

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Introducción.....	1
2. Problema de investigación.....	3
2.1 Objetivos.....	5
2.2 Objeto de estudio.....	7
3. Marco teórico.....	7
3.1 Géneros periodísticos	
3.1.1 Definición.....	9
3.1.2 Evolución histórica.....	10
3.2 La crónica	
3.2.1 Definición.....	13
3.2.2 La crónica deportiva.....	15
3.2.3 Estructura y características.....	17
3.2.4 El lenguaje de la crónica deportiva.....	17
3.2.5 El cronista como testigo de los hechos.....	18
3.3 Periodismo deportivo	
3.3.1 La parcialidad en la crónica periodística.....	20
3.3.2 Códigos deontológicos que regulan el ejercicio periodístico.....	25
3.3.3 Relevancia social del periodismo deportivo.....	26
3.4 El fanatismo en el periodismo deportivo	
3.4.1 Definición de fan y evolución histórica.....	27
3.4.2 Contribución de los medios de comunicación en la construcción del fenómeno fan.....	29
3.4.3 Elementos que identifican el tratamiento fanático en la crónica futbolística.....	30
4. Metodología.....	31
4.1 Revisión bibliográfica.....	35
4.2 Entrevista cualitativa al jefe de redacción de la sección de deportes.....	38
4.2.1 Elaboración del modelo de entrevista al jefe de redacción de la sección de deportes.....	39
4.3 Entrevistas cualitativas a cronistas deportivos.....	40
4.3.1 Elaboración del modelo de entrevistas a cronistas deportivos.....	40
4.4 Entrevistas cualitativas a lectores de prensa deportiva.....	43
4.5 Cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva.....	45

4.5.1	Definición del universo y determinación de la muestra del cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva.....	45
4.5.2	Características del cuestionario base: modelo de preguntas y respuestas y escala de medición.....	46
4.5.3	Propuesta de cuestionario base para lectores de prensa deportiva	47
4.6	Análisis cualitativo de crónicas de partidos de fútbol del Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona.....	48
4.6.1	Definición del universo y concreción de la muestra de crónicas seleccionadas para el análisis cualitativo.....	48
4.6.2	Herramienta metodológica para el análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas.....	51
4.6.2.1	Variables de identificación.....	53
4.6.3	Interpretación de los resultados.....	57
4.6.4	Guión para el análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas....	61
5.	Resultados.....	62
5.1	Resultados de las entrevistas cualitativas realizadas a los cronistas deportivos	
5.1.1	Análisis temático.....	62
5.1.2	Categorías para el análisis temático.....	62
5.1.3	Análisis de las entrevistas cualitativas realizadas a los cronistas deportivos.....	63
5.2	Resultados de las entrevistas realizadas a los lectores de prensa deportiva.....	79
5.2.1	Análisis de las entrevistas cualitativas realizadas a los lectores de prensa deportiva.....	80
5.3	Resultados del cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva.....	81
5.3.1	Análisis de los resultados extraídos del cuestionario base.....	82

5.4 Resultados del análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas.....	87
6. Conclusiones, discusión y nuevas líneas de investigación.....	98
6.1 Conclusiones.....	98
6.2 Discusión y nuevas líneas de investigación.....	100
7. Bibliografía.....	105
8. Anexos.....	110

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS

Tabla 1. Competición y partidos de fútbol del Fútbol Club Barcelona y el Real Madrid.....	50
Tabla 2. Calendario de competición.....	51
Tabla 3. Tendencias de representación del fanatismo.....	59
Tabla 4. Entrevistas a cronistas deportivos.....	63-77
Tabla 5. Reconocimiento del tratamiento fanático en el cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva.....	84
Tabla 6. Tratamiento fanático identificado por los lectores de prensa deportiva en el cuestionario base.....	85
Tabla 7. Tipo de fanatismo representado en las cuatro cabeceras de prensa deportiva: Sport, Mundo Deportivo, Marca y AS.....	96
Tabla 8. Fragmentos de crónicas publicados por el Mundo Deportivo y el Sport....	97

FIGURAS

Figura 1. Esquema de las tendencias fanáticas y grado de fanatismo.....	60
Figura 2. Tendencias fanáticas identificadas por los lectores.....	83
Figura 3. Identificación del tratamiento fanático.....	84
Figura 4. Categorización del tratamiento fanático en los fragmentos de crónicas deportivas.....	86
Figura 5. Portadas de Sport, Mundo Deportivo, AS y Marca del día 4/12/2016..	91
Figura 6. Tendencias fanáticas representadas en Sport, Mundo Deportivo, Marca y AS.....	95

1. INTRODUCCIÓN

El paso del tiempo todo lo cambia. La periodicidad de objetos, momentos y personas es incuestionable. Esta fugacidad también es evidente en el periodismo. En los últimos 20 años, la profesión periodística ha evolucionado a un ritmo desenfrenado, abandonando prácticas rutinarias e incorporando nuevas formas de trabajo basadas en las tecnologías de la información y comunicación. A estos cambios también han tenido que adaptarse los profesionales de la información, quienes responden no sólo a los intereses del medio sino también de la sociedad.

Los periodistas buscan e inventan nuevas maneras de trabajar. Ya no sólo les interesa mantener su puesto de trabajo sino que ahora también intentar cautivar a una comunidad de lectores cada vez más difusa y lo hacen a través del reconocimiento mediático que consiguen creando personajes públicos. En la actualidad, se ha vuelto mucho más importante la tarea de fidelización a la audiencia que años atrás y eso se debe al cambio tecnológico que ha revolucionado tanto las formas de difusión como de consumo de la información.

Esta evidencia ha impactado con fuerza en el periodismo deportivo español donde ahora todo puede resumirse en tres palabras: fútbol, Barça y Madrid. La competencia entre medios de comunicación deportivos provoca que las empresas se guíen más por las cifras que por la calidad de los contenidos, algo que conlleva a prácticas profesionales que no todos los periodistas comparten.

La necesidad del medio y del periodista por atraer y mantener la atención de los lectores ha provocado que varios profesionales de la información asuman roles, mediante personajes mediáticos que ellos mismos crean, con la intención de ser reconocidos públicamente y fidelizar a un grupo de lectores. En el campo del periodismo deportivo, más concretamente dentro del género crónica, esta práctica se identifica a través del posicionamiento fanático del periodista, donde éste asume posiciones favorables hacia un equipo en deterioro del adversario. El auge de los shows y espectáculos televisivos, como el Chiringuito, ha acelerado este proceso y ha

provocado que cada vez sean más los periodistas que se sumen a la ola del posicionamiento fanático.

Resulta necesario entender los últimos cambios que se han producido en el periodismo deportivo y conocer si el tratamiento fanático aplicado por un cronista deportivo se ha convertido en una nueva estrategia de comunicación dirigida a fidelizar más audiencia.

En el presente trabajo, por tanto, aspiramos a comprender qué está ocurriendo en el panorama actual del periodismo deportivo y para ello analizaremos si realmente el tratamiento fanático aplicado en el género de la crónica deportiva puede considerarse una estrategia de fidelización hacia la audiencia y si, en la actualidad, es una herramienta que utilizan: Sport, Mundo Deportivo, Marca y AS.

En las próximas páginas trataremos de entender qué es la crónica y cuáles son sus características, en qué consiste el fanatismo y de qué maneras puede identificarse a través de una crónica futbolística y haremos un último repaso teórico sobre cómo los medios de comunicación han contribuido en la construcción del fenómeno fan. Esta primera parte del trabajo será una revisión teórica de los diferentes estudios e investigaciones que se han hecho alrededor de nuestro objeto de estudio y que explicaremos en breve.

Más adelante, pasaremos a exponer la metodología que utilizaremos durante la investigación y que nos permitirá dar respuesta a algunos o todos los objetivos planteados al inicio del estudio. Para terminar, aplicaremos tales herramientas metodológicas y, a partir de ahí, procederemos al análisis de los resultados y finalizaremos el trabajo con el apartado de conclusiones, discusión y nuevas líneas de investigación.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En toda investigación es necesario identificar el problema a investigar, es decir, aquello a lo que aspiramos a dar una respuesta. Bien, en el presente trabajo el problema de investigación se sustenta bajo tres pilares.

El primero de ellos es la crónica, entendida como uno de los géneros periodísticos más utilizados en el ámbito deportivo debido a la mayor libertad del periodista a la hora de redactar su pieza periodística. Marín Montín (2000) defiende que la crónica dota al periodista de cierta libertad en su redacción, ya que se pueden tratar varios temas sin abandonar el principal.

El segundo elemento es el fenómeno fan. Esta terminología se ha construido a lo largo de los años sin acabar de encontrarse una definición única ni absoluta, puesto que los cambios sociales, históricos y políticos han contribuido a que el término "fan" haya adquirido progresivamente un nuevo significado en función de las características de cada época histórica. "El fenómeno fan ha sufrido una evolución constante y diversificada en función del contexto social, histórico y político de la época" (Enseñat Guerra, 2014). Sin embargo, tomando como referencia a la Real Academia Española (2016), se entiende por fan aquella persona "Que defiende con tenacidad desmedida y apasionamiento creencias u opiniones, sobre todo religiosas o políticas".

Y, para terminar, el tercer elemento son las estrategias de fidelización. En el ámbito periodístico, al igual que en otros muchos campos, la fidelización de la audiencia se ha convertido en un aspecto clave y diferenciador de muchas empresas mediáticas. Por ello, muchas de éstas han optado por desarrollar técnicas para reforzar y atraer un mayor flujo de consumidores. En el caso de la prensa escrita, de lectores.

Tras conocer los tres pilares básicos de esta investigación, es preciso aclarar que el problema de investigación de este proyecto consiste en conocer si actualmente los cronistas deportivos emplean, conscientemente o inconscientemente, un posicionamiento favorable hacia algún equipo de fútbol que, a la vez, conduce a un tratamiento fanático representado en la crónica a través de elementos formales y de contenido. Además, también aspiramos a responder si este tratamiento fanático del

periodista en las crónicas futbolísticas se utiliza como estrategia de fidelización a la audiencia y si los lectores, a su vez, son capaces de reconocerlo y, de ser así, si hacen una valoración positiva o negativa al respecto.

El auge del periodismo deportivo ha incrementado tanto en los últimos años que se han llegado a transgredir muchas de las premisas básicas del periodismo. "La ética en la prensa deportiva actual parece brillar por su ausencia, pues a la presión de la empresa informativa debemos añadir el forofismo de los propios profesionales" Gómez Bueno (2010: 02). Por ese motivo, hemos creído oportuno investigar en qué estado se encuentra el periodismo deportivo en lo que respecta a la transgresión o no de los códigos deontológicos de la profesión y en la parcialidad o no del periodista. También, es importante tener en cuenta que el género de la crónica es uno de los más abiertos y flexibles, con lo cual, la maleabilidad de las piezas periodistas que se insertan en este género son muy variadas y fácilmente los periodistas pueden sobrepasar ciertos límites. "Consideramos que todo intento tendente a encerrar a la crónica en unos límites fijos, no sólo sería un error sino también un ataque a su polivalente esencia. Uno de sus rasgos definitorio es precisamente esa polisemia inherente, es decir, la versatilidad que muestra para adaptarse a las diferentes formas de contar un hecho, bien sea histórico, literario o periodístico" (Gil González, 2004).

De ahí que también surja la necesidad de realizar un estudio de tales características.

