

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.72554> EDICIONES
COMPLUTENSE

¿Un periodismo deportivo apolítico?: Estudio de las referencias al ‘procés’ catalán en la prensa deportiva digital en España

José Luis Rojas Torrijos¹ y Miguel Guerrero Caballero²

Recibido: 16 de noviembre de 2020 / Aceptado: 3 de junio de 2021

Resumen. Este artículo analiza 144 noticias deportivas sobre seis hitos políticos relativos al proceso soberanista de Cataluña publicadas, entre 2013 y 2019, en las ediciones digitales de seis periódicos españoles: los diarios deportivos Marca, As, Sport y Mundo Deportivo y las secciones de Deportes de los medios generalistas La Vanguardia y El País. Los resultados señalan una elevada presencia de términos de significación política en los cuerpos de texto y, especialmente, en los títulos de las noticias deportivas. Esto ocurre casi por igual en los seis periódicos, independientemente de su naturaleza generalista o especializada y su localización geográfica. En la mayoría de los casos la politización de los contenidos, que en un 93% versan solo sobre fútbol, se debe principalmente a los pronunciamientos políticos de los agentes deportivos sobre el conflicto catalán, algo que se hace mucho más visible cuando se trata de futbolistas, entrenadores o directivos del F.C. Barcelona.

Palabras clave: prensa deportiva; política; fútbol; procés; Cataluña

[en] An apolitical sports journalism?: Study of the references to the Catalan ‘procés’ in the Spanish sports digital press

Abstract. This article analyses 144 sports news regarding six political milestones of the sovereignty process in Catalonia between 2013 and 2019. These pieces were published by six Spanish newspapers in their digital editions: the sports dailies Marca, As, Sport and Mundo Deportivo, and the sports sections of La Vanguardia and El País. Results show a high rate of political terms employed in the body texts and, especially in the headlines and subheadings of the sports news. This occurs in all of the media outlets without exception and regardless of media typology (specialist or general interest) and geographical location (Madrid or Barcelona). The politicization of contents in the sports media outlets, 93% of which is just about football, mainly stems from statements about the Catalan conflict pronounced by sports agents. When these agents are F.C. Barcelona footballers, managers or directors, political messages in sports news are more evident and resonate.

Keywords: sports press; politics; football; procés; Catalonia

Sumario. 1. Introducción: el fin de la era del ‘stick to sports’; 1.1. Prensa deportiva y nacionalismo en España. Una aproximación al ‘procés’; 2. Hipótesis, objetivos y metodología; 3. Resultados; 3.1. Resultados por periódicos y por hitos; 3.2. La política en las voces del deporte; 3.3. Tipologías de coberturas: directos y declaraciones; 3.4. Política, fútbol y el rol activo del Barça; 4. Discusión y conclusiones; 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Rojas-Torrijos, J.L., & Guerrero-Caballero, M. (2021). ¿Un periodismo deportivo apolítico?: Estudio de las referencias al ‘procés’ catalán en la prensa deportiva digital en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 (3), 947-960.

1. Introducción: el fin de la era del ‘stick to sports’ en el periodismo deportivo

Por definición, los periodistas deportivos tienen como principal misión la cobertura de los acontecimientos deportivos. Sin embargo, además de poder contar lo que ocurre dentro de los recintos de juego, están en disposición de informar de otras actividades que rebasan a veces esos límites de la competición pero que guardan una relación estrecha con los protagonistas. Tal como expone Broussard (2020), esto presenta un

conflicto normativo a los periodistas deportivos: ¿deben limitarse estos a hablar de actividades deportivas y dejar que periodistas de otras secciones traten los aspectos sociales y políticos que rodean al mundo del deporte?

El llamado ‘stick to sports’ ha venido repitiéndose como un mantra durante décadas dentro de la profesión y también en el ámbito académico que se ocupa de esta área especializada. Esta expresión empezó a acuñarse en los medios de comunicación a raíz de la eclosión del activismo antirracista en deportistas

¹ Universidad de Sevilla (España)
E-mail: jlrojas@us.es

² Universidad de Sevilla (España)
E-mail: miguelguerrercaballero98@gmail.com

profesionales en Estados Unidos en los años sesenta y setenta del siglo pasado (Brown y Brison, 2017). Como consecuencia, las coberturas deportivas se impregnaron de referencias políticas y esto generó una reacción contraria entre muchos aficionados, que mostraron su antipatía hacia la politización en este tipo de periodismo (Serazio y Thorson, 2020).

De esta forma, se forjó una especie de teoría no escrita, sostenida por los resultados de diversos estudios como los de Rowe (2007), que señalan como tendencia mayoritaria que las páginas y espacios dedicados a deportes centran sus coberturas en la información sobre las competiciones y sus protagonistas mientras apenas se hacen eco de aspectos económicos, políticos y sociales que rodean a los eventos. Esta teoría ha sido asumida por muchos periodistas deportivos y aficionados como algo natural (Buzzelli, Gentile, Sadri y Billings, 2020).

Pese a que existen voces periodísticas, además de deportivas y académicas, que abogan por no mezclar deporte y política partiendo de la consideración de que las manifestaciones deportivas pueden estar al margen y guardar cierta neutralidad o autonomía ideológica (Thiel, Villanova, Toms, Friis y Dolan, 2016), esto responde más a un deseo que a la realidad. Como afirman Gift y Miner (2017), el deporte no solo se ha constituido como la mayor industria del ocio contemporánea, sino que además ha servido para mostrar y canalizar las tendencias políticas de cada momento histórico y convertirse “en el elemento social más cercano a una religión civil” (Broussard y Graffeo, 2019, 112).

Efectivamente, desde su expansión como fenómeno de masas el deporte se comporta, y así ha sido utilizado históricamente, como una poderosa arma de propaganda política (Ramoneda, 2015) y de negociación diplomática entre gobiernos y países. La intersección entre deporte y política siempre ha estado presente, por lo que su reflejo en el periodismo deportivo, aunque inicialmente no estuviera tan extendido, no es algo nuevo (Strenk, 1979). Así, poco a poco, sobre todo a partir de 1960-1970 (Broussard, 2020), empezó a fraguarse un perfil de periodista deportivo ‘non stick to sports’, mucho más comprometido al abordar temas que habían sido considerados tabú dentro de la especialización (Garrison y Salwen, 1989).

Las historias deportivas han pasado a contarse de otra manera, incorporando más contexto extradeportivo, de forma que se explican teniendo en cuenta aspectos políticos. A juicio del periodista Bryan Curtis, la desaparición de la línea tradicional entre deporte y política en este campo del periodismo se ha hecho más evidente en los últimos años con la proliferación de las nuevas plataformas digitales y de los nuevos medios como *Barstool*, *The Ringer* o de los ya extintos *Grantland* y *Deadspin*: “poner en contexto político una historia deportiva también ayuda a darle sentido”, asegura (Armfield, McGuire y Earnhardt, 2019, 372).

Emerge, por tanto, un escenario mediático distinto en el que parece haberse quedado anticuada la idea

de que las audiencias deportivas solo quieren saber de deporte. Parece una fase superada si nos atenemos a las coberturas informativas de los últimos años en grandes medios impresos y audiovisuales en Estados Unidos, muy especialmente en ESPN, donde periodistas y deportistas han comenzado a hablar abiertamente de política como nunca antes se había hecho (Hickey, 2020).

