

LOS DISCURSOS PERIODÍSTICOS DEL NUEVO RACISMO EN EL DEPORTE ESPECTÁCULO¹

AUTORES: Raúl Martínez*, Juan Aldaz, Anaitze Agirre*** y Silvana Luciani*****

COLABORADORES: Itxasne Sagarzazu**, Maitane Arnosó*** y Peio Marin Aierbe*****

* Universitat de Vic

**Euskal Herriko Unibertsitatea UPV/EHU

***SOS Racismo Gipuzkoa

****Centro de Estudios Olímpicos – Universidad Autónoma de Barcelona

La presente comunicación presenta los resultados más destacados del proyecto de investigación-acción sobre la relación existente entre los medios de comunicación de masas y el deporte espectáculo que, anualmente desde el 2008, viene desarrollando el Observatorio de la Diversidad de Sos Racismo con la ayuda del Consejo Superior de Deportes.

La experiencia acumulada en estos años nos ha permitido analizar el tratamiento de la (re)presentación mediática de las minorías étnicas, de las circunstancias de sensibilización y de los procesos y manifestaciones de discriminación o racismo que puedan generarse en el seguimiento mediático de grandes eventos deportivos de primera magnitud como las olimpiadas, los campeonatos internacionales de fútbol y/o la liga española de fútbol profesional, a la vez que proponer medidas de buenas prácticas periodísticas, si es que el resultado de la investigación así lo requiriera.

El proyecto surge de la constatación de una falta de evidencias científicas significativas que refiere Heinemann (2002) y que constata posteriormente Coalter (2009) acerca del papel del deporte como instrumento de integración, así como del reconocimiento de su potencial en tanto que contexto facilitador para “ *...la integración de los inmigrantes y las personas de origen extranjero en la sociedad, y servir de apoyo al diálogo intercultural puesto que el deporte fomenta el sentimiento compartido de pertenencia y participación y, de este modo, puede convertirse, además, en una herramienta importante para la integración de los inmigrantes*” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2007:7).

Al igual que los medios, el deporte también es un poderoso instrumento de transmisión de valores, tanto positivos como negativos, y un instrumento de lucha contra el fenómeno de la violencia deportiva, tal y como señala la Ley 19/2007 “*tiene a menudo una gran repercusión en los medios de comunicación que, en ocasiones, repiten hasta la saciedad los incidentes violentos*”.

¹ Esta comunicación recoge parte de los resultados de las Investigaciones sobre Deporte, Medios e Integración de Minorías que desde Sos Racismo Gipuzkoa se vienen realizando desde 2009 con ayuda del Consejo Superior de Deportes

De lo que no cabe duda es de que el espectáculo deportivo ocupa un lugar especial en nuestra sociedad en tanto que fenómeno de masas y que, hasta la fecha, son mayoría los casos en los que el espectáculo deportivo ha servido, y sirve, como objeto (y no sujeto) mediático al servicio de intereses mercantilistas pero, también, no es menos cierto que son muchos los casos en los que el deporte espectáculo es utilizado para hacer política, bien para enaltecer los símbolos de un Estado y/o Nación, pero también para promover acciones concretas como la lucha contra la violencia, el racismo y la xenofobia en el deporte.

La comunicación que presentamos a continuación resume los resultados principales de los estudios realizados desde 2008. Así, además de presentar de manera sintética el marco teórico elaborado en relación a la triada relativa al deporte, los medios y los procesos de integración (*epígrafe 1*), mostramos los aspectos metodológicos más destacados de nuestra línea de investigación (*epígrafe 2*) y los principales resultados (*epígrafe 3*). Por último, y a modo de conclusión (*epígrafe 4*), mostramos las conclusiones principales en torno a la necesaria corresponsabilización de los agentes implicados en la triada, haciendo especial hincapié en el papel que han de jugar los medios de comunicación.

1. DEPORTE, MEDIOS E INTEGRACIÓN. UNA TRIADA EN CUESTIÓN

No cabe duda de que los medios de comunicación representan y reconstruyen la realidad. Allí donde nuestra propia experiencia no llega, los medios se convierten en nuestra ventana al mundo, nuestra forma de conocerlo. Así, devienen indiscutibles creadores de opinión y son eficaces instrumentos para desmontar, crear, transmitir y/o reforzar estereotipos y tópicos en función de su uso o instrumentalización.

Asimismo, es indiscutible que el deporte es un poderoso instrumento de transmisión de valores, positivos y negativos, tanto desde su vertiente de práctica personal, en tanto que instrumento para la promoción de la mejora de la salud, como elemento de conversación y confraternización... así como desde su vertiente más de espectáculo de amplia cobertura mediática y alternativa relevante de ocio.

