

TRABAJO DE FIN DE GRADO EN PERIODISMO

**TRATAMIENTO DE LA PRENSA SOBRE EL RADICALISMO
ULTRA EN EL FÚTBOL ESPAÑOL ('ABC' SEVILLA, 'ESTADIO
DEPORTIVO' Y 'MARCA')**



Autor/es: HNICH PÉREZ, YUSUF

LÓPEZ BURGOS, JAIME

Tutor/a: SOBRADOS LEÓN, MARITZA

Fecha: 15/06/17

Índice:

1. Introducción	4
1.1. Justificación, interés y oportunidad de investigación	6
1.2. Objetivos	7
1.3. Objeto de estudio	8
1.4. Metodología utilizada	8
1.5. Muestra-unidad de análisis	13
1.6. Procedimiento	14
2. Marco Teórico	16
2.1. Radicalismo ultra: definición	16
2.2. Violencia	18
2.3. Conceptualización histórica: actualidad	20
3. Historia	24
3.1. Nacimiento en el fútbol español	24
3.2. Desarrollo en el fútbol español	25
3.3. Influencias del extranjero	26
4. Medios de comunicación y violencia	28
4.1. Importancia que los medios conceden a las acciones violentas en el fútbol	28
4.2. Conceptos y teorías sociológicas para la interpretación de una realidad deportiva como es la violencia en el deporte	29
5. Análisis y resultados	31
5.1. Resultado de las categorías analizadas	31
5.1.1. Análisis titulares	32
5.1.2. Análisis cuerpo de texto	33
5.1.3. Análisis fotografías	34
5.1.4. Análisis fuentes primarias	37
5.1.5. Análisis fuentes secundarias	39
5.1.6. Resultado de las categorías utilizados en los objetivos específicos	40
5.2. Relación prensa-grupos ultra s.....	45
6. Conclusiones	48
7. Fuentes y referencias bibliográficas	50
8. Anexo	52

-Resumen

En los últimos tiempos, la actualidad deportiva de nuestro país se ha visto manchada por una serie de sucesos relacionados con la violencia, el radicalismo y los grupos ultras. Mucha de la culpa de que estos temas estén a la orden del día es del papel de los medios de comunicación y su preocupación por ellos. Por tanto, decidimos llevar a cabo una investigación sobre cuál es realmente el trato que la prensa escrita le da a estos temas y si su tratamiento se ve influenciado por la tendencia periodística del sensacionalismo, que busca destacar los aspectos más llamativos, aunque sean secundarios, con un fin económico. Para responder a esa cuestión, utilizamos una combinación de técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa como el análisis de contenido y la entrevista en profundidad, con el fin de abarcar el mayor número de datos posibles. Para el análisis, nos centramos en tres periódicos de bastante importancia tanto en el panorama nacional como en Andalucía: los diarios deportivos Marca y Estadio Deportivo, y uno más generalista como ABC Sevilla; y en cuatro casos donde los ultras son actores principales de los hechos: caso “Zozulya”, caso “Jimmy”, caso “Biris-LaLiga” y caso “Mundial ‘82”. Los resultados han mostrado que, contrariamente a lo que pensábamos al principio, los periódicos se centran principalmente en informar, aunque Marca tienda en pocas ocasiones al sensacionalismo.

Palabras clave: grupos ultras, violencia, radicalismo, fútbol español, medios de comunicación, prensa escrita, sensacionalismo, investigación, análisis de contenido, entrevistas.

-Abstract

In recent times, the sporting news of our country has been tarnished by a series of events related to violence, radicalism and ultras groups. Much of the blame that these issues are the order of the day is the role of the media and their concern for them. Therefore, we decided to carry out an investigation about what the treatment the written press is really dealing with and whether its treatment is influenced by the journalistic tendency of sensationalism, which seeks to highlight the most striking aspects, even if they are secondary, With an economic purpose. To answer this question, we use a combination of quantitative and qualitative research techniques, in particular content

analysis and in-depth interviews, to cover as much data as possible. For the analysis, we focus on three newspapers of considerable importance both in the national scene and in Andalusia: sports newspapers Marca and Estadio Deportivo, and a more generalist such as ABC Sevilla; And in four cases where the ultras are the main actors in the case: "Zozulya" case, "Jimmy" case, "Biris-LaLiga" case and "Mundial" case. The results have shown that, contrary to what we thought at the beginning, the newspapers focus mainly on informing, although Marca rarely tries to sensationalism.

Key words: hooligans, violence, radicalism, Spanish football, mass media, newspapers, sensationalism, investigation, content analysis, interviews.

1. Introducción

En la actualidad, nos encontramos en una sociedad dónde el morbo y el espectáculo son dos pilares sobre los que se rige nuestro entorno y nuestro entretenimiento. El fútbol lleva siendo un deporte de masas desde hace muchos años, el cual mueve muchos intereses y sentimientos que van más allá de los noventa minutos de un partido, provocando la creación de grupos radicales y situaciones de extrema violencia, que ya se tratan con total normalidad, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. Los medios de comunicación son los encargados de difundirlo, ya que tienen que cumplir con la labor social de informar de forma objetiva sobre lo que ocurre en el mundo, sin embargo, creemos que no siempre cumplen con dicha labor. Nuestro trabajo se va a centrar en estudiar y analizar a un tipo de prensa que se nutre de los sentimientos, de las emociones, del fanatismo, etc. Nos preguntamos si en estas circunstancias el periodista puede caer en la tentación de no seguir estrictamente su función informativa y se deja llevar por los intereses comerciales del medio, destacando los aspectos más morbosos o sensacionalistas de los acontecimientos sobre grupos ultras. Consideramos que el cometido de un periodista y de los medios de comunicación en general es trabajar de lleno con la verdad y sabiendo en todo momento cómo o de qué forma debe contar algo para que su objetivo sea solo informar. Por el contrario, la reiteración y, a veces, la desinformación que se da en la prensa cuando tratan temas relacionados con el radicalismo ultra en el deporte rey nos sugiere que analicemos de qué forma y por qué se cuenta de esa manera y si tiene algún fin más allá del de informar.

En definitiva, el tema escogido para este trabajo aborda un tema de gran demanda hoy en día: el tratamiento que realizan los medios de comunicación sobre los temas relacionados con el radicalismo ultra y la violencia (el morbo) en el fútbol español (el entretenimiento).

Para Sobrados (2012), “el periodista deportivo es un hincha más y no oculta su devoción a su equipo”. La citada autora señala que en una entrevista que realizó al periodista de El País, Santiago Fuertes, “éste reconocía que el periodista deportivo tiene mayor libertad que sus compañeros en otras secciones, es el único sitio donde se permite ser forofo”.

El estudio está estructurado en un total de seis capítulos sobre los que hemos recopilado y agrupado distintos tipos de informaciones que giran en torno a nuestro trabajo de investigación. Investigación, que se ha podido llevar a cabo gracias a una fase previa de análisis y recopilación de datos que nos han permitido obtener unos resultados y unas conclusiones concretas del mismo.

En el primer capítulo, de manera introductoria, se tratan distintos puntos de interés acerca del trabajo como son la justificación del mismo, las oportunidades de investigación que existen o los objetivos que nos permiten tener una idea de partida y marcarnos un camino a seguir en nuestro tema de estudio. También, se dejan definidas las técnicas de investigación aplicadas, las muestras y las unidades de análisis utilizadas para el método de estudio, es decir, la metodología.

En el segundo capítulo, situamos y conceptualizamos todo aquello que rodea al término “grupo ultra” y “radicalismo ultra” (su historia, su evolución, sus influencias, el término de violencia y radicalismo, etc.), al fútbol en este aspecto, y el papel que tienen los medios de comunicación tanto a la hora de informar como a la hora de cumplir una función social.

En el tercer capítulo, abordamos el nivel de violencia existente, el ámbito espacial donde se suelen producir los actos violentos o las distintas fuentes de información que se utilizan en los medios, entre otros. Estos aspectos definen la relación que existe entre los medios de comunicación y el radicalismo en el fútbol. Hay que tener muy claro el contexto en el que vamos a analizar a la prensa (un deporte como es el fútbol) y que no

vamos a analizar concretamente actos deportivos, si no, todo lo contrario: actos violentos.

Para ello, en el capítulo cuatro, contaremos con la opinión e ideas de muchos periodistas, autores, deportistas, directivos, miembros de grupos ultras, etc. para saber de primera mano cuál es la relación entre los medios de comunicación y el radicalismo en el fútbol. Para estudiar, de forma correcta, este punto, dónde se aborda el tratamiento que lleva a cabo la prensa, es necesario conocer el proceso de elaboración de la noticia, la atención mediática que recibe y la importancia que la dan los medios a estos colectivos radicales.

Por último, en el quinto capítulo se plasman las conclusiones obtenidas en nuestra investigación.

1.1 Justificación, interés y oportunidad de investigación

A través del Estudio General de Medios, la asociación encargada de la investigación en los medios de comunicación, hemos podido conocer los índices de ventas y de lectores de los distintos periódicos que salen al mercado, por lo que a través de esos datos, nos hemos decantado por tres: ‘Marca’, ‘Estadio Deportivo’ y ‘ABC Sevilla’. Sabemos que uno de ellos, en concreto ‘Marca’, se encuentra en la cabeza de los diarios más leídos por los lectores. En total, de los 10.517 encuestados que han participado, 2.165 lectores leen Marca como principal diario. Es decir, el 20’5% de los participantes tienen al Diario Marca como principal periódico al que acuden para estar informados. Y puesto que estamos tratando un estudio sobre una temática que engloba al deporte, no hemos encontrado mejor periódico que éste, junto con ‘Estadio Deportivo’ y ‘ABC’ de Sevilla para poner en marcha nuestro trabajo de investigación.

Según Luengo (2011), “más del 40% de las noticias deportivas que aparecen en los medios están relacionadas con el fútbol, el resto está muy por detrás. Dentro de ese tanto por ciento, actualmente podemos encontrar cada vez más casos de radicalismo ultra, por lo que nos preocupa saber si realmente este fenómeno está creciendo como los medios nos hacen ver, o si se trata de algún tipo de sensacionalismo que distorsiona y aumenta estos casos violentos”.

La justificación de este tema se aclara con los acontecimientos que se han ido dando en la actualidad deportiva, a pesar de no contener prácticamente ningún aspecto futbolístico en ellos (como por ejemplo el caso del *Supporter* del Betis que agredió a un hombre en Bilbao hace unas semanas). Se trata de un análisis con un alto grado de complejidad que hemos intentado rebajar centrándonos principalmente en el tratamiento informativo y su impacto en la sociedad, dejando atrás para un análisis de mayor densidad otras muchas disciplinas, como pueden ir desde la deportiva hasta la psicológica. No es un tema muy tratado en cuanto a número de estudios se refiere, pero viendo al deporte que afecta y su importancia en los medios, nos hemos decantado por él con el objetivo de conocer su tratamiento y la intencionalidad con la que se publica algo al respecto.

1.2 Objetivos

Hemos formulado como objetivo principal de estudio: Analizar si el tratamiento sensacionalista de los medios de comunicación se puede relacionar directamente con las noticias sobre radicalismo ultra.

Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Precisar la importancia que se le da en determinados periódicos a las informaciones sobre grupos ultras, violencia en el fútbol, etc.
2. Determinar la frecuencia o asiduidad con la que estas noticias aparecen en los medios de comunicación para saber la atención mediática que se le da al tema del radicalismo ultra en el fútbol español.
3. Reconocer las características de la prensa sensacionalista en los medios utilizados.
4. Definir el tipo de relación que establece la prensa con las fuentes de los grupos ultras para el tratamiento y difusión de este tipo de informaciones.

1.3 Objeto de estudio

A lo largo de este estudio hemos analizado tres medios de comunicación y, particularmente, tres casos en concreto, tres periódicos, de los cuales dos son de temática totalmente deportiva y el otro es de una temática más general, pero nos centraremos en la sección de deportes: Marca y Estadio Deportivo (ED), como diarios totalmente deportivo; y ABC Sevilla como diario general (Deportes). El motivo por el cual hemos elegido estos medios es que se tratan de dos periódicos con una importancia capital en la provincia de Sevilla (ED y ABC Sevilla) y otro con una mayor trascendencia a nivel nacional (Marca), en cuanto a cifras de tirada y lectores se refiere.

No obstante, tanto el Sevilla Fútbol Club como el Real Betis Balompié –los dos principales equipos de la provincia de Sevilla- poseen el apoyo de sus grupos ultras dentro de sus estadios, como son los grupos ‘Biris Norte’, por parte del Sevilla FC, y ‘Supporters Gol Sur’, por parte del Real Betis, factor que nos ha llevado a decantarnos en dos periódicos de Sevilla de los tres que hemos utilizado. No es el único factor que nos ha conducido a su elección, ya que la posibilidad de consultar su hemeroteca, al ser medios diseñados de forma impresa, nos ha permitido consultar de una manera sencilla y ágil determinados periodos de tiempo para su posterior investigación.

1.4 Metodología utilizada

Una vez definido el objeto de estudio, en la metodología que hemos llevado a cabo, nos hemos decantado por un tipo de investigación descriptiva, a nivel observacional, pero basada en una metodología tanto cuantitativa como cualitativa. El primero a través del análisis de contenido y la encuesta, permitiéndonos manejar gran cantidad de información y opiniones, siguiendo unas determinadas fases y ganando en seguridad; pero con una serie de inconvenientes, como es la pérdida de libertad al tener que seguir unas normas para seleccionar la muestra, recoger los datos y después analizarlos. Para contrarrestarlos tenemos el segundo, que con sus diferentes técnicas (análisis de contenido cualitativo, entrevista en profundidad y observación directa-indirecta/documental/colectiva) nos permite un mayor margen de maniobra al no existir unas reglas tan estrictas a la hora de recabar la información y el análisis posterior está más abierto a la interpretación. Nos permite comprender las acciones humanas, ser más

respetuosos con la naturaleza del objeto de estudio y captar mejor los detalles y los significados, primando el lenguaje, los discursos (Lazo, 2010).

A pesar del debate de muchos estudiosos de la comunicación con respecto al uso de una u otra metodología, estos dos tipos de técnicas no son excluyentes, sino que nos conviene mejor combinarlas, beneficiándonos de sus puntos a favor y contrarrestando sus deficiencias o ataduras con una u otra.

El primer método nos ha exigido seguir una serie de etapas:

- Una vez delimitado el objeto principal de estudio (tratamiento sensacionalista de los medios con respecto al radicalismo ultra), hemos seleccionado la muestra (ha de estar muy bien definida). Una vez seleccionada, hemos tenido en cuenta tres cuestiones: el periodo temporal, el medio de comunicación y la unidad de análisis.
- Categorización: establecimiento de las categorías necesarias para el análisis de contenido (una categoría es una característica de la unidad de análisis). Dos tipos: formales (aspectos externos como ubicación, género, duración, etc.) y de contenido (cuestiones de fondo como tema, personajes, etc.). Las categorías se componen de valores y se deben numerar para obtener el código. Para conocer la atención mediática, así como el tratamiento informativo que los especialistas de la información le dan a las noticias deportivas dentro de este ámbito, ha sido necesario analizar una serie de categorías:
 - Los titulares: el estudio de los titulares nos permite conocer de primera mano si la prensa otorga un tratamiento sensacionalista a este tipo de noticias, ya que son un elemento esencial para captar la atención del lector y determinar cuál va a ser el enfoque que se le va a dar a la información.
 - Cuerpo de texto: en éste, nos hemos detenido en la forma o la intención con la que los periodistas producen y difunden la información.
 - Fotografías: dentro del cual hemos analizado la aparición de documentos gráficos en las diferentes noticias. Dentro de ello, hemos analizado también el tipo de fotografía que se utiliza, ya sea en blanco y negro como en color.
 - Fuentes primarias: determinar la importancia de la fuente dentro de la información.

- Fuentes secundarias: las fuentes que no aparecen dotadas de una importancia principal dentro de la noticia.

Para determinar los objetivos específicos como la frecuencia y la importancia que le otorgan estos medios, nos hemos decantado por las siguientes categorías:

- Fecha: el número de noticias que hay sobre dichos casos en un día, según los periodos temporales establecidos para cada uno de ellos.
 - Portada: aparición de noticias, relacionadas con los distintos casos, en las portadas de los periódicos analizados.
 - Ubicación: análisis del lugar que ocupa la noticia en la página, parámetro que nos permite detectar la importancia que el periodista le da a la noticia según la ubicación de la misma.
- Entrevistas en profundidad: nos ha posibilitado obtener información sobre elementos subjetivos del proceso de la comunicación colectiva (emisor-receptor). Adecuada para el análisis de “pequeños” grupos de individuos. Obtenemos declaraciones y citas para posteriormente interpretarlas. En ellas, se seleccionan las muestras más representativas y se localizan para explicar el estudio y entrevistarlas. Es de vital importancia el contacto con el entrevistado y el carácter de confidencialidad de la conversación. Primero, con preguntas generales para ir introduciendo poco a poco el objeto de estudio. Por último, fase de análisis de las declaraciones.
- Codificación: aplicar el código a la muestra previamente seleccionada. Utilización de hojas de codificación donde se recojan los resultados.

Krippendorff (1990, pág. 28) define el análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”. El elemento que añade esta definición es el “contexto” como marco de referencias donde se desarrollan los mensajes y los significados. Con lo cual cualquier análisis de contenido debe realizarse en relación con el contexto de los datos y justificarse en función de éste. En definitiva, el investigador social puede reconocer el significado de un acto situándolo dentro del contexto social de la situación en la que ocurrió.

La encuesta también nos exige seguir unos determinados pasos y cuidar los detalles para no cometer errores desde el inicio que puedan afectar al resultado final. Además de la delimitación del objeto de estudio y la selección de la muestra, la encuesta debe contener un cuestionario en el que se recojan el conjunto de preguntas que se formularán a la muestra previamente seleccionada. Todas las preguntas deben estar orientadas a la consecución de respuestas que permitan confirmar o refutar una hipótesis. Combinar las preguntas abiertas y cerradas, para obtener así mejores respuestas, y darle importancia al orden de las preguntas al igual que a la extensión de la propia encuesta. Lo siguiente es la elección del método de sondeo, determinando la manera en la que vamos a aplicar el cuestionario a la muestra (ej. por correo electrónico). Por último, realizar el pre test y el trabajo de campo, los cuales nos facilitarán los datos definitivos para iniciar la fase de análisis estadístico.

Berelson (1952) define la encuesta como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones de cualquier tipo que tiene por objeto interpretar”.

Con respecto al segundo método y sus diferentes técnicas de investigación, en primer lugar, tenemos el análisis de contenido cualitativo:

- Permite trabajar con información procedente de documentos escritos y audiovisuales, sin marginar cuestiones importantes como son los porqués del contenido.
- Posibilita conocer cuál es la imagen sobre un tema o personaje que transmite un medio de comunicación, centrándose en las razones, argumentos y detalles.
- Perfecto para el estudio de temas complejos o que cambien con el paso del tiempo. Se puede observar cómo evoluciona un suceso o la aparición de nuevos temas. Útil para casos en los que se prevea un discurso común entre varios medios en torno a algo.
- Una vez llegados aquí y con el objeto de estudio, la selección de la muestra (medios de comunicación), el periodo temporal y las unidades de análisis determinados empezamos a trabajar con la recolección de datos, la agrupación de las unidades y análisis final interpretacional.
- Se trabaja con categorías (áreas temáticas).

Para Corbetta (2003) “la metodología cualitativa es tarea del análisis de contenido poder describir los elementos de ciertas conductas, registrarlos de forma ordenada, categorizarlos, determinar su frecuencia y finalmente interpretarlos”.

Por su parte, Krippendorff (1969 pág. 103) lo define como “un nuevo marco de aproximación empírica, como un método de análisis controlado del proceso de comunicación entre el texto y el contexto, estableciendo un conjunto de reglas de análisis, paso a paso, que les separe de ciertas precipitaciones cuantificadoras”.

Dentro de las técnicas cualitativas, utilizamos la entrevista en profundidad, que nos ha posibilitado obtener información sobre elementos subjetivos del proceso de la comunicación colectiva (emisor-receptor). Adecuada para el análisis de “pequeños” grupos de individuos. Obtenemos declaraciones y citas para posteriormente interpretarlas. En ellas, se seleccionan las muestras más representativas y se localizan para explicar el estudio y entrevistarlas. Es de vital importancia el contacto con el entrevistado y el carácter de confidencialidad de la conversación. Primero, con preguntas generales para ir introduciendo poco a poco el objeto de estudio. Por último, fase de análisis de las declaraciones.

Y en tercer y último lugar, la observación, tanto directa como indirecta, documental y colectiva, permitiéndonos así primero, enfocarnos directamente en el objeto a investigar, contactando personalmente; segundo, obtener información a través de instrumentos o ayudas como libros, informes, revistas o fichas bibliográficas de estudios ya realizados con anterioridad; y tercero, con una visión más objetiva acerca de los datos obtenidos gracias a la observación en conjunto. En este caso, consideramos que las técnicas observacionales son las que mejor, más ventajas y menos inconvenientes tienen para el análisis del tratamiento en la prensa sobre el radicalismo ultra, en lugar de utilizar otros tipos como la experimental (Balcells, 1994). Sierra-Bravo (1991:283) también explica el concepto de observación documental: "aquel tipo de observación que versa sobre todas las realizaciones que dan cuenta de los acontecimientos sociales y las ideas humanas o son producto de la vida social y, por tanto, en cuanto registran o reflejan ésta, pueden ser utilizados para estudiarla indirectamente".

