero porque, en Sudamérica más que en cualquier otro lugar del mundo, el fútbol es pueblo [...] ¿Todo el pueblo? Sí, nadie está al margen”. (Valdano, citado en Suárez, 2015: p. 28).

Pero no es una pasión exclusiva de Sudamérica, aunque allí se viva de una forma más intensa. Es una pasión que no entiende de fronteras. En España también está muy presente este arraigo futbolístico, que además surge desde los primeros instantes de la vida. Una parte importante de los niños de nuestro país sueña con ganarse la vida dando patadas a un balón. Es la profesión que más se repite entre los niños varones que respondieron a la XV encuesta Adecco, hasta el punto de que uno de cada cuatro aspira a ser futbolista. Es una tendencia que se viene repitiendo desde el inicio de las encuestas a principios de siglo. Lo que sí parece haber variado es la voluntad de las niñas: aunque aún lejos del porcentaje que alcanza el fútbol como profesión deseada en los niños, esta crece cada vez más entre las niñas hasta situarse en algo más de un siete por ciento (A.M., 2019). Estos datos evidencian que el arraigo del fútbol en las sociedades se inicia en una edad muy temprana.

Este respaldo de una importante parte de las sociedades también le otorga una serie de responsabilidades. En cierta medida, parece que un sector del mundo futbolístico parece ser consciente de ello y asumen que en su relación con el fútbol hay una especie de responsabilidad social. Es lo que ocurrió con la celebración del Mundial de Alemania

2006, que pareció repercutir en la sociedad alemana positivamente en términos de apertura. Esto se tradujo año más tardes en numerosas iniciativas solidarias nacidas en el seno del fútbol, como la Common Goal, impulsada por la organización Streetfootballworld, iniciativa mediante la cual futbolistas como Hummels (uno de los pioneros) donan un pequeño porcentaje de su salario, al menos el uno por ciento, para colaborar en distintos proyectos sociales en todo el mundo. Otro ejemplo es el área “Deporte para el desarrollo”, creado conjuntamente por la Federación Alemana de Fútbol y el Ministerio alemán con el fin de integrar a refugiados a través de una misma pasión: el balompié (Reith, 2018: p. 12).

El fútbol, en su condición de fenómeno sociológico, puede entenderse o percibirse de dos formas distintas. Por un lado, puede defenderse que el fútbol es un “espejo de nuestras sociedades” (Ramonet, citado en Suárez, 2015: p. 170). Los autores que ven en el fútbol un espejo de los ciudadanos observan el reflejo tanto de lo positivo de la condición humana, como puede ser la solidaridad y otros valores que se pueden encontrar en el deporte, como también de lo negativo, entre lo que se puede nombrar el dopaje, la supremacía económica o la influencia política (Villoro, 2014). Pero por otro lado, existen autores y expertos que consideran que el fútbol, más que un fiel reflejo de la sociedad, es una idealización de la misma, es decir, una imagen pretendida, soñada o, a veces, interpretada. Un ejemplo se encuentra en la selección francesa que disputó el Mundial de 1998 y que se proclamó campeona. Entonces, el equipo francés que representó a su país fue objeto de dos visiones sesgadas o lecturas. Una de ellas defendía que esa selección no era representativa de Francia. La segunda, por el contrario, quiso utilizar a los futbolistas campeones del mundo como la prueba de que en el país galo había triunfado la integración y la convivencia entre las comunidades extranjeras hasta formar una sociedad ejemplar. Dos perspectivas que se pueden rechazar, una por “racista y la segunda por irreal” (Ramonet, citado en Suárez, 2015: p. 170).

2.2. El fútbol negocio

Más allá de ese debate de si el fútbol es un espejo o no de las sociedades, es necesario aclarar que si realmente se trata de un espejo, no solo es eso, sino que va más allá. Debido a las pasiones que levanta, a la masa que mueve, su influencia social no se limita solo a ser un reflejo, sino que se convierte en un “motor o, al menos, catalizador” de esas sociedades que refleja (Reith, 2018; p. 10). Dicho motor puede utilizarse de muy variadas formas. Un ejemplo es el que se ha expuesto en el apartado anterior, como un impulso para el desarrollo a través de iniciativas solidarias y sociales, pero también se utiliza como un motor económico del que, principalmente, salen beneficiados unas pequeñas élites.

El deporte rey, el que genera una mayor expectación en todo el mundo, ha ido evolucionando hasta convertirse en una industria que mueve miles de millones al año.

Igual que el deporte en general, esta mercantilización del fútbol no se ha producido desde su origen, sino que es consecuencia de su evolución. Uno de los aspectos que más han contribuido a que el poder económico asalte al balompié es el interés de las televisiones por retransmitirlo. Ya lo dijo Joao Havelange, expresidente de la FIFA, en una frase que resume a la perfección la idea que muchos tienen del fútbol como negocio: “El fútbol es un producto comercial que debe venderse lo más sabiamente posible” (Havelange, citado en Galeano, 1995).

La publicidad y los patrocinadores han contribuido enormemente a que el fútbol se convierta en eso, en un producto comercial. Según el ránking que elabora *France Football*, Messi ingresó 130 millones durante la temporada 2018-19, de los cuales 38 millones fueron de contratos publicitario (EFE, 2019). Es decir, casi el 30% de los ingresos del futbolista que más dinero obtuvo durante dicha temporada responde a conceptos publicitarios. No es algo nuevo el hecho de que se reclame, debido a su popularidad, a los deportistas –y, en concreto, a los futbolistas- para protagonizar campañas y anuncios. Ya ocurrió con Alfredo Di Stéfano, quien protagonizó un anuncio en el que mostraba su deseo de usar medias Berkshire en caso de haber sido mujer (Ruiz, 2010; pp. 17-18). Esto sentó mal en su momento a la directiva merengue del momento, pero la mercantilización ha adquirido cada vez una dimensión mayor con el paso de los años, hasta el punto de que el propio Real Madrid se ha convertido en competencia de la marca anunciada por la Saeta Rubia:

“Hoy, el mismo negocio, presidido por Florentino es el que toma la iniciativa lanzando una colección de lencería macarra con el escudo del Madrid bordado en las partes pudendas de calzoncillos, bragas y sostenes” (Ruiz, 2010; pp. 17-18).

El libro *Futbolistas de izquierdas* del periodista Enrique Peinado, más conocido como Quique Peinado, cuenta con un epílogo escrito por el político Alberto Garzón. Es una prueba doble de la relación deporte-política: un libro dedicado a contar la historia de jugadores de ideología con tendencia a la izquierda que, además, cuenta con la visión del fútbol de un político. Garzón, reconocido comunista, dedica gran parte del prólogo a criticar la deriva capitalista que entiende está tomando desde hace ya tiempo el fútbol. El líder de Izquierda Unida, que además es economista, asegura en dicho prólogo que todos los deportes en general, y muy concretamente el fútbol, se encuentran mercantilizados. Él entiende esto como un hecho que va en contra de su esencia, y lo llega a denominar como un “secuestro”: “Dicho de otra forma, asistimos a la distorsión de la concepción original de un deporte popular por parte de sectores del capital que buscan incrementar sus riquezas individuales” (Garzón, 2013: p. b).

La pandemia del coronavirus, que afectó prácticamente a la totalidad de los países, también dejó ejemplos de la mercantilización del deporte y, muy concretamente, del fútbol. Por ejemplo, las informaciones de carácter deportivo han versado, fundamentalmente durante los días de confinamiento, sobre el aplazamiento de las competiciones deportivas y sus respectivas consecuencias económicas. En los debates, una de las cuestiones más repetidas era cuándo debían retomarse las competiciones para poder paliar lo máximo posible las pérdidas económicas en concepto de los derechos

televisivos. Otro aspecto económico tratado fueron los ERTE (Expediente de Regulación Temporal de Empleo) que algunos clubes meditaron y aplicaron. Esto se debe a que la paralización de la competición supuso la interrupción de la mayoría de los ingresos de los clubes en concepto de “derechos de televisión, mercadotecnia y taquillaje” (Gay de Liébana, citado en Hernández, 2020). El coronavirus ha puesto en jaque a los clubes de fútbol y ha sacado a relucir su condición de empresas y la prevalencia del aspecto económico por encima de los valores deportivos.

De entre todos los ejemplos del poder del mercado sobre el fútbol durante la crisis sanitaria, destaca uno muy claro de cómo los intereses económicos están incluso por encima de la cuestión social y humanitaria dentro del mundo futbolístico. El youtuber Ibai Llanos decidió crear un torneo solidario que tenía como fin entretener en esos momentos en los que La Liga Santander estaba suspendida y, sobre todo, recaudar fondos para ayudar a combatir el coronavirus. Este torneo, bautizado como #LaLigaSantanderChallengue, consistía en que un futbolista de cada equipo de la Primera División ejerciera de representante de su club en una competición online de FIFA 20. En un principio, todos los clubs participaban, pero a última hora se cayeron dos: el FC Barcelona y el RCD Mallorca, cuyos representantes iban a ser Sergi Roberto y Alejandro Pozo, respectivamente. El motivo por el que finalmente no disputaron dicho torneo benéfico es que ambos clubes cuentan con contratos de exclusividad con Konami (Hernández, 2020). Esta empresa japonesa produce el Pro Evolution Soccer (PES), principal competidor de FIFA ya que ambos videojuegos son idénticos. En este caso, se impusieron los intereses económicos de Konami y su disputa con EA Sports, productor de FIFA, en detrimento del fin benéfico del torneo de recaudar fondos para combatir el coronavirus.

Esta situación fue muy criticada en redes sociales, al igual que el hecho de que la casa de apuestas William Hills creara un apartado en su página web para que se pudiera apostar quién sería el ganador del #LaLigaSantanderChallengue (SPORT.es, 2020). Que en momentos de crisis sanitaria, ante iniciativas solidarias como este torneo benéfico de FIFA 20 online, surjan casas de apuesta que pretendan lucrarse de la audiencia que pueda generar -especialmente, los jóvenes- es un ejemplo bastante claro del grado de mercantilización del fútbol y de su imposición sobre otros valores deportivos, como en este caso puede ser la solidaridad.

Todo esto hace pensar que el fútbol está condenado a convertirse en lo que se entiende como un negocio en el que los valores deportivos quedan en un segundo plano. Incluso los propios aficionados son relegados a esa condición. No solo porque ellos mismos se sientan infravalorados a consecuencia de todo lo anteriormente expuesto, sino porque presidentes de clubes lo expresan sin ningún tipo de pudor. Es el caso de Enrique Cerezo: “El sentimiento en el fútbol se debe perder. El sentimiento o la fidelidad están muy bien, pero esto es un negocio” (Panenka, 2017). Lapidaria frase que explica en lo que, para Enrique Cerezo y los que piensan como él, se ha convertido y debería seguir convirtiéndose el fútbol.

2.2.1. Réplica de los aficionados: el fútbol popular

La influencia del poder económico sobre el balompié ha marcado su evolución y ha tenido innumerables consecuencias sobre este deporte. Una de las más duras ha sido la desaparición de clubes históricos por deudas vinculadas a proyectos financieros por parte de inversores y dirigentes que ahogan económica y deportivamente a la entidad, hasta el punto que la desaparición es el irremediable final. Entonces, muchas de las aficiones que han sufrido esta situación, con el objeto de no volver a padecer el yugo del dinero y ser dueños de su propio destino, fundan clubes que continúan la estela del desaparecido pero acogidos en el denominado modelo de fútbol popular.

Este fenómeno está respaldado por aficionados que no aceptan su condición de meros espectadores, sin voz ni voto en un negocio nacido previamente de su propia pasión. Es por ello por lo que no se resignan y se adueñan de su propio destino: el club y su futuro están en las manos de los propios socios abonados. Con la adquisición del carné no solo se tiene derecho a entrar en el campo a ver el fútbol, sino que se tiene el derecho y la obligación de participar y tomar decisiones referentes al club. El origen de este movimiento radica en Inglaterra, a principios de siglo. La directiva del Wimbledon decidió trasladar al club londinense a Milton Keynes, una localidad situada a casi 100 kilómetros de distancia de este barrio de Londres. La respuesta de la afición fue crear el AFC Wimbledon, el primer club de este movimiento (Uribarri, 2018).

A nuestro país, el fútbol popular llegó en 2007 de la mano del Club Atlético de Socios. Precisamente, este club tiene su origen en un grupo de aficionados descontentos con la gestión de la directiva rojiblanca encabezada por Cerezo, presidente que considera que el fútbol no debería contar con el componente sentimental de sus hinchas. Según explica Fernando Sánchez, directivo del Club Atlético Socios, estos hinchas colchoneros decidieron crear un club “nuevo, alternativo, democrático y popular”, contrario al fútbol moderno en el que “los socios eligieran al presidente y a la directiva y que tuviesen voz y voto”. Todo ello con el objetivo de “volver al origen del fútbol”, a la esencia del deporte y disfrutar de él sin la sombra del negocio y el dinero sobrevolando el estadio.

Relata este directivo que el camino no fue fácil al ser los primeros, pero abrieron la veda y ya son más de una decena los clubes de fútbol popular que se reparten por toda la geografía española. Las historias son muy diversas, pero todas tienen un denominador común: aficiones que han sufrido los efectos del fútbol negocio y que quieren vivir su pasión por este deporte sin ellos. “Teníamos claro que el club debía ser de los socios”, sentencia Alejandro Coca, directivo y socio fundador del Xerez Deportivo FC. El origen de esta entidad es uno de los más particulares ya que nacieron del Xerez CD, club que aún continúa existiendo y con el cual compiten en Tercera División. El motivo de la escisión radica en que, durante el verano en el que se creó la entidad xerecista de fútbol popular, el histórico Xerez estuvo a punto de desaparecer. Finalmente, no se consumó dicha desaparición pero la gran parte de la afición xerecista decidió apoyar el proyecto que acababa de nacer. El motivo de ese apoyo se debe al “hastío de la gente por estar en una SAD en la que eran considerados meros clientes y no se les tenía en cuenta”,

explica Coca. Fue entonces cuando una afición, que había disfrutado unos años antes de Primera División, decide hacerse dueña de su futuro en el verano de 2013 y bajar hasta la última categoría nacional con el Xerez Deportivo FC.

En la actualidad, compiten en Tercera División, una de las categorías más altas que ha alcanzado el fútbol popular. La más alta, de momento, ha sido la Segunda División B, donde milita Unionistas de Salamanca. Cuenta con 3.000 socios y junto al Xerez DFC es el club de este movimiento con mayor masa social. Unionistas nació con la idea de que “sirviese como homenaje” de la extinta UD. Salamanca, según explica Ignacio Sánchez, directivo del club.

Aún es pronto por su corta historia y no está entre los objetivos del club a corto plazo, pero al competir en Segunda División B, cabe la posibilidad de que una buena temporada les permita ascender a la división de plata del fútbol español. No obstante, el camino del fútbol popular no es nada fácil. Se encuentran con un hándicap: para competir en las competiciones de la LFP, es decir, en Segunda y Primera División, es necesario que el club convierta su forma jurídica en Sociedad Anónima Deportiva. Sin embargo, es un requisito que puede tener las horas contadas y que supondría una auténtica alegría para los clubes de fútbol popular, que no se verían obligados a cambiar de modelo para ascender a superiores categorías. Según Emilio Abejón, secretario general de Federación de Accionistas y Socios del Fútbol Español (FASFE), la eliminación de la condición de ser SAD estaba contemplada en un anteproyecto de la Ley del Deporte de legislaturas anteriores. Al disolverse las Cortes en marzo de 2019, se cayó ese anteproyecto de Ley, pero Abejón cree que es probable que termine aprobándose más adelante.

2.3. Fútbol y política, de la mano

Estos ejemplos de aficiones que abandonan el fútbol moderno para ser dueños de su propio destino, de su propia pasión, es una reacción que también se puede considerar política por partida doble. En primer lugar, porque surge como una rebelión contra el negocio en el que se ha convertido el fútbol, es decir, contra el poder. No se reconocen en esos intereses económicos y políticos que mantienen los dueños de los clubes, las multinacionales, los presidentes de ligas y federaciones, etc. El objetivo de este movimiento de fútbol popular es clara: devolver el fútbol a los aficionados, que la pasión se vuelva a imponer al negocio.

Y, en segundo lugar, estos clubes tienen tintes políticos, no en el sentido ideológico, sino en la línea de abanderar diferentes tipos de movimientos sociales. La filosofía del fútbol popular no se limita a que el club sea de sus aficionados, que también, sino que dicho club tenga una responsabilidad social. Según el secretario general de la FASFE, Emilio Abejón, estos clubes “intentan no limitarse a ser una entidad que pone a un equipo o varios a competir, sino que se sienten entidades sociales y culturales cuyo campo de acción trasciende más allá del plano deportivo”. Las entidades de fútbol

popular comparten ese patrón común: defienden los derechos humanos y luchan contra el racismo, homofobia, xenofobia, machismo, etc. Está bastante relacionado con la responsabilidad social que antes se comentaba acerca de personajes relevantes dentro del fútbol, como el hecho de que algunos futbolistas donasen parte de su dinero a fines sociales. No obstante, la diferencia es que esta conciencia social nace en el seno de los aficionados, en el anonimato de las gradas y no en los protagonistas del balón. Los clubes, fundados y gobernados por los propios socios, son clubes de fútbol y, casi al mismo nivel, entidades sociales.

Sin embargo, esto es una de las caras de la moneda, de reciente creación ya que el fútbol popular es un fenómeno en alza pero relativamente joven. La actitud habitual, y es la que lleva imperando desde principios del siglo XX hasta nuestros días, es que se utilice el fútbol como un instrumento político e ideológico. Dos caras de una misma moneda, siendo la moneda el deporte más masivo:

“El fútbol no solo ha servido a los intereses de autócratas y políticos de todo pelaje, sino que también ha desatado guerras y conflictos diplomáticos y étnicos. [...] Este deporte también ha servido para denunciar el racismo y para pronunciarse contra el ‘apartheid’ y la exclusión de la mujer. Es como si en ese paréntesis de 90 minutos hubiera espacio para todo, para lo mejor y lo peor de la especie humana.” (Paredes, 2018).

Esta actitud, que las autoridades o dirigentes pueden adoptar frente al fútbol, entiende al deporte rey como una herramienta para el beneficio político, es decir, como una ‘cortina de humo’. Consiste en utilizar este deporte para desviar la atención de una importante parte de la sociedad de cuestiones políticas que, normalmente, son comprometedoras o que puedan generar cierta polémica. Se trata de adormecer a la población, mantenerla en “un estado de pasividad política” que facilite la prevención de “levantamientos y manifestaciones” (Alcaide, 2009). Si en el siglo XIX, el filósofo Karl Marx atribuía esta función de desvío de la atención a la religión, hoy en día puede modificarse su célebre frase y considerar que el fútbol se ha convertido en el nuevo opio del pueblo (Loureiro, 2018).