Dicho de otro modo, en palabras de Dunning (2003: 11):

“No es necesario demostrar con hechos y cifras que el deporte es importante. Basta ofrecer unos cuantos datos, que no podrán negar las personas indiferentes al deporte ni las que lo aborrecen. Pensemos, por ejemplo, en la atención que los medios de comunicación prestan regularmente al deporte: la cantidad de dinero –público y privado- que se invierte en deporte; el grado de dependencia en la publicidad del negocio del deporte; la mayor implicación del estado en el deporte por razones tan diversas como el deseo de combatir la violencia de los espectadores, mejorar la salud pública o aumentar el prestigio nacional; el número de personas que con regularidad practican deportes o asisten como espectadores, por no hablar de los que dependen directa o indirectamente de él; el hecho de que el deporte funciona como algo afín a una coine que no sólo permite estrechar lazos entre amigos, sino también romper el hielo entre extraños (esto, por supuesto, es sobre todo un fenómeno masculino, aunque vaya cambiando lentamente); el abundante empleo de metáforas deportivas en esferas aparentemente tan diversas de la vida como la política, la industria y el ejército, hecho indicador del eco emocional y simbólico del deporte, y para concluir, las ramificaciones, a nivel nacional e internacional, ‘sociales’ y ‘económicas’*, negativas y positivas, de competiciones internacionales como las Olimpiadas y los Mundiales de fútbol. Ninguna actividad ha servido con tanta regularidad de centro de interés y a tanta gente en todo el mundo.”

El fenómeno deportivo contemporáneo, atendiendo su enorme y creciente diversificación, se muestra difícil de acotar por lo que una de las perspectivas más constructivas podría ser tratar de comprenderlo como un sistema social abierto tal y como lo hacen Puig y Heinemann (1991). Estos autores sugieren que, “si se tienen en cuenta como dimensiones constituyentes la forma como se organizan las actividades deportivas, el modo como se legitiman, las motivaciones de los participantes y los impactos que producen, cabe sugerir cuatro modelos configuradores del deporte contemporáneo (...) competitivo, expresivo, instrumental y espectáculo” (Puig y Heinemann, 1991:126). Así:

- a) El *modelo competitivo* haría alusión al deporte tradicional manteniendo “una reglamentación estricta y universal para todos los participantes, una uniformidad de las estructuras de valores (...), y una estructura organizativa fundamentada en el club (...). Se orienta en su conjunto a la consecución de una meta y se legitima precisamente por los logros alcanzados o que se pretende alcanzar: una medalla, una victoria, la integración social de los marginados, la educación de la juventud...”.
- b) El *modelo expresivo* “(...) engloba prácticas escasamente organizadas y sometidas a procesos constantes de innovación y diversificación (...) se fundamenta en el goce por el presente (...), y en muchos casos, se plantea como una compensación frente a la excesiva planificación de la vida cotidiana. En consecuencia, no se legitima por los resultados a alcanzar, por las realizaciones, sino por la gratificación íntima que cada persona obtiene en su práctica”.
- c) En el caso del *modelo instrumental*, “se espera obtener gratificación por la respuesta que los demás darán ante el cuerpo que uno o una muestra. (...) la preocupación casi obsesiva por la salud o el envejecimiento es un componente muy importante en las motivaciones de quienes practican”.
- d) Por último, el *modelo espectáculo* “tiende cada vez más a regirse por las leyes del mercado...) cuenta con una reglamentación estricta (...) y un cuerpo de profesionales que se ocupan de su cumplimiento (...). Es un modelo orientado al entertainment (...) su fomento se justifica por un afán lucrativo (...), por impulsar el desarrollo de una ciudad o un país (...), por reconstruir identidades en áreas periféricas de grandes áreas metropolitanas (...), por ensalzar las virtudes de un Estado (...), o por la combinación de dos o más de estos argumentos”.

De manera resumida, en definitiva, según Puig y Heinemann se ha de destacar la diversificación como tendencia más relevante del sistema deportivo contemporáneo, dado que “el deporte ha dejado de ser un sistema autónomo y se ha convertido en un sistema abierto con escasa identidad propia y estrechamente conectado a otros sistemas tales como el económico, el educativo, el político...” (Puig y Heinemann, 1991:125).

Haciendo nuestra la clasificación de Heinemann y Puig y, adaptándola a nuestra investigación podemos agruparlos, tal y como sugiere Aldaz (2010), en tres grandes bloques según el nivel de institucionalización del fenómeno deportivo:

- a) *institucionalizado*, que agruparía los modelos competitivo y espectáculo;
- b) *semi-institucionalizado*, homólogo al modelo expresivo;

- c) *para-institucionalizada*, que abarcaría, entre otras prácticas de actividad físico-deportiva, la realizada de manera instrumental.

Asimismo, y siguiendo con Aldaz (2010), dado que el nivel de institucionalización de las diferentes prácticas de actividad físico-deportiva varía a lo largo de la historia, esta dinámica se podría ilustrar a modo de un átomo. En el núcleo del átomo se concentrarían las prácticas deportivas más “clásicas”, las *Institucionalizadas*, de mayor repercusión mediática y mayor reconocimiento social que no genera matices respecto de su carácter de práctica deportiva. Incorporaría todos los deportes espectáculo y de alto rendimiento, en general, que centran nuestro objeto de estudio.

Alrededor del átomo gravitarían, cada vez más alejadas, prácticas físico-deportivas de menor nivel de institucionalización que se podrían agrupar en dos grandes grupos. Por un lado, unas prácticas *semi-institucionalizadas* situadas más cerca del núcleo. Agruparían actividades físico-deportivas practicadas de manera federativa o lúdico-recreativa que comparten, en esencia, las normas de ejecución de las prácticas de actividad físico-deportivas institucionalizadas. Por otro lado, más alejadas del núcleo, encontraríamos las actividades *para-institucionalizadas*, actividades físico-deportivas de nueva creación y/o apenas institucionalizadas a lo largo del tiempo.