En resumen, el fin que buscan estos métodos de investigación es observar, reconocer el significado de los elementos que forman las unidades de estudio (palabras, frases,

imágenes, etc.) y clasificarlas adecuadamente para analizarlas y explicarlas posteriormente (Sierra Bravo, 1991).

1.5 Muestra-Unidad de análisis

En cuanto a los casos concretos a investigar, nos hemos decantado por tres que han marcado la actualidad deportiva por su tremenda repercusión en cuanto a extremismo y radicalismo ultra, como son el “caso Zozulya” y su no fichaje por el Rayo Vallecano debido a las presiones y amenazas del grupo ultra “*Los Bukaneros*”; el caso “Biris-LaLiga” y sus múltiples enfrentamientos y sanciones; y el “caso Jimmy”, su muerte y sus consecuencias. Para analizar todos estos casos específicos, también hemos tenido que investigar otros acontecimientos como antecedentes para poder llegar a entenderlos plenamente y así sacar unas conclusiones consistentes. Sucesos como los que se dieron con los ‘*tifosis*’ italianos o los ‘*hooligans*’ ingleses en el Mundial de España ’82 y periodos de tiempo “vírgenes” como por ejemplo finales del siglo pasado (1998). Todos, nos han servido para trabajar con un mayor conocimiento y así sacar mejores conclusiones.

Con respecto a los periodos temporales, concretamente, hemos escogido 30 días para el análisis y estudio de cada uno de los casos, y son los siguientes:

- El “caso Zozulya” del 1 al 20 de febrero de 2017, justo tras el mercado de fichajes de invierno, en el cual el futbolista ucraniano iba a ser traspasado del Real Betis Balompié al Rayo Vallecano SAD, y más actual, para diagnosticar cómo está el tema, del 1 al 15 de marzo de 2017.
- El caso “Biris-LaLiga” viene de años atrás, por lo que el marco temporal elegido han sido las últimas jornadas de competición de la temporada 2014-2015, momento en el que comenzaron los enfrentamientos entre el grupo radical y los estamentos de la máxima competición por las numerosas sanciones impuestas. En concreto, del 15 al 30 de mayo de 2015 y del 1 al 15 de junio del mismo año.
- El “caso Jimmy”. Ha sido uno de los que mayor impacto ha tenido en la prensa, tanto local como nacional. La muerte de este personaje, los motivos de ella y todos los datos que se fueron conociendo tras las investigaciones posteriores mostraron una cara aún

más radical de los grupos ultras desconocida para gran parte de la sociedad. El marco temporal lo hemos ajustado a los treinta días siguientes de la batalla entre el “Frente Atlético” y los “Riazor Blues” (el día de su muerte). Del 1 al 25 de diciembre de 2014.

· En relación a los antecedentes, hemos detectado que los primeros casos de radicalismo ultra que aparecen en la prensa datan del Mundial de fútbol celebrado en nuestro país en 1982, por lo que hemos seleccionado los treinta días que abarcan la competición (del 15 de junio al 15 de julio de 1982). Referente a los inicios de milenio, hemos escogido del 1 al 20 de marzo de 1998.

En total, el número de noticias relacionadas con estos casos que han sido analizadas son 106, distribuidas en 5 meses de diferentes años.

1.6. Procedimiento

Lo primero que llevamos a cabo fue un proceso de observación sobre la prensa deportiva de nuestro país con el fin de seleccionar los periódicos y, en particular, los casos concretos que analizamos, para poder fijar los objetivos de la investigación, así como el objeto de estudio (los periódicos Marca, ED y ABC Sevilla) y las muestras para el análisis (caso Zozulya, caso Biris-LaLiga y caso Jimmy en determinadas fechas). Para posteriormente sacar unas conclusiones contrastadas y globales, también tuvimos que analizar otros marcos temporales aleatorios (Mundial '82 y año 1998), que nos permitieran conocer los antecedentes de estos casos y así tener una visión general del radicalismo ultra en este deporte en nuestro país.

El siguiente paso fue la elección de la metodología, utilizando una combinación de cuantitativa y cualitativa, en la que se abarcan diferentes técnicas:

El análisis de contenido, tanto cuantitativo como cualitativo, nos hizo llevar a cabo una clasificación y ordenación de lo mencionado anteriormente con respecto a los objetivos. Lo primero que hicimos fue una ficha de análisis, pero su estructura nos dificultaba para extraer los datos y sacar conclusiones. Por ello, realizamos una tabla de análisis que ya sí nos permitió diseccionar y examinar las noticias y sacar datos de una forma más sencilla. Dichas fichas se basaron en: el periódico, la fecha, el titular (sensacionalista o no), el tipo de fuente (primaria/secundaria) y su ocupación (periodista, ultra, deportista,

clubes, agencias, fuentes judiciales, aficionados, etc.), el tipo de cuerpo de texto (sensacionalista o no), la aparición de fotografías y el tipo (sensacionalista o no/color o blanco y negro), si aparecían en portada, y la ubicación del texto dentro del periódico (completa, superior, inferior, izquierda o derecha). Categorías muy importantes a la hora de confirmar el objetivo principal del estudio y tres de los específicos.

TABLA DE ANÁLISIS / LIBRO DE CÓDIGOS BASE:

Nº doc.	Fecha	Periódicos	Titular	Fuente primaria	Fuente secundaria	Cuerpo de texto	Fotos	Tipo de fotos	Portada	Ubicación	Observaciones
1	1/02/17	MARCA (M)	1.Sensacionalista	1.Periodistas	2.Deportistas	1.Sensacionalista	1.Sí	1.Sensacionalista blanco y negro	1.Sí	1.Completa	
2	2/02/17	ESTADIO DEPORTIVO (ED)	2.No sensacionalista	2.Deportistas	1.Periodistas	2.No sensacionalista	2.No	2.Sensacionalista color	2.No	2.Superior	
3	3/02/17	ABC SEVILLA (ABC)	1	3.Ultras	4.Entidades deportivas / Clubs	1	1	3.No sensacionalista blanco y negro	1	3.Inferior	
4	4/02/17	M	2	4.Entidades deportivas / Clubs	3.Ultras	2	2	4.No sensacionalista color	2	4.Derecha	
5	5/02/17	ED	1	5.Agencias	6.Fuentes judiciales	1	1	1	1	5.Izquierda	
6	6/02/17	ABC	2	6.Fuentes judiciales	5.Agencias	2	2	2	2	1	
7	7/02/17	M	1	7.Aficionados	8.Fuentes sin identificar	1	1	3	1	2	
8	8/02/17	ED	2	8.Fuentes sin identificar	7.Aficionados	2	2	4	2	3	

*La explicación y desglose de las categorías viene detallado en el anexo del trabajo.

En cuanto al cuarto objetivo específico, utilizamos otra de las técnicas de investigación que teníamos al alcance como es la entrevista en profundidad. Para ello, tuvimos que contactar con numerosas fuentes de información de distintos colectivos sociales. Ya fuera cara a cara, vía email o a través de aplicaciones como Whatsapp, las diferentes fuentes facilitaron bastante el trabajo, ya que todos se prestaron a colaborar en el trabajo sin problemas. La única condición que algunos nos pusieron para participar, especialmente los miembros de grupos ultras, es que se mantuviera anónima su identidad, condición que hemos respetado en todo momento. En definitiva, hemos contado con la colaboración de profesionales de la comunicación como Ángel Acién o Santiago Roldán, varios miembros de diferentes grupos ultras (*Supporters Gol Sur, Biris, Frente Onuba, Frente Blanquiazul, Frente Atlético y Riazor Blues*), diversos

miembros o portavoces de clubes de fútbol, fuentes policiales, alguna fuente judicial, un futbolista y algún que otro aficionado al fútbol.

Para el análisis y observación de los periódicos, tuvimos que acudir a distintas hemerotecas digitales así como la de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación de Sevilla, donde recopilamos todo lo relacionado con lo anteriormente explicado. Cuando ya teníamos todo recopilado y analizado, nos adentramos en la última fase del análisis de contenido: la interpretación de todas las informaciones y noticias sobre radicalismo ultra en el fútbol español para sacar unas determinadas conclusiones.

2. Marco teórico

2.1. Radicalismo ultra: definición

A pesar de que sean noticias o textos que suelen aparecer con gran frecuencia en las páginas de muchos medios impresos y que en los últimos años están apareciendo con más asiduidad, no todos los lectores de este tipo de informaciones detectan el tipo de grupo del que se habla, ni su funcionamiento interno. Es decir, no se encuentra una definición que rodee a este tipo de personas o colectivos, así como si aquello sobre lo que se habla en relación a éstos es cierto o no.

Después de varios meses de profunda investigación y seguimiento de este llamativo colectivo podemos establecer una definición casi perfecta de lo que es un aficionado 'ultra'. O por lo menos, una definición casi completa del mismo gracias a la colaboración de numerosas fuentes, no solo personales, sino también bibliográficas entre otras.

A la hora de establecer una definición de 'ultra', nos hemos topado con alguna que otra ambigüedad para formar una definición exacta y precisa del mismo. Si nos vamos hasta el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua (DRAE) nos topamos con significados de distinta índole:

1. Significa '*más allá de*' o '*al otro lado de*' (ultramar, ultrapuertos).
2. Significa '*en grado extremo*' (ultraligero, ultrasensible).

Dicho término, puede ser utilizado como un adjetivo calificativo que engloba a una serie de personas que son fieles seguidores de unas corrientes ideológicas concretas, caracterizadas por su radicalismo y extremismo. He ahí la principal característica que los hace diferentes a un aficionado estándar de un club de fútbol, su carácter extremo radical. Debido a este aspecto, no es nada extraño ver a miembros de este tipo de grupos presentes en debates económicos, políticos o deportivos que suelen surgir de las discusiones que se originan dentro del propio bando.

En relación con el aspecto político, podemos definir a un ultra como la persona que es fiel defensora de una postura radical, ya sea la ultraizquierda o la ultraderecha. Suelen mostrar su “poderío” a través de actos de vandalismos públicos o violentos, haciendo parecer que tienen más fortaleza de la que realmente tienen. Es más, según hemos podido recoger de muchas de las fuentes con las que hemos llevado a cabo la investigación, suelen ser grupos para los cuales, el deporte en sí no les supone un problema y no acceden a ellos por amor incondicional a su equipo, sino para reflejar sus ideales en un deporte que mueve a todas las masas de este país. Por eso si nos fijamos, encontramos una gran diferencia de la presencia de estos grupos ultras en el fútbol con respecto a cualquier otro deporte que se practique en España como puede ser el baloncesto o el tenis, entre otros muchos. Utilizan el fútbol como espejo donde reflejarse de cara a la sociedad.

Por lo tanto, si relacionamos a este fenómeno colectivo con el aspecto deportivo, se denota el amor y fanatismo por su equipo a través de la violencia, en vez de cómo un grupo que está encargado de realizar de manera óptima la labor de animación, que tanta importancia tiene en un equipo de fútbol hoy en día. Tal es el fanatismo, que sobrepasan la barrera de lo meramente deportivo.

Estas acciones violentas de las que hablamos, no se producen solamente entre ellos, son numerosos los periodistas que han sufrido amenazas de miembros ultras para presionar en la publicación de informaciones que les conviene que salgan a la luz, o por el contrario, para que se exterminen publicaciones publicadas por los propios periodistas y que no dejan en muy buen lugar a estos miembros.

Como conclusión definitiva de este concepto, nos quedamos con que el término de ultra tiene que ver con aquellas personas que mediante su unión forman un colectivo

que utiliza una plataforma tan potente como es el fútbol, para no solo realizar la función de espectáculo dentro de un club deportivo, sino para reflejar los ideales políticos de ese grupo en todo aquello que realizan. Es por esto, que es necesario ver el efecto que tienen en los medios, puesto que realizan una labor importante en el comportamiento de estos colectivos.

No sólo el término ‘ultra’ causa complejidad en la comprensión de la ciudadanía en la actualidad. Al meternos de lleno con el estudio, hemos ido apreciando que hay otros términos sobre los cuáles no se tiene una percepción concreta como es el caso de ‘violencia. Para el DRAE, éste término significan lo siguiente:

2.2 Violencia:

- (1) Cualidad de violento; (2) Acción y efecto de violentar o violentarse; (3) Acción violenta o contra el modo natural de proceder; (4) Acción de violar a una persona.

Como vemos, son dos palabras que solamente se asemejan a adjetivos con cargas totalmente negativas y que van ligados totalmente con este colectivo. Para Sánchez Pato et al (2007) consideran que “la violencia es un manifiesto que ha existido a lo largo de los años, y que se sigue manifestando en la actualidad, considerándose incluso por algunos autores a la historia de la humanidad, como la historia de los medios para practicar la violencia”. También, se podría acercar el concepto de ‘radicalismo’ como cualidad de violento o acción y efecto de violentar o violentarse. Pero en nuestro estudio es menos común que la acepción de violencia.

Para Sobrados (2012) “la conceptualización de la violencia como la imposición a la fuerza de la voluntad de una persona o grupo conlleva unos daños que pueden ser de tipo físico o psicológico. En el deporte se da un tipo de violencia que trasciende lo familiar y lo íntimo (entorno donde se suele dar la violencia psicológica), porque se trata de manifestaciones en espacios públicos donde los daños físicos suelen ser las principales consecuencias.

Según Barrero (2009), “la controversia del estudio y la explicación sobre el término de violencia sigue estando presente, y no se ha demostrado actualmente su definición,

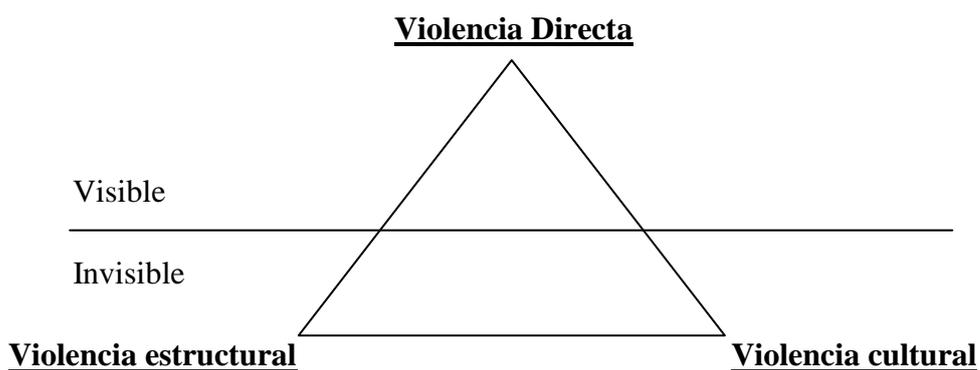
existiendo una confusión entre su origen en el ser humano y las causas que la provocan, llevando a los actos violentos que se siguen produciendo en la vida cotidiana”.

Podemos ver a menudo, que el término de violencia engloba distintas formas de llevarla a la práctica. Barrero (2009) define tres tipos de conductas violentas:

- Violencia verbal: todo tipo de violencia que se da a través del lenguaje hablado, como gestual.
- Violencia física: cualquier daño físico provocado en una persona (golpe, corte, disparo, etc).
- Violencia psíquica: cualquier daño que repercute en la personalidad de un ser humano. Las dos anteriores pueden conllevar a la violencia psíquica.

Galtung (1999), citado por Sobrados (2012), señala que “la violencia se analiza desde dos perspectivas: la del receptor y la del emisor del acto violento; desde la primera, la violencia puede ser infligida al cuerpo y a la mente, violencia física y violencia mental”. “Desde la perspectiva del emisor, Galtung formula el *Triángulo de la violencia*, que refiere que cuando hay un emisor intencionado, entonces la violencia es directa y si no lo hay, la violencia sería estructural o indirecta. El tercer extremo del triángulo, es la violencia cultural, sería por ejemplo, la ejercida en nombre de la religión” (Sobrados, 2012)

Triángulo de la violencia



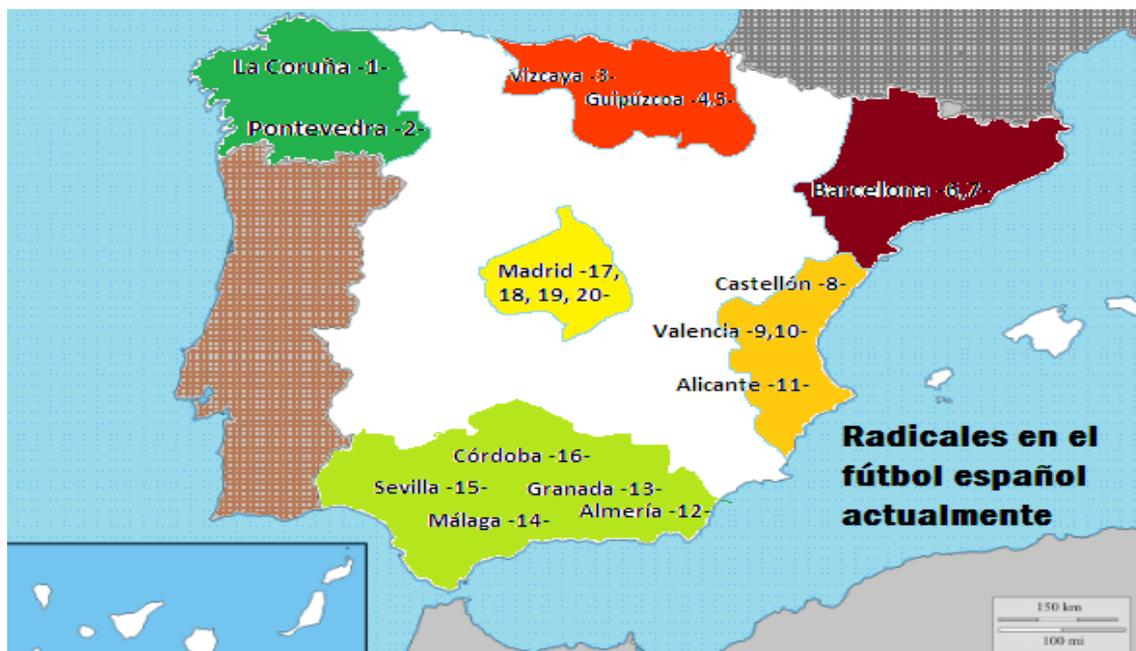
Si llevamos a la práctica esta teoría sobre la violencia en el fútbol, obtenemos como resultado que los medios de comunicación insertan entre los aficionados un sentimiento de fanatismo a través de sus distintas informaciones, por lo que las ganas de conseguir

una victoria por parte de los mismos se acrecienta, desembocando en una violencia directa.

2.3 Conceptualización histórica: actualidad

En la actualidad, los principales equipos del territorio español están relacionados con grupos de esta índole. La cruda realidad es que los radicales están presentes en los principales campos de toda España, no solo en Sevilla. Y es un problema, que por desgracia, se está acrecentando de forma notable y está manchando el verdadero espectáculo del fútbol. Por lo tanto, es más que necesario acabar con la acción de estos grupos, y creemos, que los medios son una parte importante para ir exterminándolos poco a poco.

Aquí podemos ver un mapa que muestra los grupos radicales presentes en la actualidad dentro del fútbol español:



*Los números que acompañan a las ciudades reflejan los grupos ultras vinculados a distintos clubes de fútbol. Elaboración propia a través de datos recogidos en el diario Marca.

1) Deportivo de la Coruña: fundado en 1987, está vinculado al grupo ultra de 'Riazor Blues' y fue fundado en 1987. De extrema izquierda, estuvieron a punto de desaparecer

en el año 2003, tras anunciarlo, pero no fue así. En los últimos años han estado bastante presentes en los medios debido al altercado que hubo entre ellos y el ‘Frente Atlético’ del Atlético de Madrid, justo antes del partido que enfrentaba en Madrid a los dos conjuntos. Pues bien, ambos grupos hicieron una quedada marcada por la violencia, casi propio de una ‘batalla campal’ donde falleció uno de los miembros de este grupo, el conocido como ‘Jimmy’ (Caso Jimmy) tras tirarse al río Manzanares para evitar ser golpeado.

2) Celta de Vigo: el colectivo ultra de este club es conocido como los ‘Celtarras’, caracterizados por su ultraizquierda radical y su nacionalismo gallego. Fundado en el mismo año que su vecino, el Deportivo de la Coruña, en 1987.

3) Athletic de Bilbao: club que, junto a Real Madrid y Fútbol Club Barcelona, aún no ha descendido de categoría en la historia de la Liga Nacional de Fútbol. ‘*Herri Norte Taldea*’ es el nombre con el que se conoce al grupo ultra que muestra su apoyo a este club y fue fundado en 1981. Defienden la nación vasca y se denominan ‘antiultras’ para diferenciarse de los de derechas.

4) Sociedad Deportiva Eibar: el grupo ultra que se relaciona con este club es el ‘*Eskozia la Brava*’ y tuvo su origen en el año 2001. Se denominan como una peña de animación sin ideología política.

5) Real Sociedad: también de Guipúzcoa, tiene un grupo vinculado denominado ‘*Peña Mújika*’. Nacionalistas vascos y radicales de izquierda.

6) Espanyol: este club de la comunidad de Cataluña, recibe el apoyo del colectivo de ‘*Brigadas Blanquiazules*’, originado en 1985. De ideología ultraderechista, son habituales de Sarriá, pero la propia entidad deportiva le tiene prohibido el acceso al Estadio de Cornellá.

7) Barcelona: los denominados ‘*Boixos Nois*’ son los encargados de llevar la parte de animación dentro del estadio del Fútbol Club Barcelona –junto con el Real Madrid el equipo más laureado de España y del mundo-, Camp Nou. Con la llegada en 2003 del presidente, Joan Laporta, se les niega la entrada al campo por su peligrosidad.

8) Villarreal: en 2011 se creó el ‘*Colectivo Aldeano*’, pero no son ultras a diferencia de los demás colectivos. En 2014, anunciaron que dejaban su actividad.