Esta comparación con la cita de Marx por parte de algunos autores tiene que ver con que se le atribuye al balompié la misma función que el filósofo achacaba a la religión: atrofiar las conciencias y ejercer el control absoluto sobre las masas. Que no haya mente ni pensamiento críticos, que se disipe cualquier posibilidad de revolución. En definitiva, que nos encontremos ante una sociedad adormecida y sumisa que se conforma con tener comida y espectáculo, el pan y circo. Esta crítica tan contundente suele provenir por parte de los intelectuales, quienes también consideran que el fútbol nubla la razón humana y que su difusión a finales del siglo XIX y principios del XX fue una estrategia política para mantener la opresión de los pueblos (Galeano, 1995). Comprueban que un partido de fútbol importante supone una auténtica paralización de gran parte del mundo. Por ejemplo, la final de la Champions supera a otros eventos como la Super Bowl o la NBA y desde 2010 es el acontecimiento deportivo más visto. En 2018, en la final disputada entre el Real Madrid y el Liverpool, 350 millones de personas de todo el

mundo estuvieron viéndolo pegados a la televisión (Coves, 2019). Millones y millones de personas de todos los países dejan lo que estén haciendo y durante varias horas – a los noventa minutos, hay que añadir las horas previas y posteriores repletas de análisis, datos, jugadas repetidas...- solo el fútbol copa toda la realidad. No es de extrañar, por tanto, que los diferentes poderes contemplen en esa capacidad de congregación una oportunidad para sacar tajada. De ello se dio cuenta Silvio Berlusconi, quien utilizó el fútbol para pasar de ser el presidente del AC Milan a ser el presidente de Italia. Comprendió que este deporte tan pasional puede convertirse para algunos aficionados en algo más que un juego, y que puede ser una parte esencial en sus vidas e incluso convertirse en una ideología o culto (Donofrio, 2012). Y Berlusconi supo utilizar para hacerse con el poder.

Otro de los ejemplos más claros y evidentes de la relación entre fútbol y política es el Mundial de Argentina 78. El año en el que se celebró dicho Campeonato del Mundo, el país argentino llevaba dos años ya de dictadura bajo el yugo de la Junta Militar y le quedaría aún un lustro más. Este Mundial no fue una excepción, sino que en los últimos años y adjudicaciones se ha demostrado que “los estándares democráticos mínimos no son una condición previa” para ser el país anfitrión (Reith, 2018: p. 10). Encontramos otra prueba en el último Campeonato del Mundo celebrado en 2018, en Rusia. Este es un país que no se caracteriza por gozar de un alto índice de democracia. Precisamente, ese factor fue alabado por Jerome Valcke, secretario general de la FIFA hasta enero de 2016. Valcke aseguró que un sistema menos democrático permite organizar mejor un Mundial ya que “cuando tienes un jefe de Estado fuerte, que puede decidir, como Vladimir Putin en Rusia 2018, es más fácil para nosotros los organizadores” (Meza, 2014).

Volviendo al Mundial del 78 organizado por la Argentina doblegada a la Junta Militar, se recuerda como una de las utilidades más descaradas del fútbol al servicio político. Mientras que en muchos países del resto del planeta iban cayendo los sistemas autoritarios, la organización de la competición más importante de fútbol por parte de Argentina era una prueba de que su dictadura militar se mantenía aún fuerte y consistente (Galeano, 1995: p. 50). Y no solo fue una prueba, sino que el Mundial fue un instrumento para lavar la imagen del país de cara al resto y tratar de ocultar y falsear la realidad de la dictadura. Durante la clausura del Mundial, que tuvo lugar el 30 de junio de 1978 en el estadio Monumental de Buenos Aires, Jorge Videla, dictador y presidente de Argentina de la época, se mostraba orgulloso en su discurso de que su país hubiera vivido “un auténtico clima de fiesta que ha sorprendido a muchos visitantes”, y se alegraba de que estos últimos hubieran podido conocer “la realidad de nuestra patria, deformada por una aviesa campaña internacional” (Suárez, 2015: p. 41).

Que el propio dictador argentino falsee la realidad entra dentro de lo esperado. Lo que sí fue una sorpresa es que personajes importantes del mundo del balompié de entonces se pusieran al servicio de la Junta Militar en su afán por lavar la imagen de la dictadura. El propio presidente de la FIFA de la época, João Havelange, declaró ante los medios de comunicación que aquel campeonato sirvió para que el mundo viera la “verdadera

imagen de Argentina”. Berti Vogts, capitán alemán, se sumó a este lavado de imagen con las siguientes declaraciones: “Argentina es un país donde reina el orden. Yo no he visto a ningún preso político” (Galeano, 1995: p. 51).

Quizás, el capitán de la selección alemana no se fijó demasiado en lo que ocurría a su alrededor porque estaba demasiado concentrado en el balón. También puede ser que los militares argentinos ocultasen de manera muy eficaz lo que estaba ocurriendo. Porque, en realidad, mientras Videla recitaba el discurso anteriormente mencionado, en la Escuela Mecánica de la Armada, numerosos presos políticos eran torturados y asesinados (Lourerio, 2018: pp. 18-19). Esa era la realidad. El Estadio Monumental de Núñez, donde miles de gargantas argentinas gritaban los goles de la albiceleste, se encontraba muy cerca, a menos de un kilómetro, de esa Escuela Mecánica en la que otros compatriotas gritaban de dolor por las torturas (Ruiz, 2010: p. 34).

Esta Junta Militar entendió siempre el papel del fútbol como algo más que un simple deporte. Además de otras funciones como la de generar afín político y controlar a las masas, la dictadura argentina continuó utilizando el deporte rey como “encubridor de la represión” (Suárez, 2015: p. 42). Encontramos un ejemplo en el año siguiente a la celebración del Mundial antes comentado, es decir, en 1979. La selección juvenil hizo lo mismo que la absoluta: proclamarse campeona del mundo, en esta ocasión, en tierras niponas. El Mundial de Japón sirvió para destapar a uno de los mejores futbolistas del mundo, líder de la albiceleste juvenil: Diego Armando Maradona. En ese mismo año, la Organización de Estados Americanos envió una comisión internacional de derechos humanos para comprobar la situación del país argentino en dicha materia. Desde una cadena de radio nacional, se movilizó a la ciudadanía para reconocer la gesta deportiva realizada por Maradona en Japón. Pero el fin no era alabar al compatriota, o al menos, no era el objetivo último de la manifestación. Realmente, se convocó para tapar a las madres que protestaban por sus hijos desaparecidos a causa de la represión dictatorial (Caravario, citado en Suárez, 2015: p. 42).

La relación entre deporte y política es un hecho que ha quedado constatado a lo largo de la historia con estos casos concretos. Concretamente, el fútbol, por sus características, puede considerarse como el deporte que guarda una relación más fuerte con el ámbito político. La clave se encuentra en el seguimiento masivo por parte de la sociedad, en la pasión que genera entre la población.

Ante esta realidad, cabe preguntarse qué papel juega el periodismo. Es decir, cómo se comportan y/o deberían comportarse los medios y profesionales de la comunicación ante la relación entre el deporte –especialmente, el fútbol- y la política. Por otro lado, nuestro país no está exento de ejemplos en los que se refleje esta situación. Una gran parte de ellos tienen que ver con una problemática que se da en España desde hace tiempo: los nacionalismos. Precisamente, nuestro estudio se centra en uno de ellos que ha cogido una mayor fuerza en los últimos años y que está influyendo notablemente en el deporte: el nacionalismo catalán.

3. El periodismo ante esa relación de deporte y política

En apartados anteriores, se ha demostrado que el poder político utiliza los éxitos deportivos como éxitos propios del país. El periodismo deportivo contribuye a ello. Esta es una de las primeras funciones que se puede mencionar referente a la temática de estudio, la relación deporte-política, que cumple la profesión. El periodismo deportivo refuerza el sentimiento de “pertenencia a una comunidad” a través de la retransmisión de éxitos deportivos, especialmente, de “deportistas y equipos nacionales en competiciones” internacionales (Rojas, 2014: p. 179). Los medios de comunicación fomentan, por tanto, la unión social y la identificación con los símbolos nacionales a través de la retransmisión y la cobertura de los éxitos de sus selecciones o deportistas.

Es necesario también destacar el doble papel que ha jugado el periodismo en el deporte de masas o deporte espectáculo. En primer lugar, se puede mencionar la función de acompañamiento en la creación del deporte de masas, que en nuestro país se remonta a los años 20 del siglo pasado. El deporte, que hasta entonces era básicamente amateur, eclosionó y comenzó a atraer la atención de cada vez más españoles, y fue entonces cuando el periodismo comenzó a cubrirlo informativamente y a especializarse en él (Otero, 2003: p. 176). Con el paso de los años, la función de la profesión no se limitó a la de acompañamiento sino que fue un paso más allá. Tal y como se ha visto anteriormente, el creciente interés de la sociedad por el deporte ha propiciado que el poder económico acceda y domine los acontecimientos deportivos más masivos. En este sentido, el periodismo ha contribuido a la consolidación del carácter masivo con el que cuentan muchos de los eventos deportivos ya que el propio periodismo es “un agente implicado en su desarrollo, es parte contratante de este negocio” (Rojas, 2014: p. 179). El periodismo deportivo pertenece al negocio en el que ha derivado una parte del deporte y se nutre de él, y también sufre sus consecuencias negativas. Por ejemplo, la derrota ante Croacia en la última jornada de la fase de clasificación supuso que Inglaterra se quedase sin disputar la Eurocopa 2008 y, a su vez, la ausencia de su selección nacional conllevó que los medios de comunicación ingleses dejaran de ingresar más de 37 millones de euros en conceptos de publicidad (Pérez, 2009).

No solo se dan casos en los que el perjuicio recae sobre los medios, sino que el hecho de que los medios de comunicación formen parte del negocio del deporte espectáculo también se le puede volver en contra a los deportistas o asociaciones. Una situación como el coronavirus ha provocado la paralización durante un largo tiempo de la práctica totalidad de las ligas de fútbol europeas, e incluso la suspensión de algunas de ellas. Como respuesta, los canales de televisión *Canal+* y *be IN Sports* han decidido no abonar a La Liga Profesional de Fútbol Francesa los pagos en concepto de derechos televisivos hasta que se reanude la competición, privando así a los clubes de una de sus fuentes principales de ingresos –los derechos televisivos suponen el 45% de media de los ingresos de los clubes franceses- (S.D., 2020). En cuanto a la situación de España, en caso de que la temporada 2019/20 de LaLiga quedase definitivamente cancelada, los costes económicos en concepto de derechos televisivos alcanzarían los 549 millones de

euros –de los cuales, 55 millones afectan a la Segunda División- (Navarro, 2020). El fútbol como espectáculo de masas se sustenta en gran medida gracias a la retransmisión de los partidos en las cadenas de televisión privadas. Al no haber competiciones por causa de la pandemia, los clubes de las distintas ligas han visto peligrar gran parte de sus ingresos en concepto de derechos televisivos.

Volviendo al ámbito político, existe una línea de pensamiento que afirma que el periodismo en general y, por tanto, también el deportivo, mediatiza los conflictos políticos (Domínguez, 2018: p. 113). Es decir, se defiende que el medio de comunicación no solo refleja dicho conflicto sino que lo moldea, es un agente que participa e interviene en él. Mediante el periodismo, estos conflictos políticos son “visibilizados, definidos, enmarcados, elaborados, narrados y valorados” (Cottle, citado en Domínguez, 2018: p. 113). Es habitual observar en las ruedas de prensa cómo se incentivan esos conflictos, a través de declaraciones entrecruzadas de los diferentes personajes implicados.

La importancia de las ruedas de prensa en los conflictos futbolísticos es vital. El duelo Mourinho-Guardiola no se limitó solo a los banquillos y al terreno de juego los años que entrenaron al Real Madrid y al FC Barcelona respectivamente. Dicho duelo se prolongaba hasta las ruedas de prensa, las cuales eran consideradas por Mourinho como “parte del partido” (Valdano, 2016). Pero la polémica en las ruedas de prensa previas o posteriores a partidos de fútbol no solo se limita al deporte, sino que también está relacionada en ocasiones con la política. En España, una gran parte de los conflictos políticos surgidos en ruedas de prensa tiene que ver con el movimiento independentista catalán. Gerard Piqué es uno de los futbolistas que más se ve salpicado por la política. Tras el referéndum del uno de octubre de 2017, tan solo unos días después, el central de la Selección dio una rueda de prensa que duró media hora en la que, prácticamente, todo el contenido de las preguntas y respuestas tuvo relación con su postura e ideología política. Incluso un periodista le llegó a preguntar directamente si era independentista. Piqué ya sabía a lo que se exponía y quiso utilizar esa rueda de prensa para “hablar y solucionar todo” tras sus declaraciones a favor de que los catalanes fuesen a votar al referéndum del 10 (Torres, 2017).

Como se verá más adelante, finalmente, Piqué dejó la selección española por el ambiente de crispación que se generó a causa de sus manifestaciones políticas. Una crispación en la que la prensa deportiva también influyó. Lo hizo a través de noticias del tipo ‘Los continuos guiños de Gerard Piqué al independentismo’, publicada por *COPE* en su web y en la que se recogen las frases más polémicas del central en relación con el independentismo (Rubio, 2018). También encontramos ejemplos en la prensa puramente deportiva, como es el caso de la noticia online que publicó *Marca* con el título ‘¿Es Piqué independentista?’, en la que se enumeran algunos de sus actos de contenido político y se finaliza con una encuesta en la que se pregunta si Piqué es independentista: con más de 57.000 votos, el 39% opina que sí, el 45% de los lectores cree que no y el 16% no lo sabe (Marca, 2017). Se tratan de ejemplos que evidencian

que la prensa deportiva mediatiza los conflictos deportivos y también los políticos relacionados con el deporte.

Para conocer el papel que juega el periodismo en esta realidad que supone la influencia de la política sobre el deporte, he realizado entrevistas acerca de esta temática a diferentes periodistas. Existe diversidad en las respuestas, que permiten comprender la función que ha jugado el periodismo deportivo dentro de esa dualidad deporte-política desde un prisma complejo, amplio y diverso.

En primer lugar, una parte de los entrevistados comparten la idea de que el periodismo deportivo debe ser “relator de las circunstancias”, tal y como afirma Héctor Fernández, CEO de la Agencia de Comunicación *Hache Group* y presentador de *Radio Estadio* en *Onda Cero*. Esto incluye también el componente político del deporte. Esa misma línea sigue Juan Irigoyen, periodista deportivo de *El País*, que opina que el periodismo deportivo no tiene diferencias esenciales con el resto del periodismo y que, por ello, “no hay porqué separar algo que es inherente a la sociedad”. Y, además, Irigoyen introduce el primero de los matices: “El problema es cuando se confunde a la gente, cuando en nombre del deporte se busca hacer creer a la gente en la inocencia del mensaje”. Es decir, el profesional debería reflejar la influencia de la política pero no utilizar el deporte para el beneficio político, sino que puede entenderse como un espejo más o menos objetivo y neutral de la influencia política sin llegar a conseguir rédito de esa realidad.

Uno de los peligros que conlleva reflejar esta relación es que se contribuya a difundir un mensaje político o ideológico a través del deporte. Los matices de los periodistas entrevistados van, mayoritariamente, en ese sentido. Gorka Pérez, periodista deportivo de *El País*, entiende que la prensa no debe ser ajena a que existe pero que debería tratar de aislarse “por completo de ese entorno” a la hora de realizar “su tarea informativa”. El motivo tiene que ver con evitar errores en la jerarquización: “Comprender por qué se producen determinadas situaciones es vital para saber transmitirlos. Sin embargo, el error puede producirse cuando situamos el contexto muy por encima del propio acontecimiento”.

Por otro lado, otros profesionales estiman oportuno que el periodismo deportivo promueva una “separación de poderes”, en palabras de Rubén López, periodista deportivo de *COPE* y colaborador en *Tiempo de Juego* de la misma cadena. Él entiende que la profesión “no se puede o debe convertir en el altavoz del uso político del deporte” ya que, precisamente, eso favorecería el discurso ideológico en detrimento de los valores deportivos. Durante el ejercicio de su profesión, López intenta cumplir con la función de eludir “la confrontación de ideas” y se decanta por “hablar de la confrontación competitiva que, en definitiva, es mucho más sana”.

En general, parece ser que los libros de estilos no recogen esa relación entre deporte y política y, por tanto, no existen directrices escritas en ellos que orienten al periodista deportivo. Surgen, como es lógico pensar, otras orientaciones que regulan de algún modo el comportamiento del periodista deportivo ante este fenómeno. Héctor Fernández

apela a la independencia del periodista pero teniendo en cuenta que este debe ser consciente de que realiza su trabajo en un medio de comunicación con una línea editorial concreta: “El sentido común es el mejor de los termómetros. A mí jamás me han dicho lo que debo opinar, sea el ámbito que sea. Entiendo que todos sabemos a qué línea editorial pertenecemos cuando trabajamos”.

Precisamente, esta línea editorial de los diferentes medios de comunicación también ha afectado a la forma en la que los periodistas valoraban la actuación de ciertos futbolistas. El caso del italiano Paolo Sollier, futbolista que llegó a jugar en la Serie A y que hacía continuamente pública su ideología comunista, es un ejemplo de ello. La valoración de su actuación sobre el césped dependía de la línea editorial del medio de comunicación en cuestión: “En sus crónicas, los periódicos de izquierda consideraban que Sollier jugaba casi siempre bien; los de derechas, que era nulo. Y para los cercanos a la Democracia Cristiana, del montón” (Peinado, 2013: p. 23). Es decir, se analizaba la participación de Sollier en un encuentro no por su forma de jugar, sino por su forma de pensar. La valoración era positiva o negativa en la medida en la que la línea editorial del periódico fuese más o menos afín a la ideología de Sollier.

Pero esta práctica no es exclusiva de los medios de comunicación italianos, sino que una investigación de Gómez (2013) enumera varios casos en los que medios españoles introducen connotaciones políticas en las páginas dedicadas al deporte. Una práctica que se produce con cierta asiduidad a pesar de estar “sancionada por los códigos deontológicos” (Gómez, 2013: p. 2). La mayoría de las ocasiones en las que la prensa deportiva española realiza esta práctica tiene que ver con el FC Barcelona y Real Madrid, en su extrapolación España vs. Independentismo catalán, que más adelante trataremos.

Esta práctica de utilizar la política en el ámbito de la prensa deportiva no es ética por dos motivos. En primer lugar, el periodista no debe cambiar su condición de profesional por la de un aficionado con altavoz. Es un error que se comporte en el ejercicio de su profesión como un hincha más; el segundo motivo es que esta práctica puede conllevar a actitudes violentas o enfrentamientos entre los aficionados de diferentes clubes (Gómez, 2013: p. 12). Aunque es cierto que en la mayoría de los casos, el periodista, antes que profesional, era hincha de un club y eso alimentó su afición al fútbol, esto no es motivo por el cual se deba permitir que esa “faceta de hincha se anteponga a la de periodista mientras se trabaja desde o para una redacción” (Rojas, 2017).

En definitiva, el periodismo deportivo y, en concreto, los periodistas deportivos españoles han visto condicionada su actividad profesional por la realidad que supone la relación deporte-política. Porque en nuestro país también encontramos casos en los que dicha relación se manifiesta de una manera clara y contundente.