Por otro lado, el fenómeno fan ha crecido mucho en los últimos años y se ha instaurado en una sociedad que ha normalizado el uso y entendimiento de este término gracias a la aportación de los medios de comunicación. "Los fans no son sujeto de adoración hacia algo porque sí, sino que existen unos factores determinantes que intervienen en la construcción de este fenómeno, así como son los medios de comunicación" (Enseñat Guerra, 2014).

Por eso, no resulta extraño hablar de comportamientos fanáticos en el ámbito deportivo y, sobretudo, en el fútbol. "La relación entre los medios de comunicación y el deporte en sí es cada vez más estrecha y más dinámica. Los medios de comunicación ven en los deportistas un instrumento proveedor de éxito para la concreción de sus respectivos objetivos. Los *mass media* son un factor trascendental para la construcción

del fenómeno fan" (Enseñat Guerra, 2014:26).

Es necesario comprobar si esta realidad va acompañada de la necesidad del periodista por "vender" más e incrementar el flujo de lectores. "Por tanto, parece que la producción mediática de los ídolos del deporte, lejos de difundir la práctica deportiva, ha generado justamente lo contrario. Su efecto se ha limitado a intensificar la industria publicitaria y de productos deportivos, es decir, más que deportistas han creado consumidores" (Sánchez y Flores, 2012). Además, el posible tratamiento fanático que aplica el periodista en las crónicas futbolísticas es un campo todavía inexplorado y no existe ninguna herramienta que permita valorar si una crónica futbolística recibe o no un tratamiento fanático. Por la novedad y las pocas investigaciones que se han trazado alrededor de este ámbito consideramos oportuno empezar a construir una aproximación, tanto teórica como de carácter práctico, en esta área del periodismo deportivo.

Para terminar, es necesario aclarar que el principal aporte de mi investigación será metodológico, puesto que la finalidad de la misma consiste en presentar diferentes formas de abordar el objeto de investigación a partir de la construcción de instrumentos metodológicos que puedan servir para futuras investigaciones en este mismo campo.

2.1 OBJETIVOS

En el siguiente apartado definimos los objetivos a los que pretende dar respuesta esta investigación. Hemos diferenciado los objetivos en explorativos, descriptivos, explicativos y metodológicos. Los primeros permiten acercarnos al objeto de estudio y conocer mejor en qué estado se encuentra la temática a tratar. Los segundos permiten identificar los aspectos relacionados con el objeto de estudio. Los terceros van más allá y aspiran a entender ciertos comportamientos relacionados, nuevamente, con el objeto de estudio. Y, por último, los objetivos metodológicos pretenden dar respuesta a los objetivos planteados en las fases anteriormente mencionadas mediante el diseño de una metodología que combina técnicas cualitativas y cuantitativas.

1. Explorativos

- Investigar qué se ha publicado acerca del fanatismo
- Identificar qué se ha publicado acerca de la práctica periodística de los cronistas deportivos
- Conocer si el abordaje de un periodismo deportivo fanático es una temática novedosa
- Identificar la necesidad por la cual es importante investigar y analizar esta área o no

2. Descriptivos

- Definir qué es la crónica y cómo ha evolucionado hasta hoy
- Identificar las características de la crónica deportiva
- Definir qué es el fenómeno fan
- Identificar los aspectos formales que permiten identificar el fanatismo en las crónicas deportivas
- Identificar los aspectos de contenido que permiten identificar el fanatismo en las crónicas deportivas

3. Explicativos

- Conocer si los periodistas emplean de forma consciente un tratamiento fanático en sus crónicas futbolísticas
- Conocer si los periodistas emplean de forma inconsciente un tratamiento fanático en sus crónicas futbolísticas
- Conocer si el tratamiento fanático del periodista en la crónica futbolística se emplea como elemento de fidelización de la audiencia
- Conocer si los lectores de crónicas futbolísticas identifican el tratamiento fanático del periodista deportivo

- Conocer si los lectores hacen una valoración positiva o negativa del tratamiento fanático de los periodistas
- Averiguar si los lectores que valoran positivamente el uso del tratamiento fanático en las crónicas futbolísticas continuarían consumiendo tales piezas periodísticas

4. Metodológicos

En cuanto a los objetivos metodológicos, desarrollaré técnicas cualitativas que nos ayudarán a diseñar una herramienta metodológica que permita localizar y estudiar los elementos que forman parte del objeto de estudio de esta investigación para comprobar si los cronistas deportivos emplean un tratamiento fanático en sus piezas como estrategia de fidelización a la audiencia.

2.2 OBJETO DE ESTUDIO

Para aclarar la índole de esta investigación, previamente es necesario explicar cuál será el objeto de estudio de la misma. Para el presente trabajo, identificamos como objeto de estudio aquellos elementos de carácter formal y de contenido que están presentes en una crónica futbolística y permiten identificar un tratamiento fanático por parte del periodista que redacta la pieza periodística.

Para conseguir dicho propósito, trataremos de establecer los parámetros que permitan identificar dicho tratamiento fanático en la crónica futbolística y, consecuentemente, daremos respuesta a cómo reaccionan los lectores de las crónicas deportivas, centrándonos en si perciben o no el tratamiento fanático del periodista y si hacen una valoración positiva o negativa al respecto.

3. MARCO TEÓRICO

En este apartado realizaremos una aproximación teórica a las diferentes disciplinas, estudios e investigaciones que se han realizado relacionadas con las cuestiones que forman parte del objeto de estudio que nos atañe en el presente trabajo, que es el estudio de los elementos que permiten identificar un tratamiento fanático en una

crónica futbolística como estrategia de fidelización a la audiencia. Toda la información y datos que recuperemos servirán como punto de partida para encauzar nuestro estudio y construir, a medida que se recoge más información, el presente marco teórico.

En primer lugar, abordaremos la investigación grosso modo, repasando los diferentes géneros periodísticos que han aparecido y se han consolidado a lo largo de la historia. A partir de aquí, iremos avanzando hasta entrar a conocer en detalle el género crónica y su aplicación en el campo del periodismo deportivo. También se ha creído oportuno estudiar el estado en el que se encuentra el periodismo en relación con los códigos deontológicos, puesto que un posible tratamiento fanático de los cronistas deportivos podría incurrir en la transgresión de algunas de estas normas y es importante conocer hasta qué punto es legítima la aplicación del fanatismo en el ejercicio periodístico. Pese a que este no será nuestro principal objetivo ni tampoco un elemento fundamental del objeto de estudio, si se ha considerado necesario hacer una mención teórica a esta cuestión y ver qué se ha publicado sobre ello.

Como nuestra investigación girará en torno al concepto de crónicas deportivas futbolísticas, también se ha considerado oportuno conocer más sobre este deporte y la repercusión mediática que tiene en España.

Para concluir con este apartado, conoceremos el concepto de fanatismo y su uso en el periodismo deportivo. Creemos necesario estudiar este fenómeno porque es parte del objeto de estudio de la investigación y, además, porque nos servirá para recopilar información que posteriormente se tendrá en cuenta a la hora de diseñar la herramienta metodológica que se aplicará durante el análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas.

3.1 LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Los géneros periodísticos clasifican las piezas periodísticas en distintas categorías dependiendo de su estructura y objetivo. Por eso, dedicaremos las primeras páginas del marco teórico a conocer su definición y evolución histórica. Esto nos ayudará a empezar a reconocer las características del género crónica.

3.1.1 Definición

Estamos acostumbrados a encontrar definiciones de términos que nos facilitan la comprensión de tales conceptos, ya que tratan de exponer de forma clara e inequívoca su significado. Sin embargo, no siempre es posible establecer definiciones claras, absolutas y precisas sobre un término, lo que provoca que ese concepto sea interpretado de forma ambigua y su significado dependa del valor que cada uno le otorgue.

Eso mismo ocurrió con el término 'género periodístico'. Desde los inicios del periodismo, este concepto se ha transformando y ha evolucionando, incorporando y desechando atributos que hasta algún momento lo caracterizaban. Ahora, cuando oímos hablar de géneros periodísticos podemos entenderlos de diferentes maneras y es lógico teniendo en cuenta que son varias las aportaciones de diferentes autores que han tratado de concretar este concepto.

"La interpretación periodística de la realidad se expresa a través de una gama de modos y convenciones, que son los géneros periodísticos" (Moreno Espinosa, 2000).

Martínez Albertos (1974) también hace una interpretación parecida "podrían definirse los géneros periodísticos como las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva".

Mientras que Javier Rey (1988) opina que "los géneros periodísticos serían como una red que el colectivo profesional de los periodistas lanza sobre eso que llamamos «el mundo», para racionalizarlo y explicarlo, y la teoría y sus categorías -la de que existen los géneros periodísticos, y la de que son estos, y no cualesquiera otros-, expresarían ese esfuerzo para conseguir que la malla sea cada vez más fina".

Pese a las discordancias entre los tres autores anteriores, mantienen en común ciertos elementos que nos permite llegar a la siguiente conclusión: los géneros periodísticos son estructuras en contenido y forma que adoptan una serie de características y orientan al lector a entender el tipo de pieza que tiene ante sí.

Además de la definición, también debemos tener presente las características que definen a los géneros periodísticos.

En primer lugar, uno de los atributos más importantes es su valor comunicativo, ya que es capaz de generar nexos de unión entre emisor y receptor. "Toda comunicación implica la participación de dos individuos como mínimo: un emisor y un receptor. La comunicación, pues, constituye un acto de interrelación social. Todo acto de comunicación implica la codificación de un mensaje y la producción de unas señales por parte del emisor, a partir de las cuales el receptor decodifica el mensaje que le envía aquél" (Gómez Fernández, 1988).

Esta relación entre emisor y receptor se puede reforzar si el periodista tiene claro los objetivos que desea alcanzar a través de su pieza. De ahí que, dentro de los géneros periodísticos, exista una distinción entre el valor informativo y opinativo de la pieza. "En el periodismo podemos encontrar dos vertientes principales: la interpretación (opinión) y la información" (Moreno Espinosa, 2000).

3.1.2 Evolución histórica

A la vez que se producen cambios en el periodismo y en las rutinas de trabajo de los profesionales de la información, también evolucionan los géneros periodísticos, aunque no siempre lo hacen al mismo ritmo. Con el paso de los años, los diferentes géneros han incorporado nuevas características en suplencia de otras anteriores y han procurado adaptarse a las circunstancias del espacio y tiempo de cada momento.

Cebrián Herreros (1992) sostiene que "la estructura de los géneros puede verse modificada por su evolución como consecuencia de la existencia de un proceso interactivo con el entorno social y obviamente con la audiencia".

Santamaría (1994) "Los géneros periodísticos son el resultado de un largo proceso histórico de trabajo colectivo. Estudiar cómo se hace una noticia, un reportaje, una entrevista una crónica, una crítica, un artículo, un editorial es más que seguir la disciplina de unas normas. Es comprender la función de un texto, de un medio".

Moreno Espinosa (2000) también considera que estos cambios responden a necesidades sociales. "Los géneros periodísticos cumplen diferentes funciones para responder a las necesidades sociales".

Cabe recordar que estos cambios en los géneros periodísticos fueron acompañados de la evolución del periodismo y el ejercicio de los periodistas.

Ángel Benito (1973) estableció tres etapas que marcaron la historia del periodismo. Distingue el periodismo a partir de 1850 en tres etapas: el periodismo ideológico, el periodismo informativo y el periodismo".