9) Valencia: se funda en 1983 el grupo conocido por *'Ultra Yomus'* que pertenecen a la ya famosa Curva Nord de Mestalla, estadio del Valencia Club de Fútbol.

10) Levante: junto con Valencia y Villarreal el otro equipo conocido de la Comunidad Valenciana. Tiene entre sus espectadores a los *'Ultras Levante'*, conjunto que se creó en 1985, pero que convive con otros grupos debido al compromiso que tienen con la buena conducta y comportamiento.

11) Elche: *'Jove Elx'*, grupo fundado en 1982, son los ultras que siguen al Elche en todos sus partidos. De extrema derecha, han propiciado algún que otro incidente en partidos de Segunda División.

12) Almería: tiene entre sus aficionados un bando de aficionados, pero que nada tiene que ver con los grupos ultras que vemos en otros campos. Es el grupo *'Grada Joven'*, que no se le relaciona con ninguna ideología política.

13) Granada: *'Sección Kolokón'* es el nombre con que se conoce al colectivo ultra del equipo nazarí. Desde dentro del grupo se asegura no tener relación con ningún bando político en concreto. Se fundó en 2005.

14) Málaga: el *'Frente Bokerón'* es uno de los más conocidos dentro del panorama andaluz. Son de extrema derecha y existen desde antes de la refundación del club, 1986.

15) Sevilla: con el Sevilla Fútbol Club llegamos a un colectivo ultra que es bastante conocido en el fútbol español y de los que más ha dado que comentar en los últimos años. Hablamos del grupo *'Biris-Norte'*, de extrema izquierda y son los más antiguos de España, desde 1975. Han propiciado incidentes, como el enfrentamiento continuo que han tenido con Javier Tebas, presidente de la Liga Española de Fútbol, por el cierre parcial de la parte del estadio donde se encuentran, o también, por el choque que tuvieron con Sergio Ramos, el conocido jugador del Real Madrid, por su pasado vistiendo la elástica del Sevilla, equipo donde se formó hasta que firmase un contrato con el club merengue.

16) Córdoba: en 1993, se crea el grupo *'Brigadas Blanquiverdes'* por aficionados con ideología derechista. Entre ellos se encuentran unas 100 personas.

17) Rayo Vallecano: otro grupo que ha dado mucho que hablar es el del Rayo Vallecano de Madrid, propio del barrio de Vallecas. *'Los Bukaneros'*, grupo de los más numerosos, de izquierda y antisistema. Hace poco propiciaron un incidente con un jugador que había fichado el club, Zozulya, procedente del Real Betis y que debido a su pasado nacionalista con su país, estos aficionados mostraron su descontento con la acción del club, hasta el punto de tener que cancelar el fichaje. Aquí podemos ver hasta qué punto, un grupo de este calibre, puede entrar de lleno en las gestiones deportivas de un club deportivo. Esta noticia ha dado mucho que hablar en los últimos meses en muchos medios.

18) Getafe: el Getafe es un club de Madrid, que está comandado en las gradas por los *'Comandos Azules'*, colectivo fundado en 1994. Apenas llegan a las cien personas y siempre suelen lucir la bandera de España, debido a su espíritu nacionalista español.

19) Atlético de Madrid: el Atlético, junto a Real Madrid y Barcelona, es de los equipos más laureados en España y ha crecido bastante en los últimos años. Su crecimiento deportivo ha venido de la mano con un crecimiento del colectivo ultra *'Frente Atlético'* –fundado en 1982– que no falla a su cita en cada partido, pero que no se conocen por su apoyo al equipo precisamente. Son de extrema derecha, bastantes y muy violentos. Últimamente, están en boca de todos debido al *'Caso Jimmy'*, que mencionamos antes dentro de los ultras del Deportivo de la Coruña. Fue un altercado que manchó bastante la imagen seria del club y que llenó los medios de información acerca de este tema, por desgracia.

20) Real Madrid: y por último, el Real Madrid Club de Fútbol, equipo de nombre mundial y que ha estado acompañado durante años del conocido grupo ultra *'Ultras Sur'*, hasta el año 2014 cuando el presidente del propio Real Madrid, Florentino Pérez, los expulsó del estadio por su carácter de extrema derecha.

Es necesario que desde la acción tan persuasiva y convencedora que tienen los medios de comunicación se haga eco de este grave problema. Es por ello, que el centro de estudio gira en torno a la acción de estos medios tan dominantes en el territorio sevillano, como lo son *'ABC'* y *'Estadio Deportivo'*, para comprobar si exponen y sacan a la luz informaciones acerca de estos casos que bien tienen que ver con las noticias deportivas dentro de sus respectivas secciones.

3. Historia

El fenómeno ultra dentro del fútbol español ha sido objeto de comunicación en los últimos años. Pero con esto, es necesario que nos formulemos una pregunta: ¿Conocemos realmente el fenómeno ultra dentro del fútbol español?, para nosotros la respuesta es clara: no. Se parte de la premisa de que las numerosas instituciones deportivas que manejan a su antojo el fútbol en España, quieren acabar con estos aficionados ultras en los campos debido a la violencia que provocan, pero si nos fijamos bien, la mayoría de los incidentes provocados por estos grupos vienen desde fuera, casi ninguno se produce dentro de los estadios.

A veces, el fútbol va más allá de la barrera deportiva para alimentarse de los valores que transmite la sociedad. La gran mayoría de estos aficionados, ven el fútbol de la misma manera que ven su trabajo, un espacio donde se compite y se gana. Es por ello, que García Ferrando nos dice “que la violencia en el fútbol surge en el momento que estos aficionados no entienden la alegría de este deporte, lo que hace identificar al espectáculo como competición. Hay grupos que parecen no ser capaces de ver la metáfora, no ven la diferencia entre el deporte y la vida real” (García Ferrando, 1992: 3).

Para ello, hemos todo lo que en cuanto al fenómeno ultra acontece dentro del fútbol español.

3.1 Nacimiento en el fútbol español

Si queremos llegar a la eclosión de este fenómeno dentro del fútbol español tenemos que destacar una cita pasada, pero bastante importante en el calendario. Con esa cita nos referimos al Mundial de Fútbol que se celebró en España en 1982 entre el 13 de junio y el 11 de julio.

Antes de la cita mundialista, es cierto, que existían algunos brotes ultras en nuestro fútbol pero nada comparado con la explosión que se produjo tras el Mundial, donde se crearon grupos protoultras en la liga española: entre ellos, algunos de los mencionados en el punto anterior como son los *Biris-Norte* de Sevilla (el más antiguo de todos, en sus orígenes conocidos como Peña Biri-Biri en honor a un antiguo jugador de las filas

sevillistas) en 1975; *Las Banderas del Hércules* en 1977; *Ultras Sur* del Real Madrid en 1980, creado debido a la unión con la peña juvenil *Las Banderas*, que ya se ubicaba en el Fondo Sur de Chamartín; los *Boixos Nois* del Fútbol Club Barcelona en 1981; los *Ultra Boys* del Sporting de Gijón; la *Peña Mújika* de la Real Sociedad en 1981 o *Herri Norte* del Athletic de Bilbao en ese mismo año, entre otros. “Las facilidades que tenían los jóvenes para conseguir entradas por parte del club, fue una de las causas principales por las que los jóvenes comenzaron a ir a los estadios”, dice Acosta y Rodríguez (1989).

Para Dunning, que fue citado por Hernández, Maíz y Molina Op. Cit., cita que recoge Sobrados (2012), “durante las dos décadas anteriores a la I Guerra Mundial el tratamiento informativo sobre las conductas violentas en el fútbol fue breve y riguroso. Sin embargo, este panorama cambió drásticamente desde finales de los años cincuenta y principios de los sesenta debido al tratamiento sensacionalista que le dieron los medios de comunicación a este fenómeno por motivaciones comerciales y lucrativas cada vez más evidentes, ya que la violencia se convirtió en un aliciente para la venta de periódicos”.

3.2 Desarrollo en el fútbol español

Conforme pasó el Mundial de 1982 y fueron pasando los años, este fenómeno fue algo casi imparable dentro del fútbol español. Surgen, cómo bien hemos demostrado en el mapa anterior, grupos alrededor de toda la geografía española. Llegó hasta Cádiz con las *Brigadas Amarillas* en 1982 –primer grupo ultra en España en utilizar la palabra Brigadas en su nombre-, a Huelva con el *Frente Onuba* del Decano del Fútbol Español o Zaragoza con *Ligallo Fondo Norte* en 1986.

Pero no solo el mundial fue un punto importante en la aparición de estos colectivos. Hemos podido comprobar que otro punto de inflexión bastante relevante fueron las noticias e informaciones que aparecían cada vez con más fuerza en los medios de comunicación acerca de esta temática. Iñaki Gabilondo, uno de los periodistas más prestigiosos de España, llevaba a cabo un programa en 1987 llamado ‘En Familia’ de TVE. En él, el periodista contactaba habitualmente en directo con numerosos miembros de *Ultras Sur*, *Boixos Nois* o *Biris Norte*. Esto fue una de las causas que dio bastantes alas a este movimiento que se vio con más fuerza que nunca.

Algo muy común en esta época, era ver entre los miembros de estos grupos a distintas tribus urbanas del momento. Por ejemplo, se veían a *mods* con los Ultra Boys del Sporting de Gijón, a *heavies* con los Ultras Sur del Real Madrid o *skins* en las Brigadas Blanquizaules del Espanyol de Barcelona.

A finales de los años ochenta, podemos situar el final de la primera época del movimiento ultra en el fútbol español marcado por estas características. Es en esta época y a principios de los noventa cuando comienzan a surgir las primeras alianzas y enemistades entre estos grupos. O más bien, lo que se conoce como ‘hermanamiento’ dentro de la jerga ultra en el deporte. Podemos destacar la buena relación que tuvieron en sus inicios los *Ultra Boys* y *Herri Norte*, que años más tarde, romperían sus relaciones y se convertirían en verdaderos enemigos. Otro de los hermanamientos más importantes dentro del fútbol español es el que se produjo entre los *Ultras Sur* y las *Brigadas Blanquiazules*, al parecer, debido a las buenas relaciones que habían comenzado a mantener ultras de los *Boixos Nois* con los del Frente Atlético. La época que va desde 1988 a 1998, se ha considerado la ‘época dorada’ de los grupos ultras españoles.

Los hermanamientos que se producen entre grupos ultras tienen como eje principal el ser partidarios y seguidores de una misma ideología política, característica que sigue existiendo en nuestros días y que está bastante acentuada. En definitiva, tras los años iniciales donde aparecen muchos de estos grupos, estos son las categorías principales por los que se rigen en su actividad diaria.

3.3 Influencias del extranjero

Sin alguna duda, España es un país pacífico si lo comparamos con muchos de los países europeos donde se practica el fútbol a gran nivel. Países como Francia, Inglaterra, Italia, Suiza, Holanda o países de Europa del Este, se caracterizan por tener un fenómeno ultra mucho más avanzado y con mucho más poder que los grupos ultras españoles. De la acción de estos a lo largo de los años es de dónde se han ido amamantando los numerosos grupos que hoy en día tenemos en España.

Principalmente, los países de donde más influencias ha podido recoger el colectivo ultra español ha sido Inglaterra e Italia. Allí, sobre los años 80, el denominado concepto de ‘hooliganismo’ estaba más que asentado y se había convertido en un estilo organizado, pero muy violento. "Era la forma como se vivía el fútbol. Ibas al bar, te tomabas un trago, ibas al juego, tal vez tenías un enfrentamiento verbal o físico con otro club con el que te topabas en el camino. Era lo normal", cuenta Doggie Brimson (2015), quien a principios de los 70 era un joven hincha del Watford.

Norbert Elias (1992) comienza diciendo “que los primeros juegos deportivos modernos giraban en torno al control social de los alumnos en las conocidas *public schools* de Inglaterra (mediados del XIX). Aquí, se formaban los hijos de la alta burguesía y nobles, lugar donde se dedicaba el tiempo libre de los jóvenes a los juegos populares, atávicos y rurales. Prácticas que comenzaron a entenderse como violentas y que comenzaron a ser un problema para una comunidad que quería ser ordenada”.

Según Sobrados (2012), “Glasgow, Liverpool, Londres y Mixewall fueron la cuna de los *hooligans*, cuyas acciones alcanzaron una notoriedad preocupante en la década de los ochenta. En 1985 en el estadio belga de Heysel, en Bruselas, en la final de la Copa de Campeones de Europa que enfrentaban a la Juventus y Liverpool, murieron 39 personas, la mayoría aplastada y asfixiada como consecuencia del pánico desatado por los hooligans. Cuatro años más tarde tuvo lugar la tragedia del estadio de Hillsborough, en Sheffield, Inglaterra, donde murieron 96 aficionados y unos 200 resultaron heridos durante la semifinal de la FA CUP que enfrentaba al Liverpool y al Nottingham”.

Según nos cuenta Cancio (1990), fuente citada por Sobrados (2012), “el origen del término *hooligan* viene del salteador y bandolero Hooley y su banda “Hooley’s gang” que aterrorizaba la campiña irlandesa de finales del siglo XIX. Aunque el autor también menciona al personaje ficticio, Patrick Hooligan, jefe de todos los gamberros, alcohólico y pendenciero, creado por un periodista en Londres en 1890”.

El fenómeno del hooliganismo llegó también a América Latina, donde adoptaron diferentes términos. “Las conocidas como ‘*barras bravas*’ hicieron su aparición primero en Argentina y luego en el resto de países latinoamericanos, aunque en México tomaron el nombre de “*porras*” y en Brasil “*torcidas*”(Sobrados, 2012).

Por otro lado, en Italia, es donde nace como tal el fenómeno ultra en Europa, que se termina de asentar a lo largo de los años setenta. En 1969, es cuando se recogen los primeros grupos ultras: los Ultras Granata del Torino F.C. (de Turín) y los Ultras Tito Cucchiaroni de la Sampdoria –se conocían como ‘*tifosi*’-. Pero nos podemos ir a unos años antes, donde ya algunos hinchas se aliaban en grupos organizados que crearon los primeros clubes de hinchas alrededor de finales de los años cincuenta. Desde su aparición hasta la actualidad, los altercados entre ultras han existido y seguirán existiendo, pero en esa época era común ver como los distintos medios impresos del momento, y otros medios de comunicación –la radio, por ejemplo-, incluían al aficionado normal en la participación de estos actos violentos. Cuando realmente participaban, única y exclusivamente, miembros ultras.

En España, surgen sobre todo a partir de 1982 con la celebración del Mundial en nuestro país (torneo que acabó llevándose Italia). Es aquí, cuando numerosos hinchas ultras italianos, que seguidos de *hooligans* y *supporters* ingleses, guían a muchos jóvenes españoles a que se unan a la causa. Con esto, la gran mayoría de ellos adoptan su modelo de animación y lo trasladan a las gradas españolas.

4. Medios de comunicación y violencia

Como bien sabemos, los medios de comunicación han adquirido en las últimas décadas un papel fundamental como herramienta para ejercer un cierto orden en la sociedad. Para Durán (1996), nos dice que los medios de comunicación son un elemento diferenciador de las sociedades modernas en comparación a otros periodos históricos, estos se han convertido en unos importantes agentes de socialización para toda la población, lo que ha provocado que en la actualidad tengan una gran influencia a nivel social.

4.1 Importancia que la prensa concede a las acciones violentas en el fútbol

Son numerosas las aportaciones que los medios de comunicación hacen de cara a la sociedad. “Esta repercusión es indudable debido a que los medios ocupan buena parte de la vida diaria de un individuo normal, ofrecen todo tipo de información en tiempo

real y son capaces de educar y de convertir su visión de la realidad en una verdad” (Paz y Rivera, 2004).

Sin embargo, es necesario señalar que los medios de comunicación, por regla general, no han incitado directamente a la violencia, sino que son los que más han contribuido a elevar el fenómeno como un problema social y político de enorme trascendencia, además de ser uno de los mayores responsables de llamar la atención de los poderes públicos sobre la necesidad de tomar soluciones para poder combatirlo (Sabater, 2007).

Puede ser que los medios de comunicación, normalmente, no contextualicen adecuadamente y le den mayor importancia ciertos actos violentos en el fútbol, de la que en realidad merecen. Para Ingham (1986), dificultades que facilitan lecturas paradójicas, que no solo anulan su verdadera intención, sino que contribuyen en gran medida a la consolidación de la violencia en el deporte, y más concretamente en el fútbol.

En definitiva, existen pruebas sustantivas para poder afirmar que los medios de comunicación deportivos, por lo general, no siguen los categorías de calidad exigidos para la difusión de otro tipo de información (política, judicial o económica). Aunque, el fenómeno globalizador y la internacionalización de la información futbolística es un rasgo que tiene consecuencias sobre la percepción de tales acontecimientos deportivos, en personas que viven muy alejadas del lugar donde éstos ocurren.

4.2 Conceptos y teorías sociológicas para la interpretación de una realidad deportiva como es la violencia en el deporte

La gran mayoría de las teorías sociológicas, así como la aportación individual de sus propios sociólogos, en relación a las cuestiones de vandalismo en el fútbol coinciden en subrayar la magnificación que los medios de comunicación le han dado y siguen dando a los hechos violentos ocurridos en estos acontecimientos deportivos.

Según Taylor (1971) el incremento de los actos vandálicos no se correlaciona con la desmesurada trascendencia que los mass-media conceden a dicho problema. En otras palabras, este sociólogo se refiere al "desfase existente entre la concepción subjetiva del problema y el problema social real".

Para los autores encargados de llevar a cabo la sociología figuracional, así como para el autor Molina (2004), durante la I Guerra Mundial el tratamiento de la violencia deportiva por parte de los medios de comunicación fue breve y riguroso. Fue a partir de los años 50 y 60, cuando estos pasaron a tratar el fenómeno de una forma sensacionalista, amplificando los incidentes violentos. “La violencia se estaba convirtiendo en un oportuno negocio para vender más periódicos en una industria notablemente competitiva” (Dunning et al., 1988). Es más, el mismo informe del Senado reconoce la excesiva atención prestada a los actos relacionados con la violencia en el fútbol por parte de los medios de comunicación.

Según el dictamen de la comisión especial de investigación de la violencia en espectáculos deportivos, con especial referencia al fútbol, aprobado por el pleno del senado español en marzo de 1990, debido fundamentalmente a esta atomización de la violencia por parte de los medios y a la desmesurada publicidad de estos incidentes y de sus autores, los medios de comunicación son considerados como uno de los principales factores que promueven la violencia en el deporte, especialmente en el fútbol.

Dado el interés que encierra el fútbol para el conocimiento del comportamiento humano en sociedad, con el propósito de facilitar la formación teórica de quienes en el futuro emprendan proyectos de investigación, orientados hacia una mejor comprensión de este deporte desde la perspectiva de las Ciencias Sociales, en el presente ensayo revisamos y analizamos una amplia muestra bibliográfica que permite alumbrar el estado de la cuestión del fútbol como producto cultural. Revisión y análisis que ofrecen una visión panorámica sobre el asunto en cuestión.

El deporte constituye uno de los mecanismos de socialización más difundidos en el mundo actual, y es por ello que resulta justificado su estudio desde las Ciencias Sociales, entre otras cosas por las implicaciones y consecuencias que tiene con la etnicidad. Del amplio espectro que ocupa, el fútbol y su contexto es muy probablemente el que acapara mayor interés científico, debido a su magnitud, y al desempeño de funciones socioculturales que sobrepasan con creces su carácter lúdico y competitivo.

Como hecho cultural y claro exponente de la globalización, el fútbol ha sido tratado desde distintas ópticas y en distintas regiones del mundo. Se ha observado como reflejo de determinadas dinámicas sociales y también como generador de las mismas. Las

preguntas que se han planteado en torno a él lo vinculan con aspectos que no son estrictamente deportivos: la conexión con el mercado mundial, las relaciones de poder, la comunicación de masas, o la visión del mundo. Y por su capacidad de convocatoria, su persuasión y facilidad para activar emociones, sabemos que además de deporte, se trata de un fenómeno social de enorme calado en los últimos tiempos. En el presente ensayo revisamos y analizamos una amplia muestra bibliográfica que permite alumbrar el estado de la cuestión del fútbol como producto cultural. Revisión y análisis que ofrecen una visión panorámica sobre el asunto tratado.