El carácter versátil y regenerativo del fenómeno deportivo promueve una diversidad de formas deportivas emergentes que comporta una renovación de perspectivas clasificatorias que posibiliten estudiar esta dinámica y determinar la influencia de los medios en el deporte.

Así, al referirnos a la vinculación entre deporte y medios de comunicación en los procesos de integración, el análisis nos sitúa ante el deporte espectáculo-mediático, más institucionalizado, asumiendo que se trata de un sistema abierto con repercusiones sobre el conjunto del sistema deportivo, y también de la sociedad en su conjunto, porque, tal y como señala Miquel de Moragas Spà “*la responsabilidad de la construcción –(o deconstrucción) de los valores relacionados con el deporte corresponde solidariamente a los nuevos conglomerados formados entre los mass media, (...), los patrocinadores y las organizaciones deportivas*” (Moragas, 2008:1).

Tal y como señala Lleixá (en Lleixá y Soler, 2004:15), si bien es cierto que “el carácter universal del deporte lo señala como una actividad que sirve de nexo entre culturas (...) no podemos mantener dicha afirmación de forma incondicional”. Es decir, el deporte es una herramienta muy adecuada en la promoción de la integración social de las culturas cuando el deporte se plantea como espacio de encuentro y celebración. Sin embargo, la espectacularización del deporte en los medios ha generado diversas circunstancias referidas por Maguire (citado por Lleixá, en Lleixá y Soler, 2004:15) que dificultan su consideración como espacio de convivencia:

- el deporte actual todavía ostenta un carácter masculinizado en el que el poder está en manos de los hombres;
- la élite del poder del deporte ha conseguido incorporar a representantes de otros grandes negocios (gurúes mediáticos, personal de marketing y representantes de corporaciones transnacionales);

- tanto en la formación como en el desarrollo del deporte global actual hemos sido testigos de un aumento de desigualdades dentro de occidente y entre sociedades occidentales y no-occidentales

Es decir, nuevamente se establece la dialéctica de la confrontación entre el deporte como espacio de expresión cultural y convivencia y la consideración espectacular que fomenta el enfrentamiento nosotros-ellos. La encuesta sobre los hábitos deportivos en España del CSD/CIS 2010 realizada por García Ferrando y LLópis Goig (2011) permite observar la consideración social de las potencialidades del deporte como herramienta para la integración social. La mayoría de las personas encuestadas consideran el deporte como un instrumento de integración que facilita el acercamiento entre personas de distintas nacionalidades y culturas, concretamente un 81% de las personas encuestadas (un 80% de las españolas, frente a un 90% de las extranjeras).

Esta consideración, sin embargo, difiere de los resultados presentados por la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (2010) en el estudio "Racism, ethnic discrimination and exclusion of migrants and minorities in sport: the situation in the European Union". Este organismo concluye que el racismo, la xenofobia y otras formas de intolerancia siguen afectando al deporte europeo, incluso en los deportes menos institucionalizados de aficionados.

La conclusión muestra un tratamiento mediático del deporte de alto nivel que destaca por la ausencia de referencias a los procesos de integración y participación sociocultural normalizada de minorías étnicas y por la ausencia de referencias a los procesos de lucha contra el racismo y la xenofobia en el deporte.

2. OBJETIVO GENERAL Y METODOLOGÍA DE LA LINEA DE INVESTIGACION

En el contexto hasta aquí expuesto, el objetivo principal de nuestras investigaciones es analizar el tratamiento que de minorías, racismo, xenofobia y violencia en el deporte se hace en la prensa deportiva y en las secciones deportivas de diarios generalistas. Así, hemos analizado los discursos e imágenes sobre minorías etnoculturales, procesos de integración o condiciones de racismo y discriminación.

Para ello, en los estudios que venimos realizando desde 2008, hemos centrado nuestra mirada en eventos de máxima importancia deportiva y repercusión mediática, tales como, la Eurocopa de fútbol en junio de 2008 celebrada en Austria y Suiza, los Juegos Olímpicos celebrados en Pekín en agosto de 2008, o el mundial de fútbol de Sudáfrica 2010, eventos todos que atraen a millones de seguidores en el mundo y que la prensa especializada y generalista cubre con profusión.

Así pues, consideramos que ofrecen oportunidades inmejorables para hacer un seguimiento eficaz y recabar material suficiente y significativo para elaborar una fotografía fiel y minuciosa del modo en que trabajan los medios escritos la diversidad, el racismo, la xenofobia y la violencia en el deporte.

Aplicando la experiencia de SOS Racismo/Mugak en anteriores trabajos sobre análisis del discurso de los medios en relación al tratamiento sobre la cuestión de minorías etnoculturales, venimos manejando parámetros como las temáticas tratadas en la prensa, etnicidad de los contenidos, terminología utilizada, etc.

Con este propósito, venimos considerando necesario recoger información de prensa especializada y generalista que llegue a todos los rincones del Estado español, por lo que hemos analizado las diferentes miradas teniendo en cuenta que llegue a un público lector potencialmente distinto. Asimismo, otro criterio determinante ha sido el número de lectores de estos diarios. En el caso de los deportivos, que además ha de destacarse que son los más leídos venimos optando por los diarios Marca, As y Mundo Deportivo. Además hemos considerado importante evitar que la fotografía resulte sesgada seleccionando diarios de diferentes empresas editoriales y con un espectro ideológico bien distinto y por ello se ha trabajado con El País, ABC y El Mundo.