Moritz (2019) va más allá al afirmar que nos encontramos ante el “final de la era del ‘stick to sports’, una fórmula que permitió a periodistas y medios deportivos navegar durante el pasado siglo dentro de un “espacio ideológico seguro”, pero que deberá abandonar ahora si quieren conectar con una audiencia que les demanda una mayor responsabilidad e implicación en temas sociales y políticos sensibles o controvertidos.

Este cambio se hace más necesario aún si atendemos el creciente activismo social y cultural ejercido por deportistas convertidos en celebridades (Andrews y Jackson, 2001) y en adalides de protestas antirracistas como las protagonizadas por atletas como Colin Kaepernick o LeBron James a raíz de asesinatos de personas de raza negra a manos de policías en varias ciudades de Estados Unidos desde 2012 y que han tenido un amplio eco en redes sociales (Cooky, 2017).

Esa responsabilidad social del periodismo deportivo de dar cuenta de lo que sucede a los aficionados independientemente del tipo de escenario en el que se muevan los protagonistas tiene unas importantes implicaciones éticas que están marcando un serio debate dentro de la profesión (Oates y Pauly, 2007). Como afirman Ramón y Rojas-Torrijos en su decálogo ético para periodistas deportivos (2018), que luego ha sido reproducido por Bradshaw y Minogue (2019, 82):

“Los periodistas deportivos deben ir más allá de la acción dramática en el terreno de juego y dar cuenta de los contextos relevantes del deporte. Se debe explicar el deporte de forma exhaustiva y crítica, teniendo en cuenta sus dimensiones social, financiera, cultural y política”.

1.1. Prensa deportiva y nacionalismo en España. Una aproximación al ‘procés’

La imbricación entre política y deporte ha estado presente desde el nacimiento de los primeros periódicos deportivos en España, entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX (Sainz de Baranda, 2013). Hasta tal punto es así que “los primeros diarios deportivos que se publicaron en España fueron *Excelsior* (1924-1932) y su sucesor *Excelsius* (1932-1937), en la órbita del Partido Nacionalista Vasco” (Díaz-Noci, 2000, 1).

En esta prensa las informaciones se han llenado tradicionalmente de connotaciones políticas (Gómez-Bueno, 2013) y dentro de ella el fútbol, al ser la modalidad que más espacio ha ido ocupando hasta su consideración como deporte de masas (Otero, 2003) y por alcanzar audiencias multimillonarias (Ruiz,

2010), es el deporte en el que se ha hecho más evidente esa influencia.

A lo largo de la historia del ‘deporte rey’, y de su seguimiento en los medios periodísticos, el fútbol ha sido concebido habitualmente por poderes políticos como un instrumento para mantener a la población en “un estado de pasividad política” que facilite la prevención de levantamientos y manifestaciones (Alcáide, 2009) e incluso ha llegado a ser considerado como el “nuevo opio de la sociedad” (Loureiro, 2018).

En este contexto, la prensa deportiva ha desempeñado un papel clave al reforzar el sentimiento de identidad nacional y de pertenencia a una comunidad o a un país a través del relato de los éxitos deportivos de sus equipos y deportistas (Rojas-Torrijos, 2014; O’Brien, Holden y Ginesta, 2020). Este hecho es especialmente significativo en las dos principales competiciones deportivas globales, como son los Juegos Olímpicos de verano y los Mundiales de fútbol (Tomlinson y Young, 2006).

Una de las particularidades del fútbol en España y de la cobertura que hacen de él los diarios deportivos tiene que ver directamente con la ‘regionalidad’: por un lado, la de los clubes con más aficionados que desde sus orígenes han desarrollado sentimientos de identidad local o nacionalista (Llopis-Goig, 2008); y, por otro, la del particular sistema de medios, caracterizado por la preponderancia de cuatro diarios deportivos de alcance nacional: *Marca*, *AS*, *Mundo Deportivo* y *Sport*.

Estos diarios especializados tienden a priorizar tanto al equipo de fútbol con más seguidores de su ciudad como al ‘eterno rival’, Real Madrid o F.C. Barcelona (López-González, Guerrero-Solé y Haynes, 2014). Esa regionalidad se ha hecho más manifiesta aún si cabe con el nacimiento de otros diarios deportivos enfocados a lo local, como *Superdeporte* (1993) o *Estadio Deportivo* (1994), que surgieron para atender informativamente a los equipos de Valencia y Sevilla, respectivamente.

La regionalidad del fútbol español a la que antes nos referíamos también ha sido aprovechada por ideologías de corte nacionalista para estrechar aún más la relación entre fútbol y política en España, con la correspondiente participación del periodismo. De esta forma, en el caso catalán, los partidos entre Real Madrid y Barcelona han sido interpretados y contados también como el reflejo de un conflicto entre independentistas y defensores de la unidad de España.

Mientras el F.C. Barcelona se convirtió en “el ejército simbólico desarmado de la catalanidad” (Vázquez-Montalbán, 2005, 105), el club madridista representó para muchos “al equipo del régimen franquista” para luego, con la democracia y según Ruiz (2010, 148), ser el “representante del Estado español, la encarnación del centralismo elitista”. Sin embargo, González-Calleja considera que aunque el club merengue ha defendido “sin complejos su vocación de ser el embajador deportivo de España en el extranjero”, ha negado ser “el equipo del régimen” o el “equipo del poder” (2004, 122).

Lo cierto es que, más allá de las interpretaciones que hagan unos y otros autores de la historia, el nacionalismo catalán se ha proyectado políticamente en el deporte, y más concretamente en el fútbol, desde hace décadas y a lo largo de sucesos recientes. Uno de los casos más actuales y con mayor recorrido mediático nacional e internacional es el proceso soberanista, político y social, que se inició en 2012 en Cataluña (Casals, 2015) y se conoce coloquialmente como el ‘procés’. Este fenómeno, ampliamente abordado en los últimos años en la literatura académica, ha recogido interesantes resultados desde el punto de vista comunicativo y mediático, como la puesta en marcha de estrategias de desinformación y de uso de la información periodística con fines propagandísticos (Del Fresno y Manfredi-Sánchez, 2018; López Olano y Fenoll, 2019).

Durante este proceso, las reivindicaciones nacionalistas de Cataluña se han extendido también al ámbito deportivo y sus protagonistas. Ahí quedan acontecimientos como la creación de la plataforma Guanyarem, en la que deportistas se unieron para defender reivindicaciones deportivas de corte político³, o de declaraciones de personalidades del deporte catalán, como Josep Guardiola o Gerard Piqué, quienes utilizan su notoriedad como celebridades para ser portavoces de proclamas soberanistas.

Teniendo en cuenta la situación política derivada en Cataluña y el posicionamiento público de algunos protagonistas del mundo del deporte en esta comunidad sobre el proceso soberanista, cabe preguntarse por cómo ha se ha visto reflejado este contexto extradeportivo en las páginas de los diarios especializados y de las secciones de Deportes de periódicos generalistas en España.

Se trata, por tanto, de analizar hasta qué punto ha influido el ‘procés’ en los contenidos de medios destinados a cubrir la actualidad de clubes y competiciones, y si el tratamiento informativo mostrado por estas cabeceras responde a esa visión ‘stick to sports’, que como antes señalábamos, parece que va perdiendo vigencia en el ecosistema periodístico deportivo internacional.