5. Análisis y resultados

5.1 Resultado de las categorías analizadas

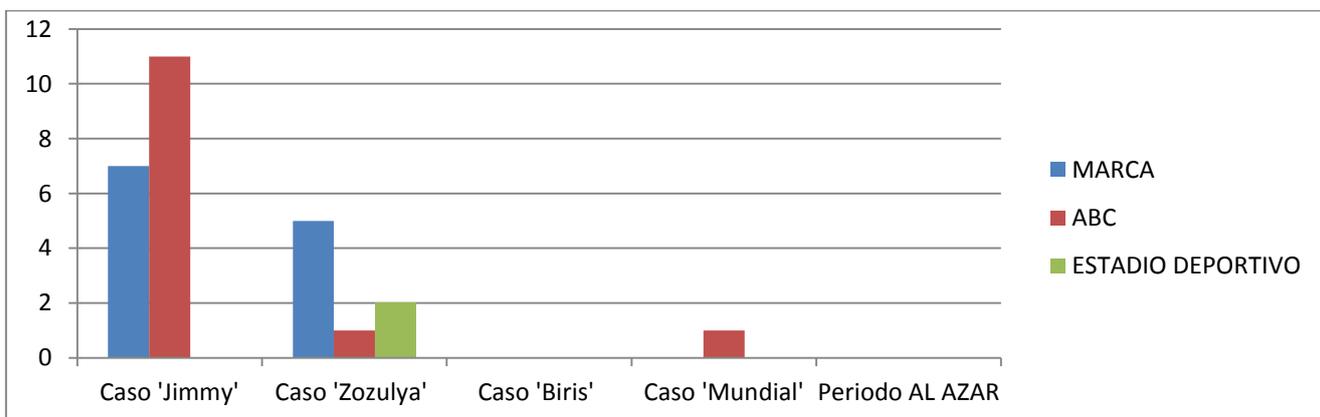
- Dentro del diario Marca, solo hemos podido analizar casos cuyo periodo temporal está en la franja de 2009 hasta la actualidad (caso ‘Jimmy’, ‘Zozulya’ y ‘Biris-LaLiga’), debido al funcionamiento de su hemeroteca. El total de noticias que hemos encontrado de los diferentes casos es de 35 noticias. Del caso ‘Jimmy’, hemos encontrado 26 noticias, de las cuales 7 (26’9%) contienen un titular sensacionalista frente a las 19 restantes (73%). En cuanto al caso ‘Zozulya’, el número de noticias encontradas han sido 9, de las que 5 (55’6%) contienen un titular amarillista mientras que 4 (44’4%) no lo tienen. Los otros tres casos analizados (‘Biris-LaLiga’; Mundial ’82; y periodo al azar) no contienen ninguna noticia en la que se muestre un titular sensacionalista.
- En Estadio Deportivo, solamente hemos podido analizar el caso ‘Zozulya’, puesto que la hemeroteca de la que dispone no facilita la investigación. En dicho caso, el número de noticias encontrada han sido 19, las cuales 2 (10’5%) sí contienen un titular sensacionalista en contra de las 17 (89,5%), que no lo contienen.
- Y en ABC de Sevilla, hemos obtenido un total de 51 noticias. En el caso ‘Jimmy’, encontramos 37 noticias, entre las que 11 (29’7%) sí contienen dicho tipo de titular. Sobre el caso ‘Zozulya’ encontramos 10 noticias en total, y en solo en una (10%) de ellas detectamos un titular de carácter sensacionalista. Con

respecto al caso 'Biris-LaLiga', no aparece ninguna noticia relacionada con esta temática a pesar de que hemos escogido un periodo temporal reciente a dicho acontecimiento. En el Mundial de 1982, hemos localizado 3 noticias con un único titular sensacionalista (33'3%). Por último, dentro del periodo al azar escogido, nos ha proporcionado 2 noticias y ninguna tiene titulares sensacionalistas.

5.1.1 Análisis titulares

- Dentro del diario Marca, han aparecido un total de 7 (26'9%) titulares sensacionalista en el caso 'Jimmy' y 5 (55'5%) titulares dentro del caso 'Zozulya'. En cuanto al resto, no hemos encontrada ningún titular que pueda estar marcado por un sesgo sensacionalista.
- En el periódico ABC, aparecen 11 (29'7%) titulares sensacionalistas en el caso 'Jimmy', 1 (10%) en el caso 'Zozulya' y 1(33'3%) en el Mundial de 1982. En los demás, no aparece nada.
- Con respecto a Estadio Deportivo, hemos encontrado solamente un total de 2 (10'5%) noticias que estén marcado por un titular sensacionalista con respecto a las 17 restante que se limitan a hacer un uso totalmente informativo del mismo.

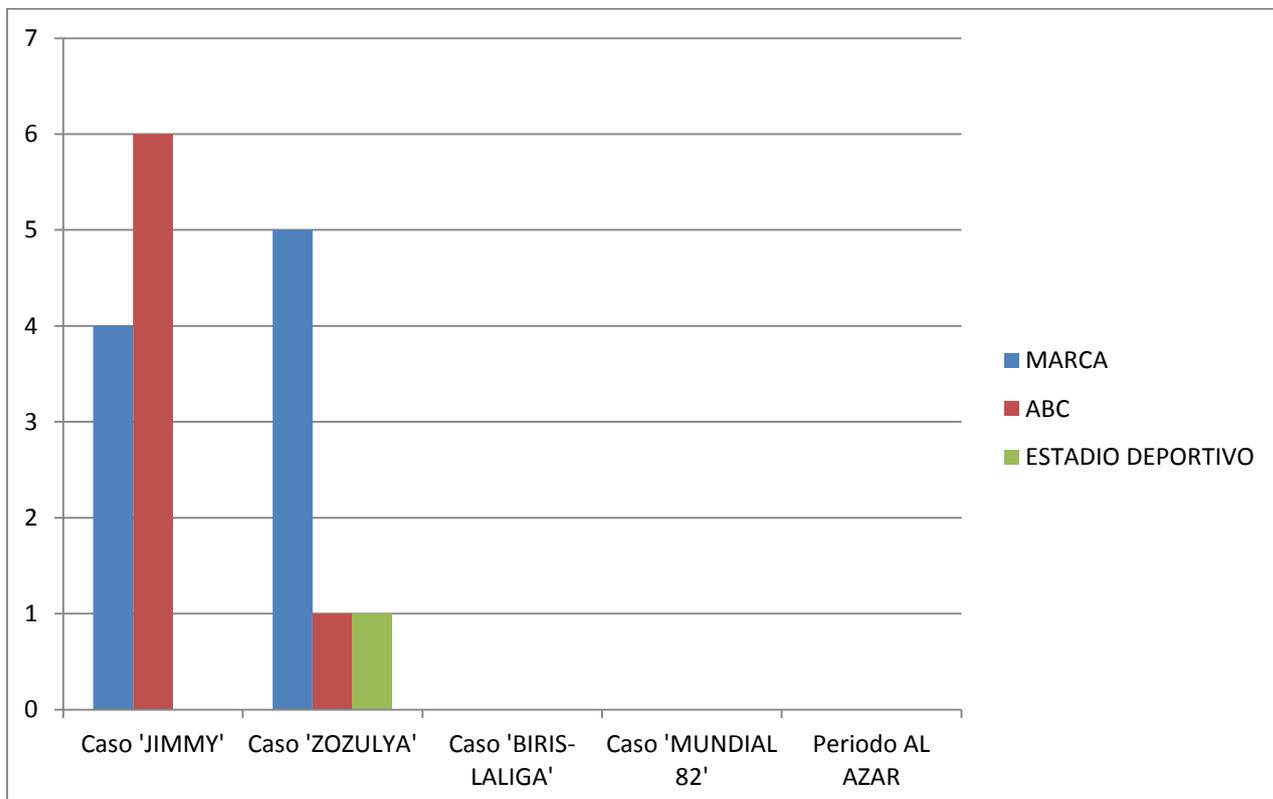
GRÁFICO 1. Número de titulares sensacionalistas que aparecen por cada caso y según el periódico.



5.1.2 Análisis Cuerpo de texto

- En el diario Marca, el caso ‘Jimmy’ nos ha permitido obtener 4 (15’3%) noticias en las que se hace un tratamiento sensacionalista en el cuerpo de la noticia del total (26). En el caso ‘Zozulya’, 5 (55’5%) aparecen con esta característica.
- En Estadio Deportivo, solo hay una (5’26%) noticia la cual tiene un cuerpo de texto sensacionalista.
- En último lugar, en ABC, las noticias (6 – 16’2%) relacionadas con el caso ‘Jimmy’ sí tienen rasgos amarillistas en su cuerpo de texto. El caso ‘Zozulya’ solamente contiene una (10%). En el periodo escogido para el Mundial de 1982 y el periodo al azar, no han sido tratados en su totalidad de forma sensacionalista.

GRÁFICO 2. Análisis del cuerpo del texto. Número de noticias en las que el periodista realiza un tratamiento sensacionalista de la información. Análisis en cada caso, dentro de cada periódico.



5.1.3 Fotografías

- En Marca, hemos obtenido 33 (94'2%) noticias con fotografía, 0 en blanco y negro y 14 (42'4%) en color.
- ED nos presenta 19 noticias con fotografía (100%), de las cuales solo 2 (10'5%) son sensacionalistas en color.
- ABC Sevilla cuenta con 27 (52'9%) noticias con fotografía, 5 sensacionalistas a color (18'5%) por 1 en blanco y negro (3'7%).

Gráfico 3. Dentro del diario Marca, número de noticias que son tratadas sensacionalmente y las que no.

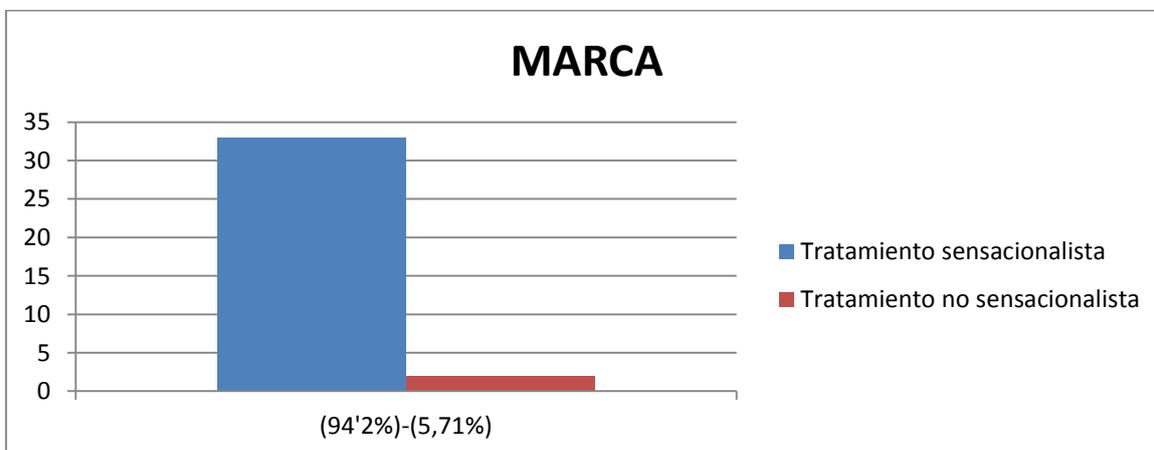


Gráfico 4. Porcentajes del tipo de fotografías que aparecen en el diario Marca.

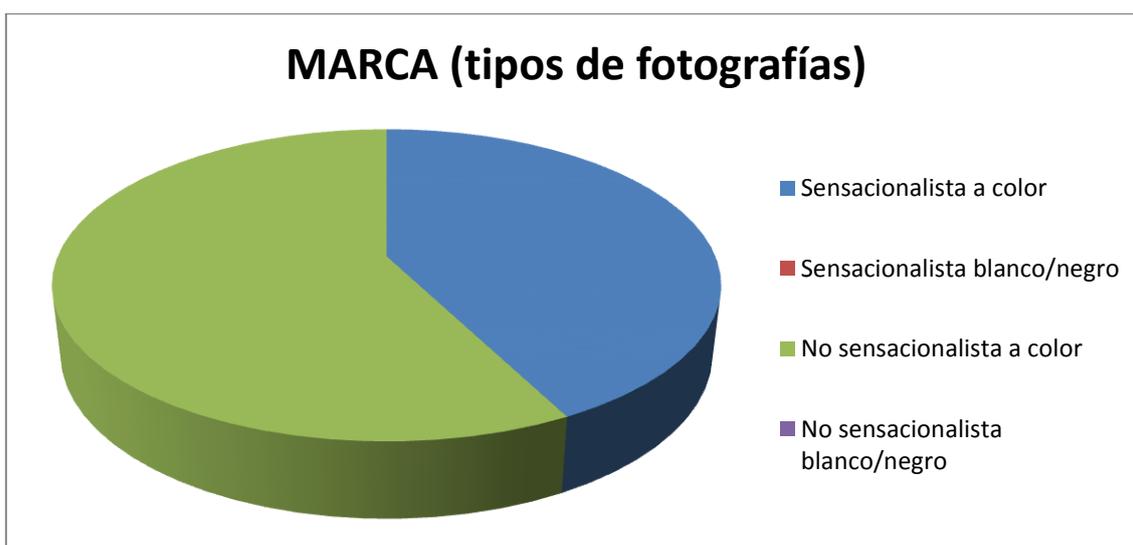


Gráfico 5. Porcentaje del total de noticias sensacionalista en relación con las que no lo son, en el periódico ABC.

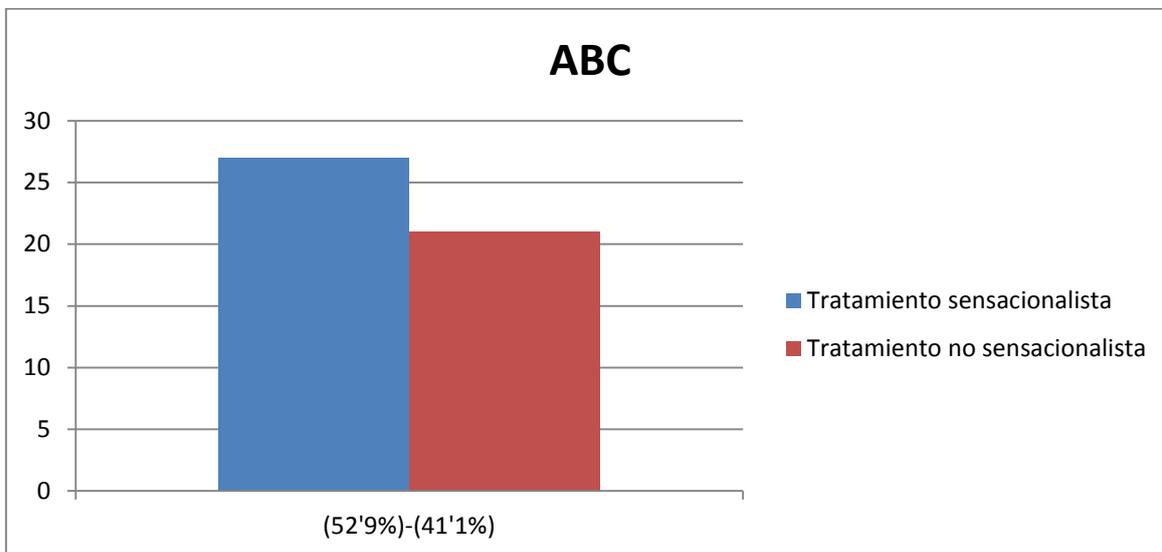


Gráfico 6. Total de fotografías que aparecen relacionadas con la tipografía a la que pertenecen. Periódico ABC.

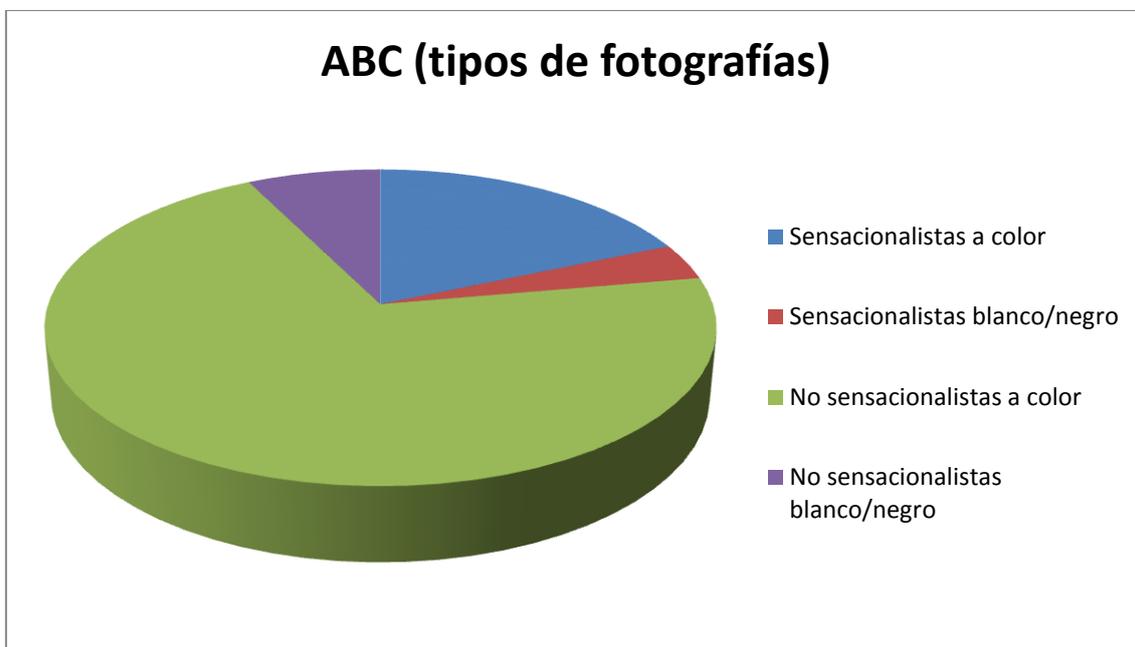


Gráfico 7. Porcentaje del total de fotografías sensacionalistas. Estadio Deportivo.

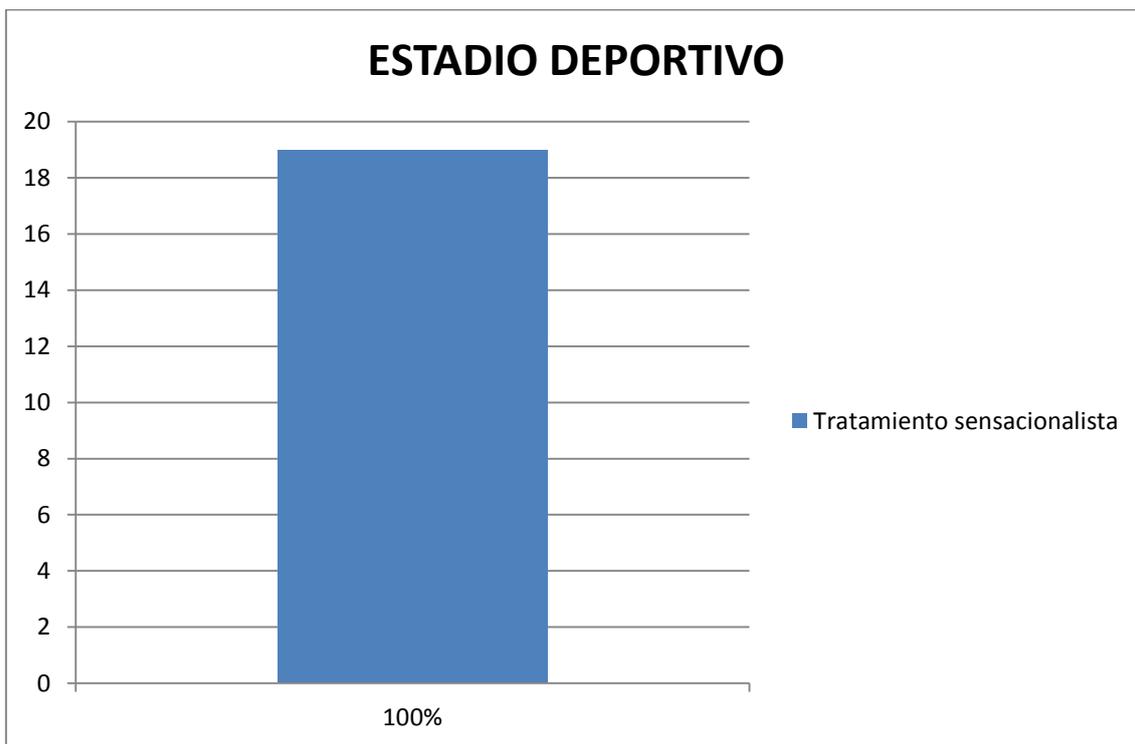
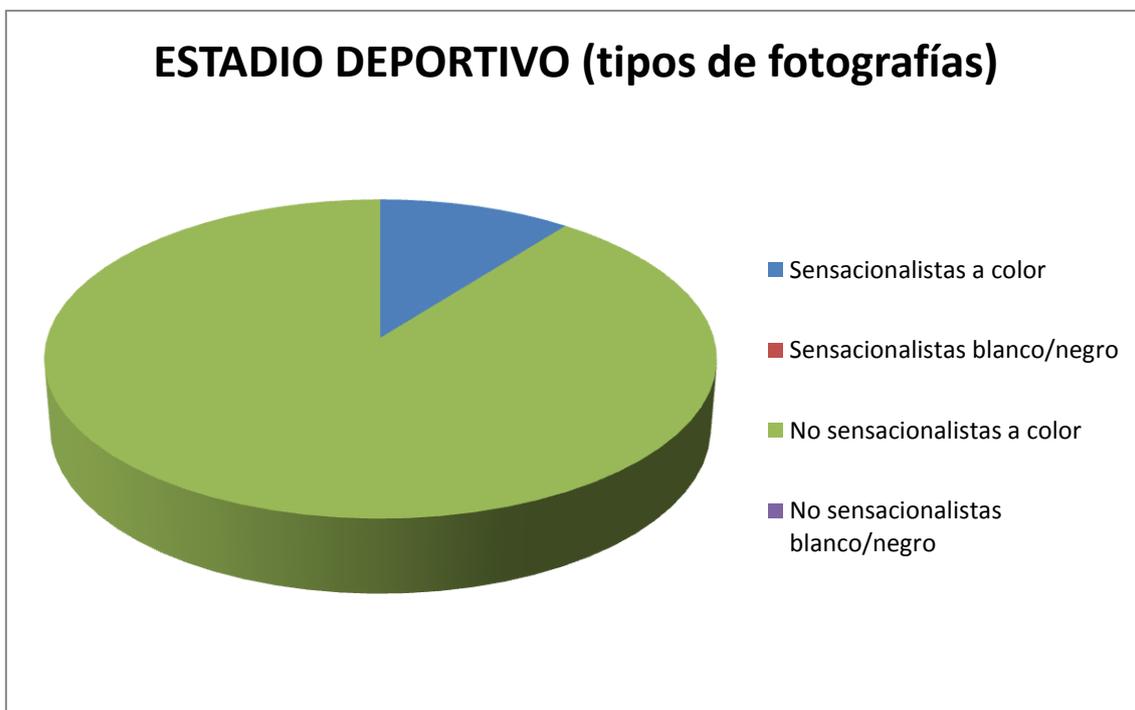


Gráfico 8. Porcentajes del total de fotografías que aparecen en cada uno de sus distintos tipos. Estadio Deportivo.