4. Ejemplos en España de la relación entre deporte y política

España no es una excepción en cuanto a la relación entre fútbol y política. Existen ejemplos actuales que certifican dicha relación y otros casos concretos con los que es necesario echar la vista atrás ya que se produjeron en el siglo XX. En definitiva, la evolución del fútbol en nuestro país ha estado acompañada históricamente por momentos en los que la política hizo acto de presencia en el deporte rey.

El caso más reciente se encuentra en el cambio de formato de la Supercopa de España. La pasada edición se celebró lejos de las fronteras de nuestro país y, en vez de disputarlas dos equipos, han sido cuatro los conjuntos que han luchado por ella. El poder económico ha sido el principal responsable de este cambio de formato y de que se jugase en Arabia Saudí. Este novedoso formato responde a que la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) firmó un contrato con este país para disputar allí las próximas tres ediciones de la Supercopa a cambio de 120 millones de euros (Levinsky, 2020). No solo está presente en este caso la prevalencia económica sobre el fútbol, sino también la utilización del mismo como instrumento político. Arabia Saudí es un régimen autoritario reprobado en 2019 por la ONU por sus constantes vulneraciones a los derechos humanos. Es lógico pensar que se ha albergado la Supercopa de España para blanquear la imagen internacional del régimen, tal y como señalan algunas voces críticas (Levinsky, 2020). La RFEF justifica este contrato aludiendo a la otra función del fútbol como instrumento político, puesto que en un comunicado oficial, afirma lo siguiente: “El fútbol es fundamental para abrir fronteras, mejorar las sociedades. Se puede utilizar como bloqueo o como elemento de cambio y la Federación ha optado por lo segundo” (RFEF, 2019). Por ello, se vende como un éxito que durante los partidos de la Supercopa, las mujeres pudieran acceder al estadio, que hasta entonces no estaba permitido en el país saudita.

Los éxitos recientes de la Selección también han sido utilizados como un instrumento más allá del deporte. Si a lo largo de su historia y salvo contadas excepciones, la Roja no ha destacado por ser un conjunto que cumpliera un papel importante en los campeonatos internacionales, en los últimos años se ha tornado esa dinámica. La generación de oro de nuestro fútbol fue campeona de la Eurocopa 2008 y 2012 y del Mundial 2010, un triplete que ninguna otra selección ha conseguido completar nunca. Estos triunfos tuvieron repercusión más allá del fútbol. Por ejemplo, alzarse con la Copa del Mundo por primera vez en la historia del fútbol español coincidió con la dura crisis económica que comenzó unos años antes. Sirvió este título para hacer que los españoles aficionados al fútbol pudieran evadirse de la crisis y para “relanzar la marca-país”, mermada por “la pérdida de credibilidad internacional” (Screti, citado en Gómez, 2013: p. 11). La consecución de la Eurocopa de 2008 sirvió para proyectar la imagen de España como un país de éxito y, además, conseguir que los españoles de izquierda se sintieran también orgullosos de los símbolos nacionales, que tradicionalmente son

identificados con la derecha e incluso se les atribuyen en ocasiones “connotaciones franquistas” (Plaza, citado en Gómez, 2013: p. 11).

Durante el siglo XX, destaca, precisamente, el régimen franquista como promotor de casos en los que la política y el fútbol se mezclan. Resulta lógico que sea así ya que se trataba de un régimen dictatorial que institucionalizó “formas de represión y control social hacia los movimientos e ideas considerados opositores” (Jumilla, 2007). Ese control social afectaba a todos los ámbitos de la vida cotidiana: política, educación, economía... y el deporte, especialmente el fútbol, estaba incluido. Hasta entonces, el deporte solía estar organizado a través de la iniciativa privada, pero con la instauración de la dictadura pasó a ser “una actividad que se organizaría de forma jerárquica desde el poder político” (Santacana i Torres, citado en Viuda-Serrano y González, 2012: p.51). El régimen concibió el deporte de una manera similar a la concepción que predominaba en otros países, como la Italia fascista de Mussolini:

“El deporte español sufrió, por tanto, una clara “fascistización” mediante la adopción de toda una serie de signos externos como el saludo fascista (Boletín Oficial del Estado, 1937), que debía hacerse antes de cada partido, o el uso por parte de la Selección Nacional de camisetas azules, en vez de las rojas, habituales hasta ese momento” (Viuda-Serrano y González, 2012: p.52)

La represión franquista llevó al exilio a miles de españoles, entre ellos, también futbolistas. Es el caso de Agustín Gómez, que se marchó siendo un adolescente con su familia a la Unión Soviética. Aunque más que jugador, destaca como dirigente comunista que entendió el fútbol como un instrumento para llevar a cabo la revolución. Regresó en 1956, con treinta y largos años, para fichar por el Atlético de Madrid en el momento de ocaso de su carrera futbolística. Pero no fue esto impedimento para fichar por el club rojiblanco, ya que Gómez utilizó este fichaje a modo de tapadera para prestar apoyo a los comunistas españoles que se encontraban en la clandestinidad (Peinado, 2013). Así, si Franco utilizó el fútbol para sus propios intereses políticos, algunos opositores clandestinos, como es el caso de Agustín Gómez, hicieron lo propio y camuflaron sus intenciones políticas usando para ello el balompié.

Antes del régimen franquista, hubo también movimientos políticos que encontraron en el deporte una forma de obtener rédito político. Fue durante la II República, cuando el deporte como espectáculo de masas había ya surgido y se estaba afianzando. Los comunistas españoles, a diferencia de los anarquistas y los socialistas que se desentendieron del deporte, vieron en él una herramienta “propagandística del potencial comunista” debido al fuerte arraigo del mismo entre la clase trabajadora (Otero, 2003: p. 189). Hasta tal punto entendió el comunismo español esta función que incluyó en las publicaciones de *Mundo Obrero* una sección dedicada a la información deportiva cuyo objetivo era conseguir “la simpatía de unos jóvenes trabajadores” que cada vez más se sentían atraídos por la práctica deportiva (Otero, 2003: p. 18).

Durante la II República se produjo otro caso que mezcló deporte y política. Barcelona había presentado su candidatura para albergar los Juegos Olímpicos en 1936. El Comité Olímpico de la época, conformado por “aristócratas y burgueses”, no veía con buenos

ojos el sistema político español y prefirió conceder la celebración de los Juegos a Berlín, y mantuvieron la decisión incluso cuando los nazis, liderados por Hitler, llegaron al poder (Nerín, 2017). Hitler utilizó este evento deportivo como un instrumento propagandístico, tal y como se ha comentado en apartados anteriores, y los Juegos Olímpicos tuvieron connotaciones racistas. A modo de protesta y como alternativa, Barcelona organizó en la misma fecha una ‘Olimpiada Popular’ caracterizada por un espíritu “internacionalista, solidario y feminista” pero que finalmente no pudo celebrarse por el alzamiento militar liderado por Francisco Franco (Público.es, 2019) y que supuso el estallido de la Guerra Civil entre el 17 y el 18 de julio de 1936.

4.1. Nacionalismos vasco y catalán. Selecciones

Capítulo aparte merecen los nacionalismos, que recogen numerosos casos y ejemplos en los que deporte y política se dan la mano. En una primera introducción contextualizadora, se debe recordar que España se constituye como un único Estado autonómico en el que algunas de sus regiones, sobre todo, el País Vasco y Cataluña, cuentan con movimientos nacionalistas que aspiran a constituir sus propios estados. Estos movimientos nacionalistas nacieron en nuestro país en el siglo XIX (Peces-Barba, 2010) y desde entonces hasta nuestros días, reivindican el derecho de autodeterminación para poder llevar a cabo sus planes de independencia. Un derecho que, por otro lado, se debatió durante la elaboración de la Constitución de 1978. Francisco Letamendía, diputado por Vizcaya del Grupo Mixto de aquella época, defendió en julio de 1978 la enmienda “en favor de la inclusión en la Constitución de un nuevo título que regulara el derecho a la autodeterminación de los pueblos del Estado español”, que finalmente fue rechazada por la amplia mayoría de los diputados del Congreso (El País, 1978). A pesar de este rechazo a incluir la autodeterminación en la Carta Magna española como un derecho, esta negativa, que se remonta 42 años atrás, no ha supuesto un freno para los nacionalistas vascos y catalanes en sus reivindicaciones independentistas, que se han reproducido durante los años posteriores a la firma de la Constitución y que se mantienen hoy en día vigentes.

Dichas reivindicaciones se basan en que las “particularidades culturales” y las lenguas propias que poseen estas comunidades autónomas son argumentos suficientes para que den lugar a un “Estado propio” (Peces-Barba, 2010) e independiente del Estado español. Unas reivindicaciones que no solo se limitan a las discusiones políticas, sino que se dan en otros ámbitos de la sociedad, como por ejemplo el deporte.

En esa época de la Transición y de la elaboración de la Constitución de 1978 encontramos la primera de las situaciones en las que se unen deporte y política bajo el prisma del nacionalismo, en este caso, el vasco. Tras la muerte del dictador Franco, se legalizaron todas las banderas regionales excepto una: la ikurriña, ya que se consideraba independentista. La Real Sociedad era, por aquella época, “un laboratorio sociopolítico

y futbolero”, un club “muy politizado” (Peinado, 2013: p. 36) y cuya filosofía se caracterizaba por apoyar a la causa abertzale. Especialmente, destaca en ese compromiso con el nacionalismo vasco el futbolista ‘txuri urdin’ de aquella época, Josean de la Hoz, quien organizó una reivindicación a favor de la legalización de la ikurriña con el fútbol como protagonista. El cinco de diciembre de 1976 se disputaba el derbi vasco por excelencia. De la Hoz, que no disputó el partido al no estar convocado, se encargó de burlar la autoridad para introducir una bandera vasca, que por aquel entonces era aún ilegal, y consiguió que los jugadores de la Real Sociedad y el Athletic Club de Bilbao saltasen al césped con la bandera estirada y sujetado por los dos capitanes (Peinado, 2013: pp. 38-39). Unos días después de este acto, se acabó legalizando la ikurriña.

No solo la Real Sociedad muestra relación con el nacionalismo vasco. Su rival en aquel derbi, el Athletic, también se encuentra vinculado al sentimiento nacionalista. Incluso puede considerarse como “el club de preferencia de buena parte de los nacionalistas vascos” debido a su vinculación con el Partido Nacionalista Vasco (Díaz, 2000). La relación entre el conjunto bilbaíno y el PNV se hace evidente en varios aspectos: desde la década de los 70 del siglo pasado, una parte importante de los presidentes del club eran “hombres del PNV”; dicho partido nació en Bilbao en 1895, y tan solo tres años después se fundó el club (Díaz, 2000). Incluso el primer lendakari –durante el Gobierno Provisional del País Vasco de la II República-, José Antonio Aguirre, del PNV, jugó 46 partidos con la elástica de los leones (Martínez, 2018).

La filosofía del Athletic ha alimentado la relación del club con el nacionalismo vasco. Esta filosofía consiste en tener solo entre sus filas a “jugadores que se han hecho en la propia cantera o formados en los clubes de Euskal Herria” (Athletic Club, 2020) o los allí nacidos. Euskal Herria, según los nacionalistas, comprende las provincias de Vizcaya, Guipúzcoa, Álava, la comunidad foral de Navarra y Lapurdi, Zuberoa y Nafarroa Behera que son una especie de provincias pertenecientes a Francia. Esta filosofía de formar los equipos del club con tan solo futbolistas canteranos o nacidos en Euskal Herria no tiene un origen político. Se remonta a 1911, cuando la Federación Española prohíbe que los futbolistas extranjeros jueguen la Copa, y ya en 1948 cuando se levanta dicha prohibición, el conjunto de Bilbao decide libremente seguir sin ficharlos (Viñas, 2019). Desde 1911, el Athletic abandera la filosofía de no fichar a extranjeros y jugar con los futbolistas ‘de casa’, aunque el concepto ha variado a lo largo de la historia. Si hasta 1926 tan solo podían jugar futbolistas vizcaínos, los matices a la filosofía han sido continuos hasta el punto de que recientemente han defendido la elástica leona futbolistas como Fernando Llorente, riojano nacido en Pamplona, o Lucía García, asturiana nacida en Barakaldo (Viñas, 2019).

El simple hecho de reconocer que todos los jugadores pertenecen a Euskal Herria, que es “el territorio en el que habita la nación vasca según el nacionalismo vasco” (Martínez, 2018), es toda una declaración de intenciones. No obstante y curiosamente, esta filosofía también ha estado vinculada a todo lo contrario, el sentimiento patriótico

español, durante los años del franquismo. Se trata de una interpretación política en tiempos de la dictadura cuyo motivo estaba claro:

“El equipo bilbaíno, con sólo jugadores locales (para el régimen franquista, únicamente con jugadores españoles) alimentó "la mitología neofascista" y "fue aclamado por la prensa deportiva como la encarnación de la furia española (...) el club-gloria de España, el favorito del pueblo lo mismo que el Manchester United en Inglaterra, la Juventus en Italia y el Boca Juniors en Argentina" (Shaw, 1987: 190-191)” (Díaz, 2000).

Además de la filosofía y de los presidentes del club que pertenecían al PNV, la relación entre los leones y el nacionalismo vasco se materializó en situaciones muy diversas a lo largo de su historia. Se puede mencionar, por ejemplo, el hecho de que, hasta 2008, el club bilbaíno no guardase ningún minuto de silencio por las víctimas del terrorismo de ETA ya que, en palabras del presidente José María Arrate, se pretendía “preservar al Athletic de esta situación” (Segovia, 2019). A pesar de que los clubes vascos han mantenido una posición de “asepsia y falta de denuncia pública” ante ETA, esto no les ha privado de sufrir los latigazos del brazo armado del nacionalismo: por ejemplo, la organización etarra asesinó al jugador realista José Antonio Santamaría en 1993 y extorsionó al futbolista del Athletic Bixente Lizarazu (Segovia, 2019). También se han dado casos en los que jugadores han estado relacionados con la lucha armada. Uno de ellos es José Ángel Iribar, capitán del Athletic que sostuvo la ikurriña en el derbi antes mencionado de diciembre de 1976, que acabó siendo uno de los fundadores de la “Mesa Nacional de Herri Batasuna, el brazo político de ETA” (Martínez, 2018) tan solo dos años después de aquel partido que favoreció la legalización de la bandera vasca.

Precisamente, la final de la Copa del Rey de la presente temporada será un derbi vasco entre la Real y el Athletic, circunstancia que se da por primera vez en la historia de la competición. Esta final, que está a la espera de si se celebrará o no y cuándo a causa de la pandemia del coronavirus, no ha pasado por alto para los políticos nacionalistas vascos. Aitor Esteban, portavoz del PNV en el Congreso de los Diputados, lanzó una petición en declaraciones para *Radio Popular* a ambos clubes para que lucieran “la camiseta de Euskadi” a la hora de saltar al campo: “sería una manera de encauzar las reivindicaciones nacionales de este país y de reconocernos como nación” (Castañeda, 2020). No sería la primera vez que los nacionalistas se reivindicasen en una final de la Copa del Rey.

Esta competición ha visto varias veces en los últimos años cómo las reivindicaciones nacionalistas se producen en el partido que decidía el ganador de la edición. En la última década, en casi todas las finales de la Copa se han escuchado pitos al himno de España y a su majestad el Rey antes de iniciarse el encuentro. Una dinámica que comenzó en 2009 cuando se enfrentaron el FC Barcelona y el Athletic de Bilbao y sus aficiones decidieron usar los pitos como protesta y reivindicación nacionalista (Solé y Travieso, 2018). Desde entonces y hasta el presente 2020, tan solo en los años 2010 –final disputada por Atlético de Madrid y Sevilla FC- y 2013 –final entre Real Madrid y Atlético de Madrid- no se escucharon pitos; en el resto de ediciones, este tipo de reivindicación estuvo presente debido a que en todas estas finales estuvo presente algún

equipo vasco o catalán –FC Barcelona, Athletic y Deportivo Alavés- (Solé y Travieso, 2018). Varios motivos desencadenaron que en 2009 se produjeran los primeros pitos, entre ellos, destaca “la reclamación de que Catalunya o Euskal Herria tuviesen sus propias selecciones de fútbol” (Solé y Travieso, 2018) por parte de las aficiones culé y bilbaína.

Precisamente, las selecciones de fútbol de estas regiones han jugado un papel político trascendental. Tanto los nacionalistas catalanes como los vascos han entendido estas selecciones no como un combinado de una comunidad autónoma sino más bien como un símbolo de su nación, una forma de reivindicar su identidad nacionalista. El expresidente de la Generalidad catalana Artur Mas considera que el Estado español se siente incómodo y reticente a las selecciones deportivas autonómicas como la catalana porque “ya que ellos consideran, y seguramente no les falte razón, que son un gran símbolo nacional” (Europa Press, 2010). Es en los enfrentamientos entre la selección catalana y la vasca cuando el matiz político se intensifica:

“El fútbol y no la guerra es la continuación de la política por otros medios, habría dicho Von Clausewitz si hubiera vivido para ver el encuentro navideño entre las selecciones virtuales de Euskadi y Cataluña” (González, 2015).

Especialmente polémico fue el partido entre ambas selecciones del año 2014. El motivo fue que la selección catalana saltó al césped con una pancarta sujeta por sus jugadores con el lema “Una nació, una selección”; la selección vasca hizo lo propio pero con la frase “One country, one team” (González, 2015). La polémica de esta reivindicación nacionalista afectó de manera más intensa a los futbolistas catalanes que sujetaban la pancarta y que jugaban en aquel momento con la selección española. Se destacó en diferentes medios de comunicación el gesto de Sergio Busquets, que “permaneció con las manos a la espalda en todo momento” y no sujetó la pancarta –hecho que fue criticado, a su vez, por los independentistas catalanes- que contrastaba con la actitud de otros de sus compañeros “en la selección española como Xavi, Kiko Casilla, Piqué o Jordi Alba sí que se ofrecieron a portar este lema” (Martín, 2014).

La tensión relacionada con el independentismo y la Selección española fue lo que llevó a Piqué a dejar de vestir la elástica de la Roja. Aunque el futbolista no ha dejado claro si es independentista o no, una serie de comentarios y declaraciones llevaron a muchos seguidores de la Selección a mostrar su descontento con el catalán. El detonante de la renuncia de Piqué a seguir jugando con la Selección tras el Mundial de Rusia responde a los “abucheos y cánticos en su contra” (Rubio, 2018) de su propia afición, motivado este clima de crispación por algunos de sus actos y frases a favor del derecho a decidir. El movimiento independentista catalán encontró en el jugador del Barça un importante apoyo y ganó visibilidad. A pesar de que asegura que nunca ha dicho que fuera independentista, sí que ha mostrado apoyos a las exigencias del nacionalismo: “Apoyo firmemente el derecho a decidir” o “Me pareció muy dura la sentencia -referente a la sentencia judicial del procés-”, (Europa Press, 2019) son algunas de las declaraciones que motivan el hecho de que se le relacione con el independentismo.