2. Hipótesis, objetivos y metodología

Esta investigación parte de la hipótesis de que la prensa deportiva digital española, en el seguimiento informativo de los protagonistas del deporte y muy en especial del fútbol, no permanece ajena a la evolución de los acontecimientos relacionados con el

³ ‘Guanyarem’ (Ganaremos) fue una iniciativa impulsada en septiembre 2015 por la plataforma Pro-Selecciones Deportivas Catalanas y la Unión de Federaciones Deportivas Catalanas, para defender el deporte regional, y que contó con el respaldo institucional de F.C. Barcelona y R.C.D. Espanyol, así como de varios centenares de antiguos y actuales deportistas, tanto nacidos en Cataluña como internacionales que jugaron en equipos de esa comunidad (Hristo Stoichkov, Eric Abidal, Sarunas Jasikevicius o Johan Cruyff). Pocos después, varios de esos deportistas, como Álex Corretja o Moisés Hurtado, abandonarían la plataforma al sentirse utilizados políticamente.

proceso soberanista en Cataluña. De esta forma, los medios deportivos no solo incorporan a su agenda temática las noticias políticas del momento, sino que además adoptan decisiones editoriales encaminadas a destacar las opiniones políticas de voces del deporte y esto se traduce en una mayor politización de los términos que aparecen en las informaciones.

Para tratar de confirmar esta hipótesis a través del tratamiento informativo del *procés* catalán en la prensa deportiva digital, este estudio presenta los siguientes cinco objetivos de investigación (OI):

- Medir y cuantificar la forma en la que la prensa deportiva española incorpora referencias a la política en sus informaciones sobre protagonistas del deporte (OI1).
- Estudiar las diferencias editoriales entre los medios deportivos y generalistas analizados en el tratamiento informativo del conflicto del *procés* catalán y de sus principales hitos a lo largo de estos últimos años (OI2).
- Analizar las principales motivaciones de la prensa deportiva para incorporar un mayor o menor grado de politización a su cobertura informativa: la influencia de los agentes políticos o los comportamientos y manifestaciones de los propios protagonistas del deporte (OI3).
- Estudiar los formatos y géneros periodísticos empleados para el seguimiento informativo de los acontecimientos políticos del *procés* (OI4).
- Analizar la interrelación entre política y periodismo deportivo en las informaciones que versan sobre fútbol y, más concretamente, las relacionadas con el F.C. Barcelona y su vinculación con los postulados del nacionalismo catalán (OI5).

Con el fin de dar cumplida a todos estos objetivos, se han seleccionado seis periódicos teniendo en cuenta los criterios de relevancia y representatividad de esos medios, así como la diversidad de su distribución geográfica y su tipología: cuatro diarios deportivos, dos de Madrid (*Marca* y *AS*) y otros dos con sede en Barcelona (*Sport* y *Mundo Deportivo*); y dos secciones deportivas de periódicos generalistas, uno con implantación territorial –aunque de difusión nacional– en Cataluña (*La Vanguardia*) y otro cuya sede principal está en la capital de España (*El País*).

Para componer la muestra de análisis procedente de estas seis cabeceras periodísticas, se optó en primer lugar a consultar sus respectivas ediciones digitales a partir de dos patrones de búsqueda diferenciados. En primer lugar, se acotaron los hitos del nacionalismo catalán entre 2013 y 2019 que más visibilidad alcanzaron en los medios de comunicación con el fin de analizar si existió alguna correspondencia en lo publicado sobre los mismos hechos en la prensa deportiva digital.

De esta forma, se tomaron seis hitos relevantes del *procés* para analizar su repercusión en el mundo del deporte y en la prensa deportiva. Por un lado, cuatro acontecimientos políticos con fechas muy señaladas:

- Hito 1. Elecciones autonómicas. 27 septiembre de 2015.
- Hito 2. Investidura de Carles Puigdemont como nuevo presidente de la Generalitat. 10 de enero de 2016.
- Hito 3. Referéndum de autodeterminación de Cataluña. 1 de octubre de 2017.
- Hito 4. Sentencia del *procés* en el Tribunal Supremo. 14 de octubre de 2019.

Y por otro, se extrajeron noticias de dos situaciones que se sucedieron en el tiempo a lo largo de varias fechas en el periodo analizado:

- Hito 5. Las situaciones en las que el Camp Nou ha servido de escenario para difundir algún tipo de proclama a favor de la independencia de Cataluña. Algunas de estas situaciones fueron, por ejemplo, el Concierto por la Libertad, celebrado el 29 de junio de 2013 o la cadena humana en las gradas del estadio el 11 de septiembre de ese mismo año.
- Hito 6. Todas aquellas ocasiones en las que se convocaron manifestaciones ciudadanas en las que se ha defendido “el derecho a decidir” de los catalanes, tales como las producidas con motivo de las Diadas (cada 11 de septiembre desde 2014). En este caso, resultaron especialmente significativas dos: la Diada de 2014, con unas manifestaciones del jugador del FC Barcelona Gerard Piqué que levantaron cierta polémica en los medios; y la de 2018, en la que su compañero de equipo Xavi Hernández pidió la liberación de los “presos políticos” catalanes.

En segundo lugar, se procedió a delimitar la muestra de noticias. Al ser seis periódicos los seleccionados y seis los hitos objetos de estudio, y con el fin de obtener una muestra homogénea y medible desde un punto de vista comparativo, se decidió discriminar cuatro noticias por hito/medio, lo que dio como resultado un corpus total de 144 piezas informativas para la realización del análisis.

Para la identificación de las distintas noticias se recurrió, en primer lugar, al buscador de Google insertando en él las palabras clave o los acontecimientos más significativos de cada uno de los hitos junto al nombre del medio de comunicación correspondiente. Se escogieron las cuatro noticias deportivas de dicho medio que salieron primero en la búsqueda y que tuvieran algún tipo de relación con los acontecimientos políticos relativos a ese hito. En los casos en que no aparecieron cuatro noticias de estas características entre los resultados de la búsqueda en el navegador, se recurrió al buscador del periódico en

cuestión utilizando las mismas palabras clave del hito seleccionado para explorar en su hemeroteca.

Las palabras clave que se buscaron para cada uno de los hitos fueron:

- Hito 1: elecciones, compromiso de país, Bartomeu, Laporta, 27S.
- Hito 2: Carles Puigdemont, Generalitat, Barça, Espanyol.
- Hito 3: Referéndum, uno de octubre, 1-O.
- Hito 4: sentencia del procés, prisión, presos políticos.
- Hito 5: Camp Nou, esteladas, Concert per la Llibertat, Via Catalana, independencia.
- Hito 6: derecho a decidir, Diada, presos políticos, Piqué, Xavi, Guardiola.

Para el análisis de cada una de las 144 piezas noticiosas que componen la muestra de este estudio, se empleó una ficha de análisis con ocho ítems:

- Temática: fútbol u otro deporte.
- Sección o minisección en la que aparece la noticia.
- Referencias/términos a la política en los elementos de la titulación.
- Referencias/términos a la política en el cuerpo de texto.
- Referencias/términos a la política en los contenidos multimedia.
- Presencia de voces/protagonistas del deporte.
- Presencia de voces/protagonistas de la política.
- Géneros y formatos periodísticos.

Con la medición de estos ítems, se obtuvieron resultados cuantitativos, que han permitido comparar comportamientos informativos entre los medios estudiados, así como resultados cualitativos, que se de-

tuvieron en la singularidad de alguna de las noticias que por su trascendencia o significación mereció ser estudiada de manera particular.