Cada una de estas etapas responde, a la vez, a un contexto socio-político y económico determinado. El periodismo ideológico perduró hasta el final de la primera guerra mundial, con lo cual, sus funciones fueron muy diferentes al segundo tipo de periodismo (informativo) que apareció en 1870. Y, por consiguiente, la tercera clase de periodismo tampoco cumplió con las mismas funciones que los dos anteriores ya que nació a partir de la Segunda Guerra Mundial.

Todo esto nos demuestra que el periodismo, así como los diferentes géneros que lo definen, ha evolucionado adaptándose a las necesidades y reclamas del ámbito social, político y económico del momento.

Además, estos cambios también se han trasladado a las relaciones emisor y receptor. Tradicionalmente, la comunicación entre ambos sujetos era direccional sin posibilidad que el receptor respondiera al emisor, pero en la actualidad esta comunicación ha cambiado y ha pasado a ser bidireccional.

Otro aspecto importante a tener en cuenta cuando hablamos de géneros periodísticos es que el uso de los géneros no viene definido por un tema o suceso, sino que viene dado por los elementos que el periodista integra de forma consciente y voluntaria en

su pieza. Por ese motivo, resulta muy complicado encontrar géneros periodísticos puros que se ciñan al completo a las características de ese determinado género, ya que cada periodista aplica las normas que definen a ese género en función de varios elementos, como la experiencia, pensamientos, conocimientos, etc.

Aún así, debemos entender los géneros periodísticos como estructuras preparadas para orientar al lector en la lectura de las diferentes piezas periodísticas, ofreciéndoles información sobre aquello que pueden esperar de ellas. "Los géneros que no son más que convenciones necesarias y útiles, pero convenciones, al fin y al cabo, sirven para orientar al lector acerca de aquello que puede esperar del texto, a través no sólo del fondo sino también de la forma. Pero eso no quiere decir que en un determinado texto se le ofrezca sólo información o sólo opinión" (Armañanzas y Díaz Noci, 1996:42).

Por lo tanto, la época histórica, el contexto social y económico así como el estilo personal del periodista, se convierten en factores que inciden en la redacción de las piezas periodísticas e inevitablemente moldean las estructuras de los géneros. Por eso, autores como Cebrián Herreros (1992: 361-362) entienden que los géneros periodísticos no deben ser interpretados como estructuras rígidas, sino todo lo contrario. "No es nunca un corsé rígido, sino una horma flexible".

Por todo lo visto, cuando hagamos mención al término género periodístico nos estaremos refiriendo a estructuras que actúan como moldes y se construyen a partir de un seguido de normas que rigen su contenido y forma. Además, estas normas y reglas evolucionan con el paso del tiempo, de modo que pueden llegar a incorporar y/o deshacerse de ciertas características que hasta un momento determinado les habían definido. Por ese motivo, podemos llegar a entender que pese que dos periodistas apliquen un mismo molde, entendiéndose a este como género periodístico, el resultado final jamás será el mismo.

3.2 LA CRÓNICA

3.2.1 Definición

La definición del género crónica también se ha ido consolidando con el paso del tiempo, pero sigue sin existir una definición absoluta para este concepto. Varios autores han aportado distintas propuestas con la intención de definir este género periodístico y, aunque coinciden en algunos aspectos, hay ciertos elementos y características que sólo algunos le atribuyen.

A continuación, revisaremos distintas aportaciones de algunos autores que han trabajado el género crónica y han procurado establecer una definición para este término. Pero antes, repasaremos el origen etimológico de la palabra crónica.

Crónica procede del término griego *chronos*, que significa tiempo. De ahí que varios autores describan este género como una narración crónica de los hechos acontecidos. "El tiempo es la primera dimensión que encierra el concepto de crónica, cuya expresión formal procede del término griego *chronos*, que significa tiempo" (Moreno Espinosa, 2000).

Mariano Cebrián (1992) entiende la crónica como "la información sobre unos hechos ocurridos durante un período de tiempo desde el lugar mismo o próximo a donde han ocurrido por un informador que los ha vivido como protagonista testigo o investigador y que conoce las circunstancias que lo rodean".

Para Martínez Albertos (2001) consiste en un género híbrido que entremezcla la información con valoración personal. Para este autor, los géneros informativos se enmarcan dentro de la información y el reportaje objetivo, mientras que la crónica y el reportaje en profundidad los incluye dentro del periodismo interpretativo.

Sin embargo, la discusión acerca de qué es una crónica se acentúa en el momento en el que entramos a valorar si es un género marcado por el valor informativo, opinativo o bien una combinación de ambos (género híbrido). Hay autores que sostienen que en la crónica resulta inevitable que el periodista utilice términos valorativos y haga una interpretación de los hechos. Sin embargo, también hay quienes creen que tal interpretación subjetiva del periodista jamás puede desligarse de la realidad observada

y debe estar siempre justificada.

Para Casasús (1999:93) "la crónica es un género en el que se mezclan ingredientes narrativos y elementos argumentativos o valorativos".

En la misma línea que este autor opina Martín Vivaldi (1987:127), quien concibe dicho género puramente subjetivo. "Se trata de narrar los hechos a través de una subjetividad, de colorear con nuestra propia apreciación al tiempo que se van narrando; de fundir relato y comentario en la misma frase". No obstante, también reconoce que uno de los componentes que debe integrar tal género periodístico es la información: "obligación informativo-noticiosa-valorativa".

Rafael Yanes Mesa (2006) también entiende la presencia de elementos subjetivos en la crónica y, pese a que opina que el hecho relatado es objetivo, piensa que está elaborado con un vocabulario rico y personal que lo alejan del periodismo estrictamente informativo.

Son muchos autores que coinciden en otorgarle un carácter personal y subjetivo a la crónica periodística sin olvidar que se trata de un género que debe velar por un objetivo principal: narrar los hechos y la realidad observada.

Martín Vivaldi (1998) opina que el género crónica se somete a su núcleo comunicativo. Por lo tanto, para este autor cualquier crónica debe someterse al valor informativo evitando en todo momento servir unos determinados intereses.

Martínez Albertos (1983), pese a que opina bajo la misma línea, también acentúa la necesidad de libertad estilística del periodista. "El estilo de la *crónica* debe ser directo y llano, esencialmente objetivo, pero, al mismo tiempo, tiene que plasmar la personalidad literaria del periodista que la firma".

Y, mientras que las opiniones que se han construido alrededor del concepto de crónica son variadas y no siempre coincidentes, también surge la necesidad de otorgarle al género atributos para caracterizarlo.

"La mayoría de los autores que han estudiado el género de la crónica coinciden en otorgarle un cúmulo de características que intentan conciliar las propiedades ambiguas de un género híbrido por naturaleza" (Moreno Espinosa, 2000).

Y la misma autora diferencia estas características en tres grupos: "limitación del suceso en el tiempo y en el espacio, la necesidad de testimoniar el relato con la presencia in situ del informador y la inclusión de juicios valorativos procedentes del cronista en la propia narración de los acontecimientos" (Moreno Espinosa, 2000).

Sin embargo, los atributos que se mencionan no son estables. Las características de una crónica responden a distintos factores, como la temática o el suceso que abordan. No obstante, para nuestra investigación, solo trataremos de conocer las características que definen a la crónica deportiva. En los próximos apartados se desarrollarán en detalle estos elementos.

3.2.2 La crónica deportiva

La crónica en el ámbito deportivo surge de la necesidad e interés social por conocer los triunfos y derrotas de los distintos eventos deportivos.

"Puede decirse que hasta los años setenta, el deporte mantenía una cierta autonomía respecto de los medios. Estos influían en el deporte del mismo modo que podían influir sobre otras instituciones sociales, como la economía, la política o la cultura. Pero estas influencias cambiaron radicalmente con las transmisiones en directo, cuando los medios desbordaron el ámbito de la información "sobre el deporte" por empezar a ser protagonistas, ellos mismos, de "la producción" del deporte. Desde este momento, los medios no sólo fueron intérpretes o informadores de las actividades deportivas, sino que se convirtieron en sus auténticos coautores" (De Moragas, 2007: 09).

Paralelamente, apareció una nueva manera de entender y hacer periodismo. Las estrategias y técnicas de redacción quedaron fuera de lo convencional puesto que el deporte exigía innovación con la finalidad de acaparar un mayor flujo de audiencia. "Son cada vez más las universidades, grupos de investigación e iniciativas profesionales las que han empezado a tomar más en consideración las técnicas y estrategias que desde los medios deportivos se emplean para enganchar al fan/usuario, así como los nuevos modos de contar, presentar y distribuir los contenidos, y hacer comunidad" (Rojas Torrijos, 2016).

Desde entonces, el periodismo deportivo creció y sus estrategias narrativas fueron expandiéndose hacia otras modalidades periodísticas.

Por lo tanto, entendemos la crónica deportiva como "el seguimiento y relato de una competición deportiva, de un equipo o deportista" (Naranjo de Arcos, 2011).

No obstante, el evento deportista, equipo o suceso debe seguir siendo el elemento principal de la crónica y el periodista debe aprender a utilizarlo como hilo conductor.

También hay autores que opinan que la redacción de una crónica deportiva puede optar por el tratamiento de asuntos secundarios, relacionados con el principal, aunque sin desprenderse de éste (Marín Montín, 2001).

Además, el periodista juega con la libertad estilística que caracteriza a este género lo que dota a la crónica de un valor literario y cercano al lector. "La define como un "género de escape" en el que se pueden encontrar las virtudes literarias y culturales del periodista deportivo; una visión diferente y complementaria a la información más pura y que es bien recibida por los lectores" (Marín Montín, 2001).

Hernández Alonso (2003:45-46) entiende la crónica deportiva como "el género donde el lenguaje del deporte adquiere toda su grandeza y personalidad [...] Las expectativas del lector han de ser atendidas siempre y el periodista debe construir su crónica con esa obligación, que, sin duda, determina los contenidos y las formas".

Este investigador, que dedicó parte de su carrera al estudio de las crónicas deportivas, también identifica diferencias en cuanto a contenido y forma. Destaca la formación de subcódigos que proceden de otras disciplinas sociales, discurso redundante y recursos retóricos.

Para terminar, agencias de noticias como EFE (1992) defienden que en el género de la crónica deportiva debe prevalecer un lenguaje claro y conciso, acompañado de frases breves y evitar usar adjetivos que no añadan valor al texto. Pero al tratarse de una agencia de noticias, sus valoraciones no se aplican de igual modo que en otros medios de comunicación.

3.2.3 Estructura y características

En cuanto a la estructura de la crónica, se distingue entre el titular, tipográficos, la entradilla y el cuerpo de la crónica. Y en lo que se refiere a las características que definen al género, básicamente prevalecen los adjetivos, sinónimos, adverbios, comparaciones, metáforas, personificación y otros recursos literarios (Hernández Alonso, 2003).

Para Yanes Mesa (2006) el elemento más importante en cualquier crónica, sea de la temática que sea, es el título. "La titulación es el principal medio para atraer al lector" (Yanes Mesa, 2006).

El autor sostiene que es fundamental diferenciar bien entre las partes de la crónica y, sobretudo, hacerlo entre los elementos de titulación y el cuerpo. "En la crónica se distinguen claramente sólo dos partes: la titulación y el cuerpo. Como componentes de la primera se pueden contemplar el título -que puede tener antetítulo y subtítulo-, y el *lead* -que en su defecto hace su función el primer párrafo-. El *lead*, aunque con la función de atraer al lector que lo caracteriza en todo género, no debe incidir en el hecho noticioso, y es aconsejable que contenga recursos literarios originales". (Yanes Mesa, 2006)

3.2.4 El lenguaje de la crónica deportiva

El lenguaje periodístico también ha evolucionado y ha procurado adaptarse a las circunstancias y necesidades del momento. El periodismo deportivo se caracteriza por utilizar un vocabulario concreto y específico de la materia y eso ha abierto varias investigaciones donde diferentes autores han estudiado el lenguaje deportivo.