No solo en la figura de Gerard Piqué ha encontrado visibilidad la causa nacionalista catalana. También ha conseguido que el club en el que milita este futbolista, el FC Barcelona, se muestre afín a las ideas independentistas. Si el central, a título personal, consideró la sentencia del procés como dura, el club culé fue mucho más duro y en el primer partido tras conocerse el fallo judicial el Camp Nou lució dos grandes pancartas colocadas en las grandes con los lemas 'Independència' en una de ellas y 'Llibertat' en la otra (El Nacional, 2019). No es la única expresión, puesto que días antes, ya se lució otra pancarta en el feudo culé en un partido de la Champions League frente al Inter de Milán en la que se reclamaba "la libertad de los presos políticos", rezando en la pancarta la frase 'Only dictatorships jail peaceful political leaders' -Sólo las dictaduras encarcelan a los líderes políticos pacíficos- (Aguilar, 2019). Las manifestaciones políticas manifestadas por el Barça han supuesto una reprimenda por parte de la UEFA. El máximo organismo de fútbol europeo ha sancionado en varias ocasiones al club por permitir que la hinchada culé muestre esteladas en el Camp Nou o en otros estadios, como en el de Berlín en la final de la Champions de 2015 (Quixano, 2016).

De estos dos nacionalismos de los que hemos tratado, es el catalán el que está adquiriendo mayor fuerza en los últimos años. Si durante la Transición y los años posteriores fue el vasco el que contaba con mayor peso y visibilidad, esta dinámica ha cambiado en los últimos tiempos debido al conocido como procés catalán. Los independentistas catalanes han llevado a cabo diversos y numerosos actos reivindicando sus exigencias, entre los que destacan el referéndum sobre la independencia y la pronunciación en el Parlamento autonómico la Declaración Unilateral de Independencia. Una agitación política del nacionalismo catalán que también se ha visto reflejado en el deporte y en el fútbol.

5. El procés catalán

El movimiento nacionalista catalán es un fenómeno que tiene un recorrido histórico amplio, tal y como se ha abordado en apartados anteriores. No obstante, la novedad reside en la fuerza e impulso que han tomado los separatistas en los últimos diez o quince años. Según un estudio sobre este tema que analiza las encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el Instituto de Ciencias Políticas Sociales (ICPS) y el Centre d'Estudis d'Opinio' (CEO), esclareció que fue a partir de las elecciones autonómicas de 2010 cuando se prendió la mecha. Dos años después, en 2012, el porcentaje de catalanes independentistas había pasado del 19% a algo más del 40% (Rico y Liñera, 2014: p.257-280).

Una situación que ha ido creciendo año tras año hasta dar el salto a la opinión pública internacional. Hitos como el referéndum ilegal del uno de octubre de 2017 o la Declaración Unilateral de Independencia coparon la agenda setting de los medios de comunicación españoles y estuvieron presentes en los internacionales. Precisamente, el movimiento nacionalista catalán se ha servido del deporte como una de las herramientas

para ganar visibilidad. El independentismo ha recurrido a “la utilización política del deporte” con, por ejemplo, la plataforma *Guanyarem*, mediante la cual “reclutan a deportistas para lograr sus fines políticos” (Buxeres, 2015).

Son varios deportistas los que utilizan su estatus, puesto de trabajo y fama para colaborar a que aspectos del proceso soberanista lleguen a los medios de comunicación de todo el mundo. Es el caso de Pep Guardiola, entrenador del Manchester City, quien aprovecha la relevancia de su trabajo para intentar difundir las proclamas independentistas. El *Huffington Post*, por ejemplo, es uno de los medios que se han hecho eco de la postura del entrenador cityzen en cuanto a los políticos presos que publicó en Twitter y que le convirtieron en Trendig Topic. El periódico digital estadounidense, en una noticia, recoge el punto de vista político del místico: “Miles de personas llevan un lazo amarillo para demostrar su humanidad, porque mujeres y hombres están en prisión desde hace un año. Gente normal que solo defiende ideas y que está en la prisión desde hace un año” (Guardiola, citado en El Huffington Post, 2018).

No solo utiliza Twitter como modo de expresión. En relación con el tema de los políticos en prisión, Pep Guardiola también se ha sentado en el banquillo del City en partidos oficiales de la Premier League con el lazo amarillo en la solapa de la chaqueta, símbolo de apoyo a los encarcelados. Un gesto que se ha saldado con una multa por parte de la Federación Inglesa: “El entrenador del Manchester City, Pep Guardiola, ha sido multado con 20.000 libras y avisado cara a su conducta futura tras reconocer la acusación de la FA de lucir un mensaje político, concretamente un lazo amarillo, lo que contraviene las normas de la FA” (Expósito, 2018). Queda claro que desde la institución inglesa, se pretende erradicar que se relacione la Premier con proclamas políticas.

No obstante, esta reacción de la FA ha generado crispación ya que muchos entienden que se coarta la libertad de expresión con esa multa. Esto no es ajeno al periodismo deportivo, que también se pronuncia al respecto no solo para cubrir la noticia de la sanción, sino también para significarse y tomar postura. Ese el caso del periodista deportivo Toni Frieros, quien cuestionó desde su columna de opinión en el diario *Sport.es* que quién es la Federación Inglesa para impedir al entrenador cityzen expresarse: “Si Guardiola, desde su atalaya y proyección mediática, quiere solidarizarse con los Jordis, está ejerciendo un derecho individual universal. Prohibírsele sería un gravísimo ataque a la libertad de expresión de todos” (Frieros, 2018) finalizando así el artículo. Frieros reconoce, por tanto, que Guardiola se aprovecha de su situación, del status y de la proyección que le otorga su condición de entrenador del Manchester City para usarlo como herramienta ideológica, amparándose en la libertad de expresión.

El caso de Pep Guardiola como defensor del nacionalismo catalán es uno de los más sonados ya que trasciende incluso el ámbito deportivo. El técnico cityzen dio el salto a la política en 2015 –cuando entrenaba al Bayer de Múnich- y fue en la lista unitaria de Convergencia y Esquerra para las elecciones al Parlamento catalán de septiembre de ese mismo año, no con la “intención de ser diputado en el Parlamento” sino como signo

“inequívoco de apoyo al independentismo” (El Confidencial, 2015). Guardiola puede ser uno de los rostros deportivos que más comprometido se muestra con la causa nacionalista, pero no es el único.

Otros ejemplos de deportistas comprometidos con la causa los encontramos en “los 26 deportistas y técnicos catalanes” que colaboraron y participaron en “la campaña 'L'Esport pel Sí' ('El Deporte por el Sí)'” que pedía el apoyo a la independencia para el referéndum del uno de octubre de 2017 (Nevado, 2017). Algunos de estos deportistas que mostraron su apoyo públicamente por el ‘Sí’ fueron “la entrenadora de sincronizada Anna Tarrés; la ciclista olímpica Marta Vilajosana; el entrenador de Movistar Estudiantes, Salva Maldonado; la regatista Natalia Viadufresne; el jugador de voley playa Sergi Ten; o el corredor de maratones Arcadi Alibés” (Nevado, 2017).

A pesar de que profesionales de otros deportes hayan hecho público su apoyo político a la independencia, es en el seno del fútbol donde más visibilidad se otorga al nacionalismo catalán. Es lógico que sea así ya que, según el periodista Héctor Fernández, “el fútbol es el deporte de mayor impacto” y expone el siguiente ejemplo: “En baloncesto ha habido entrenadores que se han manifestado e incluso posicionado y su discurso nada tiene que ver con el impacto de las palabras de cualquier futbolista sobre el asunto”. Rubén López, periodista de *COPE*, comparte esa misma idea y asegura que “clubes como el FC Barcelona han sido el altavoz perfecto para causas políticas, de manera más o menos legítima”. Precisamente, el Barça puede considerarse “el club más utilizado para proclamar consignas políticas” y, a lo largo de la historia y debido a su relación con el catalanismo, se ha convertido en “el buque insignia del nacionalismo catalán” (Mandianes, 2015).

5.1. Barça vs. Madrid, la extrapolación del conflicto independentistas vs. Estado español

El tinte político del nacionalismo catalán, dentro de un estadio, no se ha limitado solo a las gradas, con esteladas y cánticos, o al palco de autoridades. Ha ido más allá y ha llegado al césped. Existe una corriente de opinión que defiende que el FC Barcelona es el club en el que el independentismo catalán puede verse reflejado e identificado, que es el “símbolo de un país e instrumento de una reivindicación Nacionalista” (Sobrequés, citado en Ruiz 2010: p. 171). Por otro lado, se considera que el Real Madrid cuenta con “un “San Benito” recurrente elevado a la categoría de tópico” al ser considerado el equipo del régimen franquista (Ruiz, 2010; p. 147). Tanto los merengues como los culés son instituciones que trascienden el mundo del fútbol, son más que clubes “porque asumen valores políticos añadidos” (Ruiz, 2010; p. 148). En el caso culé, incluso lo reconocen con su famoso eslogan ‘Más que un club’. Veremos cómo el enfrentamiento entre ambos clubes, Real Madrid y Barcelona, ha sido contaminado por la extrapolación ‘Independentismo catalán vs. Estado español’, y la forma en la que ambos clubes de fútbol han asumido –con más o menos intencionalidad- el papel de un bando u otro:

“Los madridistas han sido durante largos años los representantes del Estado español, la encarnación del centralismo elitista, y el principal baluarte de la resistencia contra la dispersión periférica y los escarceos nacionalistas; mientras que los blaugranas, con el presente político-deportivo de su parte, están tratando de recuperar su condición de ejército simbólico desarmado del nacionalismo catalán” (Ruiz, 2010; p. 148).

El punto de partida para explicar esta extrapolación es analizar cómo el FC Barcelona ha asumido la causa nacionalista y se ha convertido en “el brazo político de la catalanidad” (Ruiz, 2010; p. 147). La identificación del club culé con el nacionalismo catalán se remonta bastante tiempo atrás debido a que esta “significación del Barcelona se debe a las desgracias históricas de Cataluña desde el siglo XVII, en perpetua guerra civil armada o metafórica con el Estado español” (Vázquez, 2005: p. 64). Y desde entonces, la historia de Cataluña ha ido emparejada a la del Barça, como si la entidad fuese un “médium” en permanente contacto “con la propia historia del pueblo catalán” (Vázquez, 2005: p. 71).

Así las cosas, en la primera mitad del siglo XX el club catalán sufrió algunas represalias que alimentaron esa confrontación con el Estado español: como, por ejemplo, la clausura del estadio de Les Corts por Primo de Rivera “porque el público silbó la marcha real”; o el asesinato del presidente culé Josep Sunyol “en los primeros días de la Guerra Civil, en un alto del camino de la sierra de Guadarrama”; o también el hecho de que el régimen franquista vigilase “el nombramiento de sus presidentes y directivos”, de manera que “todos debían ser o claramente franquistas o franquistamente correctos” (Vázquez, 2005: p. 65). Estos castigos o represalias son el origen de que pueda considerarse hoy en día que el FC Barcelona es “el principal baluarte, el emblema por excelencia del patrimonio emocional del nacional-catalanismo” (Ruiz, 2010: p. 171), un hecho que se ha ido consolidando desde principios del siglo XX hasta nuestros días.

Este origen, como hemos comentado, nace en el seno de la etapa franquista. La dictadura trajo consigo la represión a los disidentes, a los que no compartían la ideología que imponía el régimen. Ante la imposibilidad de mostrar el descontento en el ámbito político durante el franquismo, se recurrió entonces al ámbito deportivo. Sucedió cuando Franco prohibió “todos los símbolos vascos y catalanes”, cuya consecuencia directa fue que “el deporte se convirtiera en el catalizador de las nuevas protestas y luchas regionalistas” (Hernández, citado en Gómez, 2013). El club culé se convirtió entonces en un salvoconducto de la disidencia: “Ante la total prohibición de militancias políticas, muchos catalanes se hicieron del Barça para expresar su antifranquismo” (Vázquez, 2005: p. 65). Este sentimiento se fue afianzando cada vez más y que se originó en 1939 cuando “muchos catalanistas habían cubierto su cuota de patriotismo afiliándose al Barça”, y que ya desde entonces empezaba a canalizar su rivalidad con el club merengue, puesto que “ganarle un partido al Madrid era como dar la vuelta al Decreto de Nueva Planta” (Vázquez, citado en Ruiz, 2010: p. 180).

La identificación FC Barcelona con el independentismo no solo surgió de la afición, sino que también nació de los directivos del club, que contribuyeron a ello en aquella época de la primera mitad del siglo XX. Incluso antes de que estallase la Guerra Civil y de que llegase la dictadura:

“Ya en los años veinte, convertidos en alumnos aventajados tanto los directivos del FC Barcelona como los del Athletic, comenzaron a cultivar el valor simbólico y representativo de sus respectivos clubes a través de los referentes del ideario nacionalista [...] Conscientes de su incalculable valor como exponente del sentimiento nacional-independentista” (Ruiz, 2010: p. 178).

Tras la muerte de Franco y el fin del régimen, con la llegada de la democracia y, con ella, de las libertades a España tras la firma de la Constitución de 1978, se podría pensar que el fin de la represión supone también el fin de la politización del FC Barcelona. Nada más lejos de la realidad. Los nacionalistas habían identificado durante la etapa franquista al Barça como una de las máximas expresiones de su movimiento, y eso no podía cambiar de la noche a la mañana aunque habiendo finalizado el régimen franquista. Esto se ve claro el 28 de diciembre de 1975, cuando “por primera vez desde la República, en las gradas del estadio ondearon a tela descubierta las banderas catalanas” (Ruiz, 2010: p. 23). En aquella época, hubo voces nacionalistas que abogaban por que la llegada de la democracia no significase que “el FC Barcelona se limite a ser un club deportivo y nada más”, sino que defendían el deber del club de mantener “su carácter nacional-popular” que tanto le singularizó y del que no podía renunciar “sin correr graves riesgos” (Borja, citado en Ruiz, 2010: p. 272-273). Esta advertencia tenía sentido hacerla en aquel momento ya que, unos años más tarde, se produjo un intento de despolitizar el club, aunque fallido, y llevado a cabo por parte del máximo mandatario del club.

José Luis Núñez ha pasado a la historia como el presidente culé que intentó arrebatar a la entidad su condición política, como el presidente “que trató de luchar contra la contrariedad del destino por el procedimiento de quitarle la significación nacional al equipo” (Ruiz, 2010: p. 179) aunque sin llegar a conseguirlo. Gran parte de sus 22 años de mandato (1978-2000), trató de alejar al club que presidía de la política utilizando para ello como alegato, según sus propias palabras, que el Barça era “interclasista e interideológico” (Ruiz, 2010: p. 179). Núñez trató de eliminar la vinculación de la entidad culé con el nacionalismo catalán, insistió en “combatir la idea de que el Barcelona era algo más que un club de fútbol”, sin éxito ya que esto era “una fijación muy instalada en las masas” (Vázquez, 2005: p. 66) que se había estado forjando durante décadas. Finalmente, Núñez acabó aceptando y al final de su mandato, asumió como “necesaria y hasta deseable la politización regionalista de Can Barça” (Ruiz, 2010: p. 181).

De esta forma, perduró la idiosincrasia de ‘Más que un club’, que se transformaría también en eslogan, que viene a referirse a que “el Barça es incomprendible sin su dimensión política” (Gistau, citado en Ruiz, 2010: p. 267). Y no solo pervivió dicha dimensión política, sino que continuó siendo trascendental. Unos años después del fin

del mandato de Núñez, llegó a la presidencia Joan Laporta (2003-2010) quien, durante los años que estuvo al frente del club, enfatizó el carácter político de la entidad. Uno de los objetivos de Laporta siempre fue realzar “la significación política” del club, hasta “convertirse en una sucursal político-deportiva del nacional-independentismo” (Ruiz, 2010: p. 181). Tanto fue así que, durante la intervención del expresidente Laporta en la presentación de un libro sobre la entidad, pronunció la siguiente afirmación que fue recogida en la web oficial del club: “La frase “más que un club” es indicativa de que el FC Barcelona siente que hay un compromiso con la sociedad, tanto a nivel social como cultural, pero también político” (Laporta, citado en Ruiz, 2010: p. 270). Ese compromiso con la sociedad, que también cunde al plano político, puede explicar que el Barça haya acompañado, igual que lo ha hecho durante toda su historia, al nacionalismo catalán en su adquisición de fuerza y visibilidad en los últimos años.

Por todo esto, son muchos los estudiosos que consideran que el FC Barcelona, además de ser un club de fútbol, es una entidad muy vinculada a la política y al catalanismo:

“Can Barça es hoy, sin parangón ninguno que le haga sombra chinesca, la única institución capaz de metabolizar todas las funciones inherentes a la simbología del nacionalismo catalán. Ninguna otra formación política, social, cultural o religiosa catalana está, ni de lejos, en condiciones de asumir un papel político tan estelar” (Ruiz, 2010: p. 171).

Manuel Vázquez Montalbán definió al FC Barcelona como “el ejército simbólico desarmado de la catalanidad” (Vázquez, 2005: p. 105). Un ejército que combate en el césped y que tiene como arma la pelota. En un enfrentamiento bélico y futbolístico es necesario un contrincante, un rival. El Barça, es decir, el bando nacionalista, encontró en el Real Madrid a su rival, a la identificación del Estado español.

Como se adelantaba al inicio, el club merengue cuenta con un ‘San Benito’, y es el de ser el equipo del régimen franquista. Varios motivos pueden sustentar esta idea, como por ejemplo que a partir de la segunda mitad del siglo XX el franquismo utilizase “los grandes éxitos futbolísticos del Real Madrid, así como escasos pero sonados éxitos deportivos individuales” como un instrumento de “escaparate internacional”. (Viuda-Serrano y González, 2012: p. 52). Ocurría que durante aquella época, el deporte español no gozaba de demasiados éxitos fuera del territorio nacional, salvo muy contadas excepciones. Esto hizo que el éxito del club madridista adquiriera una trascendencia mayor para los intereses de la dictadura, de tal forma que las cinco Copas de Europa consecutivas del Madrid supusieron “la única plataforma de proyección exterior de Franco, tan necesitado de lavar la lamentable imagen de su dictadura en el extranjero” (Ruiz, 2010: p. 155-156). El régimen utilizó, por tanto, “los éxitos deportivos internacionales” como “un valioso elemento de propaganda política del régimen” (Ruiz, 2010: p. 150) y así se lo hizo saber a los jugadores del club merengue en un ocasión José Solís, ministro secretario general del Movimiento, con las siguientes palabras: “Vosotros habéis hecho mucho más que muchas embajadas desperdigadas por esos pueblos de Dios. Gente que nos odiaba, ahora nos comprende, gracias a vosotros, porque rompisteis muchas murallas” (Solís, citado en Ruiz, 2010: p. 158). De esta forma, se consideraba a la entidad merengue como “el club de la España franquista”,

mientras que “los clubes vascos o catalanes representaban la resistencia frente al poder central español” (Mugron, citado en Ruiz, 2010: p. 177). Esta utilización en la política exterior de la dictadura hizo que el Real Madrid se ganase la etiqueta del equipo del régimen.