3. Resultados

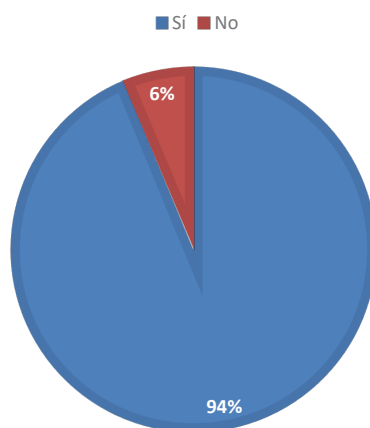
Uno de los objetivos del estudio era medir y cuantificar cómo la prensa deportiva incorpora referencias a hechos políticos relevantes en sus noticias (OII). A este respecto, el primer resultado del estudio señala una elevada cantidad de términos referidos a cuestiones relativas al ‘procés’ en los textos informativos de diarios y secciones deportivas digitales.

La suma de todas las palabras y expresiones que se encuentran en el cuerpo de las 144 informaciones de la muestra alcanza la cantidad de 1.306 términos únicos (no repetidos dentro de una misma pieza), lo que equivale a una media de más de nueve referencias a la política por cada noticia deportiva.

Los vocablos que más aparecen en los cuerpos de texto son: ‘independencia’/‘independista’, con casi el 7% del total; ‘referéndum’, que cuenta con más del 3,5% de las referencias; y, en tercer lugar, la expresión ‘derecho a decidir’, con algo más del 3% de los 1.306 términos únicos. Además de estas expresiones, en las líneas de las noticias deportivas que pertenecen a la muestra aparecen con frecuencia también términos como ‘soberanismo’, ‘autodeterminación’, ‘esteladas’, ‘democracia’, ‘derechos’, ‘libertad de expresión’, ‘política’, ‘presos políticos’, ‘nacionalistas’ o ‘Generalitat’, entre otros.

Esta elevada presencia de términos políticos resulta especialmente significativa si se atiende a los mensajes incluidos en los elementos de la titulación de las informaciones (titulares, antetítulos y subtítulos), que destacan el hecho informativo, y en los contenidos multimedia de las noticias, que aumentan su visibilidad.

Gráfico 1
% NOTICIAS CON ALUSIONES A LA POLÍTICA EN LOS TÍTULOS



Fuente: elaboración propia.

En lo que respecta a los títulos de las noticias seleccionadas, el primer dato llamativo es que el 93,75% de los casos incluye algún término político (Gráfico 1). Solo nueve de las 144 noticias (6,25%) no incluyen ninguna alusión extradeportiva de este tipo. Además, en total se contabilizan hasta 316 términos únicos, lo que representa una media de más de dos expresiones de índole política por título. Se trata de un dato importante si tenemos en cuenta que muchas de las noticias deportivas no cuentan con antetítulo ni subtítulos.

Como ocurre en los cuerpos de texto, el término único político más empleado en los títulos de las informaciones es ‘independencia’, con 30 apariciones, un 9,5% del total; y le siguen los vocablos ‘referéndum’ y ‘procés’, con el 6% del total cada uno. El tercer lugar lo ocupa, de nuevo, ‘derecho a decidir’, aglutinando casi el 5% de los términos presentes en los elementos de titulación.

En cuanto a los contenidos multimedia, los datos referentes a la influencia de la política no son tan clarificadores como las cifras de los títulos y los cuerpos de las noticias. Mientras 48 informaciones no tenían referencias a la política en su contenido multimedia, es decir, poco más del 33% del total, el resto sí incorporó mensajes o alusiones a la política en los vídeos y fotografías. En este sentido, los contenidos más frecuentes son capturas de tuits de un deportista o club o también esteladas e imágenes de un político—habitualmente, de los expresidentes de la Generalitat Carles Puigdemont y Quim Torra— en las gradas del Camp Nou.

3.1. Resultados por periódicos y por hitos

Para dar cumplida respuesta al segundo objetivo de esta investigación (O12), ha sido preciso comparar el tratamiento informativo del conflicto del ‘procés’ catalán en los seis periódicos y, además, estudiar esas diferencias editoriales en la cobertura de los seis hitos señalados.

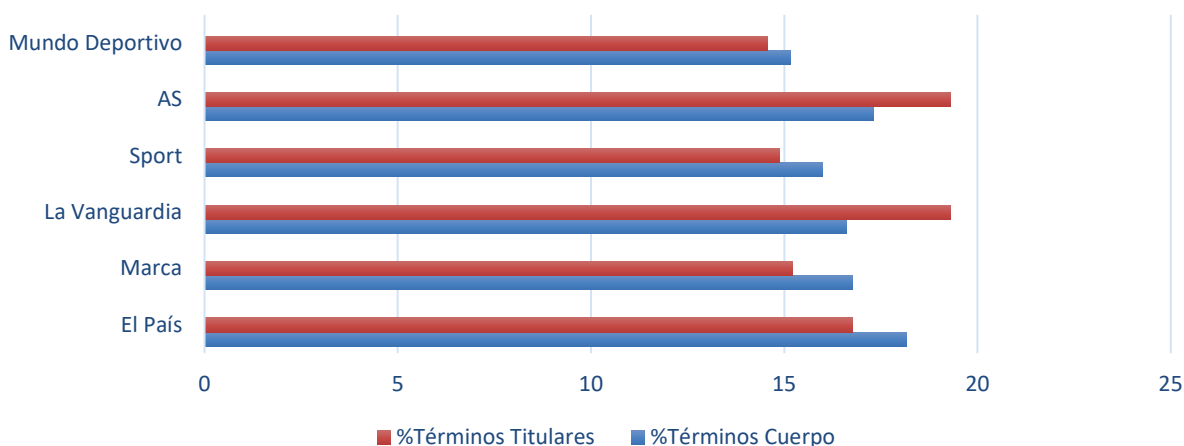
Los resultados indican que todos los medios de comunicación presentan un nivel similar de politización en sus noticias deportivas, ya que la presencia de las expresiones políticas se distribuye de forma similar entre todos y cada uno de los medios analizados, tanto en los cuerpos de texto como en los títulos de las informaciones de la muestra (Gráfico 2).

El periódico con mayor número de alusiones a la política en el cuerpo de texto de sus artículos es *El País*, que concentra el 18,15% de los 1.306 términos, mientras que el periódico menos ‘politizado’ es *Mundo Deportivo*, con un 15,16% del total, apenas tres puntos porcentuales de diferencia. Entre estos dos porcentajes, se sitúan, por este orden, *Marca* (16,77%), *La Vanguardia* (16,62%), *Sport* (16%) y *AS* (17,30%).

En cuanto a la titulación, *La Vanguardia* y *AS* acumulan cada uno un 19,30% del total de las expresiones políticas, mientras que *El País* suma el 16,77%, *Marca* el 15,20% y *Sport* alberga el 14,87%; También en este apartado *Mundo Deportivo* es el diario con menor presencia de alusiones a la política, con un 14,56% del total.

Gráfico 2

% Términos en el cuerpo de texto y los títulos



Fuente: elaboración propia.

Estos resultados tan parejos en cuanto a la presencia de términos políticos en las noticias deportivas de los seis periódicos señalan que dos de los criterios elegidos para la selección de estos medios en el presente estudio—la diferenciación entre diarios deportivos y secciones de medios generalistas, y la localización geográfica de sus sedes, Madrid o Barcelona— no resultan definitorios para poder establecer diferencias en cuanto al grado de politización de sus contenidos deportivos.