"El lenguaje deportivo se ha granjeado una consideración mayor entre lingüistas por su capacidad para crear constantemente palabras, significados y expresiones nuevas y, consecuentemente, por su repercusión positiva en la evolución del idioma". (Rojas Torrijos, 2013)

Por otro lado, los cronistas deportivos actúan con mayor libertad durante la redacción de su pieza, por lo que resulta aún más difícil definir un esquema estilístico universal.

No obstante, en las diferentes investigaciones que se han hecho sí han encontrado rasgos estilísticos y léxicos que son característicos de las crónicas deportivas.

Alicia Naranjo de Arcos (2011: 94-95) enumera en su tesis doctoral una serie de características propias del lenguaje periodístico deportivo aplicado a la crónica y justifica el uso reiterado de recursos retóricos y recursos lingüísticos concisos y concretos.

Algunos de los elementos que aparecen con mayor frecuencia en las crónicas deportivas son García Candau (1990):

- Tendencia a la opinión
- Terminología inglesa
- Vocablos propios de la terminología bélica

Para Naranja de Arcos (2011), los recursos retóricos son una gran herramienta para el cronista deportivo puesto que aportan expresividad sin alterar la claridad y legibilidad (2011:95).

Esta autora también identifica como características del lenguaje periodístico deportivo (2011:96) el uso ornamental de adjetivos, las redundancias expresivas y la tendencia a la connotación y subjetividad.

Y, para terminar con este apartado, recuperaremos otra de las aportaciones que se han hecho alrededor del lenguaje periodístico en el deporte. Guerrero Salazar (2005) identifica las siguientes características:

- Tendencia al uso de elipsis
- Enumeración y yuxtaposición
- Repetición de palabras
- Abuso de atributos
- Uso de perífrasis

3.2.5 El cronista como testigo de los hechos

Una de las principales diferencias entre el reportaje y la crónica, que a menudo suelen ser géneros que se confunden, radica en la presencia del periodista en el lugar de los hechos. Para que una crónica pueda ser considerada como tal es imprescindible que el periodista esté presente en suceso que describe e interpreta. Una de las definiciones de

cronista la elaboró Cebrián Herreros (1992) quien entiende que es "un historiador del lugar, un notario de los hechos especialmente cualificado, un profesional que recodifica una realidad de la que ha sido testigo con la intención de transmitirla a un público disperso y heterogéneo. La redacción final responde a impresiones aprehendidas por el cronista y a las consideraciones generales diseñadas por el medio, sean formales, técnicas o estilísticas".

Moreno Espinosa (2000) también atribuye la presencia del cronista como un elemento clave. "La crónica posee un valor testimonial, ofrece la visión de unos hechos que el informador ha presenciado, una visión avalada por la autoridad del periodista".

Así pues, el cronista debe presenciar el suceso o evento sobre lo que espera escribir, puesto que de no hacerlo la pieza periodística jamás podría ser considerada como crónica.

3.3 EL PERIODISMO DEPORTIVO

Después de repasar la evolución histórica del periodismo, de los géneros periodísticos, de entender el concepto de crónica y su aplicación al campo deportivo así como sus características y estructura, pasamos al siguiente punto en el que recuperaremos información relativa al concepto de periodismo deportivo.

Por la naturaleza de la investigación que nos atañe y el objetivo principal de la misma, identificar el posible tratamiento fanático del cronista deportivo como estrategia de fidelización a la audiencia, nos interesa recopilar información sobre tres aspectos que inciden en la práctica actual periodismo deportivo: la parcialidad, los códigos deontológicos de la profesión y la relevancia social del periodismo deportivo.

Castro Molina (2013) entiende el periodismo deportivo como "la forma del periodismo que informa sobre temas relacionados con el deporte y los certámenes deportivos del interés de la opinión pública regional, nacional o internacional. Mientras en muchos medios de comunicación los periodistas dedicados al reportaje deportivo son llamados los profesionales del juego, en realidad esta área ha crecido en importancia a medida

que el deporte mismo se ha convertido en un poder económico e influyente".

Y en cuanto al periodista deportivo lo define como "cualquier otro reportero y deben encontrar historias más allá de simples reportes dados a ellos por los equipos deportivos, instituciones o los entrenadores. Los periodistas deportivos deben verificar los hechos que les son consignados. Por lo general equipos, organizaciones deportivas y entrenadores cancelan credenciales de periodistas o medios que publican o emiten informaciones imprecisas o tendenciosas" Castro Molina (2013).

3.3.1 La parcialidad en la crónica periodística

El periodismo deportivo ha evolucionado notablemente en los últimos años y los cambios que se han producido en sus estrategias comunicativas han impactado en la audiencia, en el caso de la prensa deportiva en los lectores, provocando un preocupante estado de desinformación. Javier Gómez Bueno (2014:11) lo describe como "la pretendida imparcialidad de la prensa, elemento clave en la función social de la información, está bastante denostada en la comunicación deportiva. Los intereses de tirada y audiencia provocan que las gerencias periodísticas traten de agradar a sus posibles lectores y, sin disimulo, se posicionan hacia los equipos de su ciudad y de sus potenciales destinatarios".

No debemos olvidar que el periodismo deportivo también debe ajustarse a las normas éticas del ejercicio periodístico dado que es habitual desligarse de las mismas. "La ética en la prensa deportiva actual parece brillar por su ausencia, pues a la presión de la empresa informativa debemos añadirle el forofismo de los propios profesionales" (Gómez Bueno, 2014). Es evidente que el valor que añade el periodista a la crónica deportiva provoca que el lector se convierta en un sujeto pasivo sin capacidad de tener un juicio crítico propio.

Esta situación, cada vez más común entre los medios de comunicación, responde a intereses editoriales que buscan aumentar el número de lectores hacia sus respectivas cabeceras. "Consideramos que es necesaria e imprescindible que, para que el periodismo pueda cumplir con su labor social, este tipo de prácticas deberían ser erradicadas de la misión informativa. Normalmente estas prácticas se llevan a cabo

para fidelizar a un determinado tipo de seguidores, aquellos que son aficionados del mismo equipo hacia el que se es parcial por parte del medio, y asegurarse de esta forma el consumo de la información ofrecida" (Gómez Bueno: 2014).

No obstante, antes de conocer con más detalle este aspecto pasaremos a entender las diferencias ente objetividad, parcialidad y subjetividad.

Según la Real Academia Española, entendemos objetividad como la "cualidad de objetivo" y/o "perteneciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir". Por lo tanto, la objetividad es el ejercicio que consiste en comunicar la realidad tal y como es. Pero lo que ocurre es que esta realidad jamás será igual para todos, puesto que dependerá de los ojos que la observen y la interpretación que hagan de la misma. Por lo tanto, la objetividad absoluta jamás se alcanzará, pero el periodista sí debe velar por intentar plasmar la realidad de forma sensata.

Autores como Jareño (2009: 61) opinan que jamás se conseguirá un periodismo ideal, puesto que partimos de la base que la objetividad absoluta no existe, pero eso no justifica que el periodista no vele por narrar los hechos de la forma más parecida a la realidad que observa.

"El periodismo deportivo debe manejar una ética. Se debe manejar con idoneidad pues quienes la practican tienden a ponerse la camisa de ciertos equipos, a no tener equilibrio informativo, a bajar y subir el prestigio de un jugador o de un equipo en cuestión de segundos. El periodismo deportivo debe tener profesionales capaces de analizar el deporte como más que una simple información, verlo desde lo religioso, lo cultural, lo formativo, sociológico, psicológico, ético, político y social" (Ariel Clarenc, 2011).

En el momento en el que el periodismo integra los colores de un equipo en su redacción pierde credibilidad en términos de objetividad y se acerca al incumplimiento de algunos Códigos Éticos de la profesión. "Los intereses de tirada y audiencia provocan que las gerencias periodísticas traten de agradar a sus posibles lectores y, sin

disimulo, se posicionan hacia los equipos de su ciudad y de sus potenciales destinatarios" (Gómez Bueno, 2014).

A partir de este momento se vuelve decisivo identificar aquellos elementos presentes en las crónicas deportivas que vinculan al cronista con un posible tratamiento fanático.

Para llegar a entenderlo, será necesario que previamente hagamos una aproximación al concepto de parcialidad.

Según la Real Academia Española, entendemos parcialidad como el "designio anticipado o prevención en favor o en contra de alguien o algo, que da como resultado la falta de neutralidad o insegura rectitud en el modo de juzgar o de proceder". Por lo tanto, la falta de neutralidad es el elemento que rige el comportamiento de aquel que ejerce la parcialidad.

Este concepto suele emplearse como sinónimo de subjetividad, pero no significan lo mismo. La Real Academia Española lo entiende como "cualidad de subjetivo". Considerando esta definición, buscamos el significado de subjetivo y la RAE (2016) lo define como: "perteneciente o relativo al modo de pensar o de sentir del sujeto, y no al objeto en sí mismo".

Como ya adelantábamos, son definiciones diferentes aunque es cierto que mantienen un aspecto en común: el sujeto que realiza la acción de juzgar y valorar un suceso, elemento u otro concepto siempre viene precedida por la condición (pensamientos, experiencias, conocimientos, etc.) de su persona.

Pese a la conexión entre ambos conceptos, para el presente trabajo tomaremos como referencia el concepto de parcialidad y no el de subjetividad, puesto que en el primero la acción se ejerce de manera consciente y premeditada "designio anticipado o prevención en favor o contra de alguien o algo" (RAE, 2016).

Recuperando el concepto de crónica, se genera un debate alrededor de este género en el momento en el que entramos a valorar el grado de imparcialidad que impregna el periodista en su pieza periodística. "Lo que parece ser el principal motivo de controversia en la crónica es su carácter híbrido, esa ambivalencia del género que hace que la información de los hechos reales y noticiables se mezclen continuamente con la interpretación y el comentario que de ellos hace el cronista" (Moreno Espinosa, 2000).

Para llegar a interpretar el grado del que hablábamos y valorar, así, si se ciñe o no a las normas éticas que rigen el ejercicio periodístico, es necesario que las valoraciones que se incorporen en la narración de los hechos queden justificadas y jamás desligadas del suceso. "Toda valoración que se haga en la crónica debe quedar supeditada a la exposición e información de los hechos. Es esta premisa, que se impone como una norma insalvable en algunos libros de estilo como el del diario El País, la que distingue a la crónica de cualquier otro género periodístico" (Moreno Espinosa, 2000).

Pero recordemos que la imparcialidad no debe confundirse con la subjetividad, puesto que tal y como hemos señalado antes, la subjetividad dota a la redacción de un carácter único. "La visión personal que siempre aporta esa especie de «notario de los hechos» en que se convierte el cronista es la que permite al medio diferenciar su oferta informativa de la de otros medios que se surten exclusivamente de las noticias de agencia o que están supeditados a las versiones de los hechos que dan las emisoras o periódicos más acreditados" (Moreno Espinosa, 2000).

Sin embargo, son muchos los periodistas que coinciden en afirmar que la valoración personal que se emplea de manera consciente a la hora de redactar una crónica no siempre es la mejor estrategia.