Sin embargo, existe otra corriente de pensamiento que defiende que el club madridista fue, precisamente, utilizado, sin que existiera intencionalidad por parte de la entidad de favorecer al régimen. Santiago Bernabéu, presidente del Real Madrid durante dicha etapa (1943-1978), a pesar de que se le atribuya una buena y estrecha relación con Franco (Ruiz, 2010: p. 161), aseguró que fue el régimen el que obtuvo rédito del “prestigio del club en el mundo” y que el Real Madrid no estuvo “al servicio del franquismo” (González, 2004: p. 126). Esto puede llevar a un cambio de etiqueta, pasar de definir al club madridista de ‘equipo del régimen’ a ‘equipo del poder’ o ‘equipo del Estado español’. Si bien sus éxitos internacionales durante la dictadura sirvieron a los intereses del franquismo, no era esta la principal intención madridista, sino que el servicio del club se debía a España: “el Madrid no buscaba mejorar la imagen de un régimen en concreto, sino la del país. Por ello se le puede achacar el ser más nacionalista español que otra cosa” (González, 2004: p. 122). Al igual que el FC Barcelona continuó con su identificación nacionalista tras la muerte del caudillo, para que exista el duelo en el césped entre independentismo y Estado español, es necesario prolongar la vinculación madridista con el poder político más allá del franquismo. Una relación con dicho poder que los propios directivos merengues fomentan e incluyen como “un objetivo preferente” desde los orígenes del club debido al “afán por promocionar el fútbol” (González, 2004: p. 118).

De esta forma, se puede considerar que el Real Madrid, a lo largo de su historia, se ha caracterizado por su “actitud respetuosa y considerada hacia el poder constituido, fuera cual fuese la forma del régimen existente” (González, 2004: p. 119). Esta actitud la ha mantenido fuese cual fuese el régimen o forma de gobierno, sin importar la ideología, lo que le ha llevado no a ser el equipo del régimen franquista sino un club que siempre “ha estado al servicio del gobierno y del dirigente de turno, sin distinción” (Ruiz, 2010: pp. 159-160). Una concepción del club merengue que no es que parta del propio seno madridista, sino que más bien es atribuido desde el otro ‘bando’, desde el nacionalista.

Que el Real Madrid sea tachado como “el club del poder en cualquiera de las variantes” (Behamonde, citado en Ruiz, 2010: p. 154) y, por tanto, del Estado español es una etiqueta que conviene, sobre todo, a su eterno rival. Porque aunque es cierto que el club ha defendido ser “sin complejos su vocación de ser el embajador deportivo de España en el extranjero”, ha renegado de ser “el equipo del régimen” o el “equipo del poder” (González, 2004: p. 122). No obstante, es a los equipos que abanderan el nacionalismo a quienes más les conviene que el Real Madrid sea considerado, además del embajador del país en el extranjero y más allá del equipo que sirvió al franquismo, el equipo del poder:

“Aunque pudiera parecer una paradoja, son los nacional-independentistas catalanes los únicos interesados ahora en recuperar para el Madrid su carácter de equipo representativo del malvado

Estado centralista, españolista y opresor, pues solo así quedaría definitivamente justificada la encarnación en el Barcelona y en el Athletic de Bilbao, de las aspiraciones delirantes del nacionalismo catalán y el soberanismo vascoense” (Ruiz, 2010: p. 167).

Si el Real Madrid “es algo más que un club”, se debe a que “el barcelonismo así lo reclama” (Vázquez, 2005: p. 169). De esta forma, queda justificada la extrapolación Estado español vs. Nacionalismo catalán cuando rueda el balón en los llamados ‘Clásicos’. El balompié se erige como “un terreno privilegiado para la afirmación de identidades colectivas y de los antagonismos locales, regionales o nacionales” (González, 2004: p. 116), representados en dos bandos diferenciados. Así las cosas, el césped del Camp Nou o del Santiago Bernabéu se convierte en escenario de un enfrentamiento, además del deportivo, político en el que ambos clubes se han convertido en “los abanderados de las dos formas de distribución del gobierno: Centralismo vs. Federalismo” (Relaño, citado en Lopez-Gonzalez, Guerrero-Sole, Haynes, 2014).

En esta extrapolación de la que estamos hablando los periodistas han jugado también un determinado papel en la identificación de los Real Madrid-FC Barcelona como un choque de “dos nacionalidades” y de “dos formas de entender la política” (Lopez-Gonzalez, Guerrero-Sole, Haynes, 2014). Aunque existen voces críticas también que abogan por no realizar dicha identificación, como es el caso del periodista catalán Martí Perarnau, que en 2005 escribió un artículo titulado “Un Madrid-Barça no es un España-Cataluña” (Gómez, 2013). En dicho artículo, defiende este periodista que “el Madrid no es el único símbolo del fútbol español” sino que el Barça, además de ser un emblema catalán, es también “un gran símbolo del fútbol español” (Perarnau, citado en Gómez, 2013). Sin embargo, esta no es la postura que prevalece, sino que desde “ambos sectores de la prensa” deportiva se suele contribuir a la “identificación nacionalista” y a la “instrumentalización política del deporte”, de forma que la prensa madrileña “mezcla el deporte con el nacionalismo centralista” mientras que la catalana hace lo propio con el “nacionalismo periférico” (Gómez, 2013).

Gorka Pérez, periodista de *El País*, considera que el periodismo no ha contribuido a esta extrapolación en el ámbito de la información pero sí que ha podido influir “en las tertulias, donde la información deja paso a la opinión” y que puede propiciarse “este caldo de cultivo”. Héctor Fernández, presentador de *Radio Estadio*, comparte esa idea de que la prensa deportiva ha favorecido un “caldo de cultivo extraordinario para que el asunto político se haya futbolizado completamente” debido a que “el periodismo deportivo más sensacionalista ha convertido la actualidad futbolística de los últimos años en un permanente Barça vs. Madrid”. Un hecho que Juan Irigoyen, periodista de *El País*, achaca a que “el periodismo deportivo ha ido perdiendo su compromiso con la profesión para hacerlo con el aficionado”, lo que considera “peligroso” que se dé entre los profesionales de la comunicación.

En la investigación de Gómez (2013) sobre *La Politización del Deporte en los Medios Escritos Especializados*, se ejemplifica esa confrontación política que se da en el fútbol con un caso concreto, cuando Mariano Rajoy es investido como presidente del

Gobierno. Es entonces cuando la prensa se hace eco de formas como estas: *El 9 Esportiu de Catalunya* tituló una noticia con “El Madrid se refuerza” y con una foto de Rajoy y el escudo madridista; en *Mundo Deportivo*, el periodista Lluís Canut escribía que “con este escenario el palco del Bernabéu, [...] amenaza en convertirse en uno de los mayores centros de influencia política y de negocios del país. Algo que sin duda no beneficia para nada al Barça”; o Iván San Antonio, periodista de *Sport*, que recogía la incidencia que se da “entre los triunfos del Barça con socialistas en el gobierno y los del Real Madrid con el Partido Popular mandando” (Gómez, 2013). En el artículo, también se recogen ejemplos en el que es el “nacionalismo centralista” es el que se hace presente en la prensa deportiva: Maximino Martínez, presidente de la Federación Asturiana de Fútbol declaró en *Radio Marca* que “son dos entrenadores prácticamente extranjeros. Mourinho es de Portugal y Guardiola catalán, así que igual no saben lo que significan los Premios Príncipe de Asturias”, al hilo de la polémica surgida por no dejar los técnicos que los internacionales españoles fuesen a recoger la distinción (Gómez, 2013).

La prensa deportiva ha favorecido a las identificaciones nacionalistas tanto del FC Barcelona como del Real Madrid, propiciando así que el Clásico se perciba también como un enfrentamiento político. Ante la fuerza y actualidad que está adquiriendo el nacionalismo catalán en los últimos años, gracias, sobre todo, a lo que se conoce como el procés catalán, nuestro estudio de noticias online aborda el tratamiento que la prensa deportiva ha realizado sobre este caso.

6. Análisis del tratamiento en los medios digitales

El movimiento nacionalista no es político exclusivamente, sino que también ha salpicado otros campos como el social, el económico, etc. y también el deporte. El detonante que favoreció el auge y el aumento de visibilidad del sentimiento nacionalista catalán lo encontramos en la Diada de 2012, en donde se produjo una de las primeras manifestaciones a favor del derecho a decidir de los catalanes (Casals, 2015). Desde entonces y hasta nuestros días, el independentismo ha estado muy presente en diversos ámbitos de la sociedad.

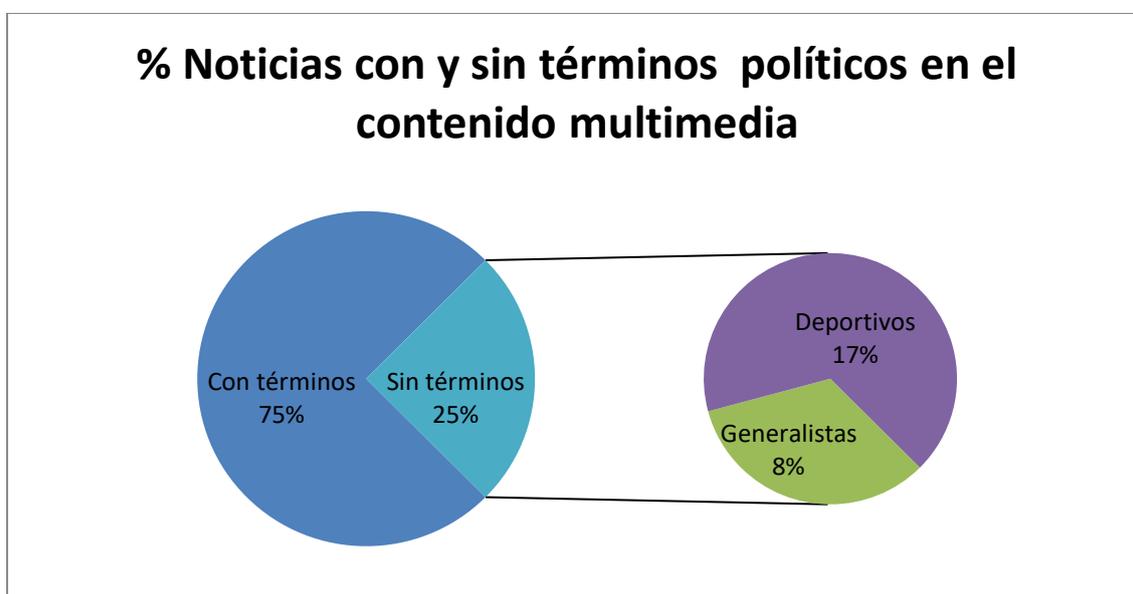
Este estudio tiene como objeto analizar la influencia que ha ejercido el procés catalán sobre la prensa deportiva digital, y comprobar qué fenómenos se han producido en ella a causa del auge de este nacionalismo. Para ello, se han analizado un total de 72 noticias de cuatro periódicos distintos referentes a seis hitos seleccionados del independentismo catalán y que han tenido una considerable repercusión en los periódicos y secciones deportivos digitales. Además del análisis de esta muestra, también se ha contado con los testimonios de cuatro periodistas deportivos que ayudan a comprender este asunto.

Una de las primeras cuestiones que refleja este estudio es la elevada cantidad de términos que hacen referencia a la política en las noticias e informaciones relacionadas con el deporte. A pesar de que pueda parecer lógico por la magnitud de algunos de los hitos independentistas –tales como el referéndum del 1 de octubre de 2017 o la

sentencia del proces-, no deja de sorprender el alto número de referencias a cuestiones políticas que aparecen entre las líneas de diarios y secciones deportivas. En total, sumando todos los términos políticos que se encuentran en el cuerpo de las 72 noticias, se alcanza la cantidad de 660 términos únicos. Es decir, la media de la muestra es de algo más de nueve referencias únicas a la política en el cuerpo por cada noticia deportiva o relacionada con el deporte. Es necesario esclarecer que en este análisis se han contabilizado los términos únicos. Esto quiere decir que si un término se repite en una misma noticia varias veces, solo se cuenta una vez. Por ejemplo, pongamos el caso de una noticia que tiene nueve términos y en la que aparece la palabra ‘independencia’ hasta en cuatro ocasiones en el cuerpo de la misma. Pues en dicha noticia, se ha contabilizado solo una vez el término ‘independencia’ y solo representa uno de esos nueve términos, y no cuatro.

En cuanto al contenido multimedia, las referencias a la política también están muy presentes. El 75% de las noticias analizadas ofrecen referencias a la política en los contenidos multimedia que acompañan a las noticias. Dentro del 25% de noticias que no presentan referencias políticas en sus vídeos y fotografías, la mayoría responden a los diarios deportivos digitales -12 de las 18 noticias que no presentan política en su contenido multimedia-. El periódico que menos referencia a la política realiza en este aspecto es *Marca*, el periódico deportivo con sede en Madrid, que cuenta con ocho de las 18 noticias deportivas sin reflejo político en los vídeos y fotografías.

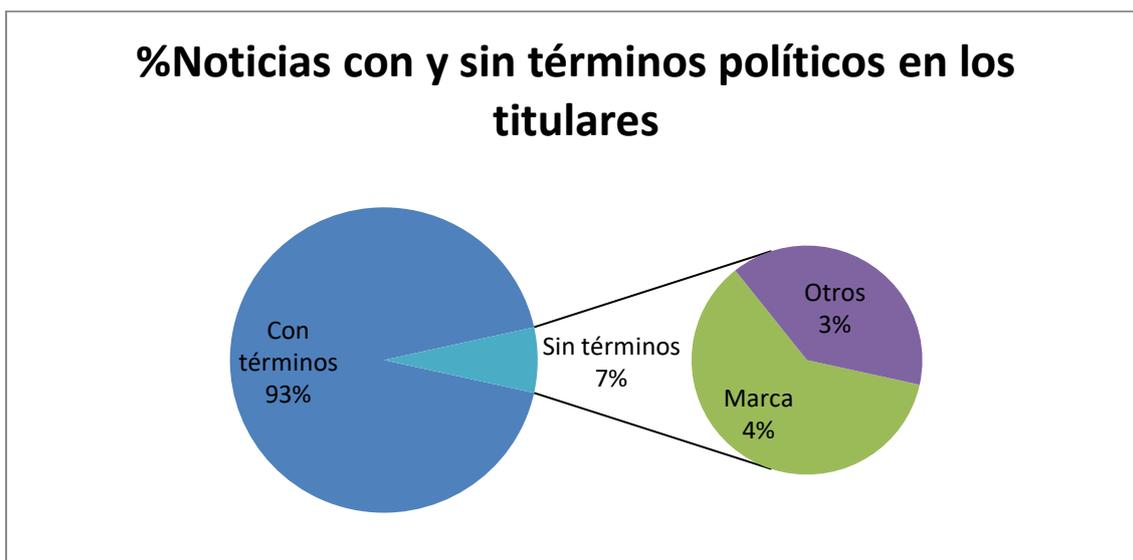
Gráfico 1:



Este gráfico muestra el porcentaje de las noticias que cuentan con términos políticos en el contenido multimedia y el porcentaje de las que no. Dentro de las noticias sin términos, se muestra el porcentaje con respecto del total que corresponde a los periódicos deportivos y el porcentaje de los diarios generalistas. Fuente: elaboración propia.

La tendencia es aún mayor en los titulares. De las 72 noticias analizadas, algo más del 93% sí presentan referencias a la política y tan solo cinco noticias no muestran términos políticos ni en el antetítulo, ni el titular y tampoco en el subtítulo, lo que representa el 7% restante del total. De nuevo, es el periódico deportivo con sede en Madrid, *Marca*, el que cuenta con más noticias dentro de las que no hacen referencia a cuestiones políticas en el título: tres de las cinco de este grupo son de *Marca*, el 60%.

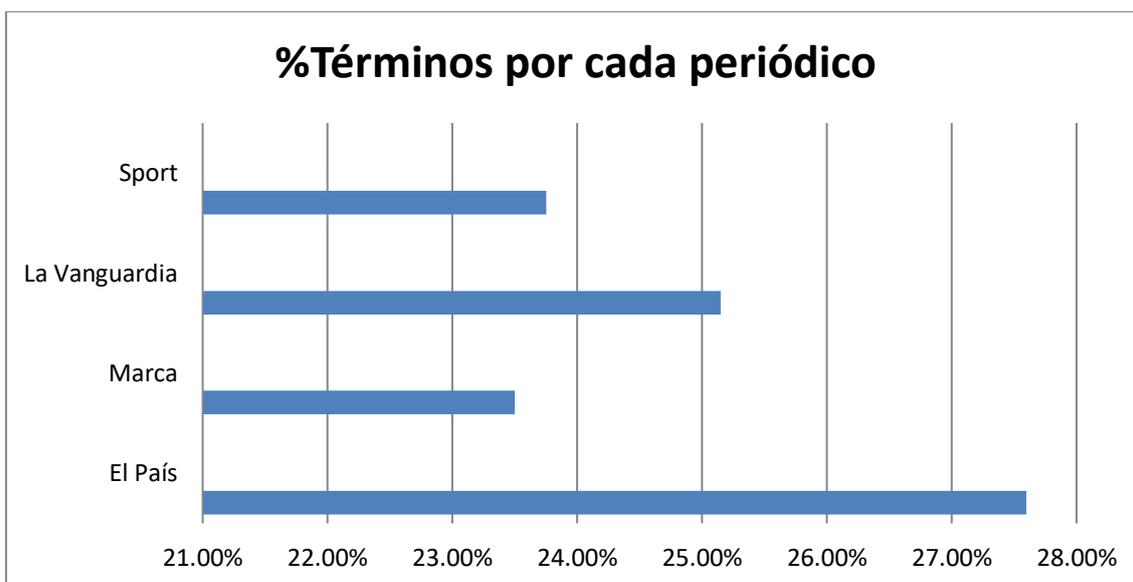
Gráfico 2:



Este gráfico muestra el porcentaje de las noticias que cuentan con términos políticos en los titulares y el porcentaje de las que no. Dentro de las noticias sin términos, se muestra el porcentaje con respecto del total que corresponde al diario *Marca* y el porcentaje de los tres periódicos restantes. Fuente: elaboración propia.

Por tanto, dentro de la elevada politización que reflejan los cuatro periódicos, puede considerarse en base a la presencia de política tanto en los titulares como en las fotografías que el periódico deportivo cuya sede reside en Madrid es el que menos politización muestra. Esto también se produce en los términos presentes en los cuerpos de las noticias, en donde *Marca* presenta el menor porcentaje del total de los 660 términos. No obstante, en este sentido, los cuatro periódicos se encuentran muy parejos. Los 660 términos únicos que aparecen en las 72 noticias analizadas reparten su presencia en los distintos periódicos de la siguiente forma –en orden de mayor a menor porcentaje: *El País*, con el 27,6%; *La Vanguardia*, con el 25,15%; *Sport*, con el 23,75%; *Marca*, con el 23,5%. Por tanto, la diferencia es mínima y se puede afirmar que los cuatro periódicos tienden a mostrar un nivel de presencia de la política en sus informaciones muy similar.

Gráfico 3:



Este gráfico muestra el porcentaje de términos políticos presentes en el cuerpo de las noticias que le corresponde a cada uno de los cuatro periódicos analizados. Fuente: elaboración propia.