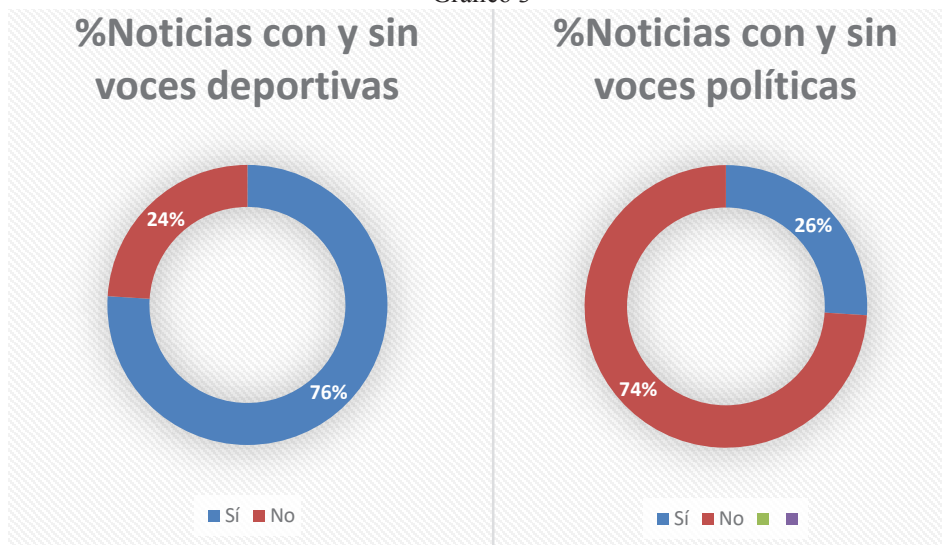
En cuanto a los hitos del ‘procés’ a los que se refiere la muestra de noticias, los medios incluyeron más términos alusivos a la política en su cobertura del Hito 4 (sentencia del Tribunal Supremo), con 298 referencias (22,82% del total); y del Hito 3 (referéndum del 1-O), con 239 (18,3%). Por el contrario, las noticias relativas al Hito 6, en el que se recogen las diferentes ocasiones en las que el mundo del deporte reivindica el “derecho a decidir”, apenas acogieron 153 expresiones políticas, un 11,71% del total de la muestra.

3.2. La política en las voces del deporte

Más allá de la importancia de estos hitos en el contexto informativo en el que han de moverse los medios deportivos a la hora de cubrir la actualidad de los equipos, y con el fin de responder al objetivo 3 planteado para esta investigación (O13), cabe analizar si el grado de politización de esas noticias deportivas se debe a la injerencia de agentes políticos en el ámbito deportivo o, más bien, a la implicación política de las propias voces del mundo del deporte (futbolistas y directivos de clubes, principalmente).

Para ello, se ha medido la frecuencia con que aparecen voces políticas y/o deportivas en las informaciones. Los datos a este respecto son claros (Gráfico 3): el 76% de las noticias se apoyan en protagonistas del mundo del deporte, mientras solo el 26% de la muestra incluyen fuentes del ámbito político. Es decir, la presencia de agentes y voces deportivos es mucho mayor que la de los políticos y de los primeros procede, por tanto, la mayoría de los 1.360 términos únicos de índole política que recoge esta investigación.

Gráfico 3



Fuente: elaboración propia.

Luego el alto grado de politización observado en los contenidos publicados por las ediciones digitales de la prensa deportiva se debe principalmente a los propios actores del deporte. Estos, por iniciativa propia, se posicionan públicamente sobre el conflicto catalán y la prensa deportiva se hace eco y recoge sus manifestaciones políticas.

Aunque son bastantes los protagonistas deportivos que expresan su opinión política, destacan dos nombres por encima del resto: Gerard Piqué y Pep Guardiola. Ambas son las voces no políticas más mencionadas en los artículos de la muestra: el primero en 22 ocasiones (15,27%), mientras que el segundo aparece en diez textos (6,9%). Las opiniones políticas de ambos son las más frecuentes y adquieren una mayor trascendencia y visibilidad en los medios y redes sociales debido al grado de popularidad alcanzado, frente a otros deportistas que aparecen de una forma más esporádica en la muestra analizada, como Xavi Hernández (4,17%), Pau Gasol (2,77%) o Marc Gasol (2,08%).

Pese a situarse en segundo lugar tras Piqué, la relación de Guardiola con la política puede considerarse, desde un punto de vista cualitativo, la más estrecha y significativa de todos los protagonistas del deporte que se mencionan. Así, varias noticias recogen la participación del exentrenador del F.C. Barcelona en un vídeo elaborado por plataformas independen-

tistas para apoyar la liberación de lo que consideran “presos políticos”, su lectura de manifiestos en favor del referéndum en diversos actos nacionalistas o su aparición en la lista de Junts pel Sí, que fue la candidatura de fuerzas independentistas presentada para las elecciones autonómicas catalanas de 2015.

3.3. Tipologías de coberturas: directos y declaraciones

Los hitos del ‘procés’ que más reacciones políticas suscitaron entre los protagonistas del mundo del deporte fueron el referéndum del 1-O (Hito 3) y la sentencia del Tribunal Supremo (Hito 4). Si se analizan los formatos y géneros periodísticos empleados (O14), la cobertura informativa de la prensa deportiva digital incluyó recopilaciones de opiniones políticas de los deportistas, informaciones sobre la postura de los clubes en relación con el referéndum del 1-O e incluso directos para seguir el desarrollo de la votación o para cubrir las reacciones a la sentencia del Tribunal Supremo. En este apartado, procede detenerse en la observación de algunos ejemplos para comparar las coberturas político-deportivas de los diferentes periódicos.

En el Hito 3, *Marca* publicó una información que consistía en la recopilación de las declaraciones de diferentes deportistas a favor o en contra del referéndum del 1-O, titulada “*De Gasol a*

Piqué: ¿qué dicen los deportistas españoles del referéndum?”, dentro de la sección ‘Polideportivo’. Este mismo diario repetiría luego el mismo formato aunando opiniones dentro de una misma pieza sobre esa consulta, pero esta vez a representantes de los clubes de fútbol catalán. La tercera de las noticias analizadas de este diario respecto a este mismo hito es un directo la misma jornada del 1 de octubre de 2017 para contar en tiempo real la postura del F.C. Barcelona sobre jugar o no y cómo el partido de Liga contra Las Palmas, programado para ese día.

En ese directo no solo se contó la decisión del club azulgrana de disputar el encuentro finalmente a puerta cerrada, sino que se fue informando de cómo los deportistas vivían la jornada electoral: quiénes votaban, quiénes se pronunciaban en contra de la actuación de los agentes frente a los manifestantes, quiénes alentaban a votar, etc. El directo (Imágenes 1 y 2), similar al que periódicos generalistas suelen desplegar cada vez que hay unas elecciones, tuvo como inicio la siguiente frase: “Comenzamos el directo de toda lo que ocurra en el referéndum del 1-0 en clave deportiva”.

Imagen 1

Referéndum 1-0 • Sigue en directo toda la jornada en clave deportiva

El referéndum del 1-0, en directo: Piqué y Pau Ribas votan, Xavi habla de vergüenza...

01/10/2017 11:24 CEST   

Fuente: Captura de pantalla de Marca. 1 de octubre de 2017.

Imagen 2

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.



Fuente: Captura de pantalla del directo de Marca. 1 de octubre de 2017.

Algo similar, cubrir en directo en su página web una situación política pero en clave deportiva, fue lo que hizo *Sport* a la hora de informar sobre las reacciones del mundo del deporte a la sentencia judicial del procés, correspondiente al Hito 4 (Imagen 3). 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 vocablos, a lo que contribuye el hecho de que sea una información bastante extensa y con un gran número de fuentes deportivas.