5.1.4 Fuentes primarias

- En el diario Marca, la fuente que más predomina es la de los periodistas (1) siendo fuente primaria en 15 de las noticias (42'8%). Tras esta, le siguen las entidades deportivas y clubes (13 noticias-37'1%) y los grupos ultras (5 noticias-14'2%).
- Estadio Deportivo también tiene como fuente primaria a los propios periodistas, con 10 noticias de las 20 encontradas (50%). La segunda son las entidades deportivas o clubs (7 noticias-35%) y la tercera los deportistas (3 noticias-15%).
- ABC Sevilla tiene como fuente primaria a los periodistas (37 noticias-72'5%). Le siguen los clubes o entidades deportivas (15 noticias-29'4%) y las fuentes judiciales (7 noticias-13'7%).

Gráfico 9. Porcentajes, dentro del diario Marca, de los distintos tipos de fuentes primarias.

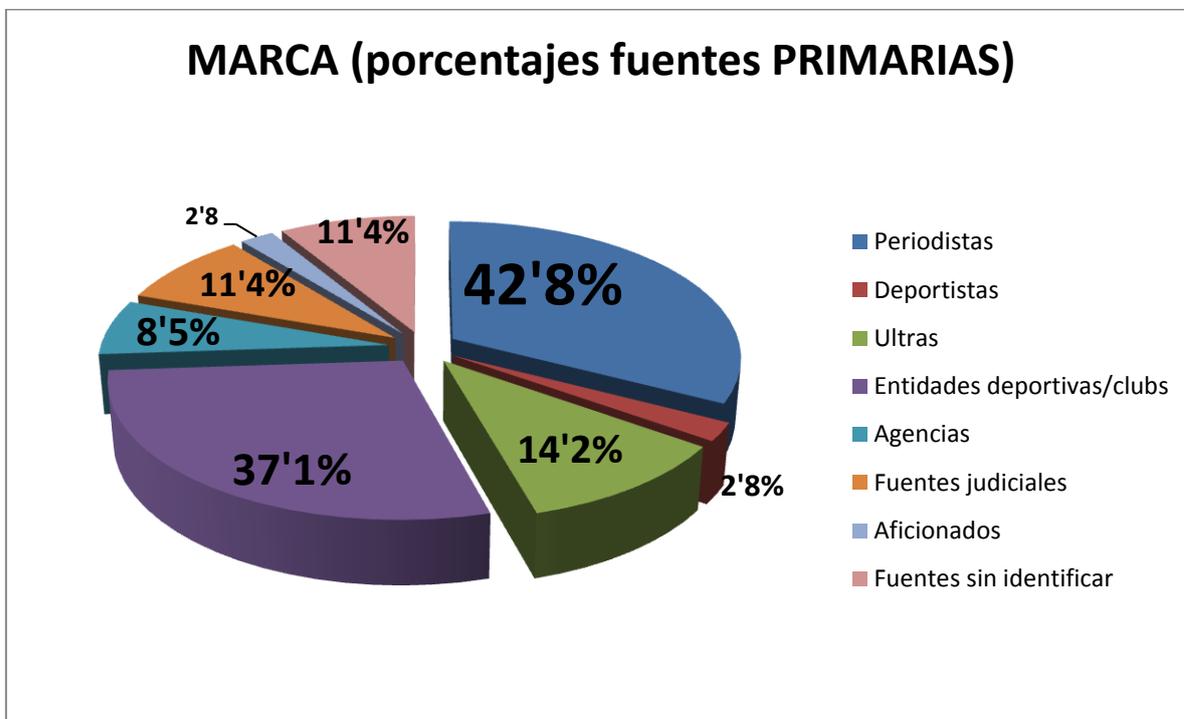


Gráfico 10. Porcentajes, dentro del periódico ABC, de los distintos tipos de fuentes primarias.

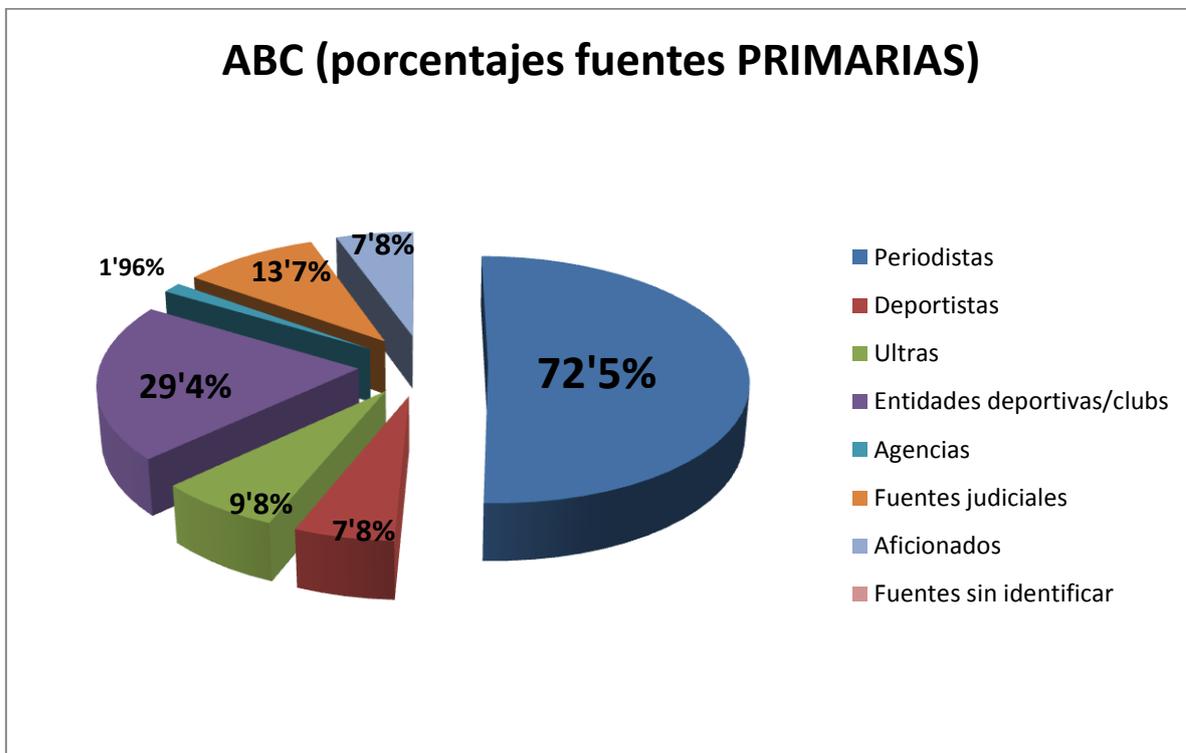
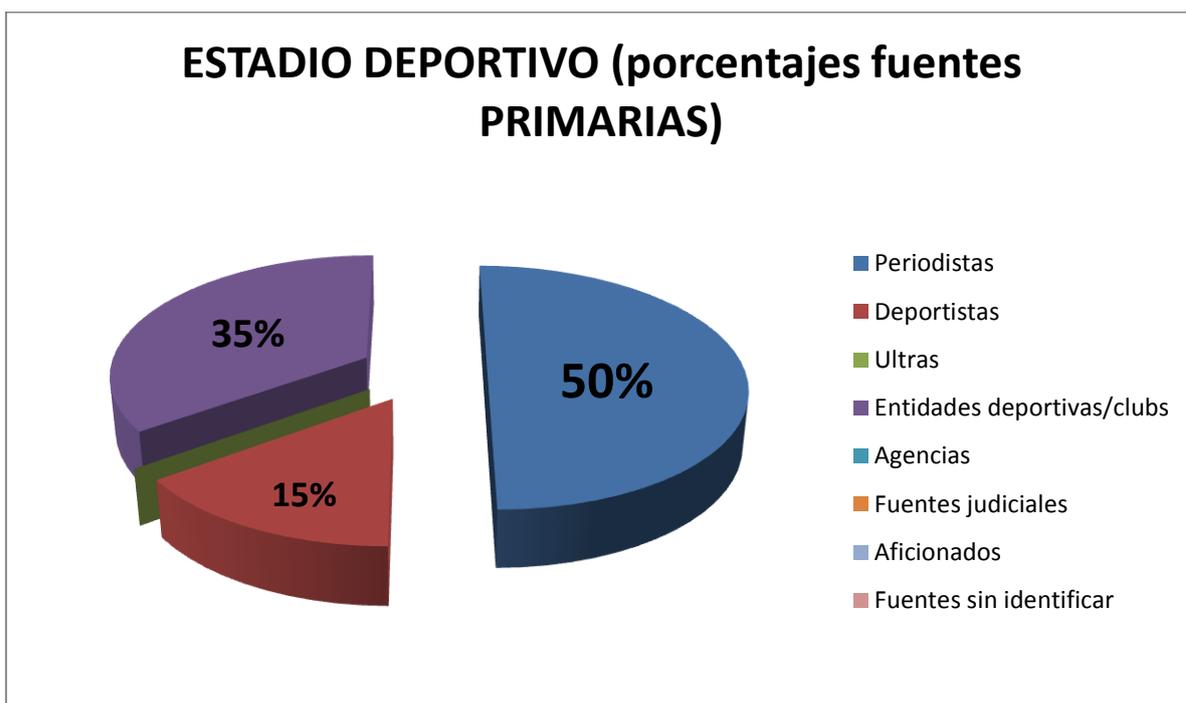


Gráfico 11. Porcentajes, dentro del diario Marca, de los distintos tipos de fuentes primarias.



5.1.5 Fuentes secundarias

- El diario Marca cuenta como fuente secundaria más repetida a los periodistas, con 7 noticias de 35 (20%). En segundo lugar, se encuentran los deportistas, los aficionados y las fuentes sin identificar, con 2 noticias cada una (5'7%).
- Estadio Deportivo tiene como fuente secundaria más usada a los periodistas (3 noticias-15%). En segundo lugar, las entidades deportivas y clubs con 2 noticias (10%).
- Por último, ABC Sevilla también tiene a los periodistas como fuente secundaria más utilizada, disputándose el puesto con los clubs y entidades deportivas (9 noticias-17'6%).

Gráfico 12. Porcentajes, dentro del diario Marca, de la totalidad de apariciones de fuentes dentro de las fuentes secundarias.

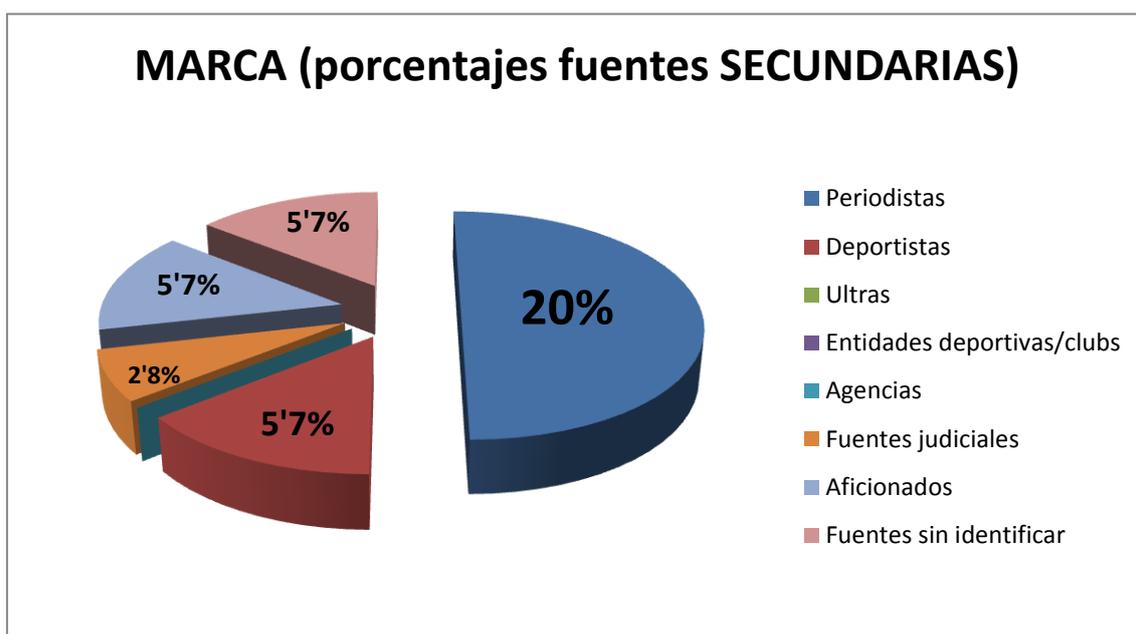


Gráfico 13. Porcentajes, en el periódico ABC, de la totalidad de apariciones de fuentes dentro de las fuentes secundarias.

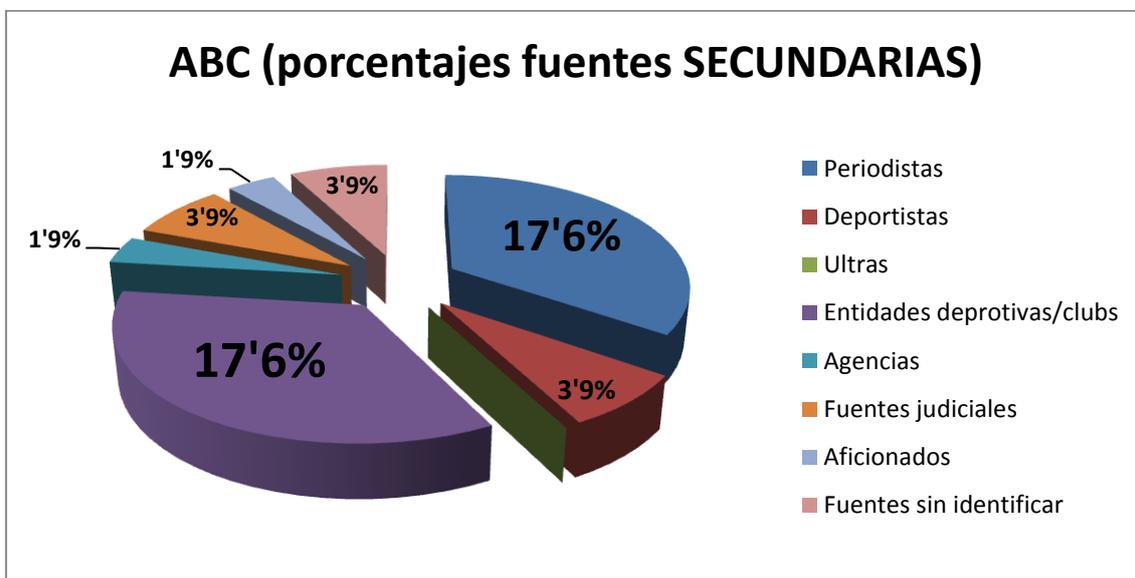
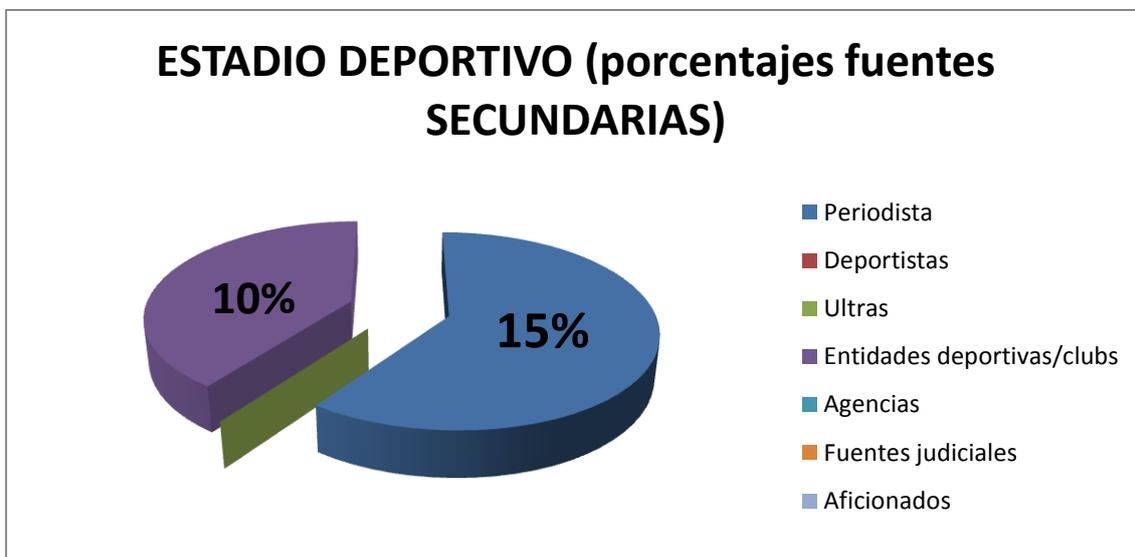


Gráfico 14. Porcentajes, dentro de Estadio Deportivo, de la totalidad de apariciones de fuentes dentro de las fuentes secundarias.



5.1.6 Resultado de las categorías utilizadas para los objetivos específicos

-Fecha:

- Diario Marca: el “caso Jimmy” ha sido cubierto con 10 noticias el primer día; 6 el segundo día; 3 el tercero; 7 el cuarto y 1 el quinto día. El “caso

Zozulya” cuenta con 2 noticias el primer día; 1 el segundo, el tercero, el cuarto, el sexto, el octavo, el decimocuarto y el decimosexto día. El resto de días no hubo noticias sobre este caso.

- Estadio Deportivo: el “caso Zozulya” tiene 6 noticias el primer día; 1 el segundo, el sexto y el décimo día; 3 el tercero, el séptimo y el decimocuarto; y 2 el decimotercero.
- ABC: el “caso Jimmy” tiene 8 noticias el primer y segundo día; 5 el tercero; 2 el cuarto, el quinto y el decimotercero; y 1 noticia el sexto día, el séptimo y el octavo. El día décimo tuvo 4 noticias. En el caso “Biris-LaLiga” hay 1 noticia el primer, segundo, tercer, quinto, sexto, séptimo, decimocuarto y decimoquinto día; y el cuarto día, 2 noticias. El Mundial ’82 tuvo 1 noticia el tercer, séptimo y vigesimoquinto día. El resto nada. El año al azar tuvo 1 noticia el quinto y sexto día.

Gráfico 15. Número de noticias por día dentro del caso ‘Jimmy’.

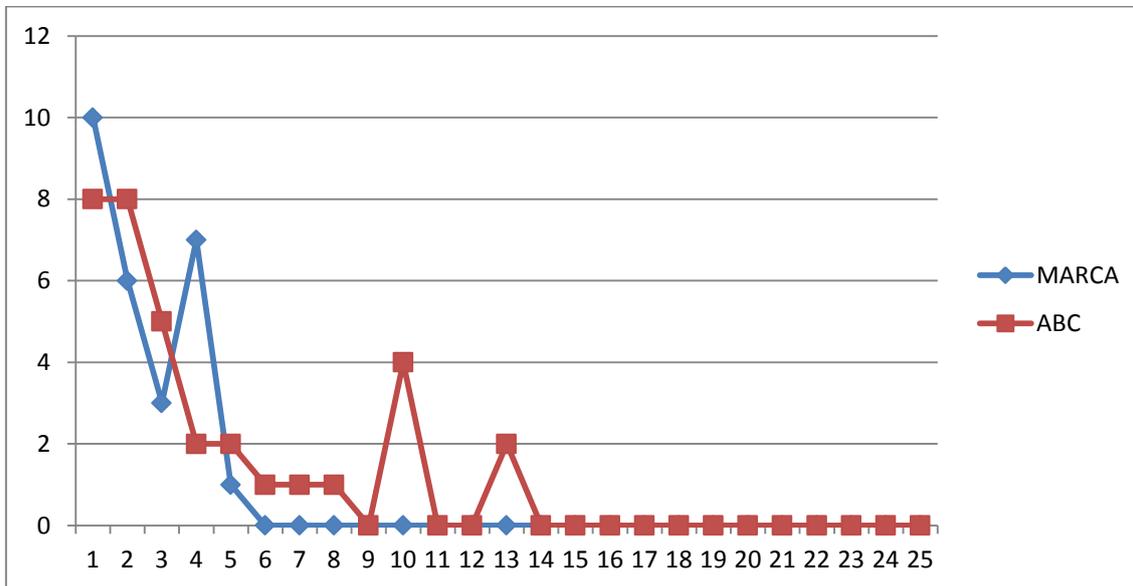


Gráfico 16. Total de noticias por día dentro del periodo temporal del caso ‘Zozulya’.