Por otro lado y referente también a los títulos y contenido multimedia, cabe mencionar que la mayoría de estas cinco noticias que no presentan referencias políticas pertenecen al hito número uno, que se corresponde con las elecciones del FC Barcelona. En ese momento, los cuatro candidatos a la presidencia firmaron el ‘Compromiso de País’, cuyas noticias sí presentan una elevada influencia de la política. No obstante, en este hito también se enmarcan las informaciones referentes al día de la votación, en las que la amplia mayoría hacen referencia en el cuerpo a que Artur Mas –presidente de la Generalitat en aquel momento- acudió a votar y ello levantó gritos de ‘independencia’ entre los presentes, hecho que se recoge en el cuerpo de todas las noticias pero, en la amplia mayoría, no está presente ni en las fotografías ni en los titulares.

Recopilando todos los datos ofrecidos que prueban una considerable politización de las noticias online deportivas durante los seis hitos de estudio, tenemos los siguientes porcentajes: nueve referencias políticas de media en el cuerpo por cada noticia, 75% de noticias con términos políticos en el contenido multimedia y el 93% de noticias los presentan en los títulos. Este fenómeno es reconocido por los propios profesionales. Por ejemplo, Gorka R. Pérez, periodista deportivo de *El País* –uno de los periódicos analizados-, reconoce que la cuestión del conflicto catalán se ha infiltrado en el periodismo deportivo. Eso sí, defiende que esto no responde a cuestiones ni consignas políticas, sino a que ha sido el propio proceso el que ha contaminado deportes como el fútbol y el periodismo lo ha reflejado así: “En la sección de deportes no tienen cabida las informaciones de contenido puramente político. Sí que se ha informado debidamente de lo sucedido dentro del Camp Nou y que desde la sección considerásemos de valor para el lector”.

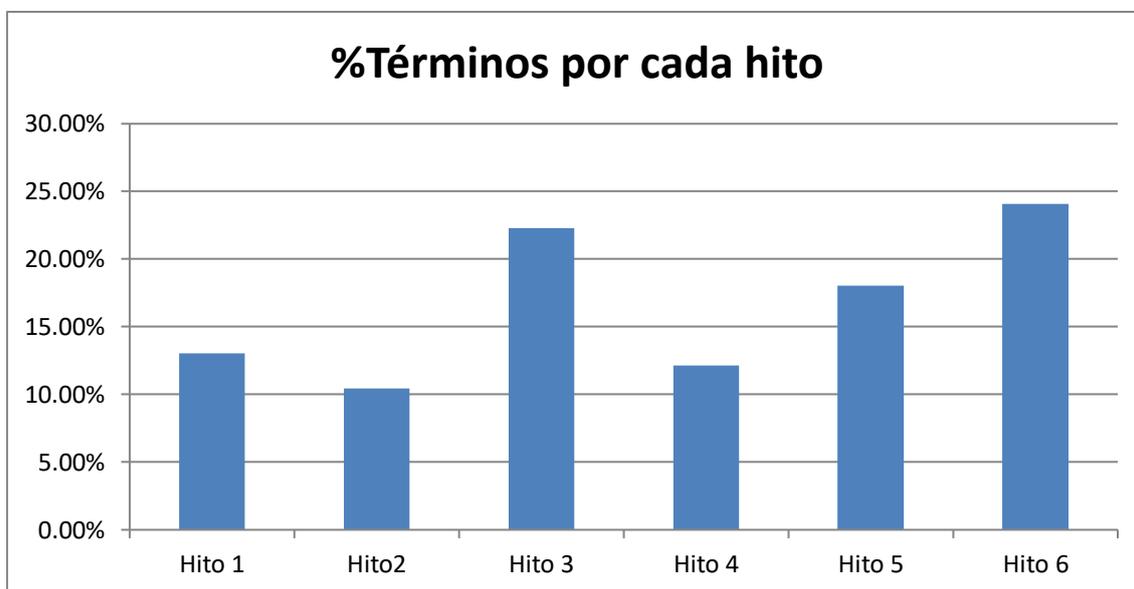
Con esto, Pérez se refiere a que el periodismo deportivo, al menos en su periódico, ha reflejado las protestas políticas que se han realizado a través del deporte ya que suponían un valor añadido. Señala varios ejemplos que son muy ilustrativos y que han estado presentes en las noticias analizadas: “Cada vez que el público del Camp Nou ha pitado el himno de la Champions por las sanciones que recibieron con la muestra de esteladas, ha sido recogido en las distintas informaciones que han rodeado a este evento. Del mismo modo que cuando se produjeron los disturbios en el último clásico en Barcelona se mencionó, por ejemplo, el olor a plástico quemado que se coló en el estadio, o el lanzamiento de pelotas amarillas al césped”. Se entiende que forma parte del ambiente. De la misma forma que si un estadio, ante una cita importante, refleja un colorido y masivo tifo, es oportuno que aparezca en la crónica aspectos como el lanzamiento de pelotas amarillas que se lanzan al terreno de juego, aunque tenga connotaciones políticas. Su compañero de redacción en *El País*, Juan Irigoyen, comparte esta misma idea y lo resume de una forma muy sencilla: “La realidad es que el procés está metido en la sociedad y, entonces, es imposible que no afecte al deporte”. Por tanto, la sección deportiva se ha visto influenciada por el conflicto catalán porque ha sido un ‘espejo’ de la contaminación del deporte por este fenómeno.

Así lo considera también Héctor Fernández, CEO de *Group Hache* y experiodista de *Onda Cero*, que afirma que, en los últimos años, la presencia de la política en las informaciones deportivas ha aumentado debido a “la actualidad” del conflicto catalán y al correspondiente “impacto en el deporte”. Asegura Fernández también que esta influencia ha sido mayor en el caso del fútbol, hecho que se ve reflejado en el siguiente ejemplo: “En baloncesto ha habido entrenadores que se han manifestado e incluso posicionado y su discurso nada tiene que ver con el impacto de las palabras de cualquier futbolista sobre el asunto”. En esta línea coincide Rubén López, periodista deportivo de *COPE*, quien defiende que “el fútbol, deporte rey, tiene una fuerza social que no tienen otros aspectos de la vida, de ahí que sea un dulce apetitoso para defender una causa, en este caso el independentismo”. Esta mayor influencia que ejerce la política, y en concreto el procés, que es nuestro fenómeno de estudio, sobre el fútbol y de la que han hablado los periodistas entrevistados tiene su reflejo en la prensa deportiva digital. La amplia mayoría de la temática de las noticias hace referencia al fútbol. Tan solo una de las 72 informaciones –el 1,39%- no tiene nada que ver con el fútbol, sino que hace referencia únicamente al baloncesto; y cuatro noticias –el 5’56%- versan sobre fútbol y otros deportes. Esto se traduce en que el 93% de las informaciones analizadas -67 de las 72 noticias- hacen referencia exclusivamente al mundo del fútbol, ya sea referente a técnicos, portavoces o comunicados de clubes, exfutbolistas o futbolistas en activo, etc.

En el análisis uno por uno de los distintos hitos, se concluye que las noticias pertenecientes a los hitos cinco y seis –los más recientes y referentes al referéndum del 1-O y a la sentencia del procés, respectivamente- son las que aglutinan un mayor porcentaje de los términos presentes en el cuerpo de las informaciones. En el caso de las noticias del hito cinco, el del referéndum, están presentes el 18,04% de los 660 términos, mientras que en las del hito seis, el de la sentencia judicial del procés, el

porcentaje asciende hasta el 24,09%. Porcentajes que son mucho más elevados que los de los cuatro primeros hitos, que comprenden porcentajes de entre el 10,45% y el 13,03%, lo que prueba la tendencia de aumento de la politización con el paso de los años, que es mayor con los hitos más actuales.

Gráfico 4:



Este gráfico muestra la distribución de los porcentajes de términos únicos en el cuerpo de las noticias analizadas de cada uno de los seis hitos estudiados. Fuente: elaboración propia.

Tan solo el hito número tres, el del Camp Nou como escenario de las proclamas independentistas, rompe esa dinámica al contar con el 22,27% de los 660 términos. Esto tiene su explicación y es que al recoger dicho hito las diferentes situaciones en las que el feudo culé ha servido como altavoz e instrumento de visibilidad para la causa nacionalista, se han producido acontecimientos de carácter puramente político cuya relación con el deporte está representada en el propio Camp Nou. Es decir, en varias de las informaciones que se recogen en el hito número tres se invierte el orden y se muestra la influencia o la relación del deporte en la política, teniendo como nexo de unión el estadio del FC Barcelona, lo que explica que de manera excepcional este hito tenga un nivel de politización similar a los hitos del referéndum y de la sentencia del proces.

Dentro de este hito del Camp Nou al servicio del independentismo, encontramos informaciones en las que sí hay una predominancia deportiva que se ve mezclada por diferentes razones con la política. Es el caso de las noticias que se hacen eco de las esteladas en las gradas, los gritos de independencia o de las pancartas con diferentes lemas que el club hace lucir en su estadio durante los partidos del Barça. Pero también hay bastantes noticias dentro de este hito que ejemplifican lo comentado en el párrafo anterior, en las que se invierte el orden y hay una mayor predominancia de la política con algún tinte deportivo. Por ejemplo, uno de los acontecimientos políticos que

adquieren cierta relación con el ámbito deportivo al permitir el Barça que sea celebrado en el Camp Nou es el ‘Concert per la Llibertat’ (‘Concierto por la Libertad’). Si acudimos a la noticia de *El País* del hito tres que cubre este concierto, firmada por el periodista Miquel Noguer, deducimos que es una información de carácter mayoritario político –está incluida en la sección ‘Cataluña’- pero que tanto en el titular como en el subtítulo se hace mención de símbolos futbolísticos: *Camp Nou y estadio barcelonista*. En esta noticia y en otras similares, la función del deporte –en este caso, del FC Barcelona y de su estadio- es la de otorgar una mayor visibilidad al evento político y el de dar respaldo a su causa y objetivo –en este caso, el supuesto derecho a decidir su futuro del pueblo catalán-.

Imagen 1:



Esta noticia sería puramente política si el Barcelona no hubiera accedido a apoyar este concierto y a ceder para su celebración el Camp Nou. Probablemente, de haberse celebrado en otro emplazamiento, el título y la fotografía no tendrían connotaciones deportivas. Este es uno de los casos en los que el propio deporte toma partida y favorece una causa política. Fuente: Captura de pantalla de *El País*, publicado el 29 de junio de 2013.

Esto se ve de forma muy clara en las noticias referentes a este concierto –no solo en la información de *El País*, sino también en las publicadas por el resto de periódicos analizados- y en otras situaciones similares como la cadena humana de la ‘Via Catalana’, que cruzó el Camp Nou. En la noticia de *La Vanguardia* sobre esta cadena humana independentista, firmada por la redacción del periódico, se afirma la significación del Camp Nou más allá de estadio de fútbol, sino como escenario de las reclamas nacionalistas. En este tipo de informaciones se comprueba que, a diferencia de la tendencia en el resto de noticias, el carácter político es el predominante. Este hecho se refleja en aspectos como que suele haber un número de términos políticos superior al de la media de la muestra de nueve por noticia o que este tipo de noticias no suelen tener fuentes deportivas y sí varias fuentes políticas, características que rompen con la tendencia de las noticias del resto de hitos.

Esto contrasta, como se ha comentado, con la tendencia de la mayoría de las noticias en varios aspectos. Si tenemos en cuenta que la amplia mayoría de las informaciones incluyen fuentes deportivas -63 noticias, es decir, el 87,5%- y que una gran parte de las noticias analizadas no incluyen fuentes de carácter político -56 noticias, es decir, el 77,78%-, se llega a la conclusión de que una importante parte de los 660 términos políticos únicos que están presentes en los cuerpos de estas noticias han sido nombrados o tienen que ver con deportistas, entidades deportivas y otros agentes implicados en el mundo del deporte (exfutbolistas, portavoces de clubes, entrenadores...). Es decir, y exceptuando las informaciones comentadas con anterioridad como las de la Via Catalana o la cadena humana que cruzó el Camp Nou, se puede afirmar que existe una tendencia a que las fuentes deportivas se manifiesten y posicionen políticamente. No es que solo los políticos acudan al ámbito deportivo para sacar rédito –que también- sino que son los propios protagonistas del deporte los que, por iniciativa propia, se posicionan públicamente en este conflicto catalán y la prensa deportiva se hace eco y recoge dichos posicionamientos políticos del mundo del deporte. Los que se pronuncian en un mayor número de ocasiones y cuyas declaraciones adquieren una mayor relevancia y visibilidad en los medios de comunicación son los protagonistas del mundo del fútbol. Especialmente, cabe mencionar los nombres propios de Pep Guardiola y Gerard Piqué, quienes acaparan una parte importante de las noticias analizadas.

En el caso del técnico del City, ha mostrado siempre su apoyo al independentismo de numerosas formas: leyendo manifiestos solicitado por el Parlament, portando el lazo amarillo, con diversos vídeos y publicaciones en redes sociales e incluso cerrando la lista unitaria independentista para el Parlament en las elecciones del 27 de septiembre de 2015. Unos de sus vídeos más recientes, publicado tras conocerse la sentencia del procés y en nombre de la organización independentista *Tsunami Democràtic*, fue cubierto por los medios de comunicación, incluida la prensa deportiva digital. Una de las tres noticias de *El País* del hito sexto, el de la sentencia del procés, versa sobre dicho vídeo. En dicha noticia, se transcribe gran parte del contenido del vídeo de Guardiola y se observa cómo la presencia de términos políticos en el cuerpo (27 términos) de esta noticia multiplica por tres la presencia de referencias a la política de la media de las noticias analizadas. Hay que tener en cuenta que la información cuenta con dos fuentes deportivas –el propio Guardiola y el FC Barcelona, que se mostró contrario también a la sentencia- y una única fuente política –*Tsunami Democràtic*, en nombre del cual el técnico del City se pronunciaba-. Es decir, la gran parte de esos 27 términos de la noticia son pronunciados por fuentes deportivas.

Pero Guardiola y Piqué no son los únicos deportistas que se posicionan públicamente. Son bastantes los protagonistas del mundo del deporte que utilizan las redes sociales o comunicados oficiales –más frecuente este último medio en las entidades deportivas- para expresar su opinión y postura acerca de, sobre todo, el referéndum del 1-O y de la sentencia del procés. Sobre estos dos hitos, encontramos en la prensa deportiva digital unas informaciones que consisten en recopilar las opiniones de los deportistas o la postura de los clubes en relación con el referéndum del 1-O e incluso se realizan

directos durante la votación en el mismo o para cubrir las reacciones a la sentencia. *Marca* es el periódico que más alberga este tipo de contenidos en la muestra analizada. En el hito cinco, referente al uno de octubre de 2017, publicó una información que consistía en la recapitulación de las declaraciones, opiniones y posicionamientos que habían hecho públicos diferentes deportistas de España. Esta información, titulada “De Gasol a Piqué: ¿qué dicen los deportistas españoles del referéndum?”, recogía las opiniones, tanto a favor de la votación como también en contra, de Pau Gasol, Piqué, Guardiola, Mireia Belmonte o Rafa Nadal, entre otros. Una información que se recoge en la sección ‘Polideportivo’ pero que referente al deporte solo tenía las fuentes, ya que estas se pronunciaban en términos políticos, una tendencia que ya hemos comentado con anterioridad.

Otra de las noticias analizadas del diario deportivo con sede en la capital del país consiste también en una recopilación de las posturas políticas referentes al referéndum del 1-O pero, en este caso, exclusivamente de los clubes de fútbol catalán. Y la tercera de las noticias analizadas de *Marca* del hito cinco es un directo. Durante la jornada del uno de octubre de 2017, se desconocía si el Barça iba a suspender o no el partido de Liga que debía disputar frente a Las Palmas. Hasta escasos momentos antes de la hora del encuentro, no se supo que, finalmente, la decisión fue la de jugar a puerta cerrada. Aunque se garantizó la seguridad por parte de las administraciones y las Fuerzas y los Cuerpos de Seguridad del Estado, el club tomó esa decisión como protesta por lo que estaba sucediendo en las calles de la ciudad, en las que la Policía, Mossos y Guardia Civil intentaron evitar la celebración del referéndum ilegal. Pues ante esta situación, *Marca* realizó un directo en su página web contando en tiempo real la postura del FC Barcelona sobre el partido contra Las Palmas, desde por la mañana y con la posibilidad de suspender el encuentro hasta la celebración del mismo sin público. Y no solo se contó en directo esta decisión del club culé, sino que se fue informando de cómo los deportistas vivían la jornada del 1-O: quiénes votaban, quiénes se pronunciaban en contra de la actuación de los agentes frente a los manifestantes, quiénes alentaban a votar, etc. El directo tuvo como inicio la siguiente frase: “Comenzamos el directo de toda lo que ocurra en el referéndum del 1-O en clave deportiva”. Y a pesar de informar de esta jornada “en clave deportiva”, recuerda mucho este formato y contenidos a las jornadas electorales en las que los medios de comunicación informan en directo y al minuto sobre las llegadas de los políticos para votar y otras incidencias.

Imagen 2:

Referéndum 1-O • Sigue en directo toda la jornada en clave deportiva

El referéndum del 1-O, en directo: Piqué y Pau Ribas votan, Xavi habla de vergüenza...

01/10/2017 11:24 CEST   

Título del directo en el que se informa de la jornada del referéndum del uno de octubre “en clave deportiva”. Ya se vislumbra que el directo se hace eco de las posturas políticas de diferentes protagonistas del deporte. Fuente: Captura de pantalla de *Marca*, publicado el 1 de octubre de 2017.

Imagen 3:

12:12 horas: Piqué acaba de votar. "Esto es una vergüenza, las imágenes hablan por sí solas", ha dicho a la salida en el colegio electoral.



En el directo de Marca, además de informar sobre la decisión del Barça referente al partido de Las Palmas, también se informa de la postura y opiniones de los deportistas sobre el Referéndum. En este caso, se informa de que Piqué ha votado. Fuente: Captura de pantalla de Marca, publicado el 1 de octubre de 2017.

Igualmente, el periódico *Sport* cubrió en directo en su página web una situación política pero en clave deportiva. En este caso, se informó en directo de las reacciones del mundo del deporte a la sentencia judicial del procés –hito seis-. Todas estas noticias tienen en común que en ellas se intensifica la tendencia ya comentada de la presencia de un elevado número de términos políticos presentes en la información. En todas ellas, se supera la media de la muestra analizada, que es de nueve términos. En el caso del directo de *Sport*, se llegan a los 37 términos –a lo que contribuye el hecho de que sea una información bastante extensa y con un gran número de fuentes deportivas-.