El cuerpo del conjunto de estudios que componen esta línea de investigación, ha sido una selección de la producción informativa generada sobre violencia, racismo y/o integración durante la celebración de los mega-eventos deportivos mencionados de los que, a continuación, procedemos a mostrar los principales resultados.

3. PRINCIPALES RESULTADOS

Como primera consideración relevante del análisis del conjunto de textos periodísticos destaca la presencia residual de referencias al racismo más manifiesto. Esta sería una conclusión y característica habitual referida en los estudios sobre nuevo racismo.

Así, los discursos sociales, en general y particularmente los mediáticos, niegan el racismo como condición propia. Además, las actitudes y conductas manifiestamente racistas pueden conllevar una respuesta social de crítica. La estrategia discursiva recurre así a la negación del racismo y su vinculación con grupos externos y reducidos o a formulaciones amparadas en las dificultades de integración como consecuencia de la procedencia cultural o religiosa.

Ahora bien, pese a esta ausencia de referencias racistas explícitas, el racismo solapado en nuevos discursos invita a reflexionar acerca de su grado de vinculación con incidentes de violencia. Este racismo moderno o nuevo racismo, más sutil, se integra en el lenguaje actualizando los argumentos racistas más clásicos y amparados también desde la negación o banalización del racismo y sus manifestaciones. Estos argumentos reiterados sin cesar en los discursos insisten en la relevancia de las diferencias culturales y la imposibilidad de integración de los otros, discursos que inciden en el uso de estereotipos, prejuicios e incluso una idea determinista de las diferentes aptitudes físicas como consecuencia de la raza.

Así, como resultado de nuestras investigaciones, consideramos las siguientes cuatro dimensiones discursivas de lo que definimos como nuevo racismo:

1. *Discursos Patrióticos*
2. *Discursos Bélicos*
3. *Discursos sobre el Mestizaje y las Nacionalizaciones*

Los medios de comunicación, mediante el uso reiterado de estos discursos, pueden estar invitando a la confrontación y reproduciendo estereotipos que refuerzan y legitiman prejuicios que, posiblemente, alimentan el racismo cotidiano asumiéndolo como “natural” de tal manera que logra imponer significaciones e imponerlas como legítimas disimulando las relaciones de fuerza en que se funda su propia fuerza, de tal forma que añade su fuerza propia, propiamente simbólica, a esas relaciones de fuerza (Bourdieu y Passeron, 1977).

Por esta razón, además de las tres dimensiones mencionadas, entendemos que habríamos de hablar de una cuarta dimensión relativa a los (no)discursos sobre el racismo. O dicho de otra manera, esa dimensión relativa a los discursos que se explicitan o no se explicitan y que tienen que ver con el umbral de tolerancia e, incluso connivencia, que se da con respecto a las expresiones racistas en el espectáculo deportivo por parte de los medios de comunicación. Veamos algunos ejemplos representativos de las cuatro dimensiones:

3.1. Discursos Patrióticos

En cuanto a los *discursos patrióticos* se refiere, no cabe duda de que el deporte de espectáculo trata de competición y de enfrentamiento simbólico y, en este sentido, tanto los campeonatos de fútbol internacionales, como los Juegos Olímpicos estudiados, se muestran como marco donde los países subliman sus batallas y guerras figuradas; donde por encima del ¡que gane el mejor!, la idea predominante entre los aficionados de cada país es que ganen los nuestros; donde el patriotismo es el valor predominante en el momento de la catarsis colectiva. Los deportistas, más allá de la proyección de su carrera deportiva, representarían a millones de compatriotas jugándose el honor de toda una sociedad. Un patriotismo que también parecen sentir los deportistas de acuerdo con el artículo de Arantxa Sánchez Vicario: *"subes al podio y sientes bajo las notas de tu himno que no sólo has ganado tú, toda la nación lo ha hecho contigo"* (ABC, 07/08:3).

El delirio periodístico, el sentimiento patriótico y la necesidad de vender llenan las crónicas de signos de admiración. Todo vale en este mundo del espectáculo... menos la sobriedad, como refleja Juan Cruz al comentar la presencia de José Ángel de la Casa en Cuatro *"De la Casa hizo de la sobriedad un modo de contar el espectáculo. Era su estilo. Ahora apetece la narración coral, porque a ello lo ha acostumbrado la radio (...) El cuarteto – Carreño, Maldonado, Camacho, Relaño- convirtieron su retransmisión en la expresión de aficionados contando lo que veían. Su sentimiento era el que había en el salón de casa"*. (AS, 24/06).

Estas manifestaciones de españolismo a ultranza se pueden observar claramente en titulares como el de Marca (10/06) con el texto: *"Deslumbramos al mundo en ciencia, en economía, en gastronomía, en las artes, en el tenis, en el ciclismo, en baloncesto, en motociclismo, en Fórmula 1... Y ahora también queremos ser los mejores en fútbol"*. Y un final con aumentado cuerpo de letra y el texto *"La nueva España"* con la foto de un niño, con un balón y camiseta roja, que nunca vio perder a su selección.