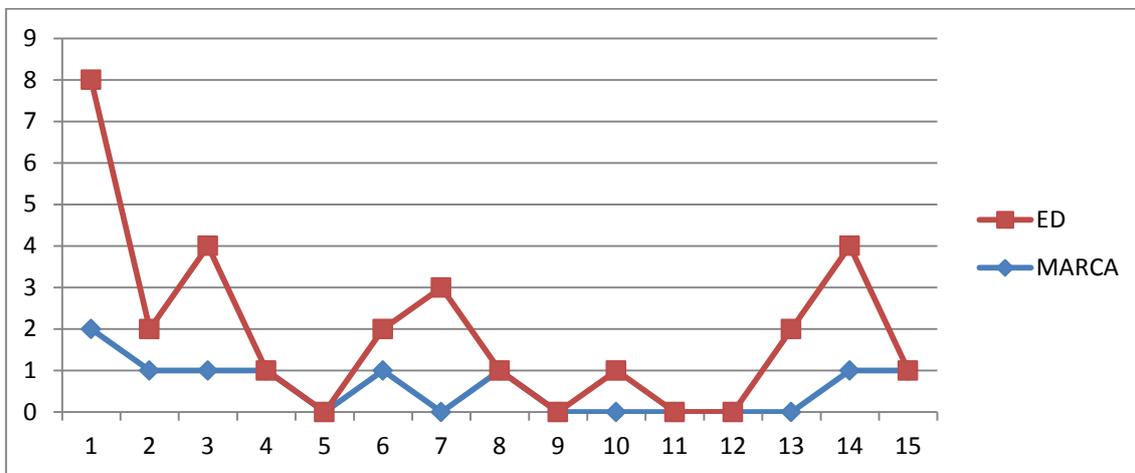


Gráfico 17. Número de noticias halladas en cada uno de los días del caso ‘Biris-LaLiga’.

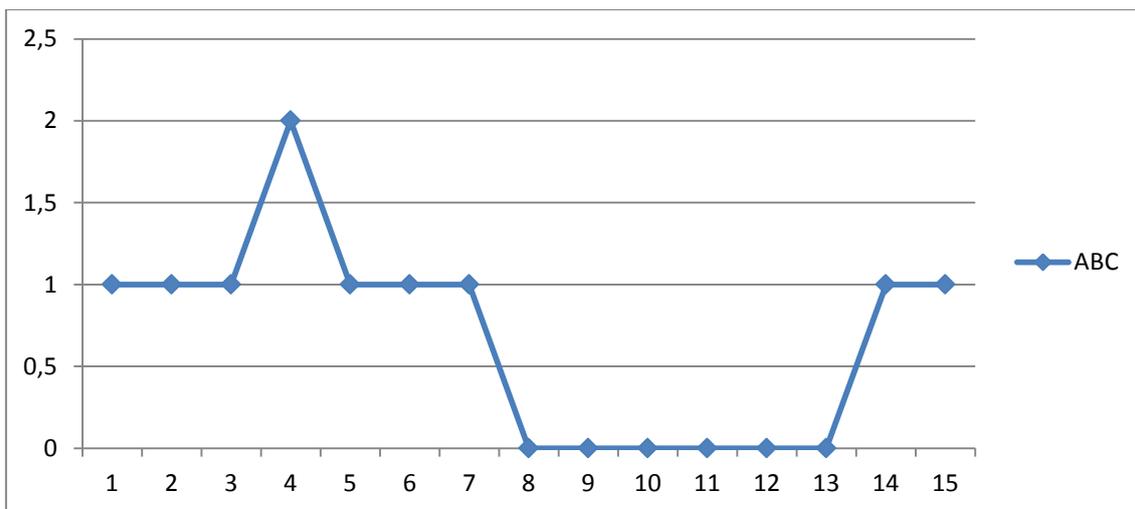


Gráfico 18. Dentro del caso ‘MUNDIAL 82’, determinación del número de noticias encontradas por día.

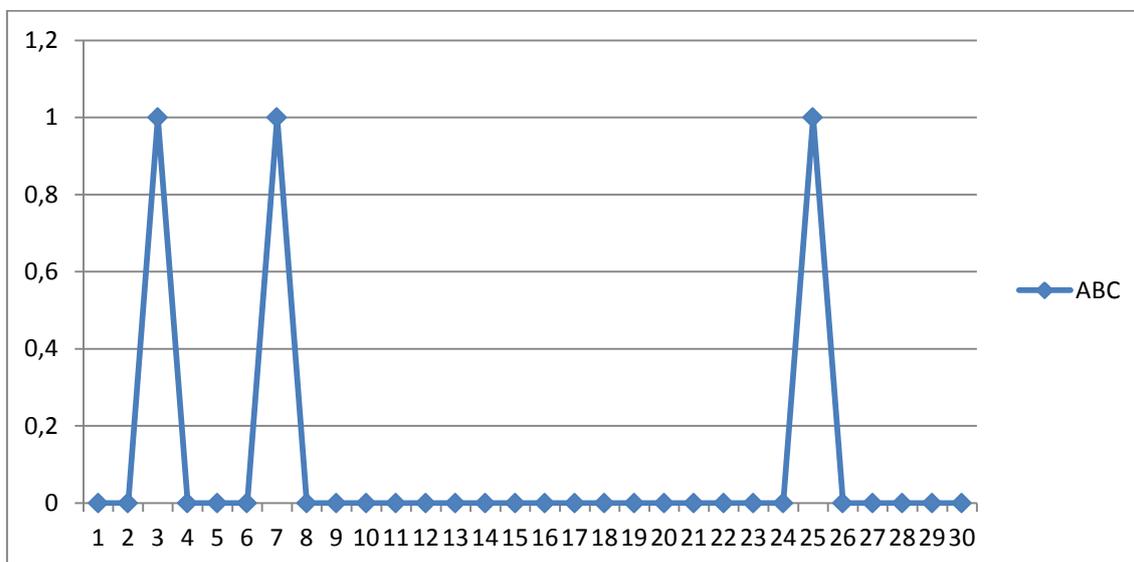
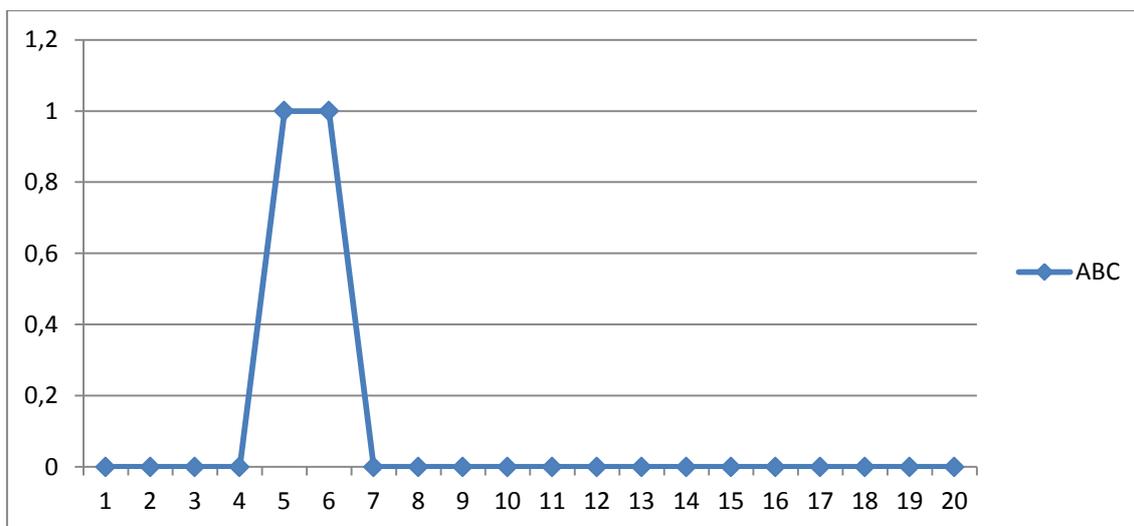


Gráfico 19. Total de noticias en cada uno de los días, dentro del periodo AL AZAR



-Portada:

- Diario Marca: el “caso Jimmy” tuvo 2 noticias de 27 (7’4%) que aparecieron en portada. El “caso Zozulya”, solo 1 de 9 (11’1%).
- Estadio Deportivo: el “caso Zozulya” no apareció ninguna vez en portada.
- ABC: del “caso Jimmy” aparece 1 noticia de 37 en portada (2’7%). Del caso “Biris-LaLiga”, solo 1 noticia de 10 (10%). El resto no aparecen.

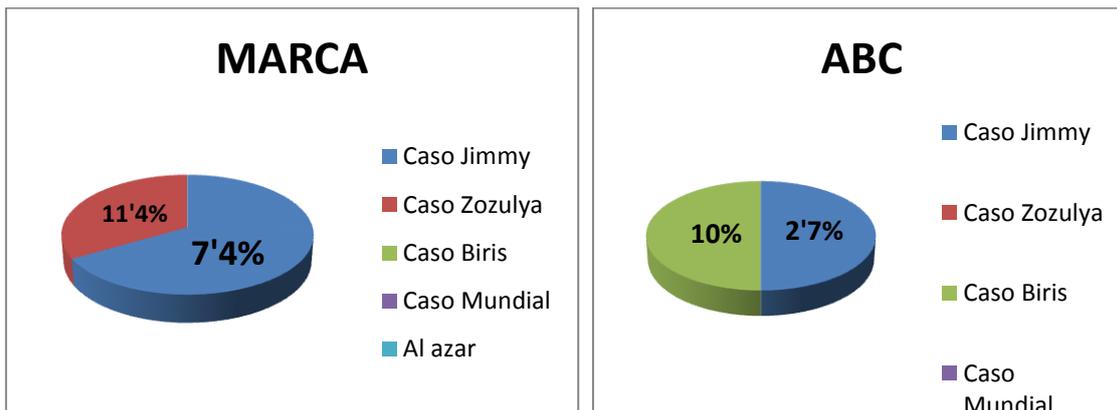


Gráfico 20. Porcentajes del total de noticias que aparecen en portada dentro del diario Marca.

Gráfico 21. En el periódico ABC, porcentajes del total de noticias que aparecen en portada.

*Los porcentajes hallados son en función de las noticias de las noticias que aparecen en portada en función de cada caso. No son porcentajes de los cinco casos analizados en todo su conjunto.

-Ubicación:

- Diario Marca: de las 36 noticias encontradas, ninguna aparece de forma completa; 5 en la parte superior (13'8%); 4 en la parte inferior (11'1%); 12 en el lado derecho (33'3%); y 17 en el lado izquierdo (47'2%).
- Estadio Deportivo: de las 20 noticias, tampoco aparece ninguna a tamaño completo; 7 en la parte superior (35%); 4 en la inferior (20%); 4 en la derecha (20%); y 5 en la izquierda (25%).
- ABC Sevilla: de las 51 noticias que hay en total, 20 aparecen a página completa (39'2%); 7 en la parte superior (13'7%); 11 en la parte inferior (21'5%); 9 en la parte derecha de la página (17'6%); y por último, 10 en la parte izquierda (19'6%).

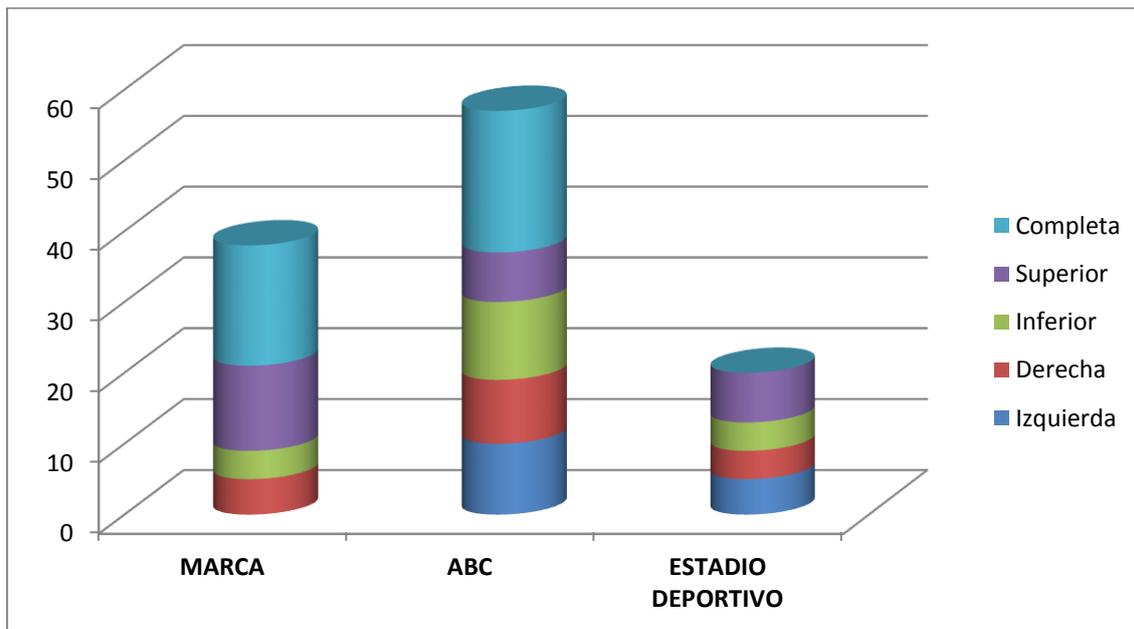


Gráfico 22. De forma individual en cada periódico, obtención del número de noticias ordenadas según su ubicación dentro de la página en la que aparecen.

5.2 Relación prensa- grupos ultras / Censura y desinformación

De las distintas entrevistas que hemos realizado a personalidades relacionadas con el mundo de la información, ya sean periodistas que trabajan en un medio de comunicación o portavoces/encargados de la comunicación de los clubes de fútbol, hemos sacado una serie de deducciones sobre cuál es el tipo de contacto que mantienen con los grupos ultras, cómo es el trato a la hora de recopilar información para luego transmitirla a la sociedad, etc.

Por ejemplo, de la entrevista conjunta a Ángel Acién y Santiago Roldán, podemos sacar en claro que por su parte, el contacto con este tipo de colectivos es nulo. No quieren ningún tipo de trato porque no son un bien para la sociedad: “la labor del periodista es informar de forma objetiva, pero también tiene una labor social, y transmitir este tipo de informaciones resulta difícil, porque en este tipo de casos también se debe concienciar a la gente. Los periodistas tienen una misión, una responsabilidad, más que de periodistas, de ciudadanos con un altavoz. No podemos ser indulgentes, tolerantes con este tipo de amenazas”, nos apuntó Ángel Acién.

Junto con la corrupción y las apuestas, los grupos ultras son de las amenazas más reales y peligrosas de hoy en día. Este tipo de personajes alteran la tranquilidad de todo aquel que desee ir a un campo de fútbol con los colores que quiera. Son un problema para el fútbol y para los ciudadanos en general. Así lo asegura también las fuentes policiales consultadas, que señalan directamente a la sociedad como factor responsable: “Hoy en día, la gente está más concienciada, por lo que el rechazo cada vez es mayor por parte de la gran mayoría. Aun así, los grupos siguen recibiendo miembros, especialmente jóvenes descontentos en el tema laboral/estudiantil. Es un fenómeno de idas y venidas según las acciones que lleven a cabo, que se aprovecha de la gran masa que mueve el fútbol, para así actuar bajo el anonimato y descargar toda esa frustración que tienen en sus vidas por las ausencia de trabajo y/u objetivos”, dice Santiago Roldán.

Y es que es una pena que estos grupos violentos predominen solo en el fútbol. A muchos no les interesa el fútbol, lo utilizan como una vía de escape para su agresividad, para camuflarse en la multitud y desde esa posición de seguridad, atacar. El fútbol es un simple pretexto, se arriman a él porque es un deporte que mueve masas y les permite camuflarse. Pero su verdadero hobby es la violencia, si el fútbol no existiera, se arrimarían a otro deporte que les permitiera esa violencia en el anonimato. Es desgarrador saber que en la sociedad está asentado que este tipo de personajes son parte del fútbol, incluso los medios de comunicación, en muchas ocasiones, lo dan por hecho, tratan este tipo de informaciones como algo normal dentro de este deporte. Pero no debería ser así. No es el fútbol el que mueve a esta gente, es esta gente la que se esconde en el fútbol, y es la labor del periodista la de informar sobre sus actos para concienciar a la sociedad de que este tipo de personajes no tiene cabida dentro de un deporte tan importante.

“El fútbol es algo grandioso, que ha seguido vivo después de guerras, crisis, etc. el fútbol puede con todo, no necesita a los ultras para mantener ese espíritu. Tanto los clubes como nosotros como periodistas debemos enfrentar este problema no podemos mirar para otro lado o no informar sobre algo por complicidad, cobardía, etc. debemos llevar a cabo nuestra labor de la mejor manera éticamente hablando, porque al fin y al cabo son una minoría, y nosotros debemos proteger a la mayoría” (Ángel Ación).

Contra ello tienen que luchar los actuales clubes, aquellos que antiguamente permitían y facilitaban el acceso a estos grupos, pero que poco a poco están abandonando.

“Históricamente ha habido una permisividad con este tipo de grupos, pero en la actualidad eso se está abandonando. Cada vez son más los casos y las noticias que sacan los medios de aquellos clubes que deciden cortar de raíz la relación que mantienen con los grupos ultras que siguen a sus equipos”, dice Santiago Roldán. Tanto los medios como la sociedad en general debemos llevarlos a su terreno, al de que son un problema, una amenaza. “Los aficionados son importantes en cualquier deporte. Otra cosa son los grupos ultras violentos, que ensucian la imagen del club al que “pertenecen”. Los clubes son los que deben definir la relación que mantienen con este tipo de colectivos, sabiendo qué les puede beneficiar y qué les puede perjudicar”, apunta la policía. Ya han dado un gran paso. Dejar de subvencionarlos, de protegerlos... Que grandes equipos como Madrid o Barça hagan este tipo de actos, crean tendencia, y permiten a los periodistas seguir con la labor de informar sobre el problema real. Igual que la LFP con Tebas. Importancia mayúscula en que en la cruzada participen de forma obligada y vocacional los medios de comunicación. Por tanto, los clubes deben desmarcarse de ellos, y los medios deben informar de sus actos sin adjudicarlos a ningún equipo.

En cuanto a su funcionamiento y su puesta en contacto con los clubes, ni las propias entidades deportivas ni la policía nos han podido facilitar información, ya que podría afectar a acciones futuras.

En definitiva, tanto Ángel como Santiago, creen que “una de las formas de acabar con ellos a través de los medios es no echándoles cuenta. Cualquier información que provenga de ellos será su versión, por lo que no será objetiva. Siempre tienen una justificación, y este tipo de actos no tienen justificación alguna. Lo suyo es no darle nada de sitio, nada de importancia a lo que ellos hagan, digan o difundan. Lo que ellos cuentan son cosas poco creíbles, y los medios de comunicación no deben informar sobre nada que no sea verdad o no sea creíble. Los medios de comunicación tienen que contar aquello que consideren que tiene credibilidad, y los grupos ultras no tienen ninguna”, concluyeron.

6. Conclusiones

En un principio, partíamos de la premisa de que los medios de comunicación y sus profesionales de la información, ante este tipo de informaciones sobre grupos ultras y violencia en el fútbol español, actuaban influenciados en gran medida por los fines comerciales o económicos que rige el mercado periodístico actual. Teníamos el pensamiento de que la elaboración y tratamiento de este tipo de informaciones estaba sometida a las características principales que marcan la tendencia del sensacionalismo, o vulgarmente, lo que conocemos como amarillismo. Dentro de todo esto, también se incluía la idea de que los periodistas no solo no realizan un adecuado trato a la información, sino que además, no llevan a cabo un correcto contraste de las fuentes informativas, publicando todo aquello que les llega a la redacción sin pararse a valorarlo. Este aspecto se ve claramente mermado por el fenómeno de actualidad al que están sometidos los medios de comunicación.

Tras el análisis de los distintos periódicos que conforman nuestro universo de estudio hemos llegado a las siguientes conclusiones:

1. Con respecto al objetivo principal del análisis, el cual se centra en conocer si las noticias sensacionalistas que aparecen en los medios tienen relación directa con el tema del radicalismo ultra, el estudio nos ha permitido conocer una faceta del periodismo que creíamos olvidada, una que se basa en la elaboración rigurosa de las noticias, siendo fiel a la realidad. A través de las categorías planteadas, hemos podido comprobar que solo una pequeña parte de los titulares que encabezan las noticias dentro del ámbito deportivo están sesgadas por el sensacionalismo.
2. Si tras analizar los titulares, nos fijamos en el cuerpo de texto de las noticias, apenas encontramos textos en los que predomine el sensacionalismo, priorizando en todo momento el fin informativo, sin expresiones llamativas, morbosas o violentas que puedan incitar a la captación del lector.
3. La fotografía es otro elemento importante dentro de la búsqueda de sensacionalismo en las noticias. La mayoría de las analizadas, simplemente tienen el objetivo de informar, de servir como soporte gráfico que complementa el cuerpo de texto informativo, tanto en Marca como ABC Sevilla, como Estadio Deportivo.

4. Con respecto a las fuentes, en la mayoría de los casos aparece el propio periodista como fuente de información.
5. Otras categorías como pueden ser la fecha, la aparición de la noticia en portada o la ubicación de ellas en las páginas de los periódicos, nos han permitido comprobar que no se cumplen algunos de los objetivos específicos propuestos, como detectar una mayor importancia de estos casos en los medios o determinar la frecuencia con la que aparecen, entre otros.
6. Por otro lado, las opiniones o aportaciones de intelectuales y profesionales de la comunicación vistas a lo largo del trabajo, como Ación, Roldán o Molina, ya sea a través de sus trabajos o las entrevistas en profundidad llevadas a cabo, también han modificado nuestra perspectiva sobre la relación o el trato que mantiene un periodista con este tipo de personajes violentos. La función de un periodista es la de informar sobre la realidad, por lo que hemos llegado a la conclusión de que cuanto más alejados se mantengan de ellos, mejor para llevar a cabo su trabajo y la labor social que cumplen
7. En todo caso, a pesar de que no existen grandes diferencias entre los distintos periódicos, sí podemos asegurar que el medio que produce un producto sensacionalista en mayor medida es el diario Marca, tal vez porque sea el periódico deportivo que más lectores tiene en España y tenga la necesidad de vender en todo momento y de casi cualquier forma.