A pesar de ello, los propios periodistas conciben el estilo personal como un elemento enriquecedor para la pieza periodística, ya que logra establecer un nexo de unión y confidencialidad entre periodista y lector. "Otra de las características de la crónica es su regularidad que da lugar a que un mismo autor, un mismo tema o un mismo espacio de referencia se repitan con frecuencia. Esta repetición termina creando en el lector de la crónica un vínculo de familiaridad que sólo es comparable en periodismo al que se establece entre los columnistas y su público. El beneficio es mutuo: el destinatario se conforma al oír esa visión de los hechos que en tantas ocasiones le ha agradado; el cronista se permite la libertad de escribir en un estilo llano, directo, desenfadado, como si se tratase de una correspondencia epistolar entre viejos amigos. El autor de crónicas se convierte así en algo mucho más importante para el lector que un reportero ocasional, se transforma en un confidente" (Moreno Espinosa, 2000).

Pero para la presente investigación, solo valoraremos la parcialidad del cronista deportivo entendiéndola como un elemento que se desprende del posible tratamiento fanático.

Manuel Ángel Martín López (2009: 38) se opone al uso de la parcialidad, puesto que desde su punto de vista deteriora el valor y el ejercicio periodístico. "Los medios ni son, ni pueden ser objetivos, si es que la objetividad existe, pero mi experiencia es que la posible deformación de la realidad va más en la dirección de atraer lectores o espectadores que en la de apoyar una u otra ideología, y la excesiva parcialidad no consigue grandes tiradas".

Igual que Javier Gómez Bueno (2014:11), quien afirma que "la pretendida imparcialidad de la prensa, elemento clave en la función social de la información, está bastante denostada en la comunicación deportiva. Los intereses de tirada y audiencia provocan que las gerencias periodísticas traten de agradar a sus posibles lectores y, sin disimulo, se posicionan hacia los equipos de su ciudad y de sus potenciales destinatarios".

Por último, Hernández Alonso (2003: 16) opina que "el periodista jamás será tachado de parcialidad, se parte de ella, como si fuera normal o connatural al espectáculo deportivo, por ello no duda en utilizar cualquier instrumento para dar brillantez a sus textos, porque él también es un forofo, tal vez el más importante, el que tiene que enseñar a sentir los colores a los demás". Por lo tanto, considera que la imparcialidad es una cualidad que no se puede desligar del periodismo deportivo.

El debate surge en el momento en el que entramos a valorar si el periodismo deportivo debe aceptar estas conductas, puesto que en el marco del Código de Ética Periodística de la UNESCO se defiende la necesidad de actuar en busca de la veracidad, la objetividad y exactitud. "Será derecho del periodista luchar por el libre acceso a las fuentes públicas y privadas de información, para comunicar e interpretar los hechos con objetividad, veracidad y exactitud". (UNESCO, 1994).

Las opiniones y aportaciones de los autores son muy variadas, pero todos coinciden en afirmar que la parcialidad desvirtúa, en todos los casos, el valor de la pieza periodística y, en nuestra investigación, de la crónica deportiva.

3.3.2 Códigos deontológicos que regulan el ejercicio periodístico

La profesión periodística acumula una serie de normas y principios bajo los cuales deben actuar los profesionales de la comunicación con el objetivo de velar por una información veraz y objetiva. Así queda reflejado en el artículo 3 del capítulo 1 del Código de Ética Periodística: "Art. 3.- Será derecho del periodista luchar por el libre acceso a las fuentes públicas y privadas de información, para comunicar e interpretar los hechos con objetividad, veracidad y exactitud" (UNESCO, 1994).

Pero bien, además de este principio los periodistas también deben velar por el cumplimiento de muchos otros que igualmente afectan en el desarrollo de su labor.

En el campo de la prensa deportiva esta necesidad se acentúa puesto que en los últimos años la información deportiva ha sido criticada por su falta de credibilidad e imparcialidad, mostrando un tratamiento informativo contrario al del Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE).

Uno de los artículos más vulnerados por la prensa deportiva es el 7, el cual augura la necesidad de mantenerse neutral y no expresar la afinidad de los periodistas hacia un determinado equipo o jugador. "Debe, finalmente, y con carácter general, evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral" (González Jiménez, Guadarrama Rico, Suárez Villegas, 2016).

En la misma línea lo defiende el artículo 12 del Código Deontológico de Periodistas de Catalunya (2016): "Actuar con especial responsabilidad y rigor en el caso de informaciones u opiniones con contenidos que puedan suscitar discriminaciones por razones de sexo, raza, creencia o extracción social y cultural, así como incitar al uso de la violencia, evitando expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física o moral".

El resultado de una práctica periodística irresponsable y que abandona los principios del Código Deontológico del Periodismo deriva en un estado de malestar social y desinformación. Según Javier Gómez Bueno (2014:09) "los informadores deportivos se

convierten en meros aficionados que llevan a cabo una labor de desinformación y que hacen bajar los niveles de credibilidad de la prensa y de confianza de la ciudadanía en ellos".

De ahí que surja la necesidad de defender un periodismo deportivo responsable y alejado de la tendencia actual aborde del sensacionalismo. "Los periodistas deben ser más sensibles a la hora de publicar sólo declaraciones parciales, para conseguir una noticia, pues su impacto en la sociedad puede tener graves consecuencias en los aficionados más forofos" y sigue así "un periodista no debe comportarse como un aficionado más, en virtud a su compromiso informativo con la sociedad" (Gómez Bueno, 2010:08).

Por otro lado, hay autores que se manifiestan en contra del ejercicio periodístico que se está llevando a cabo en el campo del deporte, puesto que perjudica a la profesión periodística al no respetar algunos de los principios que estipula el Código Deontológico (1999:48) "la prensa deportiva actual, al perder la posición de imparcialidad, se convierte en panfletos nacionalistas o localistas en defensa de sus equipos y deportistas sin respetar los códigos deontológicos".

Pero esta tendencia *in crescendo* responde, según Alcoba (1999), a dos factores que vienen marcados, el primero de ellos, por vivir en la misma ciudad de alguno de los equipos sobre los que el periodista escribe y el segundo, por promover la rivalidad entre seguidores de los dos equipos, consiguiéndolo a través de sus redacciones.

3.3.3 Relevancia social del periodismo deportivo

El deporte se ha convertido en uno de los ámbitos periodísticos con un mayor número de lectores. A raíz de esto, la práctica del periodismo deportivo ha crecido extendiéndose a la mayoría de medios de comunicación. "El periodismo deportivo es hoy día un área informativa sobresaliente por su enorme proyección social y su gran capacidad para movilizar el interés de los ciudadanos" (Rojas Torrijos, 2014).

La relevancia del periodismo deportivo nace por su capacidad de cohesión social. "El periodismo deportivo se ha convertido en un elemento de cohesión de las sociedades

contemporáneas a las que presta un servicio público y con las que se identifica cultural y emocionalmente, cumpliendo así su función de constituirse como un instrumento civilizador y constructor del tejido social" (Rojas Torrijos, 2014).

Sin embargo, el auge del periodismo deportivo ha ido acompañado del surgimiento de prácticas periodísticas que han olvidado el auténtico sentido de la profesión y han propiciado el valor comercial de ésta. Los intereses económicos son el reflejo del periodismo deportivo y ello ha conllevado a un rápido deterioro de la información deportiva. De ahí que se intente promover un periodismo deportivo honesto y se dejen de lado las preferencias y afinidades con uno u otro deporte, club o jugador.

3.4 EL FANATISMO EN EL PERIODISMO DEPORTIVO

"Los periodistas deportivos han de producir herramientas y desarrollar funciones encaminadas a retener los lectores y hacer además que su alcance sea cada vez mayor" (Rojas Torrijos, 2016). Esta es la tendencia actual que llevan a cabo los medios de comunicación quienes prefieren incorporar a profesionales capaces de atraer un mayor flujo de lectores en lugar de atender a las normas de responsabilidad ética del periodismo y velar por la calidad de los contenidos. Los medios quieren vender y crecer económicamente y por eso buscan y desarrollan estrategias enfocadas a alcanzar tal fin.

Una de las herramientas más utilizadas en la actualidad es el posicionamiento fanático del periodista respecto a un equipo, jugador o deporte. En el campo del deporte, esta tendencia es cada vez más popular y usual, configurando redes de opiniones entre los lectores cada vez más machacadas y sesgadas por la falta de parcialidad informativa que aplican los medios de comunicación.

3.4.1 Definición de fan y evolución histórica

El término fan nace en las sociedades aristocráticas y el origen del concepto aparece por primera vez en Estados Unidos a finales del siglo XIX (Busquets, 2012).

El concepto de fanático procede de la lengua latina "fanaticus" y en la antigüedad era un término asociado a la religión y pertinencia al templo. No obstante, la aplicación de fan se ha expandido en diversos campos adentrándose con mucha intensidad y furor en el deporte. "Se denota una realidad fanática no tan sólo en un campo, sino en la afectación de varios, como es en la política, el deporte y la música [...] Uno de los campos en los que más incidencia perpetúa este estudio es en el deporte" (Juan Francisco Enseñat, 2014).

Sin profundizar todavía en el término *fan* en el ámbito del deporte, la palabra por sí misma significa, según la Real Academia Española (2017), "persona que defiende con tenacidad desmedida y apasionamiento creencias u opiniones, sobre todo religiosas o políticas".

Otros autores, como Busquets (2012) definen el término *fan* como "persona activa dentro de sus actividades de ocio. Muestra un carácter más participativo y se convierte en creador de contenidos".

Y de la palabra fan nace el fanatismo. Para Teresa Sánchez (2003) se trata de una "construcción cognitiva, emotiva y conductual acerca de algo, sea una idea, una teoría, una actividad o un objetivo, que se propugna y se defiende con excesivo fervor y que convierte lo parcial y sesgado en global y absoluto, pertrechándose de un nudo de argumentaciones racionales para justificar las actitudes hostiles e intransigentes que emanan de dicha construcción y que genera una praxis belicosa, frecuentemente violenta, respecto a todo aquello o aquellos que no participan de la misma".

Pues bien, el fenómeno fan, entendido como fanatismo, también tiene su aplicación en el campo del deporte. Bousquet (2010) el término de fanatismo puede extrapolarse a distintos ámbitos, como el deporte, la religión, la política, los medios de masas, etc.

Enseñat Guerra (2014), en su tesis doctoral, entiende que "el fanatismo deportivo hace referencia a aquellos incondicionales seguidores de un club deportivo, en los cuales se forja un ideal común por el cual están dispuestos a honrarlo y sacrificarse por él. El fanático deportivo se deja llevar por la pasión para seguir hasta donde le lleve el club al que venera".

Pero la evolución de los conceptos fan y fanatismo se ha acelerado debido a la intrusión de los medios de comunicación en el deporte. "Existe una progresiva evolución conceptual sobre el fanatismo. Desde sus raíces históricas, este concepto ha ido adaptando diversos significados y adquiriendo diferentes características en relación al contexto social e histórico" (Enseñat Guerra, 2014). Por lo tanto, la intervención de los medios de comunicación en el deporte ha acercado el comportamiento y las actitudes fanáticas a la audiencia y lectores.

3.4.2 Contribución de los medios de comunicación en la construcción del fenómeno fan

En la actualidad, el fútbol es el deporte rey que mueve a millones de personas a su práctica y seguimiento. Los equipos de fútbol y los diferentes jugadores que han formado parte de la historia de este deporte se han convertido en el punto de mira para muchos y lo han conseguido gracias al apoyo que han recibido de los medios de comunicación. "Hoy en día el desarrollo de las estrellas deportivas nace de una relación existente y convergente entre los medios de comunicación y el deporte en sí" (Enseñat Guerra, 2014). El deporte y los *mass media* se necesitan para cumplir con uno de sus principales objetivos: generar beneficios económicos. "Es un interés puramente comercial donde existe una paradójica dependencia entre uno y otro. Uno se adapta a otro y así consecuentemente para llegar a uno de sus objetivos principales, crear beneficios" (Enseñat Guerra, 2014).