El patriotismo se vincula de manera continuada con el canto que ha calado profundamente entre la afición española y que llega hasta la celebración de la victoria en el Mundial: "Prueba del orgullo recuperado es el canto '¡Yo soy español, español, español!' (As, 15/07/2010:03); "¡Yo soy español...!"; (...) Camacho, el último patriota. Españoles, la Historia nos espera (...) Orgullo en rojo y gualda. (...) ¡¡¡Dios es español!!! (As, 12/07/2010:16); "El honor del país está en juego y debemos salvarlo" (Marca, 24/06/2010:24); "'Yo soy español, español, español'" (As,13/07/2010:04); "¡Vamos España! (Marca, 22/06/2010:13); "Centenares de miles de españoles siguieron el partido (...) cantar clásicos como el archipatriótico "Yo soy español, español, español", la inevitable tonada "¡Que viva España!" o el himno con letra minimalista: "Lolo, lo-lo, lo-lo-lo...". (El País, 08/07/2010:47).



Diario MARCA 10/06/08

De lo que no cabe duda es de que se activa un sentimiento patriótico basado en un “nosotros” que necesita de un “otros” y, más concretamente, un “otros” al que se identifica más que como un competidor, como un enemigo al que hay que vencer porque lo que está en juego, más que la mera demostración de unas mayores o menores destrezas en un deporte u otro, es el honor patrio de un país.

3.2. Discursos Bélicos

Estos discursos patrióticos se relacionan estrechamente con discursos bélicos y sensacionalistas haciendo uso de una visión militar del deporte a través de metáforas e imágenes que, tal y como señala Garland y Rowe (1999) dan amparo a nuevas formas de xenofobia. Así, tanto el fútbol como los Juegos Olímpicos se muestran como sustitutos de un enfrentamiento real y se convierten en base del imaginario colectivo.

Una primera aproximación a los discursos bélicos más frecuentes nos sitúa ante el uso de términos como: “armas”; “estandarte de la selección”; “artillero”; “furia roja”; “el grupo de la muerte”; “el ejército de Hiddink”... También encontramos titulares con palabras como “killer” o “matador”; o que crean expresivas imágenes de violencia: “Italia se viste de cordero mientras afila el cuchillo” (AS, 19/06:25) Un lenguaje que tiende a aumentar la agresividad cuanto más avanza el campeonato. Y “tras la batalla llegó el descanso merecido si se ha salido victorioso.” (Marca, 12/06:14) el descanso del guerrero para “Los ‘héroes’ de Innsbruck” tras la victoria contra Rusia.



Diario AS 16/06/08

En este sentido, observamos como son múltiples las referencias, en los diversos medios, a los enfrentamientos bélicos pendientes a lo largo de la historia. Recuerdan revanchas de la segunda guerra mundial entre Inglaterra y Alemania: *"No son dos equipos, son dos países, dos culturas, dos gigantes obligados a chocar. Basta mirar el siglo XX. A veces se dice que el fútbol es el arte de la guerra por medios deportivos, exageración que suele valer para los partidos entre Inglaterra y Alemania."* (Marca, 24/06/2010:33); *"La rivalidad futbolística entre los dos países comienza de veras tan solo 21 años después de la segunda guerra mundial."* (El País, 27/06/2010:55); *"Hay dos encuentros internacionales que poseen un especial morbo, los duelos de Inglaterra contra Alemania y contra Argentina. Si el fútbol es la guerra por otros medios, un Mundial es una guerra mundial por otros medios. Algunos países prefieren olvidar la última gran guerra, la segunda, la que empezó en 1939 y acabó en 1945. Un par de ellos serían Francia y Alemania. Pero otros no dejan de recordarla, y con regocijo, como por ejemplo los ingleses, para quienes, como Winston Churchill declaró en un famoso discurso, aquel fue "our finest hour", [nuestro momento más grandioso]."* (El País, 26/06/2010:63).

Así pues, no parece descabellado afirmar, tal y como lo hace Stempel (2006) en Europa, los deportes en general y el fútbol en particular, son los espectáculos públicos que reflejan de manera más explícita y mítica la identidad nacional y la masculinidad. Una masculinidad que enfatiza la agresión, la competición, el dominio y la violencia instrumental como refiere Jansen (1994). Estos nuevos ejércitos defienden el honor del país seguidos por la marea roja de la afición y unos periodistas que reiteran titulares a gran cuerpo de letra, con mayúsculas, demasiados puntos de admiración... y concentrando la emoción en el grito de guerra que nos aúna ante el enemigo: *"¡a por ellos, oé!"*.

En resumidas cuentas, el uso de la imagería militar es muy habitual en el planteamiento ofensivo contra los otros. Amparados en la apología de la violencia, estos discursos mezclan patriotismo, celebración y fútbol con historia militar pretendiendo mostrar y representar la victoria futbolística como manifestación de la grandeza de la historia del país. El discurso militar se aplica al fútbol como fórmula que amalgama la identidad del país. Así, el partido entre España y Rusia de la Eurocopa 2008 sería la oportunidad de vengarse de aquella derrota: *“Todos los futbolistas tienen grabado en la mente un campo de batalla marcado con la derrota más dolorosa. Y el ‘Waterloo’ más reciente de la selección española está a miles de kilómetros del Tírol. Concretamente en Gwangyu, en Corea del Sur”*. (ABC, 10/06:77)

3.3. Discursos sobre el Mestizaje y las Nacionalizaciones

En la línea de lo afirmado hasta aquí, Billings y Eastman (2002) afirman que el componente deportivo de los Juegos Olímpicos, y nosotros añadiríamos que en de los campeonatos internacionales de fútbol de primer nivel, es cada vez más secundario frente al sentimiento nacionalista que se tiene de la competición. La población se interesa por sus propios deportistas y tiende a verlos como representación del microcosmos social. Es el referente manifiesto de la clásica dialéctica entre el nosotros y el ellos.