En definitiva, y como opinión personal tras el análisis, creemos que los medios de comunicación actúan como portavoces de la sociedad condenando este tipo de grupos y actitudes violentas, pero que caemos en la trampa de pensar que los medios actúan solo por los intereses económicos. Por lo tanto, y ya para terminar, no se cumple el objetivo principal con el que iniciamos la investigación puesto que las noticias sensacionalistas que aparecen en dichos medios no tienen apenas relación con la temática del radicalismo ultra en el fútbol español.

7. Fuentes y referencias bibliográficas

- Autor sin identificar (20/01/2007) “Orígenes de los grupos ultras”. Disponible en <https://elsieteblanco.wordpress.com/category/mundo-ultra/origenes-ultras/>
- Balcells, J. (1994). La investigación social. Introducción a los métodos y las técnicas. Barcelona: PPU, S.A.
- Barrero, J. (2009). Protagonistas contra la violencia en el deporte. Madrid: Fragua.
- Berelson, B. (1952). Content Analysis in Communication Research, Free Press, Glencoe.
- Berelson, B. y Laszarfeld P.F (1948). The analysis in Communications Content. University of Chicago and Columbia University.
- Corbetta, P. (2003). Metodología y técnicas de investigación social. Madrid: McGraw-Hill.
- Crespo, Juanma (2006). Memorias de un ultra. Madrid: Temas de hoy
- David (2007). Insider. Madrid: Temas de hoy
- Durán, J. (1996). El vandalismo en el fútbol. Una reflexión sobre la violencia en la sociedad moderna. Madrid: Gymnos.
- Elias, N. & Dunning, E. (1992). Deporte y ocio en el proceso de civilización, México: Fondo de Cultura Económica.
- Eyssautier De La Mora, Maurice. Metodología de la Investigación, Desarrollo de la Inteligencia. Australia: ECAF
- García-Ferrando, M. (1990). Aspectos sociales del deporte. Una reflexión sociológica. Madrid: Alianza editorial.
- Hurtado de Barrera, Jacqueline (2000). Metodología de la investigación Holística. Caracas: Fundación Sypal, Pág. 452- 453.
- Ingham, R. (1986). La violencia en el deporte: el caso británico. El entrenador español, 28 (1), 22-27.

- Krippendorff, K.(1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica. Piados Comunicación.
- Luengo, M., Vera, M., & Oliva, C. (2011). Análisis de la cobertura de los deportes en los medios de comunicación de la provincia de Concepción y las diferencias existentes entre la televisión, radio y prensa escrita. Concepción: Universidad de Concepción. Marsh, P. (1978).
- Paz, D. & Rivera, M. (2004). Sociología del deporte. Violencia y deporte. En Salvador, J.L. (ed), El juego conocimiento oculto, 19-28. Galicia: Universidad de Coruña.
- Redacción Marca (01/12/2014) “El mapa ultra del fútbol español” Diario MARCA. Recuperado de <http://www.marca.com/2014/12/01/futbol/1417395669.html>
- Sabater, C. (2007). Nuevas claves para el estudio de la violencia en torno al deporte. Wenceulen: Educación física digital, 3.
- Sierra-Bravo, R. (1991). Técnicas de investigación social (teoría y ejercicios). Madrid: Paraninfo.
- Sobrados, Maritza (2012). Fútbol, pasión y violencia: comunicando fanatismo desde los medios (pág. 33-43), Sevilla (España). Editores: Juan José Fernández Sanz, Ángel Luis Rubio Moraga y Carlos Sanz Establés (Asociación de la Prensa de Guadalajara).
- Taylor, I. (1971). Football mad: a speculative sociology of football hooliganism. En Dunning, E. (ed.), The sociology of sport, 352-377. Londres: Frank Cass.

ANEXO DEL
TRABAJO DE
FIN DE
GRADO
EN
PERIODISMO

ANEXO 1 → Tabla de análisis utilizada para la obtención de datos. En ella, aparecen las distintas categorías utilizadas para la obtención de los mismos.

- Categorías:

1- Número de documento:

2- Fecha:

3- Periódicos: · MARCA (M)

· ESTADIO DEPORTIVO (ED)

· ABC SEVILLA (ABC)

4- Titular: 1. sensacionalista / 2. no

5- Fuente primarias:

- 1. periodistas
- 2. deportistas
- 3. ultras
- 4. entidades deportivas / clubs
- 5. agencias
- 6. fuentes judiciales
- 7. aficionados
- 8. fuentes sin identificar

Fuentes secundarias:

- 1. periodistas
- 2. deportistas
- 3. ultras
- 4. entidades deportivas / clubs
- 5. agencias
- 6. fuentes judiciales
- 7. aficionados
- 8. fuentes sin identificar

- 6- Cuerpo de texto: 1. sensacionalista / 2. no
- 7- Fotos: 1. sí / 2. no
- 8- Tipos de fotos: · sensacionalista blanco y negro (1)
· sensacionalista color (2)
· no sensacionalista blanco y negro (3)
· no sensacionalista color (4)
- 9- Portada: 1. sí / 2. no
- 10- Ubicación: · completa (1)
· superior (2)
· inferior (3)
· derecha (4)
· izquierda (5)
- 11- Observaciones

ANEXO 2 → Obtención de los datos por cada categoría. Datos claramente mostrados en cada una de ellas.

ABC → 51 NOTICIAS

MARCA → 35 NOTICIAS

ESTADIO DEPORTIVO → 20 NOTICIAS

ANÁLISIS – TITULARES

ABC:

1. **Caso ‘Jimmy’** → 37 Noticias; 11 SÍ (29’7%) y 26 NO (70’3%)
2. **Caso ‘Biris-LALIGA’** → No aparecen
3. **Caso ‘Zozulya’** → 10 Noticias; 1 SÍ (10%) y 9 NO (90%)
4. **Caso ‘Mundial 82’** → 3 Noticias; 1 SÍ (33’3%) y 2 NO (66’6%)
5. **Periodo AL AZAR** → 2 Noticias; 2 NO (100%)

MARCA:

1. **Caso ‘Jimmy’** → 26 Noticias; 7 SÍ (26’9%) y 19 NO (73%)
2. **Caso ‘Biris-LALIGA’** → No aparecen
3. **Caso ‘Zozulya’** → 9 Noticias; 5 SÍ (55’5%) y 4 NO (44’4%)
4. **Caso ‘Mundial 82’** → No aparecen
5. **Periodo AL AZAR** → No aparecen

ESTADIO DEPORTIVO:

1. **Caso ‘Zozulya’** → 19 Noticias; 2 SÍ (10’5%) y 17 NO (89’5%)

ANÁLISIS – CUERPO DEL TEXTO

ABC:

1. **Caso ‘Jimmy’** → 37 Noticias; 6 SÍ (16’2%) y 31 NO (83’7%)
 2. **Caso ‘Biris-LALIGA’** → No aparecen
-

3. Caso 'Zozulya' → 10 Noticias; 1 SÍ (10%) y 9 NO (90%)
4. Caso 'Mundial 82' → 3 Noticias; 3 NO (100%)
5. Periodo AL AZAR → 2 Noticias; 2 NO (100%)

MARCA:

1. Caso 'Jimmy' → 26 Noticias; 4 SÍ (15'3%) y 22 NO (84'7%)
2. Caso 'Biris-LALIGA' → No aparecen
3. Caso 'Zozulya' → 9 Noticias; 5 SÍ (55'5%) y 4 NO (44'4%)

ESTADIO DEPORTIVO:

1. Caso 'Zozulya' → 19 Noticias; 1 SÍ (5'26%) y 18 NO (94'7%)

ANÁLISIS – FOTOGRAFÍAS**ABC:**

- Fotos sensacionalistas → 27 Fotografías (53%)
 - Sensacionalista a color: 5 (18'5%)
 - Sensacionalistas blanco/negro: 1 (3'7%)
- Fotos no sensacionalistas → 21 Fotografías (41%)
 - No sensacionalistas a color: 19 (70'3%)
 - No sensacionalistas blanco/negro: 2 (7'4%)

MARCA:

- Fotos sensacionalistas → 33 Fotografías (94'2%)
 - Sensacionalista a color: 14 (42'4%)
 - Sensacionalistas blanco/negro: 0
- Fotos no sensacionalistas → 2 (5'7%)
 - No sensacionalistas a color: 19 (57'5%)
 - No sensacionalistas blanco/negro: 0

ESTADIO DEPORTIVO:

- Fotos sensacionalistas → 2 Fotografías

- Sensacionalista a color: 2 (10'5%)
- Sensacionalistas blanco/negro: 0
- Fotos no sensacionalistas → 17 Fotografías
- No sensacionalistas a color: 17 (89'5%)
- No sensacionalistas blanco/negro: 0

ANÁLISIS – FUENTES PRIMARIAS

ABC:

- (1): 37 ocasiones (72'5%)
- (2): 4 ocasiones (7'8%)
- (3): 5 ocasiones (9'8%)
- (4): 15 ocasiones (29'4%)
- (5): 1 ocasión (1'96%)
- (6): 7 ocasiones (13'7%)
- (7): 4 ocasiones (7'8%)
- (8): 0 ocasiones

MARCA:

- (1): 15 ocasiones (42'8%)
- (2): 1 ocasión (2'8%)
- (3): 5 ocasiones (14'2%)
- (4): 13 ocasiones (37'1%)
- (5): 3 ocasiones (8'5%)
- (6): 4 ocasiones (11'4%)
- (7): 1 ocasión (2'8%)
- (8): 4 ocasiones (11'4%)

ESTADIO DEPORTIVO:

- (1): 10 ocasiones (50%)
- (2): 3 ocasiones (15%)

- (3): 0 ocasiones
- (4): 7 ocasiones (35%)
- (5): 0 ocasiones
- (6): 0 ocasiones
- (7): 0 ocasiones
- (8): 0 ocasiones

ANÁLISIS - FUENTES SECUNDARIAS

ABC:

- (1): 9 ocasiones (17'6%)
- (2): 2 ocasiones (3'9%)
- (3): 0 ocasiones
- (4): 9 ocasiones (17'6%)
- (5): 1 ocasión (1'9%)
- (6): 2 ocasiones (3'9%)
- (7): 1 ocasión (1'9%)
- (8): 2 ocasiones (3'9%)

MARCA:

- (1): 7 ocasiones (20%)
- (2): 2 ocasiones (5'7%)
- (3): 0 ocasiones
- (4): 0 ocasiones
- (5): 0 ocasiones
- (6): 1 ocasión (2'8%)
- (7): 2 ocasiones (5'7%)
- (8): 2 ocasiones (5'7%)

ESTADIO DEPORTIVO:

- (1): 3 ocasiones (15%)

- **(2):** 0 ocasiones
- **(3):** 0 ocasiones
- **(4):** 2 ocasiones (10%)
- **(5):** 0 ocasiones
- **(6):** 0 ocasiones
- **(7):** 0 ocasiones
- **(8):** 0 ocasiones

ANEXO 3 → Tabla de análisis del periódico ABC de Sevilla. En él aparece el análisis que hemos llevado a cabo con las distintas noticias que hemos obtenido

1	01/12/2014	ABC	Sí	1	-	No	Sí	-	Sí	3	
2	01/12/2014	ABC	No	2	1	No	Sí	-	No	2	
3	01/12/2014	ABC	No	1	5	No	Sí	No sen c	No	1	
4	01/12/2014	ABC	No	1	8	No	Sí	-	No	2	
5	01/12/2014	ABC	Sí	1	-	No	No	-	No	5	
6	01/12/2014	ABC	No	1	-	No	No	-	No	3	
7	01/12/2014	ABC	No	4	1	Sí	No	-	No	2	
8	01/12/2014	ABC	Sí	1	-	No	No	-	No	3	
9	02/12/2014	ABC	No	1	6	No	No	-	No	5	
10	02/12/2014	ABC	Sí	1	-	Sí	Sí	No sen c	No	4	
11	02/12/2014	ABC	No	8	-	No	No	-	No	1	
12	02/12/2014	ABC	No	1,6,7	-	No	No	-	No	5	
13	02/12/2014	ABC	No	1	4	No	Sí	No sen c	No	4	
14	02/12/2014	ABC	No	4	1	No	No	-	No	2	
15	02/12/2014	ABC	Sí	1	-	Sí	No	-	No	3	
16	02/12/2014	ABC	No	1,4,6	-	No	Sí	No sen c	No	1	
17	03/12/2014	ABC	No	1,3,6	4	No	Sí	No sen c	No	1	
18	03/12/2014	ABC	No	1,4	-	No	Sí	Sen c	No	5	
19	03/12/2014	ABC	Sí	1,3	4	No	No	-	No	4	
20	03/12/2014	ABC	No	1,6	-	No	No	-	No	5	
21	03/12/2014	ABC	Sí	3	1	Sí	Sí	Sen c	No	4	
22	04/12/2014	ABC	No	1,6	-	No	Sí	No sen c	No	1	
23	04/12/2014	ABC	No	1	4	No	No	-	No	1	
24	05/12/2014	ABC	No	1,4,6	-	No	Sí	No sen c	No	1	Página 59

25	05/12/2014	ABC	No	1,4	-	No	Sí	No sen c	No	1	
26	06/12/2014	ABC	No	1,3	-	No	Sí	No sen c	No	1	
27	07/12/2014	ABC	Sí	1	8	No	Sí	Sen c	No	1	
28	08/12/2014	ABC	Sí	1	-	No	Sí	Sen c /Sen b	No	1	
29	10/12/2014	ABC	No	3,4,6	1	No	Sí	No sen c	No	1	
30	10/12/2014	ABC	No	1,4	-	No	No	-	No	5	
31	10/12/2014	ABC	No	4	1	Sí	No	-	No	4	
32	10/12/2014	ABC	Sí	1	-	No	Sí	Sen c	No	4	
33	12/12/2014	ABC	Sí	1,7	4	No	Sí	No sen c	No	1	
34	12/12/2014	ABC	No	4	1	No	Sí	No sen c	No	2	
35	12/12/2014	ABC	No	1,7	-	No	No	-	No	3	
36	13/12/2014	ABC	No	1,4	-	No	Sí	No sen c	No	2	
37	13/12/2014	ABC	No	1	-	Sí	No	-	No	3	
38	25/06/1982	ABC	No	1,5	6	No	No	-	No	4	Anecdotario
39	03/07/1982	ABC	No	1	4	No	No	-	No	3	Anecdotario
40	07/07/1982	ABC	Sí	1	-	No	No	-	No	3	Anecdotario
41	05/03/1998	ABC	No	6	1	No	No	-	No	5	
42	06/03/1998	ABC	No	1,4	-	No	No	-	No	5	

43	1/2/17	ABC	NO	1		NO	SI	INF C	NO	4	FÚTBOL
44	2/2/17	ABC	NO	4	4	NO	SI	INF C	NO	1	FÚTBOL
45	3/2/17	ABC	NO	4	2	NO	SI	INF C	NO	1	FÚTBOL
46	4/2/17	ABC	NO	1-2	4	NO	SI	INF C	SI	1	FÚTBOL
47	4/2/17	ABC	SEN	1	7	SEN	NO		NO	3	FÚTBOL

48	5/2/17	ABC	NO	1	2	NO	SI	INF B	NO	1	FÚTBOL
48	6/2/17	ABC	NO	4	7	NO	SI	INF C	NO	1	FÚTBOL
49	7/2/17	ABC	NO	2	1	NO	SI	INF B	NO	1	FÚTBOL
50	14/2/17	ABC	NO	4		NO	SI	INF C	NO	2	FÚTBOL
51	15/2/17	ABC	NO	2	4	NO	SI	INF C	NO	1	FÚTBOL

ANEXO 4 → Tabla de análisis del diario Marca. En él aparece el análisis que hemos llevado a cabo con las distintas noticias que hemos obtenido

43	01/12/2014	MARCA	Sí	1,6	-	No	Sí	No sen c	No	2	
44	01/12/2014	MARCA	No	4,6,8	1	No	Sí	No sen c	No	4	
45	01/12/2014	MARCA	No	1,4	-	No	Sí	No sen c	No	4	
46	01/12/2014	MARCA	Sí	7	-	No	Sí	Sen c	No	4	
47	01/12/2014	MARCA	No	7	-	No	Sí	Sen c	No	4	
48	01/12/2014	MARCA	No	1,4	8	No	Sí	No sen c	No	4	
49	01/12/2014	MARCA	No	1,5	-	No	Sí	No sen c	No	4	
50	01/12/2014	MARCA	No	5	1,6	No	Sí	No sen c	No	4	
51	01/12/2014	MARCA	No	1,8	-	No	Sí	No sen c	No	4	
52	01/12/2014	MARCA	No	7	-	No	No	-	No	4	
53	02/12/2014	MARCA	No	4	-	No	Sí	No sen c	Sí	2	
54	02/12/2014	MARCA	Sí	4,8	1	No	Sí	No sen c	No	5	
55	02/12/2014	MARCA	No	6	1	No	Sí	Sen c	No	5	
56	02/12/2014	MARCA	Sí	4	1	Sí	Sí	No sen c	No	5	
57	02/12/2014	MARCA	No	3	-	No	Sí	No sen c	No	5	
58	02/12/2014	MARCA	No	4	-	No	No	No sen c	No	5	
59	03/12/2014	MARCA	Sí	3	1	Sí	Sí	Sí sen c	No	4	
60	03/12/2014	MARCA	No	1,8	-	No	Sí	Sí sen c	No	4	
61	03/12/2014	MARCA	Sí	1,5	7	Sí	Sí	Sí sen c	No	4	

62	04/12/2014	MARCA	No	6	-	No	Sí	Sí sen c	Sí	2	
63	04/12/2014	MARCA	No	1	8	No	Sí	Sí sen c	No	5	
64	04/12/2014	MARCA	No	3	-	No	Sí	No sen c	No	5	
65	04/12/2014	MARCA	No	4	1	No	Sí	No sen c	No	5	
66	04/12/2014	MARCA	No	1,4	-	No	Sí	No sen c	No	5	
67	04/12/2014	MARCA	No	3	-	No	Sí	Sí sen c	No	5	
68	04/12/2014	MARCA	Sí	1	-	Sí	Sí	No sen c	No	5	
69	05/12/2014	MARCA	No	1,4	-	No	Sí	Sí sen c	No	5	

70	1/2/17	M	SEN	4	2	SEN	SI	SEN C	NO	5	FÚTBOL
71	1/2/17	M	SEN	1	7	SEN	SI	SEN C	NO	5	FÚTBOL
72	2/2/17	M	NO	4		NO	SI	INF C	SI	2	FÚTBOL
73	3/2/17	M	NO	1		NO	SI	INF C	NO	3	FÚTBOL
74	4/2/17	M	SEN	3	2	SEN	SI	SEN C	NO	3	FÚTBOL
75	6/2/17	M	SEN	1		SEN	SI	SEN C	NO	5	FÚTBOL
76	8/2/17	M	NO	4		NO	SI	INF C	NO	3	FÚTBOL
77	14/2/17	M	NO	1		NO	NO	INF C	NO	2	FÚTBOL
78	16/2/17	M	SEN	2		SEN	SI	INF C	NO	3	FÚTBOL

ANEXO 5 → Tabla de análisis del periódico Estadio Deportivo. En él aparece el análisis que hemos llevado a cabo con las distintas noticias que hemos obtenido

20	1/2/17	ED	SEN	1		SEN	SI	INF C	NO	2	FÚTBOL
21	1/2/17	ED	NO	4		NO	SI	INF C	NO	2	FÚTBOL
22	1/2/17	ED	NO	1		NO	SI	INF C	NO	5	FÚTBOL
23	1/2/17	ED	NO	1		NO	SI	INF C	NO	4	FÚTBOL
24	1/2/17	ED	NO	4		NO	SI	INF C	NO	5	FÚTBOL
25	1/2/17	ED	NO	1		NO	SI	SEN C	NO	3	FÚTBOL
26	2/2/17	ED	NO	4		NO	SI	INF C	NO	2	FÚTBOL
27	3/2/17	ED	NO	2		NO	SI	INF C	NO	2	FÚTBOL
28	3/2/17	ED	NO	4	1	NO	SI	INF C	NO	2	FÚTBOL
29	3/2/17	ED	NO	4		NO	SI	INF C	NO	4	FÚTBOL
30	6/2/17	ED	SEN	1		NO	SI	SEN C	NO	3	FÚTBOL
31	7/2/17	ED	NO	1		NO	SI	INF C	NO	4	FÚTBOL
32	7/2/17	ED	NO	2		NO	SI	INF C	NO	5	FÚTBOL
33	7/2/17	ED	NO	4		NO	SI	INF C	NO	3	FÚTBOL
34	10/2/17	ED	NO	2	1	NO	SI	INF C	NO	3	FÚTBOL
35	13/2/17	ED	NO	1	4	NO	SI	INF C	NO	2	FÚTBOL
36	13/2/17	ED	NO	1		NO	SI	INF C	NO	5	FÚTBOL
37	14/2/17	ED	NO	1	4	NO	SI	INF C	NO	2	FÚTBOL
38	14/2/17	ED	NO	1		NO	SI	INF C	NO	4	FÚTBOL
39	14/2/17	ED	NO	4	1	NO	SI	INF C	NO	5	FÚTBOL

-De color **amarillo**, aparecen las noticias relacionadas con el ‘CASO ZOZULYA’

-De color **verde**, aparecen las noticias relacionadas con el ‘CASO JIMMY’

-De color **rojo**, aparecen las noticias relacionadas con el ‘MUNDIAL 1982’

-De color **azul claro**, aparecen las noticias relacionadas con el periodo de tiempo AL AZAR.