Imagen 3

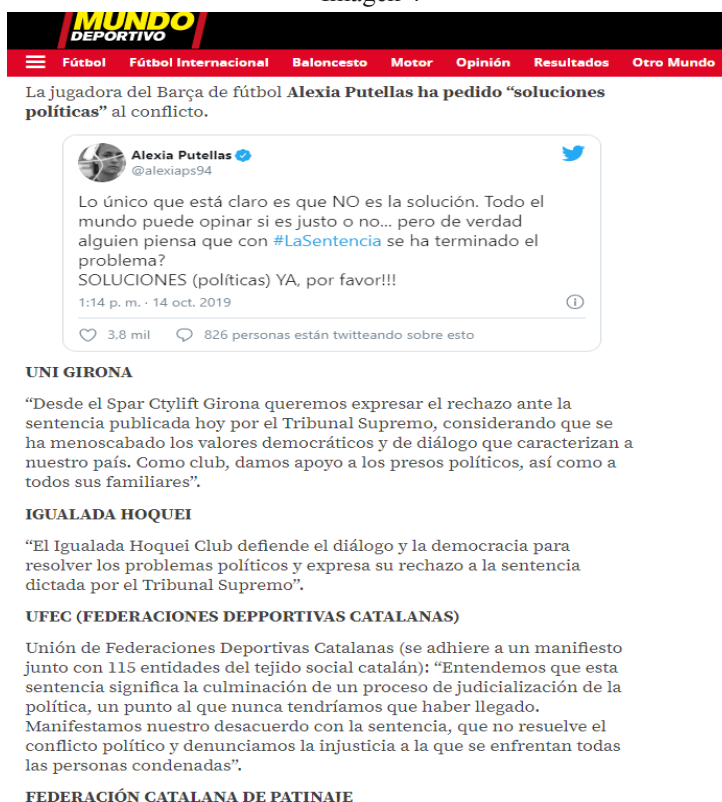


Fuente: Capturas de pantalla del directo de Sport. 14 de octubre de 2019.

Mundo Deportivo es otro de los medios de comunicación que presentan artículos de este tipo entre sus noticias de la muestra analizada. En concreto, una de las noticias del hito referente a la sentencia del procés es un recopilatorio dedicado a ver la reacción del deporte catalán a dicha sentencia judicial, al igual que ocurría con el ejemplo anterior de *Sport*. Se encuentra en la sección ‘El otro mundo’ y recoge las manifestaciones políticas de clubes como el F.C. Barcelona, Espanyol, Europa o Girona y también de deportistas tales como Sergi Roberto, Aleix Espargaró, Víctor Tomás o Alexia Putellas.

El recopilatorio, bajo el título “*La reacción del deporte catalán a la sentencia del juicio del procés*”, contiene una gran cantidad de términos únicos políticos (22) que son empleados exclusivamente por voces deportivas (19). Además, es interesante destacar que, al igual que en el resto de artículos, se suele incluir capturas de los tuits (Imagen 4) o comunicados oficiales y destacar en el cuerpo de la noticia la idea política principal que expresa el deportista o entidad deportiva en cuestión.

Imagen 4



Fuente: Captura de pantalla de Mundo Deportivo. 15 de octubre de 2019.

En el caso del periódico *AS*, se realiza también un recopilatorio de las capturas de redes sociales en las que los deportistas se manifiestan políticamente acerca del referéndum del 1-O y de los altercados su-

cedidos en las calles de Cataluña. Como se observa en la Imagen 5, tan solo se recogen las imágenes en una galería compuesta por 13 capturas, sin que exista cuerpo de texto.

Imagen 5



Fuente: Captura de pantalla de AS. 6 de octubre de 2017.

Este tipo de artículos no son exclusivos de los medios deportivos, sino que también son empleados en periódicos generalistas. *La Vanguardia*, en una de sus noticias del Hito 4 (sentencia del ‘procés’), realiza un recopilatorio firmado por el periodista Xavier Fran-

cés (Imagen 6) que incluye los diferentes testimonios de varios protagonistas del deporte como Gerard Piqué o Pep Guardiola, que rechazan la actuación de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado durante los prolegómenos de la jornada del 1-O.

Imagen 6

Pep Guardiola, un férreo defensor del derecho a decidir, también [ha mostrado su descontento](#) y ha explicado que “no se trata de independencia, se trata de democracia”. Otro barcelonista, **Gerard Piqué**, criticó el martes tras el partido contra el Eibar la incautación de material sobre el referéndum por parte de la Guardia Civil. en el tuit, el central citaba un comentario grotesco del canal *Intereconomía* sobre Catalunya y escribió: “A estos no los vais a visitar no? @guardiacivil”.



Fuente: Captura de pantalla de La Vanguardia. 22 de septiembre de 2017.

Por tanto, vemos cómo los propios diarios en muchos casos no se limitaron a recibir información o declaraciones de otras fuentes, sino que fueron los que, por iniciativa propia y por decisión edito-

rial, acometieron la búsqueda y el seguimiento de la noticia política del momento, y así la plasmaron y destacaron de una determinada forma en sus respectivas ediciones.

3.4. Política, fútbol y el rol activo del Barça

Otras de las evidencias que confirma este estudio es la mayor presencia de la política en informaciones sobre el fútbol que en el resto de modalidades deportivas. De las 144 noticias que componen la muestra, el 93% solo hace alusión al ‘deporte rey’, mientras que el 5% incluye referencias al fútbol y algún deporte más y solo el 2% tiene que ver con otras disciplinas ajenas al balompié.

Sin duda, un factor clave que ayuda a entender el mayor número de referencias al ‘procés’ en contenidos sobre fútbol es la relación entre el F.C. Barcelona y el nacionalismo catalán (O15). A lo largo del corpus de noticias analizadas, casi todas las manifestaciones deportivas de apoyo expreso a las causas nacionalistas como el llamado “derecho a decidir” o la liberación de “los presos políticos” procedieron de estamentos, dirigentes o futbolistas de la entidad blaugrana.

El caso más claro se corresponde con el Hito 1. Dos meses antes de las elecciones autonómicas de 2015 se celebraron también los comicios a la presidencia del F.C. Barcelona y en ese proceso electoral los cuatro candidatos (Bartomeu, Laporta, Freixa y Benedito) firmaron un documento político de apoyo al nacionalismo catalán llamado “Compromiso de país”. Este hecho extradeportivo fue recogido por la mayor parte de los periódicos, que interpretaron ese gesto como una muestra más de la alineación del club con el independentismo.

En la muestra se recogen también noticias sobre actos e iniciativas en las que el Camp Nou ha servido de escenario para difundir algún tipo de proclama a favor de la independencia de Cataluña (Hito 5). Así, se publicaron en crónicas y contracrónicas de partidos referencias a la exhibición de esteladas por parte de la afición en las gradas o pancartas con mensajes políticos puestas por el propio club dentro del estadio. De igual forma, los medios dieron cuenta de hechos puramente políticos a favor de la independencia, como son la “Vía Catalana” (cadena humana) o el “Concierto por la libertad”, cuya única vinculación con el deporte es que se celebraron en el Camp Nou.