Por lo tanto, los medios de comunicación necesitan el deporte para crecer y generar beneficios y tan grande es esta necesidad que ellos mismos asumen la responsabilidad de estrechar una relación social entre el deporte y los lectores a través de estrategias y prácticas periodísticas más que cuestionables. "Hoy, son los medios de comunicación quienes se adjudican este papel. Reproducen desde su perspectiva los logros y las 'hazañas' de los ídolos populares, haciendo ver a la sociedad la heroicidad de su figura. Es un sujeto modificado en el cual los medios de comunicación, debido al interés que genera, exageran su condición de héroe para generar admiración en los otros" (Enseñat Guerra, 2014).

3.4.3 Elementos que identifican el tratamiento fanático en la crónica futbolística

No existe ninguna herramienta que permita identificar con total solvencia y seguridad el tratamiento fanático de un periodista en una crónica futbolística. No obstante, sí que existen aproximaciones teóricas que ayudan a diferenciar aquellas crónicas futbolísticas que procuran ceñirse a la realidad de aquellas otras que demuestran la inclinación del periodista hacia aquello observado, posicionándose a favor o en contra de una parte de la realidad, ya sea de un equipo o jugador.

Algunos de los aspectos a tener en cuenta cuando se analiza una crónica deportiva, son:

- Comprobar si se tiende a favorecer más a una de las partes que a la otra
- Si, por consiguiente, se tiende a deteriorar a una de las partes implicadas
- Uso de apelativos, en forma de adjetivos, favorables o negativos hacia el equipo o jugador
- Se sancionaliza y espectaculariza la información para dar más protagonismo y énfasis a algún equipo o jugador

También, Hernández Alonso (2003: 46-47) identifica como características propias de un cronista que muestra afinidad por un equipo los siguientes aspectos:

Cuando el equipo por el que el cronista siente admiración:

- Alaba a su equipo
- Emplea figuras literarias positivas

Cuando el resultado es negativo:

- Ritmo más acelerado
- Sintaxis más brusca
- Periodista acentúa la crítica
- Burla

- Dramatiza
- Imágenes literarias negativas: ironía, humor negro, comparaciones, etc.
- Justifica los errores de su equipo o los perdona

Para finalizar con este apartado, expondremos aquellos puntos del presente marco teórico que tendremos en cuenta para proseguir con nuestra investigación.

Para el diseño de la herramienta metodológica que nos permitirá analizar cualitativamente los aspectos formales y de contenido en una crónica deportiva que identifican el tratamiento fanático del cronista, nos basaremos en las aportaciones teóricas relacionadas con el concepto de crónica deportiva, estructura, características y lenguaje del periodismo deportivo y qué entendemos por parcialidad. Por otro lado, para preparar las entrevistas cualitativas a cronistas deportivos y lectores de prensa deportiva, recopilaremos la información relativa a la contribución de los medios de comunicación en la construcción del fenómeno fan, el concepto de fanatismo aplicado al deporte y los elementos que permiten identificar el tratamiento fanático en una crónica.

Después de este repaso teórico a las diferentes investigaciones y estudios que se han publicado en relación a nuestro objeto de estudio, procederemos a explicar la metodología que llevaremos a cabo para dar respuesta a los objetivos planteados.

4. METODOLOGÍA

En este apartado se describen los diferentes instrumentos de análisis que se utilizarán para alcanzar el propósito inicial de esta investigación, que es identificar si los cronistas deportivos aplican un tratamiento fanático durante la redacción de crónicas futbolísticas con el objetivo de fidelizar a un tipo determinado de audiencia y si esta intención es detectada o no por los lectores como un elemento para conseguir su fidelización.

Para lograr una respuesta a dicho objetivo principal, emplearé diferentes estrategias metodológicas de distinta naturaleza. El objetivo final es construir una herramienta que determine de la existencia o no de un tratamiento fanático en la crónica deportiva, además de establecer el tipo de fanatismo que se representa en dicha pieza periodística.

Herramientas metodológicas a utilizar:

- **Revisión bibliográfica documental.** Se trata de recuperar todo tipo de información e investigaciones que se hayan hecho entorno al objeto de investigación, fanatismo en el deporte y la crónica deportiva como género periodístico, cuya finalidad es recoger aquellos datos que sirvan para identificar los instrumentos necesarios y que deberemos tener en cuenta a la hora de construir la herramienta metodológica que se usará para el análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas.
- **Entrevista cualitativa a jefe de redacción de la sección de deportes.** Se realizará una entrevista a un jefe de redacción de la sección de deportes que no esté vinculado a ninguno de los medios de prensa escrita que se estudiarán en el presente trabajo. Con esta entrevista se aspira a resolver algunas cuestiones relacionadas con la actividad del cronista deportivo, las habilidades y estrategias que emplea durante la redacción de la crónica, la importancia que el medio concede a este género periodístico, así como desvelar si los jefes de redacción identifican tendencias en los periodistas que se relacionen con un posible tratamiento fanático. El objetivo principal de esta entrevista es recoger información y datos que nos ayuden a diseñar, más adelante, las preguntas de las entrevistas cualitativas que se realizarán a los cronistas deportivos.
- **Entrevistas cualitativas a cronistas deportivos.** Este tipo de entrevistas a los protagonistas de la investigación, cronistas deportivos, nos permitirá obtener informaciones complementarias a la vertiente teórica del objeto de la investigación. Nos ayudará a entender mejor la labor de los cronistas deportivos, los factores que inciden en la elaboración de tales piezas

periodísticas, las estrategias que utilizan para atraer un mayor flujo de audiencia y, en general, a conocer las actitudes, aptitudes, habilidades y conocimientos del cronista deportivo. Con todo ello, aspiramos a dar respuesta a los siguientes objetivos descriptivos y explicativos:

- Identificar los aspectos formales que identifican el fanatismo en las crónicas deportivas
 - Identificar los aspectos de contenido que identifican el fanatismo en las crónicas deportivas
 - Conocer si los periodistas emplean de forma consciente un tratamiento fanático en sus crónicas futbolísticas
 - Conocer si los periodistas emplean de forma inconsciente un tratamiento fanático en sus crónicas futbolísticas
 - Conocer si el tratamiento fanático del periodista en la crónica futbolística se emplea como elemento de fidelización hacia la audiencia
- **Entrevistas cualitativas a lectores de prensa deportiva.** La naturaleza de este segundo grupo de entrevistas será de la misma aplicación teórico-práctica que las anteriores, pero en este caso irán enfocadas a conocer la opinión e interpretación que hacen los lectores de las crónicas futbolísticas. Con estas entrevistas aspiramos a obtener información relativa a la valoración que hacen los lectores de las crónicas futbolísticas, qué interpretación hacen de los contenidos de éstas, cuáles son sus preferencias respecto a los cronistas y si consideran que se están empleando estrategias fanáticas como elementos de fidelización.
- **Pre-test dirigido a lectores asiduos y/o esporádicos de prensa deportiva.** Una vez elaboradas las entrevistas cualitativas a los lectores, junto con la información extraída del análisis de crónicas, se recogerá toda esta información y se elaborará un cuestionario base que irá dirigido a este mismo sector

(lectores de prensa deportiva) y a través del cual se pretende dar respuesta a los mismos objetivos explicativos que en el apartado anterior. Se realizará un pre-test a un total de 10 personas con la intención de evaluar la eficacia de la herramienta para así desarrollar posteriormente un cuestionario que pudiera ser elevado a una audiencia mayor. Con la información y los resultados de las entrevistas a lectores de prensa deportiva y el pre-test, se aspira a dar respuesta a los siguientes objetivos explicativos:

- Conocer si los lectores de crónicas futbolísticas identifican el tratamiento fanático del periodista deportivo
 - Conocer si los lectores hacen una valoración positiva o negativa del tratamiento fanático de los periodistas
 - Conocer si los lectores que valoran positivamente el uso del tratamiento fanático en las crónicas futbolísticas continúan consumiendo tales piezas periodísticas
- **Análisis cualitativo de crónicas futbolísticas.** Se estudiarán aquellos elementos de las crónicas futbolísticas que, según la revisión bibliográfica que se ha elaborado en apartados anteriores de esta investigación, pueden contener elementos que reflejen un tratamiento fanático por parte del cronista. Por lo tanto, se elaborará un guion de análisis que servirá como herramienta metodológica para el estudio de 28 crónicas futbolísticas –cuya selección se justificará y explicará detalladamente más adelante- con el objetivo de comprobar si éstas reciben o no un tratamiento fanático por parte del cronista deportivo y, de ser así, qué clase de tratamiento fanático se está empleando.

A continuación se detalla la aplicación de las mencionadas estrategias metodológicas, así como todos aquellos aspectos que se tendrán en cuenta a la hora de utilizarlas.

4.1 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Antes de pasar a explicar detalladamente las diferentes técnicas metodológicas que utilizaremos a lo largo de esta investigación, se ha desarrollado una búsqueda de información relacionada con el objeto de la investigación y de otros aspectos que también se tendrán en cuenta para la construcción de dicha herramienta metodológica.

Se ha profundizado en el análisis y conocimiento del género crónica deportiva, además de sus características y estructura. También se ha investigado sobre el fanatismo en general y aquel aplicado al campo del deporte, encontrando una definición para dicho término y elementos que lo identifican.

Tal y como ya expusimos en el marco teórico, entendemos la crónica, dentro del contexto del periodismo deportivo, como un género periodístico basado en "el seguimiento y relato de una competición deportiva, de un equipo o deportista" (Naranjo de Arcos, 2011).

A continuación, pasaremos a exponer las características y estructura de dicho género y a explicar qué entendemos por fanatismo y de qué maneras podemos identificarlo a través de una crónica deportiva.

1. La crónica presenta varias características:

- Reiteración del mensaje

Se entremezcla y se complementa la información con la opinión. Sin embargo, la subjetividad no debe responder a opiniones infundadas. "La crónica deportiva es un género híbrido donde se mezcla la información con la interpretación. Sin embargo cabría distinguir entre la interpretación y la subjetividad del 'hincha'. Un periodista no debe comportarse como un aficionado más, en virtud a su compromiso informativo con la sociedad" (Gómez Bueno, 2011:14).

- Uso de recursos retóricos así como figuras literarias
- Sinónimos
- Adjetivos

La Agencia EFE (1992), en su manual, también añade que en las crónicas deportivas se deberían evitar los adjetivos que no contribuyan a facilitar la comprensión del texto.

- Adverbios
 - Comparaciones
 - Metáforas
 - Personificación
2. En cuanto a la **estructura de la crónica** (Néstor Hernández Alonso 2003) diferencia entre:
- Titular
 - Tipográficos
 - Lead o entradilla
 - Texto

Rafael Yanes Mesa (2006) además de valorar la importancia del titular "la titulación es el principal medio para atraer al lector" también identifica como estructura de la crónica otros elementos de titulación: antetítulo, titular y subtítulo. "En la crónica se distinguen claramente sólo dos partes: la titulación y el cuerpo. Como componentes de la primera se pueden contemplar el título -que puede tener antetítulo y subtítulo-, y el *lead* -que en su defecto hace su función el primer párrafo-. El *lead*, aunque con la función de atraer al lector que lo caracteriza en todo género, no debe incidir en el hecho noticioso, y es aconsejable que contenga recursos literarios originales"(Yanes Mesa 2006).