ANEXO 6 -> Entrevista tipo a periodistas

1. ¿Cuál es su visión sobre el radicalismo ultra en el fútbol?
2. ¿Cree que predomina el radicalismo ultra en el fútbol con relación a otros deportes?
3. ¿Suele trabajar mucho con informaciones relacionadas con el radicalismo ultra? ¿O es rara la vez que trabaja con un tema así?
4. ¿Piensa que los medios le dan la importancia suficiente a las publicaciones sobre temas ultras? O por el contrario, ¿Piensa que se le debería de dar más relevancia? ¿O menos?
5. ¿A qué cree que se debe?
6. Es normal ver a grupos ultras que tienen su propio espacio dentro de un club de fútbol, o le regalen entradas, por ejemplo, ¿cree que los propios clubes protegen a estos grupos ultras?
7. ¿Mantienen estos grupos una relación directa con los medios de comunicación? Y si la hay, ¿Cómo funciona esa relación?
8. ¿Cuál es el tratamiento de este tipo de informaciones en el periódico? ¿Se mira con lupa antes de publicarse una noticia?
9. Cuando un periodista se encuentra con una información de este tipo, ¿Cuál cree que es el proceso que debe seguir un periodista desde que llega hasta que se publica?
10. A la hora de publicarse una información de este tipo, ¿Los medios y los grupos ultras salen beneficiados o perjudicados?
11. ¿Deben los grupos ultras desaparecer del fútbol?
12. ¿Los medios tienen un papel importante para hacer que los grupos ultras desaparezcan, no?
13. Personalmente, ¿Ha recibido presiones por publicar una información sobre ultras? ¿Y para que publiquéis una información?

14. Si conoces algún caso en el que el ultra se haya puesto en contacto con el periodista, ¿Cómo se pone en contacto el grupo ultra con el periodista en el momento en el que quieren que una información salga a la luz?

15. Te menciono casos: Zozulya, Biris-Tebas, Biris-Ramos o Mundial de Rusia, por ejemplo. ¿Cómo cree que se ha enfocado desde la prensa?

16. ¿Cómo cree que se puede acabar con este tipo de grupos en el fútbol?

- Transcripción Audio Entrevista Ángel Acién y Santiago Roldán:

Es un problema, evidentemente porque son, iba a decir que son aficionados, pero es que no lo son, algunos son hasta delincuentes demostrados, que vienen al fútbol a proyectar su violencia, hace muchos años, y lo convierten en un peligro para una familia que quiere ir, una madre, un padre, un hijo que quieren ir a ver un espectáculo y se pueden ver metidos en medio de una guerra

Yo estoy seguro de que muchísimos ni han jugado al fútbol, ni entienden de fútbol ni siquiera le gusta, y que vengan ahí la selva en que camuflarse y proyectar su odio y su agresividad, estoy seguro. No hay más que ver el expediente de alguno de los elementos que andan sueltos por la grada.

Yo creo que el fútbol es un pretexto, es decir si el fútbol no fuera en este país lo que moviera a las masas, porque realmente son aficionados, ellos se verían, “obligados”, porque su afán o su hobby es la violencia, a mezclarse digamos con otro deporte u otro tipo de afición por algo que concitara masas para poder dar rienda suelta a su tendencia que es en definitiva lo que los mueve, yo creo que ni es ideología, que esos son grupúsculos que ideológicamente pueden estar vinculados a la derecha, extrema derecha o extrema izquierda, pero que no es de su movimiento. Su movimiento creo que es la pendencia, ellos son penderciersos, ellos disfrutan con la violencia y han encontrado en el fútbol como una vía de escape porque está masificado, pero el fútbol es un deporte, sólo un deporte, esta gente no tiene nada que ver con el fútbol.

Hombre los hechos nos dicen que sí, solo predomina en el fútbol, en España, claro, no lo hay en baloncesto, no lo hay en balonmano en rugby en los deportes individuales, yo creo que abundando en lo que dice Santi, es que ellos son además de violentos, cobardes, entonces buscan la manada, la protección, el camuflaje, un estadio, los dispositivos estos de alto riesgo, entonces hay se mueven ellos con impunidad.

De hecho cuando este tipo de gente se encuentran, por ejemplo con personajes de la prensa en la calle, a los que lanzan improperios, insultos y pueden hasta agredir físicamente, digo lo de la prensa porque nosotros lo podemos vivir en primera persona. Desconozco si esto podría darse en otros ámbitos de la vida, pero sospecho que sí. Cuando ellos individualmente se encuentran con alguno de nosotros a los que insisto nos han lanzado improperios por alguna razón que ellos lo han decidido contra todos, de forma individual son completamente distintos, es decir, son capaces de saludar y de hacerse fotos contigo, esto le habrá pasado a Ángel también, - seguro. Y después metidos en el follón de su gente y enmascarados en una masa enorme, se transforman y le dan rienda suelta a su verdadera leitmotiv para disfrutar, que es la violencia.

Nosotros trabajamos con la actualidad, y en el momento se producen incidentes por ejemplo en Sevilla, dónde estamos realizando la entrevista, recientemente ha ocurrido pues hay que informar de cómo se ha producido, de las investigaciones, de las sanciones. Lo que pasa es que es muy complicado, y también ya que lo ha dicho Ángel son especialmente deligerantes con este tipo de actos, es decir no solo informamos, sino es también nuestra obligación, aunque nuestra obligación es solo informar, creo que por decencia es intentar informar desde un punto de vista que intente o que mueva a la gente a concienciarse.

Creo que tenemos una misión, una responsabilidad, más que de periodistas, de ciudadanos que tenemos un altavoz. Estamos comprometidos con nuestro oficio y yo creo que qué no podemos ser indulgentes, tolerantes con lo que es una amenaza real, y posiblemente ahora mismo junto con las apuestas y la corrupción la más peligrosa.

Afecta además al fútbol porque existe la creencia y no solo en la gente que está en la calle que es gente normal, en los propios medios de comunicación existe la creencia de que el fútbol es lo que mueve esto y es al revés, esta gente se esconde en el fútbol. El fútbol es un deporte como otro cualquiera, un deporte además bellissimo, un deporte además completísimo, que sirve para preparar un deportista absolutamente, es decir un futbolista de élite, está perfectamente preparado para todo, es un atleta en todos los sentidos, porque este deporte sirve para eso y lo malo, la verdad, es que hay cosas que lo ensucian muchísimo. El fútbol además como fenómeno, tiene tres siglos de vida, ha sobrevivido a guerras mundiales, a crisis, el fútbol puede con todo, no necesita a los ultras, efectivamente abundando en la teoría de Santi, hay que llevarlos a su verdadero lugar, son un problema, una amenaza, ha habido una permisividad histórica, que afortunadamente, que creo que en la entrevista lo deberíais plantear, ha cambiado, eso sí se ha detectado que en los últimos tiempos en los clubes en sus dirigentes se han dado cuenta que tienen que enfrentarse a este problema, que no pueden mirar para otro lado, por complicidad, por cobardía, algunos han recibido amenazas de muerte por expulsarlos de los estadios, pero es que hay que ir contra ellos, es que son ellos o el resto de los aficionados que son mayoría y a los que hay que proteger.

Eso es lo que está cambiando afortunadamente, eso ya apenas sucede, porque los clubes, como dice Ángel, ya finalmente han tomado conciencia de que ayudar o subvencionar a este tipo de colectivos genera más problemas que beneficios. Y ya, creo que nunca es tarde, han llegado un poco tarde, pero nunca es tarde para esto, ya por fin, ellos, todos los clubes, los dirigentes se han dado cuenta de que a esta gente lo que hay que hacer es eliminarlos y no subvencionarlos. Hombre, los grandes marcan tendencia en ese aspecto, el Madrid con los ultra sur, y el Barça con los por fin dejaron de protegerles, las autoridades se han concienciado del problema, la comisión antiviolencia, la LFP con Teba y esa cruzada yo creo que ya tiene evidentemente la participación obligada y vocacional de los medios y yo creo que ya y la comprensión y apoyo de la sociedad, porque también eso se ha visto como con desdén, parecía que eran los ultras que eran una esquina de la grada, y yo entiendo que un chaval de años anima más que uno de 60, yo soy partidario de la grada

joven, de la animación del ambiente, pero es que eso no es un sinónimo de violencia, de insultos, bueno yo no me mueve nada para defender a los clubes, por supuesto que no, no tengo porque defender a los clubes, lo que sí creo es que jamás los clubes han defendido a estos grupos por ser violentos, es decir, ellos no han defendido la vertiente violenta de su grupo, han defendido que son grupos que les pueden servir al club para crecer, para que sus jugadores se motiven, lo que pasa es que, lamentablemente ese apoyo pues tenía un precio, que es que apoyar este tipo de motivaciones pues implicaba tener que soportar que estos tíos son unos canallas, ¿qué ocurre? que al final, bueno al final en estos días se dan cuenta que trae más cuenta que no te animen tanto porque esto tiene un precio muy alto, el precio muy alto es que la violencia contamina completamente al club y al deporte que en definitiva es el fútbol, y digo el fútbol porque es el deporte que nos mueve en España, es el deporte más seguido, lo que hemos hablado al principio, es el deporte que mueve la afición, las emociones de este país y por lo tanto es ahí donde esta gente encuentran ese escudo.

Si el beisbol fuera el deporte rey en este país, pues imagínate con un bate, de hecho los llevan ya.

Yo es que no soy partidario de juicios generales sobre la profesión, yo entiendo que sí, yo también creo que sí, que haya quién no lo ejerza con la misma contundencia que el resto, y en los últimos años más. El caso de Bueno yo creo que de hecho eso era una cita bélica, es que habían quedado para matarse, y se montan en autobús y se van recogiendo a estos elementos para luego pegarse con los del otro equipo, hay un momento en que tienes que decir o se para o ya ha muerto mucha gente en el fútbol por culpa de los ultras, pero es que la cifra se podía multiplicar.

No sé con quién habéis hablado, está bien que quedéis con grupos ultras para que os cuenten para hacer este reportaje, pero yo creo que todo lo que digan pues podéis tirarlo a la basura porque esta gente no le dice la verdad, no le dicen la verdad ni al medio, son muy mentirosos, de hecho hemos conocido su funcionamiento por cámaras ocultas por reportajes de investigación, cuesta mucho integrarse, porque

ellos lógicamente tienen su blindaje para ser miembros de la secta, porque son así, pero no me creo nada de lo que digan absolutamente.

Sabes cuál es el problema que los más violentos que han hecho los amos, los jefes de las peñas de los grupos, entonces el aficionado que lo que busca es animar y apoyar al final se sienten excluido, el normal sale y se quedan los radicales.

Yo al ultra no le echo cuenta si se pone en contacto conmigo. Ellos emiten comunicados, últimamente ha habido alguno, el que desmentían a ver ido a tal estadio, pero claro que credibilidad tiene el comunicado o la versión de gente que tiene en sus filas amparados a delincuentes. Creo que hay que erradicarlos no echándolos ni la menor cuenta. Son gentuza, son canallas. No nos merecen ningún tipo de credibilidad, si aceptamos sus versiones les estamos dando justificación, ellos se justifican porque cuando se pasan de la raya, ellos mismos tratan de recular, porque claro si se sienten ya identificados pueden tener penas que los excluyan de lo que realmente les gusta, entonces lo que hacen es negar las cosas que hacen, pero ellos disfrutan hasta el momento de que las hacen, después ya negarlo o no negarlo siempre se quitan del medio, son naturalmente las que las hacen las que ejecutan ese tipo de acciones.

Insisto a mí ya me pueden presionar o intentarlo, cualquier comunicación que manden lo que quieren es que se difunda, darle pábulo a algo de los ultras me parece que es darle sitio a una cosa que no es creíble y la prensa no debe contar cosas que no son verdad, que no son creíbles, nosotros contamos hasta lo que creemos que genera credibilidad simplemente y ellos no nos generan ninguna.

La anécdota fue un poquito peliaguda, además era muy joven y por un artículo de opinión, un cabecilla de un grupo ultra me amenazó de muerte y yo no supe que la policía lo estuvo siguiendo a él y a mí durante tiempo, a mí me lo contaron después, porque el individuo al final si tenía antecedentes y creían que podía cruzar la línea de la amenaza a la agresión, yo de eso me entere a posteriori, pero bueno estamos expuestos, es muy fácil dar con nosotros, trabajadores de una empresa pública, comunicadores o sea que no somos detectives privados.

A mí fue cara a cara en el estadio, sí sí, te voy a matar, y bueno afortunadamente había una persona de las fuerzas de seguridad que lo vio y establecieron su mecanismo de vigilancia de protección. Yo en ese momento, no te lo crees. Nosotros estamos expuestos a que nos digan amenazas espontáneas, no te llaman por teléfono, por lo menos a mí, habrá otros periodistas en el punto de mira de esta gente que yo desconozco quienes son, a mí particularmente las cuatro o cinco anécdotas que tengo son cara a cara y porque te han visto en el sitio.

ANEXO 7 -> Entrevista tipo a fuentes policiales

1. ¿Qué piensa sobre el fenómeno ultra en el fútbol español?
2. ¿Predomina el radicalismo ultra en el fútbol con respecto a otros deportes?
3. ¿Cree que es una corriente que se está extendiendo con los años? ¿O está perdiendo fuerza?
4. ¿A qué cree que se debe su irrupción en los últimos años?
5. ¿Soléis tener un trato directo con la cúpula del grupo para así evitar males mayores?
6. ¿Cómo funcionan estos grupos por dentro?
7. Hay muchos partidos que se consideran altamente peligrosos por el posible enfrentamiento entre ultras de ambos equipos, ¿Cómo os preparan para repeler estos posibles enfrentamientos?
8. Desde el punto de vista de la seguridad, ¿Cree que estáis suficientemente preparados para frenar cualquier ataque de estos grupos?
9. ¿Deberían los medios de comunicación hacer más hincapié en este tema? ¿O tal vez lo que quieren estos grupos es que se les dé voz en los medios?
10. ¿Os ponéis en contacto con los medios para cualquier información sobre grupos ultras? ¿O son los medios los que se ponen en contacto con vosotros?
11. Muchos clubes muestran su apoyo a estos grupos con regalos o espacios dentro del estadio, ¿Lo ve adecuado o inadmisible?
12. ¿Son necesarios los grupos ultras en el fútbol?
13. ¿Ha sido amenazado en alguna ocasión por alguno de estos grupos o miembros del mismo?
14. ¿Qué cree que se puede hacer para acabar con estos grupos ultras?
15. ¿Piensa que estos grupos influyen en las decisiones deportivas, económicas o institucionales del club al que pertenecen?

- Entrevista realizada fuente policial:

1. ¿Qué piensa sobre el fenómeno ultra en el fútbol español?
Que es una copia de los antiguos koolligans, que aparecieron por primera vez hace unas décadas en Inglaterra.
2. ¿Predomina el radicalismo ultra en el fútbol con respecto a otros deportes?

Es en el único deporte en que se da este fenómeno, si bien empieza a verse un poco en algún otro deporte, pero no es tan organizado.

3. ¿Cree que es una corriente que se está extendiendo con los años? ¿O está perdiendo fuerza?

Creo que el anonimato de la masa favorece la proliferación de personas que se unen a este movimiento. Las nuevas generaciones, que tienen desencanto a nivel profesional, laboral y falta de rumbo, aprovechan estos movimientos para buscar algo que les una e identifique. La pertenencia o el seguimiento del mismo equipo deportivo hacen que sea fácil el unirse a estos grupos.

Este movimiento creo que tiene idas y venidas en las que sus acciones son más o menos constantes.

4. ¿A qué cree que se debe su irrupción en los últimos años?

Pues, gran parte de que proliferen ahora es gracias a la situación socio-laboral en la que se encuentran muchos jóvenes en las que el deporte, que debería ser una válvula de escape, en esta ocasión juega un papel importante. El anonimato, la masa, la falta de culpa, da alas a las acciones más agresivas.

5. ¿Soléis tener un trato directo con la cúpula del grupo para así evitar males mayores?

Con respecto al trato con la cúpula de los grupos radicales ultras no está entre nuestras prioridades como policías. Si el grupo ultra, además es violento, con más razón para no negociar con ellos. Si bien, si se crea un plan estratégico de actuación determinado por la evolución de ese grupo y sus acciones.

6. ¿Cómo funcionan estos grupos por dentro?

Como funcionan por dentro pertenece a información propia de la Policía, que en caso de revelarse podrá comprometer el trabajo futuro de las unidades intervinientes, por lo que no se nos permite dar datos.

7. Hay muchos partidos que se consideran altamente peligrosos por el posible enfrentamiento entre ultras de ambos equipos, ¿Cómo os preparan para repeler estos posibles enfrentamientos?

Sin dar datos que pudieran comprometer la operatividad de las dotaciones y Unidades intervinientes, si puedo decir que la Policía Nacional intenta estar preparada para cualquier circunstancia, no dando nada por hecho, estando

siempre alerta y vigilante de cualquier dato o circunstancia que pudiera ser importante.

8. Desde el punto de vista de la seguridad, ¿Cree que estáis suficientemente preparados para frenar cualquier ataque de estos grupos?

Si bien se intenta estar preparado para todo, hay que ser conscientes de que es imposible y puede haber algún fallo. Se intenta aprender de ellos y tenerlos previstos para la siguiente intervención, así se consigue una gran especialización.

9. ¿Deberían los medios de comunicación hacer más hincapié en este tema? ¿O tal vez lo que quieren estos grupos es que se les dé voz en los medios?

Los medios de comunicación hacen su trabajo y la Policía el nuestro. Si todos lo hacemos de una manera profesional, no debería de haber ningún problema.

10. ¿Os ponéis en contacto con los medios para cualquier información sobre grupos ultras? ¿O son los medios los que se ponen en contacto con vosotros?

La Policía se distingue por su discreción en los medios de comunicación. Un trabajo bien hecho es lo importante y no que salga o no en televisión.

11. Muchos clubes muestran su apoyo a estos grupos con regalos o espacios dentro del estadio, ¿Lo ve adecuado o inadmisibles?

Un grupo de ultras no debería ser más que un grupo de aficionados a un equipo, por lo tanto la relación con el club será la que quieran. Si bien, un grupo ultra radical violento es otra cosa, es responsabilidad del Club saber la relación que debe tener con esas personas y que puede derivar en alguna responsabilidad también del Club.

12. ¿Son necesarios los grupos ultras en el fútbol?

Son necesarios los aficionados a cualquier deporte.

13. ¿Ha sido amenazado en alguna ocasión por alguno de estos grupos o miembros del mismo?

He presenciado reyertas entre aficionados contrarios y, he detenido aficionados en un encuentro deportivo.

14. ¿Qué cree que se puede hacer para acabar con estos grupos ultras?

Normalmente estos grupos están formados por personas de una edad entre los 20-30 años, que a medida que van creciendo y van teniendo responsabilidad familiar y laboral, abandonan el grupo. La educación, la mejora de la situación

socio-económica fomentan la situación sobre todo laboral, por lo que las personas tienen menos necesidad de pertenecer a un grupo radical violento.

15. ¿Piensa que estos grupos influyen en las decisiones deportivas, económicas o institucionales del club al que pertenecen?

Desconozco si los clubes tienen en cuenta a los ultras para tomar decisiones.

ANEXO 8 -> Entrevista tipo a directivos de clubs

1. ¿Cuál es su visión acerca del radicalismo ultra?
2. Como directivo de una entidad deportiva, ¿Qué relación mantiene la entidad con el grupo ultra?
3. ¿Qué peso tiene un grupo ultra sobre un club de fútbol?
4. ¿Tiene espacio un grupo ultra dentro del estadio? (vestuarios, habitaciones,...)
5. ¿Se refleja en los medios la información tal y cómo acontece en la realidad?
6. ¿Cree que un grupo ultra es vital para el funcionamiento de un club? O en cambio, ¿Solo hacen perjudicar al club?
7. ¿Los clubes facilitan a los medios sobre los grupos ultras?
8. ¿Se le da la suficiente cabida en los medios a las informaciones sobre grupos ultras?
9. El triángulo periodista-directivo-grupo ultra mantiene un contacto frecuente? ¿O suelen los periodistas contactar con vosotros cada cierto tiempo?

ANEXO 9 -> Entrevista tipo a miembro de grupo ultra

1. Como miembro de un grupo ultra, ¿Qué visión tiene acerca del radicalismo ultra en el fútbol?
2. ¿Os identificáis más como un grupo ideológico o como un grupo amante de su equipo?
3. Los grupos ultras no tienen muy buena prensa actualmente, ¿A qué cree que se debe?
4. ¿Cree que muchas de las críticas son injustas? ¿O lo ves como algo normal?
5. ¿Qué relación mantiene un grupo ultra con la prensa?
6. ¿Recibís la atención mediática que os merecéis o no os prestan demasiada atención?
7. ¿Hay censura en los medios con respecto a temas de radicalismo ultra?
8. ¿En las noticias aparece lo que quiere o muchas de las noticias están habladas previamente entre medios de comunicación y grupos ultras?
9. ¿Cómo funciona la organización dentro de un grupo ultra? (por ejemplo, en tu caso)
10. ¿Quién se encarga de ser la voz activa del grupo o de comunicar cualquier cosa a los medios?
11. ¿Conoce a algún miembro de algún grupo que haya presionado a un periodista para que publique algo o para que no lo publique?
12. ¿Cuánto poder tiene un grupo ultra en relación con las decisiones deportivas, económicas o institucionales que toma su club?
13. ¿Tenéis algún tipo de requisito para entrar en vuestro grupo ultra?
14. ¿Estáis ‘hermanados’ con otros grupos de España o de otro país?
15. Es muy común ver a estos grupos antes de un partido quedar entre ellos para hacer una especie de ‘batalla campal’, ¿Cómo lo ves? ¿Has sido participe de este tipo de actos en alguna ocasión?