Además de la organización de actos y manifestaciones públicas, el posicionamiento político del club culé se hizo aún más claro en diferentes comunicados de prensa enviados a los medios, que destacaron y reprodujeron en su totalidad dentro de sus informaciones. Así en el Hito 3, en los días previos a la celebración del referéndum del 1-O, los medios publicaron el comunicado oficial de septiembre de 2017 en el que el Barça afirmó “su compromiso histórico con la defensa del país” y aseguró que “seguirá apoyando la voluntad de la mayoría del pueblo de Catalunya”. O también en el Hito 4, varias noticias recogen el comunicado que emitió el F.C. Barcelona para mostrar su contrariedad ante la sentencia judicial del Tribunal Supremo del 14 de octubre de 2019.

Por todo lo anteriormente expuesto, se deduce que si el fútbol, por norma general, es más propenso a

sufrir la influencia política, en el caso del ‘procés’ catalán esa tendencia se muestra aún mayor debido a que las fuerzas nacionalistas cuentan con la visibilidad que les otorga uno de los clubes más famosos e importantes del panorama futbolístico internacional como es el F.C. Barcelona.

El hecho de que la mayoría de las noticias de la muestra que reflejan la vinculación entre el ámbito político y el deporte están relacionadas con el Barça hace que las secciones y diarios deportivos digitales, que conceden espacios preferentes a la actualidad del club catalán, adquieran más tintes políticos.

En algunos casos, esto se traduce en la creación de minisecciones específicas dentro de la web. Si bien solo 55 de las 144 noticias analizadas (38,2%) se encuentran en secciones deportivas que nombran al club culé (‘Barcelona’, ‘Elecciones FC Barcelona’ o ‘Barça’), el elevado protagonismo que la política adquiere entre las noticias deportivas sobre este club hace que este en ocasiones aparezca, en el caso de *La Vanguardia* y *El País*, en otras secciones como ‘Política’ o ‘Cataluña’ e incluso lo hagan agrupadas bajo cintillos temáticos como ‘Desafío independentista’ o ‘Juicio del procés’. Hasta tal punto ha permeado la política sobre Cataluña en la información deportiva que incluso el diario *AS* cuenta en su edición digital con la sección ‘Independentismo’.

La extensión del conflicto político de Cataluña al ámbito del periodismo deportivo en las informaciones que versan sobre fútbol y, más concretamente, las relacionadas con el F.C. Barcelona, suele proyectarse también a través de la rivalidad deportiva del club azulgrana con el Real Madrid. Esa extrapolación al deporte de esos valores políticos añadidos que, como se señaló antes, encarnan las dos principales instituciones futbolísticas en España también se ha visto reflejada en varias noticias que componen la muestra analizada.

4. Discusión y conclusiones

Los resultados confirman la hipótesis de punto de partida: el estudio de las noticias digitales de los seis periódicos que conforman la muestra de análisis revela una elevada politización de las informaciones deportivas que coinciden en el tiempo con los hitos políticos más relevantes del proceso soberanista de Cataluña, popularmente conocido como el ‘procés’. Este hecho se hace evidente en la elevada presencia de términos políticos en los cuerpos de texto y en los títulos (titulares, subtítulos y antetítulos) de las noticias deportivas.

Igualmente, los hallazgos dan cumplida respuesta a los objetivos de investigación. En primer lugar, se ha cuantificado la significación política de las 144 informaciones deportivas de la muestra (O11). Todas ellas suman en sus cuerpos de texto un total de 1.306 términos únicos, una media de superior a nueve referencias políticas por cada noticia deportiva, mientras

que casi el 94% de los títulos también aparecen vocablos con esa significación extradeportiva.

Esa presencia elevada de terminología política se distribuye de una forma pareja entre los distintos periódicos (O12), independientemente de su tipología (diarios deportivos o secciones de medios generalistas) y de la localización geográfica de sus sedes (Madrid o Barcelona). Por tanto, dos de los criterios elegidos para la selección de estos medios en el presente estudio no resultan definitorios para poder establecer diferencias en cuanto al grado de politización de sus contenidos deportivos.

Lo que sí parece explicar la motivación de la prensa deportiva para ‘politizar’ más o menos sus coberturas informativas (O13) es el papel de los propios actores del deporte que, por iniciativa propia, se posicionan públicamente sobre el conflicto. El 76% de las noticias se apoyan en deportistas o dirigentes de clubes, mientras solo el 26% de los casos incluyen fuentes del ámbito político. Mientras las voces políticas apenas aparecen los propios protagonistas del mundo del deporte se pronuncian políticamente y la prensa deportiva otorga visibilidad a sus posturas.

No obstante, la prensa deportiva digital no solo se limitó a hacer eco de declaraciones de los protagonistas y otras informaciones recibidas vía comunicados o redes sociales, sino que además planteó editorialmente coberturas especiales para los hitos políticos más relevantes del ‘procés’ desde una óptica deportiva. Entre los formatos y géneros periodísticos empleados (O14) para el seguimiento en las webs del referéndum del 1-O (Hito 3) y de las reacciones a la sentencia del Tribunal Supremo (Hito 4), predominaron las piezas contenedor que acumularon opiniones políticas de los deportistas y los *liveblogs* o directos para informar en tiempo real y llevar la última hora.

Los resultados también ponen de manifiesto que la interrelación entre política y periodismo deportivo es más visible en las informaciones que versan sobre fútbol y, sobre todo, las relacionadas con el F.C. Barcelona y su vinculación con los postulados del soberanistas (O15). El 93% de las noticias solo hacen alusión al ‘deporte rey’ y en ellas las que exhiben un mayor grado de politización son las relativas al club

azulgrana debido a las manifestaciones de algunos de sus representantes, futbolistas o directivos.

Este artículo trata de ahondar en un campo poco abordado dentro de la investigación en periodismo deportivo en España como es la permeación de la política y su terminología dentro de la prensa deportiva –en este caso digital–, así como el grado de influencia de los protagonistas del mundo del deporte en el grado de politización que pueden adquirir las coberturas de estos medios especializados.

Sin embargo, se trata de un estudio que cuenta con limitaciones que han de ser tenidas en cuenta para entender los resultados obtenidos. En primer lugar, el tamaño de la muestra de análisis, puede considerarse reducido para la exploración de un fenómeno complejo, que, sin duda, deja abiertas muchas posibles aproximaciones a su estudio futuro desde el plano del periodismo deportivo.

En segundo término, la configuración de la muestra, si bien parte de unos criterios claros y objetivos, adolece quizás de una excesiva dependencia del mecanismo de búsqueda de términos empleado por Google y, por ende, de la opacidad de los algoritmos utilizados (Ørmen, 2015; Finn, 2017), los cuales se basan en los historiales de consumo y de búsquedas anteriores y que, de esta forma, pueden no contemplar otras realidades.

En tercer lugar, la delimitación de las noticias se establece a partir de seis hitos políticos puntuales y separados en el tiempo, lo que impide analizar la continuidad del seguimiento informativo de los medios deportivos de la actualidad en torno al ‘procés’ y confirmar si la influencia de la política en la agenda temática del periodismo deportivo es realmente mayor en la actualidad que hace unos años, una lectura hacia la que apuntan algunos datos de esta investigación.

En cualquier caso, parece claro que la prensa deportiva digital en España también ha dado un paso adelante al considerar que los pronunciamientos políticos que, de vez en cuando, hacen los actores del deporte deben ser considerados como noticia, aunque esta se produzca lejos de los terrenos de juego y sin relación –puede que solo– aparente con las competiciones.