Después de analizar la información deportiva publicada en torno a la celebración de los Juegos olímpicos, la Eurocopa 2008 y el Mundial de Fútbol de 2010, los resultados muestran cómo el principal foco de los discursos sobre inmigración está fundamentado en la presencia y participación de atletas y deportistas nacionalizados.

En los últimos años, los textos periodísticos hablan de diversos estudios realizados por la FIFA para plantear una norma que obligue a los clubes europeos a alinear un mínimo de seis jugadores del país de adscripción. El objetivo sería evitar una llegada masiva de jugadores nacionalizados en las diversas selecciones de fútbol. Esta medida contraviene la normativa comunitaria sobre la libre circulación de trabajadores originada en los años noventa con la sentencia *Bosman* y ratificada posteriormente por la sentencia *Malaja* que crea la categoría de jugadores comunitarios y refuerza la frontera entre jugadores del espacio europeo y extracomunitarios.

Saltándose esta realidad legislativa, los discursos sociales en general y el periodístico en particular, considera extranjeros a los *no nacionales* y recrea el fútbol como trinchera defensiva de la cultura local en supuesto peligro de extinción. Así, se justifica y legitima la retórica de invasión y, como refiere Gil (2001:34) se reproducen tópicos contruidos en torno a la figura social del inmigrante: el problema de la cantidad, la barrera de las diferencias culturales, la defensa de la identidad cultural y nacional o el problema del paro de los nacionales.

Así, por una parte, podemos clasificar los diversos argumentos en torno a la nacionalización como consecuencia natural del proceso migratorio y de la globalización, es decir, una realidad que hemos de asumir con naturalidad. En esta línea argumental se defiende que los deportistas, al igual que el resto de la población, tendrían el derecho a la mejora de la calidad de vida frente a su situación en los países de origen. Said Aouita, histórico plusmarquista marroquí, argumenta esta realidad atendiendo como *“el noveno o el décimo atleta del país no tiene opciones de ir a unos*

Juegos o un Mundial ni de ganar dinero. Es de ley que se puedan buscar la vida en otros países. Pero no creo que sea un problema”².

Por contra, encontramos un discurso habitual que vincula el proceso de la nacionalización como mera compra de medallas para maquillar resultados. Se recuperan discursos que diferencias entre nacionalizados que se alquilan y quienes realmente sienten los colores de su nueva selección. Un discurso que suele complementarse con la supuesta injusticia que supone para los deportistas españoles y extranjeros que sienten los colores de la selección. Así, los discursos expresan la necesidad de “*defensa de lo nuestro*” con metáforas que vinculan al “*excesivo número*”, la “*masiva llegada*” o la “*inaceptable cantidad*” de extranjeros en los campos de fútbol locales. El discurso recupera la situación de peligro de la “*identidad nacional*” al poner en peligro el desarrollo de los jugadores de las canteras de los clubes nacionales y menoscabar así el nivel de los jugadores y el futuro de la selección.

En todo caso, el “reflejo” de una sociedad cada vez más mestiza y multicultural en el deporte sigue generando interpretaciones periodísticas que, lejos de mostrarse normalizadoras, parecen ahondar en los discursos que enfrenta “lo nuestro” a diferentes “riesgos externos”.

3.4. Los (no)discursos sobre el racismo

Una vez revisados estos discursos, generadores de referentes xenófobos y discriminatorios según los múltiples estudios realizados mundialmente en el análisis del lenguaje deportivo, este cuarto apartado recupera los múltiples textos periodísticos que, más o menos directa o difusamente, refieren discursos vinculados con discriminación, xenofobia o racismo en diferentes grados, así como los, digamos, (no) discursos que hacen alusión, al umbral de tolerancia que entendemos está arraigado en el fenómeno del deporte espectáculo actual en cualquiera de sus manifestaciones.

Como primera consideración relevante del análisis de los textos periodísticos publicados durante los mega eventos deportivos analizados, destaca la presencia residual de referencias al racismo más manifiesto. Esta sería una conclusión y característica habitual referida en los estudios sobre nuevo racismo.

Los discursos sociales, en general y particularmente los mediáticos, niegan el racismo como condición propia. Además, las actitudes y conductas manifiestamente racistas pueden conllevar una respuesta social de crítica. La estrategia discursiva recurre así a la negación del racismo y su vinculación con grupos externos y reducidos o a formulaciones amparadas en las dificultades de integración como consecuencia de la procedencia cultural o religiosa.

Los medios han caído en la tendencia a minimizar el racismo, las bromas o el abuso del lenguaje racista reconstruyéndolas como meras expresiones emocionales propias del fútbol. Esta fórmula permite negar nuestro racismo y convierte estos actos en meros “*accidentes*” o ‘momentos de debilidad’ de una mayoría inocente. Para Müller et.al. (2007) esta presentación natural comportaría aceptarla como ‘parte del juego’. Nadie se reconoce racista, los racistas son los “*aislados grupos de aficionados racistas*”. ¡Nosotros no! Los violentos y racistas son los otros y

² Para poner en las referencias: <http://lacomunidad.elpais.com/evelio35/2008/8/14/http-blas-atletismoyalgoms-blogspot-com-2008-08-1380-si-sale>

los medios no reconocen su papel en la reproducción de estereotipos y racismo en la cultura futbolística como refleja Burdsey (2004b).