3. Y en lo que se refiere al **fanatismo**, también se han encontrado definiciones aplicadas al campo del deporte y el periodismo, además de algunas de las características que lo definen e identifican.

Samuel Navas, periodista de Fox Deportes, atribuye el comportamiento fanático a aquellas personas que tanto se fijan en el equipo por el que sienten afinidad como por el rival al que se enfrentan. "El verdadero fanático de fútbol no solo tiene su corazón comprometido con su escudo favorito, también está atento a lo que traen los rivales" (Navas, 2015).

Y aplicado al campo del periodismo deportivo, Javier Gómez (2014: 11-15) crítica la postura y las prácticas periodísticas que emprenden distintos medios de comunicación

cuando transgreden las normas éticas de su ejercicio en busca de incrementar su audiencia.

"Los intereses de tirada y audiencia provocan que las gerencias periodísticas traten de agradar a sus posibles lectores y, sin disimulo, se posicionan hacia los equipos de su ciudad y de sus potenciales destinatarios" (Gómez Bueno, 2014).

"Consideramos que es necesaria e imprescindible que, para que el periodismo pueda cumplir con su labor social, este tipo de prácticas deberían ser erradicadas de la misión informativa. Normalmente estas prácticas se llevan a cabo para fidelizar a un determinado tipo de seguidores, aquellos que son aficionados del mismo equipo hacia el que se es parcial por parte del medio, y asegurarse de esta forma el consumo de la información ofrecida" (Gómez Bueno, 2014).

El doctor Jorge G. Garzarelli (2014), considera que el fanatismo se manifiesta cuando el sujeto culpabiliza de los errores del equipo al árbitro a otros sujetos que han estado presentes y han participado en el encuentro. Por otro lado, identifica que los fanáticos "se encuentran en muchos deportes, en especial en aquellos que contienen a grandes multitudes".

Por su parte, Hernández Alonso (2003) identifica como características propias de un cronista que muestra afinidad por un equipo los siguientes aspectos:

Cuando el equipo por el que el cronista siente admiración:

- Alaba a su equipo
- Emplea figuras literarias positivas

Cuando el resultado es negativo:

- Ritmo más acelerado
- Sintaxis más brusca
- Periodista acentúa la crítica
- Burla

- Dramatiza
- Imágenes literarias negativas: ironía, humor negro, comparaciones, etc.
- Justifica los errores de su equipo o los perdona

“Cuando se relata un triunfo, el periodista se detiene, goza, alaba, emplea figuras literarias positivas; en un resultado negativo, el ritmo es más acelerado y la sintaxis más brusca y cortante, el periodista acentúa la crítica, se burla, dramatiza con saña y las imágenes literarias serán negativas: ironía, humor negro, comparaciones, etc.” (Hernández Alonso, 2003).

Toda esta información recuperada del marco teórico se utilizará, más adelante, para diseñar la herramienta metodológica que servirá para el análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas.

4.2 ENTREVISTA CUALITATIVA AL JEFE DE REDACCIÓN DE LA SECCIÓN DEPORTES

Se valoró la opción de entrevistar a jefes de redacción de la sección de deportes como paso previo de recopilación de información que pudiera ser de ayuda para el diseño posterior de las entrevistas cualitativas a los cronistas deportivos.

Se apostó por un modelo de entrevista basado en preguntas abiertas, puesto que se creyó que sería la manera más fácil de que el entrevistado respondiera y pudiera dar el mayor tipo de información posible. Así lo afirma Aigner (2010), quien sostiene que el modelo de entrevista basado en preguntas abiertas permite que se perciban “más fácilmente las actitudes y opiniones del individuo, sus motivaciones y significados”.

Debido a la necesidad de conseguir información que pudiera servir para diseñar las posteriores entrevistas, se estimó oportuno elaborar un guión de preguntas ordenadas y clasificadas por temáticas, pero se incorporó la opción de incluir nuevas preguntas en función del transcurso de la entrevista para obtener la información buscada.

4.2.1 Elaboración del modelo de entrevista al jefe de redacción de la sección de deportes

Se realizará una entrevista a un jefe de redacción de la sección de deportes de un medio de prensa escrita. Se cree oportuno que el perfil del entrevistado cumpla los siguientes requisitos: ser jefe de redacción de un medio de prensa escrita y no estar vinculado a ninguno de los medios estudiados en el presente estudio. Creemos que una única entrevista es suficiente para continuar con la investigación puesto que el objetivo de esta entrevista va a ser únicamente informativo y las respuestas que se obtengan servirán de guía para diseñar las preguntas de las entrevistas a los cronistas deportivos.

“Las entrevistas en profundidad son técnicas cualitativas de investigación que se estructuran a partir de objetivos concretos, en este sentido, resulta complicado determinar un número mínimo o máximo de entrevistados, pues la finalidad no obedece a una representación estadística, sino que consiste en el estudio minucioso de la información que se obtenga de las conversaciones con los entrevistados” (Bernardo Robles, 2011).

También se ha creído oportuno que el entrevistado no participe en ninguno de los medios de prensa escrita que se estudiarán en este trabajo, ya que de esa forma lograremos recoger más información de un sujeto externo a las rutinas de trabajo de las cuatro cabeceras estudiadas -más adelante se explicarán de qué cabeceras se tratan y el porqué de su selección-.

Como ya se ha señalado en el apartado anterior, se prepararán las preguntas de antemano a la fecha acordada, distribuyéndolas en categorías en función del tema al que se refieren. No obstante, en este caso, se ha evaluado y considerado oportuno incluir nuevas preguntas durante la entrevista, adaptándose al transcurso de la misma y con el objetivo de conseguir el máximo de información.

Las preguntas diseñadas para esta entrevista pretenden conocer las rutinas de trabajo de los periodistas y, en concreto, de los cronistas deportivos. También, mediante estas preguntas, buscamos conocer la opinión del entrevistado respecto al fenómeno del

fanatismo deportivo y si cree que está presente en la prensa deportiva actual. Y, por último, mediante las respuestas obtenidas de esta entrevista se aspira a conseguir información que sirva para preparar el modelo de preguntas del cuestionario dirigido a los cronistas deportivos así como el diseño del cuestionario base que se distribuirá entre los lectores de prensa deportiva.

4.3 ENTREVISTAS CUALITATIVAS A CRONISTAS DEPORTIVOS

Se consideró necesario y viable realizar entrevistas a cronistas deportivos de diferentes medios para entender, desde su posición, la tareas que llevan a cabo a la hora de redactar las crónicas, el planteamiento teórico-práctico que tienen acerca de tal género periodístico y la opinión que sostienen acerca del posible uso del fanatismo como estrategia de fidelización.

Tal y como afirma Taylor y Bogdan (1990), la entrevista cualitativa permite que el entrevistado forme parte de la acción, analice, explore, detalle y rastree a través de preguntas, cuál es la información más destacada para la investigación y, además, entra en contacto con gente y crea una atmosfera en la que el entrevistado puede expresarse con comodidad.

Para lograrlo, se elaborará un modelo de entrevista basado en preguntas abiertas, puesto que se considera que será la forma más fácil y completa para que el entrevistado expusiera sus respuestas.

Las preguntas se distribuirán per temáticas y esta clasificación por categorías se utilizará, también, en el momento de analizar las respuestas de los entrevistados. De ese modo, se categorizaran las respuestas según la temática de la pregunta y así nos resultará más cómodo y fácil interpretar tales respuestas. Más adelante se detallarán las preguntas y la correspondiente categorización de las mismas.

4.3.1 Elaboración del modelo de entrevistas a cronistas deportivos

Se realizaran un total de cuatro entrevistas a diferentes cronistas deportivos de diferentes medios de prensa escrita. La selección de los cronistas deportivos a los que

se espera poder entrevistar responde a dos criterios. En primer lugar, se pretende entrevistar a un cronista de cada una de las cuatro cabeceras de prensa deportiva que se estudia en la presente investigación (Marca, AS, Mundo Deportivo y Sport) puesto que de este modo se podrán resolver las dudas que surjan del análisis cualitativo de las crónicas estudiadas. Y, en segundo lugar, el otro perfil de entrevistado responderá al siguiente criterio: ser cronista deportivo y redactar crónicas de partidos de fútbol en las que estén involucrados el Barça o el Real Madrid, puesto que, como se detalla más adelante, serán los dos equipos en los que se centrarán la presente investigación. Lo que se busca con este segundo perfil de cronista es que sean periodistas no involucrados directamente con ninguna cabecera deportiva que se analiza en este trabajo para así obtener respuestas y conclusiones ajenas a los cronistas que participan en los medios estudiados.

Las preguntas se prepararan de antemano a la fecha acordada para la entrevista, pero se aceptaran otras preguntas que puedan surgir durante el transcurso de la entrevista, de modo que, si se considera oportuno, se incorporaran nuevas preguntas durante la entrevista siempre y cuya finalidad sea aclarar y/o recoger más información. Las preguntas se agrupan en diferentes categorías según los elementos a los que aspiran a dar respuesta cada pregunta. Además, con esta estrategia, se persigue dar claridad y orden a la entrevista de forma, estructurándola por temáticas para que no se repitan respuestas.

Se aplicarán las mismas preguntas a los cuatro entrevistados, ya que todos pertenecen al mismo campo de investigación, periodismo deportivo, y ejercen la misma labor, redacción de crónicas futbolísticas. Sin embargo, cabe decir que en función del transcurso de la entrevista se incorporarán nuevas preguntas para conseguir mayor información si se estima oportuno.

Se formularán un total de nueve preguntas, considerándose las necesarias y oportunas para el dar respuesta al objeto de estudio de esta investigación. A la vez, las preguntas se agruparán en diferentes categorías en función de la temática que aborda. Por lo tanto, en cada categoría, se agrupan diferentes preguntas que van dirigidas a cubrir uno o varios aspectos de los diversos que se tratan en el presente trabajo. Las primeras

tres categorías de preguntas sirven para situar al entrevistado y transmitirle confianza para el resto de la entrevista. “Iniciaremos por medio de preguntas básicas y generales, podemos abrir el diálogo platicando rutinas elementales de nuestra vida cotidiana o sobre temas sencillos y de fácil acceso. Esta primera aproximación permitirá darle confianza al entrevistado” (Robles, 2011).

La cuarta y quinta categoría está dirigida a obtener información acerca del fanatismo deportivo desde la perspectiva de los propios profesionales de la información, ya que es uno de los principales puntos de interés de nuestra investigación. Además, con las respuestas a estas preguntas, aspiramos a recopilar información que nos ayude a diseñar posteriormente la herramienta metodológica que utilizaremos durante el análisis cualitativo de crónicas futbolísticas.