5. Referencias bibliográficas

- Alcaide, F. (2009). *Fútbol, fenómeno de fenómenos*. Lid Editorial.
- Andrews, D. L., & Jackson, S.J. (eds.) (2001). *Sport Stars: The Cultural Politics of Sporting Celebrity*. Routledge.
- Armfield, G., McGuire, J., & Earnhardt, A. (2019). *ESPN and The Changing Sports Media Landscape*. Peter Lang.
- Broussard, R. (2020). “Stick to Sports” is Gone: A Field Theory Analysis of Sports Journalists’ Coverage of Socio-political Issues, *Journalism Studies*, 21 (12), 1627-1643, <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1785323>
- Broussard, R., & Graffeo, J. (2019). ESPN’s Double Standard? The Politics of Frame and Tone in Sports. En: Armfield, G., McGuire, J. & Earnhardt, A. *ESPN and The Changing Sports Media Landscape* (pp. 107-125). Peter Lang
- Brown, S., & Brison, N. (2017). More Than An Athlete Constitutional and Contractual Analysis of Activism in Professional Sports. *Sports & Entertainment Law Journal*, 7(2), 249-289. <https://bit.ly/3p5iOze>
- Buzzelli, N.R., Gentile, P., Sadri, S.R., & Billings, A.C. (2020). “Cutting Editors Faster Than We’re Cutting Reporters”: Influences of The Athletic on Sports Journalism Quality and Standards. *Communication & Sport* (online), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2167479520945658>
- Casals, X. (2015). La Cataluña emergente. Secesionismo y dinámicas populistas europeas. *Tiempo Devorado. Revista de Historia Actual*, 2(3), 18-33. <https://bit.ly/351Rap9>

- Cooky, C. (2017). We Cannot Stand Idly By?: A Necessary Call for a Public Sociology of Sport. *Sociology of Sport Journal* 34 (1), 1–11. <https://doi.org/10.1123/ssj.2016-0156>
- Del Fresno, M., & Manfredi-Sánchez, J.L. (2018). Politics, Hackers, and Partisan Networking. Misinformation, national utility and free election in the Catalan independence movement. *El Profesional de la Información*, 27 (6), 1225-1238. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.06>
- 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), 1-18. <https://bit.ly/2JAYXqR>
- Finn, E. (2017). *What algorithms want: Imagination in the age of computing*. MIT Press
- Garrison, B., & Salwen, M. (1989). Newspaper Sports Journalists: A Profile of the “Profession”. *Journal of Sport and Social Issues*, 13(29), 57-68. <https://doi.org/10.1177/019372358901300201>
- Gift, T., & Miner, A. (2017). Dropping the ball: The understudied nexus of sports and politics. *World Affairs*, 180(1), 127-161. <https://doi.org/10.1177/0043820017715569>
- Gómez-Bueno, J. (2013). La politización del deporte en los medios escritos especializados. *Razón y Palabra*, 17(3_84). 602-617. <https://bit.ly/213p2OB>
- González-Calleja, E. (2004). Deporte y poder: el caso del Real Madrid FC. *Memoria y Civilización*, 7, 79-127. <https://bit.ly/35tkhqz>
- Hickey, W. (2020, 10 de septiembre). Defector’s Kelsey McKinney on how 2020 destroyed the concept of “sticking to sports”. *Nieman Lab*. <https://bit.ly/38avWMN>
- Llopis-Goig, R. (2008). Identity, nation-state and football in Spain. the evolution of nationalist feelings in Spanish Football. *Soccer & Society*, 9(1), 56-63. <https://doi.org/10.1080/14660970701616738>
- López-González H., Guerrero-Solé F., & Haynes R. (2014). Manufacturing conflict narratives in Real Madrid versus Barcelona football matches. *International Review for the Sociology of Sport*, 49 (6), 688-706. <https://doi.org/10.1177/1012690212464965>
- López Olano, M., & Fenoll, V. (2019). Posverdad, o la narración del procés catalán desde el exterior: BBC, DW y RT. *El Profesional de la Información*, 28 (3), e280318. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.18>
- Loureiro, E. (2018). Fútbol y política en Latino América en tiempos de Copa del Mundo. En *Diálogo Político* (especial Sociedad Política y Fútbol), 12-19. <https://bit.ly/3kWA0DT>
- Moritz, B. (2019, 19 de diciembre). The end of “stick to sports”. *Nieman Lab*. <https://bit.ly/34XBbxj>
- Oates, T.P., & Pauly, J. (2007). Sports Journalism as Moral and Ethical Discourse. *Journal of Mass Media Ethics*, 22 (4), 332–347. <https://doi.org/10.1080/08900520701583628>
- O’Brien, J., Holden, R., & Ginesta, X. (ed.) (2020). *Sport, Globalisation and Identity*. Routledge.
- Ørmen, J. (2015). Googling the news. *Digital Journalism*, 4 (1), 107-124. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1093272>
- Otero, 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, 169-198. <https://bit.ly/2TUWY2x>
- Ramon, X., & Rojas-Torrijos, J.L. (2018). Accountable sports journalism. Building up a platform and a new specialized code in the field. *Ethical Space. The International Journal of Communication Ethics*, 15 (1-2), 15-28.
- Rojas-Torrijos, J.L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Correspondencias & Análisis*, 4, 177-190. <https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.09>
- Rojas-Torrijos, J.L. (2017, 4 de diciembre). Bufandismo no es periodismo. *Fundación Gabo*. <https://bit.ly/34VK5vm>
- Rowe, D. (2007). Sports journalism: Still the ‘toy department’ of the news media? *Journalism*, 8(4), 385-405. <https://doi.org/10.1177/1464884907078657>
- Ruiz, J. A. (2010). *Fútbol, pan y circo: la metáfora patriótico-deportiva de España*. Fragua.
- Sainz de Baranda, C. (2013). Orígenes de la prensa diaria deportiva: El Mundo Deportivo. *Materiales para la Historia del Deporte*, 11, 7-27. <https://bit.ly/35hLnB5>
- Serazio, M., & Thorson, E. (2020). Weaponized Patriotism and Racial Subtext in Kaepernick’s Aftermath: The Anti-Politics of American Sports Fandom. *Television & New Media*, 21(2), 151-168. <https://doi.org/10.1177/1527476419879917>
- Strenk, A. (1979). What price victory? The world of international sports and politics. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 445(1), 128-140. <https://doi.org/10.1177/000271627944500114>
- Thiel, A., Villanova, A., Toms, M., Friis, L., & Dolan, P. (2016). Can sport be “un-political”? *European Journal for Sport and Society*, 13(4), 253-255. <https://doi.org/10.1080/16138171.2016.1253322>
- Tomlinson, A., & Young, C. (2006). *National identity and global sports events: Culture, politics, and spectacle in the Olympics and the football World Cup*. State University of New York Press.
- Vázquez-Montalbán, M. (2005). *Fútbol: una religión en busca de un Dios*. Debate.

José Luis Rojas Torrijos

Periodista y profesor del Departamento de Periodismo II de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Doctor en Periodismo y miembro del grupo de investigación ‘Communication & Social Sciences’

(COM&SOC), sus principales líneas de investigación son el periodismo deportivo, los libros de estilo, la ética, la innovación en periodismo y las nuevas narrativas digitales. También es profesor en los másteres de Innovación en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández de Elche, de Periodismo Deportivo de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, de Comunicación y Periodismo Deportivo organizado por la Universidad Europea de Madrid (UEM), de Periodismo Deportivo Marca-Universidad CEU San Pablo, y de Periodismo Deportivo de la Universidad Católica de Murcia (UCAM). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7390-9843> Miguel Guerrero Caballero es periodista e investigador de la Universidad de la Universidad de Sevilla.