Diario El País 13/08/08

Durante los Juegos Olímpicos el contenido que centró la atención en torno al racismo resultó ser una fotografía publicitaria de la selección española de baloncesto rasgándose los ojos que fue tachada de racista por diversos medios internacionales. En *As* (15/08:05) aparece la publicidad de SEUR como patrocinador oficial de la selección de baloncesto. El texto no refleja ninguna referencia al gesto. Tres días después, también en el diario *As* (18/08:7) encontramos la publicidad de SEUR con una foto muy similar sin el gesto de los ojos.

Posiblemente, de acuerdo con la definición de nuevo racismo de McCarthy et al. (2003), los discursos tratando de minimizar el gesto de los jugadores son menos rigurosos que el acto mismo.

El diario británico *The Guardian* expresaba en sus páginas: *“No hay intención obvia de molestar a sus compañeros olímpicos en Pekín, pero esta fotografía irresponsable puede crear controversia y podría generar acusaciones de racismo (...) Nadie involucrado en el anuncio parece haberlo considerado inapropiado ni ha contemplado la forma en la que podría ser interpretado en China u otros lugares”*. El texto informativo especulaba sobre la posible influencia de la polémica para escoger Madrid como ciudad olímpica en 2016. En el texto, *The Guardian* recordaba conflictos previos de racismo con participación de españoles: los abucheos a futbolistas negros de la selección inglesa en noviembre de 2004 durante un partido contra la selección española en el Santiago Bernabeu de Madrid; los ataques a Lewis Hamilton en el circuito de Montmeló durante unos entrenamientos previos al comienzo del Mundial de 2008; o cuando Luis Aragonés llamó *“negro de mierda”* a Thierry Henry en un entrenamiento con el jugador gitano José Antonio Reyes.

No obstante, la tónica general es la de ocultar por parte de los medios de comunicación, no sabemos si deliberadamente o no, muchas de las expresiones de carácter xenófobo y racista que

se dan en los terrenos de juego. De hecho, tal y como mostrábamos, muchas de las noticias sobre el racismo en España se traen a la agenda periodística española a través de la defensa que esta hace de deporte español frente a las noticias de racismo en España que se publican en otros países, entrando en una especie de defensa, una vez más, de lo “nuestro”.

Este hecho nos confronta a la idea del (no)discurso sobre el racismo, o dicho de otra manera, a la reflexión en torno al umbral de tolerancia de los medios de comunicación respecto a este fenómeno del nuevo racismo, y el papel que han de jugar en relación al mismo asumiendo una responsabilidad social que, a nuestro juicio, les compete.

En el estudio llevado a cabo a lo largo de 2011 se dio un caso de especial interés en torno a los (no)discursos en relación a Jonás Ramalho, “...el primer jugador de raza negra del Athletic” (Marca.com, 20/11/2011) donde, tal y como señalase el periodista Ramón Trecet en su blog 13T de Marca al respecto, se confrontaba al gremio periodístico, pero también a la sociedad en su conjunto, sobre si “¿es noticia que sea noticia?”.

Más allá de una respuesta afirmativa o negativa respecto de la misma, no cabe duda de que ante un mismo hecho emergen diferentes discursos e interpretaciones que van desde aquellas que tratan de analizar el hecho desde una normalidad a aquellas que tratan de incidir en su excepcionalidad confrontando ambas, no obstante, el mismo argumento desde diferentes prismas, a decir, el color de piel del jugador.

Esta noticia, si bien puntual, generó una ardua discusión en los comentarios de los lectores internautas y dejó de manifiesto la irresponsabilidad de un diario de gran tirada, en el uso del lenguaje, recriminado por algunos comentarios pero también, y en mayor medida, relativizado por otros.

4. CONCLUSIONES

En definitiva, cabe retomar de nuevo la pregunta de Ramón Trecet sobre si “¿es noticia que sea noticia?” este fenómeno de los nuevos racismos en el tratamiento periodístico del deporte espectáculo en relación a la integración. A nuestro entender, de lo que no cabe duda es de que la triada deporte, medios e integración, se muestra tremendamente conflictiva y, por los ejemplos mostrados y, el conjunto de la experiencia adquirida a lo largo de estos años, nos invita a seguir ahondando en la misma.

Tal y como señalan Durán y Jiménez (2006:4) la mayor parte de los países europeos han centrado sus proyectos en la prevención del racismo en el fútbol y no tanto en la prevención del racismo mediante el fútbol.

En esta línea de trabajo, los autores identifican tres posibles líneas de actuación. Por una parte, proyectos que promueven conductas apropiadas en el campo y las gradas; en segundo lugar, proyectos de concienciación mediante la divulgación informativa; y, finalmente, proyectos que se promueven desde refuerzos negativos o sanciones, y refuerzos positivos o incentivos. Es en esta última categoría en la que los medios de comunicación cobran un papel relevante atendiendo preferentemente los incidentes de violencia y no las medidas preventivas.