Imagen 4:

FUERA DE JUEGO

11:28 También el RCD Espanyol ha emitido un comunicado:

Ante la reciente Sentencia del Tribunal Supremo en relación al "llamado proceso", el RCD Espanyol de Barcelona manifiesta lo siguiente:

El Club es una entidad puramente deportiva y, como tal, no representa los sentimientos, ni los posicionamientos personales e individuales de todos sus socios, como no podía ser de otra manera. Más allá de esta circunstancia, reiteramos nuestro respeto a las decisiones judiciales, así como lamentamos el sufrimiento que desgraciadamente determinadas situaciones procesales puedan generar a personas individuales, sus familias o los sentimientos colectivos. Alentamos a todos los poderes públicos a buscar soluciones políticas y democráticas por esta crisis social, por la vía del diálogo y dentro del marco legal y del más estricto respeto a la legalidad.

f t @

Se puede comprobar en esta imagen cómo, a partir del comunicado referente a la sentencia del procés de una entidad deportiva como es el RCD Espanyol, se extraen numerosos términos políticos: 'Sentencia del

Tribunal Supremo’, ‘decisiones judiciales’, ‘poderes públicos’, ‘soluciones políticas’, etc. Todos estos términos están presentes partiendo de una única fuente deportiva. Esto hace que en este tipo de directos, al contar con numerosas fuentes deportivas que reaccionan a la sentencia, haya una muy elevada politización. Fuente: Captura de pantalla de *Sport*, publicado el 14 de octubre de 2019.

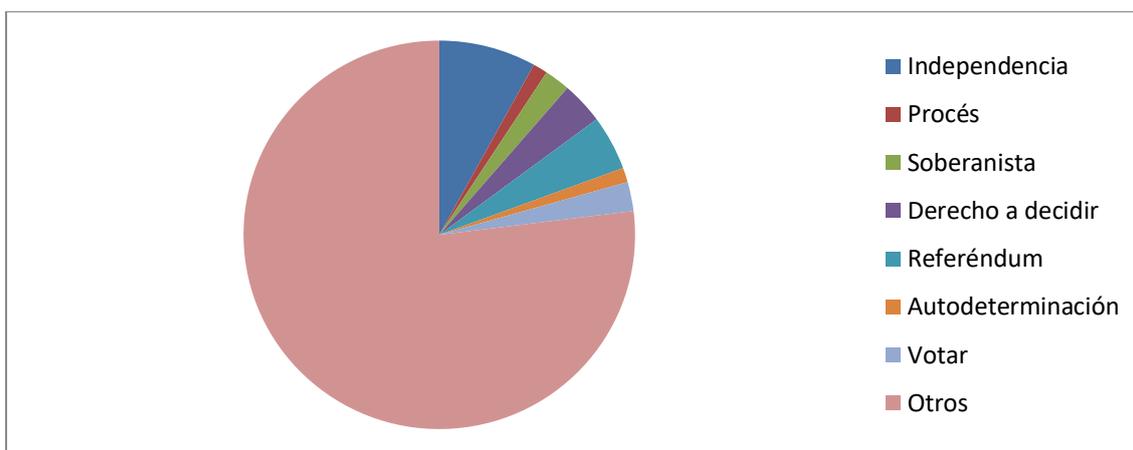
Imagen 5:



Esta imagen del directo en cuestión refleja que la información es, precisamente, en directo, minuto a minuto se va actualizando la información con las voces de los distintos protagonistas del deporte que se pronuncian sobre la sentencia del proceso. Fuente: Captura de pantalla de *Sport*, publicado el 14 de octubre de 2019.

Otro de los aspectos más interesantes de este estudio, y que guarda relación con lo expuesto de estas cuatro noticias, es comprobar cuáles son los términos que más aparecen en las 72 noticias analizadas. Es decir, qué referencias a la política están más presentes tanto en el cuerpo como en los títulos de las informaciones de estos cuatro periódicos a lo largo de los seis hitos estudiados. En cuanto a los términos políticos presentes en el cuerpo de la noticia, el más utilizado es ‘independencia’, que representa el 8% de los 660 términos únicos. Además de la aclaración realizada al inicio de que un término se cuenta una vez en una noticia independientemente de las veces que aparezca, ha de aclararse también que dentro de un término se incluyen también sus diferentes variantes. Por ejemplo, en el caso del más utilizado como es la referencia a la ‘independencia’, en ese 8% que representa del total se incluyen variantes como: ‘manifestaciones independentistas’, ‘presos independentistas’, ‘independentismo catalán’, ‘proceso independentista’, ‘gritos de independencia’, etc. Siguiendo con el ranking de las referencias políticas más utilizadas en el cuerpo de las informaciones, el segundo término es ‘referéndum’ y sus variantes, que representan el 4,55% del total. Cierra el top tres el término ‘derecho a decidir’, que supone el 3,5% de los 660 términos únicos presentes en el cuerpo de las 72 noticias.

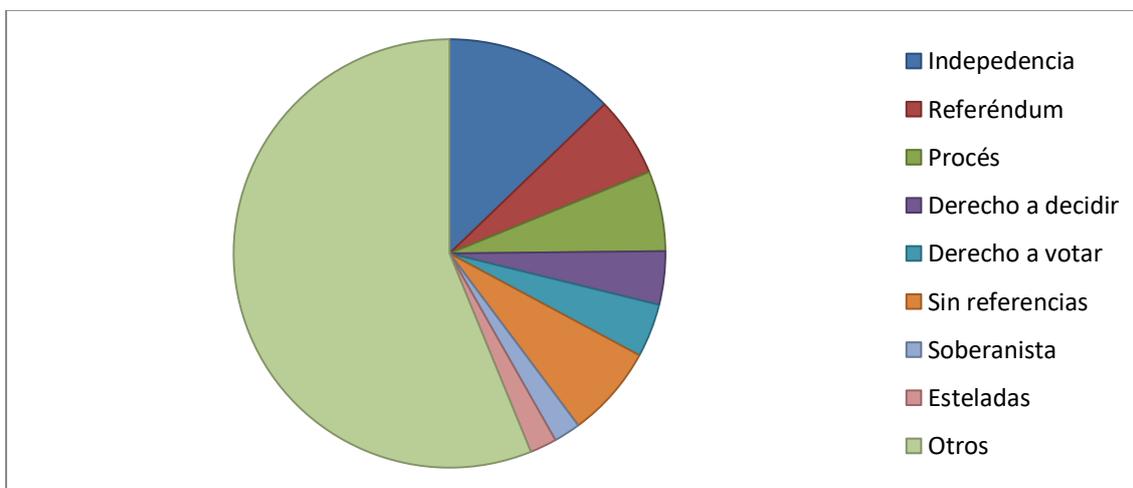
Gráfico 5:



Este gráfico representa el total de los términos únicos presentes en los cuerpos de las noticias analizadas. En la leyenda, aparecen los siete términos más utilizados. La presencia de cada término en la gráfica es proporcional al porcentaje que representa del total de los términos. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a los títulos, el término ‘independencia’ y sus variantes vuelve a repetir como el más utilizado, y de forma más clara que en el cuerpo de las noticias, con el 12,75% de los 149 términos únicos que aparecen los títulos de las 72 noticias. También el segundo término más utilizado coincide con el segundo del ranking anterior: ‘referéndum’, que aglutina algo más del 6% del total. También representa ese mismo porcentaje y comparte el segundo puesto el término ‘procés’, que no aparece como los más usados en el ranking del cuerpo de las noticias al ser de reciente creación pero que sí que es utilizado de una forma más representativa en los títulos. Por último, el término ‘derecho a decidir’ es el siguiente más utilizado con el 4% de los 149 términos únicos utilizados en los titulares, antetítulos y subtítulos de la muestra.

Gráfico 6:



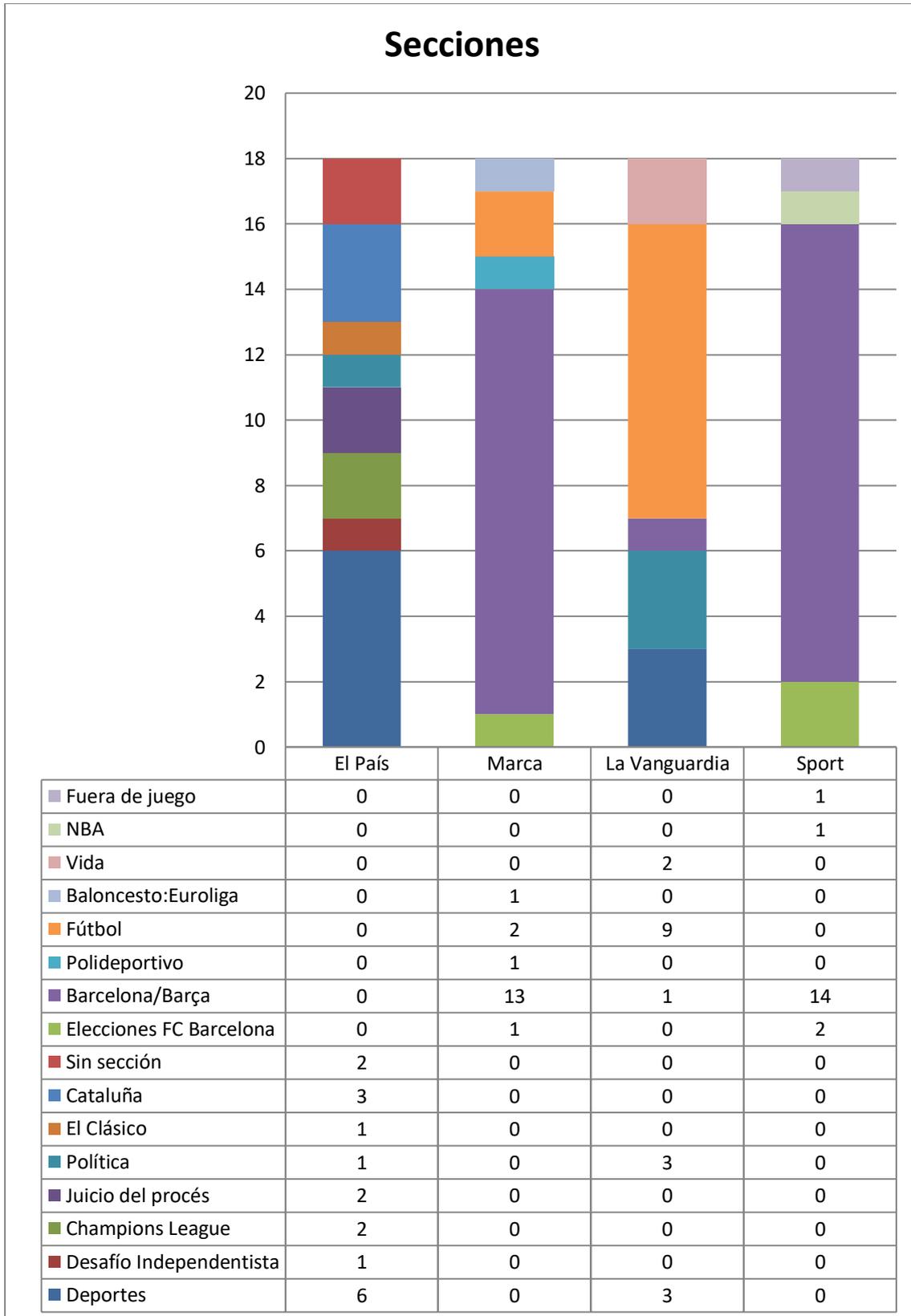
Este gráfico representa el total de los términos únicos presentes en los títulos de las noticias analizadas. En la leyenda, aparecen los siete términos más utilizados. La presencia de cada término en la gráfica es proporcional al porcentaje que representa del total de los términos. Fuente: elaboración propia.

Otro de los aspectos interesantes del estudio es comprobar en qué secciones son clasificadas las distintas informaciones. Esto varía enormemente en función de cada periódico. En líneas generales, se puede comentar que la amplia mayoría se encuentran en secciones deportivas, denominadas de múltiples formas: ‘Deportes’, ‘Champions League’, ‘El Clásico’, ‘Barça’, etc. Pero esto no quita que un porcentaje a tener en cuenta de las noticias analizadas se encuentren en secciones políticas. Diez de las 72 noticias –casi el 14%- están incluidas en secciones políticas. Estas diez noticias se distribuyen de la siguiente forma: siete de ellas son de *El País*, que las agrupa en las secciones ‘Desafío independentista’, ‘Juicio del procés’, ‘Cataluña’ y ‘Política (VERNE)’; las tres restantes son informaciones de *La Vanguardia* y todas se encuentran en la sección ‘Política’.

A partir de estos datos, podemos sacar dos conclusiones claras. La primera de ellas, es que ninguno de los dos periódicos deportivos –*Sport* y *Marca*- incluye ninguna de sus noticias en secciones políticas, sino que todas las informaciones de estos periódicos se localizan en secciones referentes al ámbito deportivo. Y en segundo lugar, se puede deducir que el hecho de que un 14% de las noticias estudiadas se encuentren en secciones políticas es una evidencia de la elevada politización de muchas de estas informaciones deportivas. Tanto influye la política en estas noticias hasta el punto de considerarse que deben aparecer juntos a otras noticias de carácter político referente al procés.

Por otro lado y en este mismo sentido de las secciones, se pueden extraer otras evidencias como la preponderante presencia del FC Barcelona en estas informaciones que reflejan la relación entre el deporte y la política. Se comentó en apartados anteriores que el club culé se ha erigido históricamente como uno de los símbolos más representativos del nacionalismo catalán. Este hecho queda reflejado también en las secciones. Hasta 30 de las 72 noticias –algo más del 41%- se ubican en secciones que tienen que ver con el club blaugrana: ‘Elecciones FC Barcelona’, ‘Barcelona’, ‘Barça’ y ‘Barça: Elecciones’ son las cuatro secciones referentes al club en el que se recogen estas 30 noticias.

Gráfico 7:



Este gráfico muestra las secciones en las que los cuatro periódicos estudiados agrupan las 72 informaciones analizadas. Fuente: elaboración propia.

De entre todas estas secciones, destaca ‘Política’ de *El País* que se emplaza en *VERNE*, que es una página web de este periódico que recopila los contenidos virales de internet. En este caso, la única noticia que se encuentra en esta sección versa sobre las ocasiones en las que Pep Guardiola -que como hemos comentado es uno de los referentes deportivos que mayor apoyo y visibilidad brinda al independentismo catalán- ha hablado públicamente sobre el conflicto catalán. Entre ellas, se encuentra la Diada de 2012, en la que el técnico mostró su apoyo en favor del derecho a decidir. Al tratarse de un contenido ubicado en una página web dedicada a recopilar informaciones viralizadas o a viralizarlas, se entiende que la posición política de un protagonista tan relevante dentro del mundo del deporte es una información interesante y demandada en redes sociales. De hecho, se sigue en el título un patrón muy común entre las noticias virales, y es el de utilizar una información dividida y ordenada en partes, en las que hay un orden. En este caso, el título es el siguiente: “5 ocasiones en las que Guardiola ha hablado de política y de Cataluña”. Además de esta noticia ubicada en la sección de ‘Política’ en *VERNE* de *El País*, se pueden nombrar otras secciones que no son políticas pero tampoco son del todo deportivas. En el caso de *Sport*, su directo sobre “Las reacciones del mundo del deporte a la sentencia del procés” del hito seis se encuentra en la sección ‘Fuera de juego’, descrita por el propio diario como “la otra cara del deporte”. En esta sección se incluyen los siguientes temas: ‘Televisión’, ‘Gente’, ‘Moda y belleza’, ‘Salud y Decoración’. Otro ejemplo lo encontramos en *La Vanguardia*, que ubica dos de sus noticias analizadas en la sección ‘Vida’.

Para finalizar y a modo de resumen de este análisis, se puede afirmar que este estudio esclarece un nivel similar de presencia política en las noticias de los cuatro periódicos analizados. Una tendencia que ha aumentado en los dos últimos años con dos hitos independentistas que han tenido un reflejo considerable en la prensa deportiva: el referéndum del uno de octubre de 2017 y la sentencia del procés. La presencia de términos políticos tanto en los cuerpos como en los títulos y contenidos multimedia de las noticias se debe, principalmente, a que los deportistas y las entidades deportivas se han posicionado políticamente. Esto hace que se contamine no solo el ámbito deportivo, sino también la prensa deportiva, que se hace eco de las opiniones y declaraciones políticas de los protagonistas del mundo del deporte.

Conclusiones:

A lo largo de la historia, el deporte ha sido concebido como un instrumento mediante el cual favorecer la consecución de diversos intereses políticos. Se han dado numerosos casos en los que la política ha influido de manera notable en el deporte. Esta concepción de “la utilidad política del deporte” (Ramoneda, 2015) ha sido asumida y puesta en práctica por políticos de todo el espectro ideológico, sirviendo así a causas políticas más o menos legítimas o democráticas.

El fútbol, por su carácter masivo, es el deporte que más expuesto ha estado a dicha utilización por parte del poder político. Aunque también el balompié ha sido utilizado para defender causas sociales y solidarias, no ha sido esta función la más habitual históricamente. Se ha concebido el fútbol como “el opio del pueblo” (Loureiro, 2018) ya que gracias a la pasión que despierta en la sociedad, se ha utilizado en un sinnúmero de ocasiones para promover “un estado de pasividad política” entre la población que evitara “levantamientos y manifestaciones” (Alcaide, 2009) en contra del poder político establecido.

El periodismo deportivo también ha cumplido un papel en esta relación de deporte y política. En numerosos casos, los profesionales de nuestro país han introducido connotaciones políticas en las páginas dedicadas al deporte (Gómez, 2013). Una práctica que no es del todo ética ya que se debe evitar por todos los medios que la “faceta de hinchas se anteponga a la de periodista mientras se trabaja desde o para una redacción” (Rojas, 2017). No obstante, en otras ocasiones, la contaminación política del deporte y de la prensa deportiva se debe no a la mala praxis de los profesionales, sino a que los deportistas se posicionan políticamente.

Nuestro país no es una excepción en este sentido. España, desde el siglo XX hasta nuestros días, ha sido escenario de numerosos momentos en los que el deporte ha servido de instrumento político. Especialmente, cabe destacar dentro del territorio español el uso del deporte por parte de los nacionalismos vasco y catalán.

En concreto, el independentismo catalán ha encontrado en el fútbol una fuente para lograr visibilidad. Especialmente, el FC Barcelona se ha erigido como uno de los mayores exponentes del nacionalismo de Cataluña, como el “símbolo de un país e instrumento de una reivindicación Nacionalista” (Sobrequés, citado en Ruiz 2010: p. 171). Esto se ha traducido también en que los FC Barcelona vs. Real Madrid se hayan convertido en una extrapolación en el terreno de juego del enfrentamiento político entre Independentistas vs. Estado español.

El auge del independentismo catalán en los últimos años ha tenido su repercusión en el deporte y, por tanto, en el periodismo deportivo. El estudio de noticias digitales de cuatro periódicos distintos revela una elevada politización de una parte considerable de las informaciones deportivas que coinciden en el tiempo con los hitos políticos independentistas. Esto se ve de un modo claro en la elevada cantidad de términos

políticos que están presentes en el cuerpo de las noticias digitales y también en los títulos y contenidos multimedia de las mismas.