La Ley 19/2007 de 11 de Julio contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte español expresa que las noticias vinculadas al conflicto y la violencia, “*tienen a menudo una gran repercusión en los medios de comunicación que, en ocasiones, repiten hasta la saciedad los incidentes violentos*”. Sin embargo, los resultados de nuestros estudios muestran lo contrario, es decir, la atención mediática hacia las situaciones de violencia es escasa y muy vinculada a la violencia racista de aficiones extranjeras. Y el seguimiento de la respuesta institucional se reduce a informar de medidas policiales y de seguridad ante partidos en los que se esperan ‘posibles incidentes’.

No hay duda de que la violencia racista complica los procesos de integración y la exclusiva (re)presentación del deporte desde posiciones vinculadas al conflicto, el patriotismo y a los discursos bélicos que promueven el enfrentamiento contra el otro aleja el deporte de utilidad como instrumento para la promoción de una sociedad más inclusiva y para luchar contra la intolerancia, el racismo, la violencia.

Por último, entendemos que la presente línea de trabajo ha de profundizar en el hecho de que los sujetos implicados en el espectáculo deportivo, sobre todo los medios de comunicación, los deportistas y equipos con proyección mediática, pero también los seguidores e instituciones políticas, hemos de ser considerados como sujetos activos, es decir, agentes y corresponsables a la hora de promover valores más cívicos a través de la regeneración de los criterios del sentido de espectáculo del deporte. Es ahí donde cada uno de nosotros, relacionados de manera más o menos directa con el espectáculo deportivo, podemos asumir nuestra corresponsabilidad en reconstruir el sentido de espectacularidad del deporte.

5. BIBLIOGRAFIA

Agencia para los Derechos Fundamentales de la Unión Europea UE (2010). *Racism, ethnic discrimination and exclusion of migrants and minorities in sport: the situation in the European Union*. Recuperado el 02/12/2011, de http://fra.europa.eu/fraWebsite/research/publications/publications_per_year/2010/pub-racism-in-sport_en.htm

Aldaz, Juan. (2010). *La Práctica de Actividad Física y Deportiva (PAFYD) de la población adulta de Gipuzkoa como Hábito Líquido*. Leioa/España: Servicio Editorial de la UPV/EHU

Billings, Andrew C. y Eastman, Susan Tyler. (2002). Selective representation of gender, ethnicity, and nationality in american television coverage of the 2000 summer Olympics. *International Review for the Sociology of Sport* 37/(3-4), págs.: 351-370.

Bourdieu, Pierre y Passeron, Jean Claude. (1977). *La reproducción: elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Barcelona/España: Laia.

Coalter, Fred. (2007). *A wider social role for sport. Who's keeping the score?*. New York/EEUU: Routledge.

Comisión de las Comunidades Europeas (2007). *Libro Blanco sobre el Deporte*. Recuperado el 01/12/2011 de http://ec.europa.eu/sport/white-paper/doc/wp_on_sport_es.pdf

De Moragas, Miquel. (2008). *Comunicación y deporte en la era digital. Sinergias, contradicciones y responsabilidades educativas*. Recuperado el 03/12/2011, de http://portalcomunicacion.com/both/temas/mp_deporte_mdm.pdf

Dunning, Eric. (2003) *El fenómeno deportivo, Estudios sociológicos en torno al deporte, la violencia y la civilización*. Barcelona/España: Paidotribo.

Durán, Javier y Jiménez, Pedro Jesús. (2006). Fútbol y racismo: un problema científico y social. *Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, V. 2, Nº 3, págs.: 68-94.

Garland, Jon y Rowe, Mike. (1999) War Minus the Shooting? Jingoism, the English Press, and Euro 96. *Journal of Sport and Social Issues*, 23, págs.: 80-95

García Ferrando, Manuel y LLópis, Ramón. (2011). *Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010. Ideal democrático y bienestar personal*. Madrid/España: CSD/CIS.

Gil, Sandra. (2001) Identidad, Fútbol y Fronteras. Acerca de la sentencia Bosman. *Mugak*, 16/3, págs.:31-37.

Heinemann, Klaus. (2002). Deporte para Inmigrantes, ¿Instrumento de Integración? *Apunts, Educación física y deportes*, 68, págs.: 24-35

Jansen, Sue Curry. (1994). The sport/war metaphor: Hegemonic masculinity, the Persian Gulf War and the new world order. *Sociology of Sport Journal*, 11, 1-17.

Lleixá, Teresa y Soler, Susanna. (2004). *Actividad física y deporte en sociedades multiculturales. ¿Integración o segregación?*. Barcelona/España: ICE-UB.

McCarthy, Daniel J., Jones, Robin L. y Potrac, Paul A. (2003). Constructing images and interpreting realities the case of the black soccer player on television. *International Review for the Sociology of Sport*, 38, págs.: 217-237

Müller, Floris, Van Zoonen, Liesbet y de Roode, Laurens (2007). Accidental Racists: Expressions and Experiences of Racism in Local Amsterdam Soccer. *Soccer and Society*, 8 (2/3), págs.: 335-350.

Puig, Nuria y Heinemann, Klaus. (1991). El deporte en la perspectiva del año 2000. *Papers*, 38, págs.: 123-141.

Stempel, Carl. (2006). Televised Sports, Masculinist Moral Capital, and Support for the U.S. Invasion of Iraq. *Journal of Sport and Social Issues*, 30, págs.: 79-106.