Una de las cuestiones que revela este estudio es que la mayoría de las fuentes que pronuncian y hacen referencia a esos términos políticos son fuentes deportivas y, muy particularmente, fuentes relacionadas con el mundo del fútbol. Deportistas, futbolistas, clubes, entidades deportivas y otros protagonistas que se posicionan política y públicamente. La prensa deportiva, a su vez, se hace eco de sus declaraciones y posicionamientos políticos. Por tanto, el deporte se está contaminado y relacionado con la política no solo porque el poder político pretenda influir sobre él –hecho que también se produce-, sino porque los propios protagonistas del mundo del deporte se pronuncian políticamente y la prensa deportiva otorga visibilidad a sus posturas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Aguilar, B. (2 de octubre de 2019). El Camp Nou envía un nuevo mensaje a Europa: libertad presos políticos. El Nacional. Recuperado de:

https://www.elnacional.cat/es/deportes/camp-nou-pancarta-libertad-presos-politicos-barca-inter-champions_426140_102.html

Alcaide, F. (2009). *Fútbol, fenómeno de fenómenos*. Madrid: Lid Editorial.

A.M., (6 de agosto de 2019). Las niñas ya quieren ser futbolistas. ABC. Recuperado de:

https://www.abc.es/familia/padres-hijos/abci-ninas-quieren-futbolistas-201908061221_noticia.html

Barcelona 1936: la Olimpiada Popular Antifascista que no pudo ser. (24 de julio de 2019). *Público*. Recuperado el 29/4/2020:

<https://blogs.publico.es/strambotic/2019/07/olimpiada-popular/>

Buxeres, L. (13 de septiembre de 2015). El independentismo utiliza al deporte. ABC.

Recuperado de: <https://www.abc.es/deportes/futbol/20150913/abci-independentismo-utiliza-deporte-201509122239.html>

Carlin, J. (2009). *El factor humano Nelson Mandela y el partido que salvó a una nación*. Barcelona: Seix Barral.

Carta Olímpica. Recuperado de:

<https://www.um.es/documents/933331/0/CartaOlimpica.pdf/8c3b36b2-11a2-4a77-876a-41ae33c4a02b>

Casals, X. (2015, diciembre). La Cataluña emergente. Secesionismo y dinámicas populistas europeas. *Tiempo Devorado* (3), pp. 18-33. Recuperado de:
https://ddd.uab.cat/pub/tdevorado/tdevorado_a2015v2n3/tdevorado_a2015v2n3p18.pdf

Castañeda, A. (9 de marzo de 2020). El PNV quiere boicotear la Copa del Rey: Athletic y Real Sociedad, con la camiseta de Euskadi. *El Español*. Recuperado de:
https://www.elespanol.com/deportes/futbol/20200309/pnv-copa-rey-athletic-real-sociedad-euskadi/473453781_0.html

Cerezo: "El sentimiento en el fútbol se debe perder". (15 de diciembre de 2017).
Panenka. Recuperado de: <https://www.panenka.org/miradas/cerezo-sentimiento-futbol-se-perder/>

Coves, P. (1 de junio de 2019). Ni la Super Bowl ni las finales de la NBA: la competición más seguida es la Champions. *Mundo Deportivo*. Recuperado de:
<https://www.mundodeportivo.com/futbol/20190601/462570019725/champions-competicion-mas-deseada-seguida-actividades-madrid-final-banco-santander-brl.html>

Deportes dependerá de Mas porque es un ámbito "de máxima importancia" para Catalunya. (28 de diciembre de 2010). *Europa Press*. Recuperado de:
<https://www.europapress.es/catalunya/noticia-deportes-dependera-mas-porque-ambito-maxima-importancia-catalunya-20101228213854.html>

Díaz Noci, J. (2000). Los nacionalistas van al fútbol. Deporte, ideología y periodismo en los años 20 y 30. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 5 (9). Recuperado de:
<https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17442/15214>

Domínguez García, H. (2018). Relaciones entre medios y política: de la función política a la mediatización del conflicto. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 2 (18). DOI: <https://doi.org/10.15304/ricd.2.8.5208>

Donofrio, A. (2012). Berlusconi y el deporte como estrategia de comunicación política. *Historia y Comunicación Social*, 17, pp. 103-123. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/40601>

El Camp Nou no perdona la sentencia: "Independencia y libertad". (29 de octubre de 2019). *El Nacional*. Recuperado el 4 de mayo de 2020: https://www.elnacional.cat/es/deportes/camp-nou-barca-valladolid-pancarta-independencia_435801_102.html

El PP avala requisar camisetas amarillas para evitar el uso político del fútbol. (23 de abril de 2018). *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/politica/20180423/442898753667/pp-avala-requisar-camisetas-amarillas.html>

¿Es Piqué independentista?. (5 de octubre de 2017) *Marca*. Recuperado el 29/4/2020: <https://www.marca.com/futbol/2017/10/05/59d61baf5fdeaa82a8b4695.html>

Expósito, J.M. (9 de marzo de 2018). Guardiola, multado con 22.500 euros por lucir el lazo amarillo. *El Periódico*. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/deportes/20180309/guardiola-sancion-22000-euros-lazo-amarillo-6679561>

Fragoso Fernández, E. (2006). Concepto de política y vida cotidiana. *Xihmai*, 6 (1). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/386872>

Fellowes, J., Aitken, R., Moran, E., Pugh, B. y Vanstone, B. (Productores) (2020). *The English Game*. Inglaterra: 42.

Frieros, T. (23 de febrero de 2018). Pep Guardiola y su lazo amarillo. Sport.

Recuperado de: <https://www.sport.es/es/noticias/opinion/pep-guardiola-lazo-amarillo-6646890>

Fútbol, espejo de la sociedad: Juan Villoro. (12 de mayo de 2014). Recuperado de:

<https://www.informador.mx/Cultura/Futbol-espejo-de-la-sociedad-Juan-Villoro-20140512-0078.html>

Galeano, E. (1995). *El fútbol a sol y sombra*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Gómez Bueno, J. (2013). La Politización Del Deporte En Los Medios Escritos

Especializados | Politicization Sports Specialized In The Media Briefs. *Razón Y*

Palabra, 17(3_84), pp. 602-617. Recuperado a partir de

<https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/440>

González Calleja, E. (2004). Deporte y poder: el caso del Real Madrid FC. *Memoria y*

Civilización, (7), pp.79-127. Recuperado de:

<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/17669/1/26303832.pdf>

González, S. (24 de octubre de 2015). Una selección. O dos, si son pequeñas. El

Mundo. Recuperado de:

<https://www.elmundo.es/blogs/elmundo/elblogdesantiagogonzalez/2015/10/24/una-seleccion-o-dos-si-son-pequenas.html>

Hernández, J. (21 de marzo de 2020). ERTE Fútbol Club: así está afectando el

terremoto financiero a los equipos. Recuperado de:

<https://www.marca.com/futbol/futbol-internacional/2020/03/21/5e736ab6ca47413d028b45ce.html>

Hernández, J. (21 de marzo de 2020). Un contrato con Konami impide al Barça jugar un torneo benéfico para los afectados por el Covid-19. *Vozpópuli*. Recuperado de:

https://www.vozpopuli.com/economia-y-finanzas/contrato-konami-impide-barca-torneo-benefico-coronavirus-ibai-llanos_0_1338467707.html

Jumilla, J.A. (2007). La Política Social franquista. Del organicismo social al Estado autoritario del Bienestar [1939-1977]. *La Razón Histórica*. Recuperado de:

<https://www.revistalarazonhistorica.com/1-2/>

La marcha triunfal de Clive Barker con Sudáfrica - "La competición final de la Copa Mundial no figuraba en el calendario". (25 de diciembre de 1997). *FIFA*. Recuperado de:

<https://es.fifa.com/news/marcha-triunfal-clive-barker-con-sudafrica-competicion-final-copa-mund-76126>

La Supercopa de España se celebrará en Arabia Saudí. (11 de noviembre de 2019). *Real Federación Española de Fútbol*. Recuperado de:

<https://www.rfef.es/noticias/supercopa-espana-se-celebrara-arabia-saudi>

La totalidad de futbolistas del Athletic Club han nacido o han sido formados en Euskal Herria. (2020). *Athletic Club*. Recuperado de:

<https://www.athletic-club.eus/filosofia/cual-es>

Leal, T. (25 de diciembre de 2017). El 'Milagro de Navidad': fútbol en el frente durante la Primera Guerra Mundial. *Libertad Digital*. Recuperado de:

<https://www.libertaddigital.com/deportes/futbol/2017-12-25/el-milagro-de-navidad-futbol-en-el-frente-durante-la-primera-guerra-mundial-1276611085/>

Levinsky, S. (8 de enero de 2020). El conflicto detrás de la Supercopa de España en Arabia Saudita: machismo, quejas y millones de dólares. Infobae. Recuperado de: <https://www.infobae.com/america/deportes/2020/01/08/el-conflicto-detras-de-la-supercopa-de-espana-en-arabia-saudita-machismo-quejas-y-millones-de-dolares/>

Lopez-Gonzalez H, Guerrero-Sole F, Haynes R. (2014). Manufacturing conflict narratives in Real Madrid versus Barcelona football matches. *International Review for the Sociology of Sport*, 49 (6), pp. 688-706. DOI 10.1177/1012690212464965

Lourerio, E. (2018, junio). Fútbol y política en Latino América en tiempos de Copa del Mundo. *Diálogo Político*. (Especial). Recuperado de: <https://s3.us-east-2.amazonaws.com/dialogo-politico/pdf/Di%C3%A1logo+Pol%C3%ADtico+Especial+futbol.pdf>

Mandianes, M. (26 de octubre de 2015). El buque insignia del nacionalismo. *El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/opinion/2015/10/26/562d17d822601df6038b4677.html>

Martín, J. (29 de diciembre de 2014). Foto | Busquets único jugador catalán que no sujetó la pancarta pro-Selección. *EcoDiario.es*. Recuperado de: <https://ecodiario.economista.es/futbol/noticias/6357579/12/14/Foto-Busquets-unico-jugador-catalan-que-no-sujeto-la-pancarta-proSeleccio.html>

Martínez, J. (11 de julio de 2018). El Athletic y el nacionalismo vasco, una historia centenaria. *COPE*. Recuperado de: https://www.cope.es/actualidad/noticias/athletic-nacionalismo-vasco-una-historia-centenaria-20180611_225742

Massanet, M. (13 de marzo de 2017). El dinero y la política en el deporte. Siglo XXI.

Recuperado de: <http://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/699780/dinero-politica-deporte>

Messi es el número uno también a nivel de ingresos. (2 de abril de 2019). Recuperado de:

<https://www.elmundo.es/deportes/futbol/2019/04/02/5ca33885fc6c83870b8b45fe.html>

Meza, M. (11 de julio de 2014). ¿La FIFA escoge mal?. Animal Político. Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/cidac-fc/la-fifa-escoge-mal/>

Montalbán, M. & Sallés, D. (2005). *Fútbol : una religión en busca de un Dios*. Madrid: Debate.

Navarro, F. (13 de marzo de 2020). La factura del coronavirus a LaLiga: 700 millones de euros si la temporada no se reanuda. El Español. Recuperado de:

https://www.elespanol.com/deportes/futbol/20200313/factura-coronavirus-laliga-millones-temporada-no-reanuda/474204410_0.html

Nerín, G. (19 de julio de 2017). Barcelona '36: los juegos democráticos que el golpe frustró. ElNacional.cat. Recuperado de:

https://www.elnacional.cat/es/cultura/barcelona-36-olimpiada-popular_175779_102.html

Nevado, A. (27 de octubre de 2017). El deporte español y el independentismo: quién está a favor y quién en contra. 20minutos.es. Recuperado el 8 de mayo de 2020:

<https://www.20minutos.es/deportes/noticia/deporte-independencia-cataluna-3140316/0/>

Otero Carvajal, L.E. (2003). Ocio y Deporte en el nacimiento de la sociedad de masas.

La socialización del deporte como práctica y espectáculo en la España del primer tercio

del siglo XX. *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 25, pp. 169-198. Recuperado de:
<https://revistas.ucm.es/index.php/CHCO/article/view/CHCO0303120169A>

Paredes Laos, J. (14 de julio de 2018). Fútbol y poder: cuando la pelota se mancha. *El Tiempo*. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-internacional/historias-de-la-relacion-entre-futbol-y-politica-243508>

Peces-Barba Martínez, G. (23 de noviembre de 2010). Los nacionalismos en España. *El País*. Recuperado de:
https://elpais.com/diario/2010/11/23/opinion/1290466804_850215.html

Pedreros: "Mezclar política y deporte es una mala idea y el Barça lo está pagando". (2 de febrero de 2018). *El Español*. Recuperado de:
https://www.elespanol.com/elbernabeu/tertulias/20180202/pedreros-mezclar-politica-deporte-mala-barca-pagando/281973193_0.html

Peinado, Q. (2013). *Futbolistas de izquierdas*. Madrid: Léeme Libros.

Pep Guardiola cerrará la lista unitaria de Convergencia y Esquerra. (20 de julio de 2015). *El Confidencial*. Recuperado de:
https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2015-07-20/pep-guardiola-convergencia-y-esquerra_935492/

Pep Guardiola: "Miles de personas llevan un lazo amarillo para demostrar su humanidad". (5 de septiembre de 2018). *Huffington Post*. Recuperado de:
https://www.huffingtonpost.es/2018/09/05/pep-guardiola-miles-de-personas-llevan-un-lazo-amarillo-para-demostrar-su-humanidad_a_23517949/

Pérez, J. (2009, julio, agosto, septiembre). El negocio del periodismo deportivo. *Razón Y Palabra* (69). Recuperado de:

<http://www.razonypalabra.org.mx/EL%20NEGOCIO%20DEL%20PERIODISMO%20DEPORTIVO.pdf>

Piqué: "Apoyo el derecho a decidir, pero nunca he dicho que fuera independentista". (10 de noviembre de 2019). *Europa Press*. Recuperado de:

<https://www.europapress.es/deportes/futbol-00162/noticia-pique-apoyo-derecho-decidir-nunca-he-dicho-fuera-independentista-20191110135918.html>

Quixano, J. (14 de septiembre de 2016). Esteladas y abucheo contra la UEFA. *El País*.

Recuperado de:

https://elpais.com/deportes/2016/09/13/champions/1473797674_695058.html

Ramos: "Mezclar política y deporte es un error". (5 de octubre de 2017). *ABC*.

Recuperado de: https://www.abc.es/deportes/futbol/abci-ramos-mezclar-politica-deporte-5599153590001-20171005021020_video.html

Rechaza la enmienda a favor de la autodeterminación. (22 de julio de 1978). *El País*.

Recuperado de: https://elpais.com/diario/1978/07/22/espana/269906429_850215.html

Reith, S. (2018, junio). El balón de cuero entre luces y sombras. *Diálogo Político*.

(Especial). Recuperado de https://s3.us-east-2.amazonaws.com/dialogo-politico/pdf/Di%C3%A1logo+Pol%C3%ADtico_Especial+futbol.pdf

Rico, G. y Liñeira, R. (2014) Bringing Secessionism into the Mainstream: The 2012

Regional Election in Catalonia, *South European Society and Politics*, 19:2, 257-280,

DOI: 10.1080/13608746.2014.910324

Rojas Torrijos, J.L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis* (4), pp. 177-190. Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6068722>

Rojas Torrijos, J.L. (4 de diciembre de 2017). Bufandismo no es periodismo. Fundación Gabo. Recuperado de: <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/blogs/bufandismo-no-es-periodismo>

Rubio, A. (9 de febrero de 2018). “Los continuos guiños de Gerard Piqué al independentismo”. COPE. Recuperado de: https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/los-continuos-guiños-gerard-pique-independentismo-20180209_170872

Ruiz, J. A. (2010). *Fútbol, pan y circo: la metáfora patriótico-deportiva de España*. Madrid: Fragua.

Sarremejane, P. (2016). Los tres niveles de instrumentalización del deporte de alto nivel: implicaciones éticas. Fair Play. Revista de Filosofía, Ética y Derecho del Deporte, 4 (1), pp. 101-128. Recuperado de: <https://www.raco.cat/index.php/FairPlay/article/view/308536>

S.D., (2 de abril de 2010). Canal+ y beIN Sports dejan de pagar los derechos televisivos de la liga francesa. ABC. Recuperado de: https://www.abc.es/deportes/futbol/abc-coronavirus-canal-y-bein-sports-dejan-pagar-derechos-televisivos-liga-francesa-202004021015_noticia.html

Segovia, M. (15 de diciembre de 2019). La relación entre independentismo y fútbol: De ETA a 'Tsunami Democrático'. El Independiente. Recuperado de: <https://www.elindependiente.com/politica/2019/12/15/la-historica-relacion-entre-eta-y-el-futbol/>

Solé Altimira, O. y Travieso, J. (20/04/2018). Copa del Rey: una década de pitadas, polémicas políticas y una condena judicial. Eldiario.es. Recuperado de:

https://www.eldiario.es/politica/Copa-Rey-polemica-trasciende-deporte_0_762923996.html

Suárez, O. (2014). *Los cuerpos del poder: deporte, política y cultura*. Barcelona: Córner.

Torres, D. (4 de octubre de 2017). Piqué: “No es mi caso, pero un independentista podría jugar en la selección”. El País. Recuperado de:

https://elpais.com/deportes/2017/10/04/actualidad/1507113270_765006.html

Uribarri, R. (21 de noviembre de 2018). El fútbol popular o cómo devolver el poder a los aficionados. CTXT. Recuperado de:

<https://ctxt.es/es/20181121/Deportes/22926/futbol-popular-respuesta-a-clubes-grandes-United-of-Manchester-Atl%C3%A9tico-Club-de-socios-Unionistas.htm>

Valdano, J. (2016). *Fútbol: el juego infinito: El nuevo fútbol como símbolo de la globalización*. Barcelona: Penguin Random House.

Viñas, S. (3 de julio de 2019). Quién puede jugar en el Athletic: verdades y mentiras de su filosofía de fichajes. El Mundo. Recuperado de:

<https://www.elmundo.es/deportes/futbol/2019/07/03/5d1d1d18fc6c8381488b45fb.html>

Viuda-Serrano, A.; González Aja, T. (2012). Héroes de papel: El deporte y la prensa como herramientas de propaganda política del fascismo y el franquismo. Una perspectiva histórica comparada. *Historia y Comunicación Social*, 17, pp. 41-68.

Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/40598>

William Hill abre las apuestas para el torneo benéfico de FIFA 20 organizado por Ibai. (20 de marzo de 2020). *Sport*. Recuperado de:

<https://www.sport.es/es/noticias/laliga/una-casa-apuestas-aprovecha-torneo-ibai-para-realizar-una-seccion-apuestas-7898402>

XV Encuesta Adecco ¿Qué quieres ser de mayor?. (6 de agosto de 2019). Recuperado de: <https://www.adeccogroup.es/wp-content/uploads/2019/08/XV-Encuesta-Adecco-Que%CC%81-quieres-ser-de-mayor.pdf>

ENTREVISTAS:

Gorka Pérez, periodista deportivo de *El País*.

Juan Irigoyen, periodista deportivo de *El País*.

Héctor Fernández, CEO de Hache Group y presentador de *Radio Estadio en Onda Cero*.

Rubén López, periodista en *Tiempo de Juego* y en *COPE Cádiz*.

Fernando Sánchez, directivo del Club Atlético Socios.

Alejandro Coca, directivo y socio fundador del Xerez Deportivo FC.

Ignacio Sánchez, directivo de Unionistas de Salamanca.

Emilio Abejón, secretario general de Federación de Accionistas y Socios del Fútbol Español (FASFE).