Y las últimas dos categorías, la seis y la siete, son dos preguntas dirigidas a conocer más en detalle la valoración y opinión de los entrevistados en relación a las rutinas y nuevas tendencias de trabajo de los periodistas y la evolución y estado actual en el que se encuentra el periodismo deportivo en España. Con las entrevistas cualitativas a los cronistas de prensa deportiva, aspiramos a dar respuesta a los siguientes objetivos descriptivos:

- Identificar los aspectos formales que permiten identificar el fanatismo en las crónicas deportivas
- Identificar los aspectos de contenido que permiten identificar el fanatismo en las crónicas deportivas

Y los siguientes objetivos explicativos:

- Conocer si los periodistas emplean de forma consciente un tratamiento fanático en sus crónicas futbolísticas
- Conocer si los periodistas emplean de forma inconsciente un tratamiento fanático en sus crónicas futbolísticas
- Conocer si el tratamiento fanático del periodista en la crónica futbolística se emplea como elemento de fidelización de la audiencia

4.4 ENTREVISTAS CUALITATIVAS A LECTORES DE PRENSA DEPORTIVA

Se realizarán un total de seis entrevistas a diferentes perfiles de lectores de prensa deportiva. Estas entrevistas cualitativas pretenden entender la interpretación que hacen los lectores de prensa deportiva sobre las crónicas futbolísticas y comprobar si perciben o no o piensan que existe o no un posible tratamiento fanático por parte de los cronistas.

Hemos optado por el mismo modelo de entrevista cualitativa con preguntas abiertas, igual que en el caso de los cronistas deportivos, porque valoramos que es el método más eficaz para recopilar información basada en la opinión propia del entrevistado.

Para elaborar estas entrevistas se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Edad del entrevistado. Se realizarán entrevistas a personas de diferentes edades para no extraer conclusiones aplicables únicamente a una determinada franja de edad.
- Género. Bajo los mismos parámetros que en el apartado anterior, también se buscará la variedad en lo que se refiere al género: hombres y mujeres, sin tener en cuenta si son o no practicantes de algún deporte.
- Aficionado a algún equipo. Esta investigación se centrará en el análisis de crónicas deportivas que hablan sobre dos equipos de fútbol: Fútbol Club Barcelona y Real Madrid. En el apartado de "análisis cualitativo de crónicas futbolísticas" se detalla más este aspecto. Sin embargo, en lo referente a este punto, es necesario decir que las entrevistas se realizarán, por tanto, a dos seguidores del Barça, dos del Real Madrid y dos de cualquiera otro equipo de la Liga Española de Fútbol. Se han seleccionado estos perfiles puesto que interesa saber la opinión de los seguidores de los dos equipos sobre los cuales se hace el seguimiento de las crónicas (Barça y Real Madrid), pero también nos interesa conocer el posicionamiento de los seguidores de cualquier otro equipo de fútbol puesto que posiblemente hagan una valoración totalmente distinta a los dos anteriores.

Las preguntas se redactaran de antemano a la fecha acordada para la entrevista y se formularan únicamente aquellas preguntas que se hayan preparado. También se contempla la posibilidad de incorporar nuevas preguntas o re-preguntar otras, en los casos en los que las respuestas de los entrevistados ofrezcan escasa información.

Se formularan un total de 14 preguntas, considerándose las necesarias y oportunas para el dar respuesta a los objetivos de esta investigación. Estas preguntas se agrupan en cuatro categorías distintas en función del objetivo que se persigue con cada una de ellas. En el primer apartado se aspira a comprender si el lector tiene preferencia por una cabecera deportiva respecto a otras y los motivos que le llevan a realizar tal selección. En el segundo grupo de preguntas se profundiza más en los aspectos de la crónica deportiva, incidiendo en los factores y elementos que atraer o alejan al lector, las temáticas que le gusta encontrar y, en general, los gustos del lector a la hora de leer una crónica. Siguiendo con los grupos, en el tercer apartado se recogen una serie de preguntas dirigidas a identificar la importancia o no que le concede el lector al hecho de conocer o no al cronista que escribe la pieza. Con estas preguntas se pretende encontrar respuestas que indiquen si la autoría de los textos es un elemento que incide o no la fidelización del lector. Y por último, el cuarto grupo agrupa preguntas ligadas, de forma directa, al objeto de estudio de esta investigación: el posible tratamiento fanático del cronista deportivo como elemento de fidelización a la audiencia. En concreto, se aspira responder a los siguientes objetivos explicativos:

- Conocer si los lectores de crónicas futbolísticas identifican el tratamiento fanático del periodista deportivo
- Conocer si los lectores hacen una valoración positiva o negativa del tratamiento fanático de los periodistas
- Averiguar si los lectores que valoran positivamente el uso del tratamiento fanático en las crónicas futbolísticas continuarían consumiendo tales piezas periodísticas

4.5 CUESTIONARIO BASE DIRIGIDO A LECTORES DE PRENSA DEPORTIVA

La elaboración del cuestionario base se realizará a partir de los resultados extraídos de las entrevistas a los lectores de prensa deportiva y de los resultados del análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas. Será un cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva y se repartirá entre diferentes perfiles, teniendo en cuenta los aspectos anteriormente mencionados: edad, género y seguidor de alguno de los dos equipos involucrados o de otros equipos de la Liga de Fútbol Española.

Se optará por incluir en la presente investigación un cuestionario porque, según Visauta (1989), permite "obtener, de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en una investigación, y esto sobre una población o muestra determinada. Esta información hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes".

El propósito de este pre-test es obtener más información acerca de la interpretación, el análisis y el posicionamiento de los lectores frente al posible tratamiento fanático de los cronistas deportivos en la prensa escrita. Y, por otro lado, otra de las finalidades de este pre-test es contrastar la información obtenida de las entrevistas a los lectores y comprobar si las respuestas de las entrevistas coinciden o se aproximan a los resultados del cuestionario base.

4.5.1 Definición del universo y determinación de la muestra del cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva

El universo:

En nuestra investigación, el universo estará formado por lectores de prensa deportiva que lean crónicas de partidos de fútbol.

Entre las características que deben cumplir aquellos a los que irá dirigido el cuestionario, serían únicamente que sean seguidores del Fútbol Club Barcelona, Real Madrid o cualquier otro equipo de la Liga Española de Fútbol. Se han seleccionado

estos tres perfiles puesto que nos interesa conocer tanto la opinión de los seguidores de los dos equipos sobre los cuales se hace el seguimiento de las crónicas (Barça y Real Madrid), pero también la de aquellos otros lectores que siguen a otros equipos de fútbol, ya que de este modo lograremos recoger más información y, posiblemente, obtengamos una valoración distinta por parte de los lectores que no son seguidores del Barcelona ni del Real Madrid.

La muestra:

Nuestra investigación no aspira a ser un estudio representativo de ninguna masa ni grupo social, pero sí pretende proporcionar datos indiciales acerca del objeto de estudio: el fanatismo del cronista deportivo como estrategia de fidelización a la audiencia.

Con lo cual, el objetivo del pre-test es conseguir más información, desde el punto de vista de los lectores, para que junto con otros factores que ya se habrán analizado, se pueda construir aquella herramienta metodológica que sirva para el análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas.

Con este cuestionario pre-testado se pretende, por un lado, probar la eficacia de la herramienta diseñada (sistema de preguntas y respuestas y medición de las mismas) y, por otro, servir como pauta para el diseño de un cuestionario posterior que pudiera ser elevado a una audiencia mayor. Además, también aspira a dar respuesta a uno los objetivos explicativos establecidos al inicio de la investigación:

- Conocer si los lectores de crónicas futbolísticas identifican el tratamiento fanático del periodista deportivo

4.5.2 Características del cuestionario base: modelo de preguntas y respuestas y escala de medición

Debido a la variedad de cuestionarios posibles que se pueden desarrollar y aplicar en función de los diferentes criterios a los que aspira a dar respuesta un determinado estudio, nos detendremos ahora en explicar el tipo de cuestionario que se utilizará en la presente investigación.

Para nuestra investigación, definiremos el modelo de cuestionario teniendo en cuenta la naturaleza de las respuestas. El cuestionario de este proyecto combinará diferentes modelos de respuestas, variando en función del tipo de pregunta que se plantea, ya que no es posible responder a todas las preguntas utilizando un único modelo de respuesta.

Así pues, en el cuestionario base se utilizarán los siguientes modelos: preguntas abiertas, preguntas cerradas que incluyen "ns"- "nc" y preguntas cerradas con respuesta múltiple. A la vez, también utilizaremos escalas de medición distintas, diferenciando entre: escala Thurstone y escala Likert.

4.5.3 Propuesta de cuestionario base para los lectores de prensa deportiva

El cuestionario se ha diseñado de forma que el encuestado pueda ir respondiendo a las preguntas siguiendo el orden marcado por las diferentes temáticas que se abordan en el pre-test.

Puesto que uno de los principales objetivos a los que aspira dar respuesta el pre-test es la percepción de los lectores frente el posible tratamiento fanático de los cronistas deportivos en sus piezas, se han distribuido las diferentes preguntas del cuestionario en distintas categorías, de forma que a la hora de extraer los datos e información se hará en base a las categorías que se han establecido.

Las categorías en las que se distribuyen las diferentes preguntas del cuestionario base son:

- Reconocimiento de cronistas deportivos
- Identificación de las tendencias fanáticas de los cronistas deportivos
- Identificación del tratamiento fanático o no fanático en fragmentos de crónicas futbolísticas
- Identificación y categorización de los fragmentos de crónicas futbolísticas

En la primera de las cuatro categorías, se pretende averiguar si los lectores conocen el nombre de los cronistas deportivos y, por lo tanto, comprobar si la autoría de la crónica

realmente se convierte en un elemento de fidelización y que los lectores tienen en cuenta a la hora de elegir leer una pieza u otra.

La segunda categoría está estrechamente vinculada con la primera. Con ésta, se pretende conocer si los lectores asocian a los cronistas a un determinado equipo de fútbol.

La tercera sirve para comprobar los resultados del análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas. Se trata de comprobar si los lectores tienden a asociar ciertos atributos presentes en una crónica con un tratamiento fanático o no.

Y, por último, la cuarta categoría pretende reconocer qué tipo de tendencias fanáticas identifican los lectores. Además, igual que la categoría anterior, también sirve para comprobar los resultados extraídos del análisis cualitativo de crónicas futbolísticas.

4.6 ANÁLISIS CUALITATIVO DE CRÓNICAS DE PARTIDOS DE FÚTBOL DEL REAL MADRID Y FÚTBOL CLUB BARCELONA

La búsqueda de información, junto con las conclusiones extraídas de las entrevistas cualitativas a cronistas y lectores de prensa deportiva, ha permitido reunir los datos y la información necesaria para la construcción de una herramienta metodológica, basada en un guión de análisis, que se usará durante el análisis de crónicas futbolísticas con la finalidad de identificar la existencia o no de un tratamiento fanático por parte del cronista deportivo, además de definir la clase de fanatismo del que se trata.

4.6.1 Definición del universo y concreción de la muestra de crónicas seleccionadas para el análisis cualitativo

Universo:

Para estudiar el posible tratamiento fanático en las crónicas deportivas, se ha considerado necesario recurrir a las cuatro cabeceras deportivas de prensa escrita con un mayor número de lectores en el país. Se ha elegido la prensa escrita porque a día de hoy sigue acumulando muchos lectores.

Por otro lado, se han recurrido a cuatro cabeceras deportivas de tirada nacional y se han seleccionado las cuatro primeras que reúnen un mayor número de lectores y difusión, además de porque son cabeceras que muestran abiertamente su afinidad con ciertos equipos de fútbol.

En el año 2016, Marca se situó líder en cuanto a número de lectores (2.165 miles de lectores), por encima incluso de diarios generalistas. AS se consolidó tercero con 1.149 miles de lectores, mientras que Mundo Deportivo, en séptima posición, se quedó con 466 miles de lectores y, todavía más abajo, Sport en décima posición con 436 miles.¹

En cuanto a la selección de crónicas, se analizarán aquellas vinculadas al Fútbol Club Barcelona y al Real Madrid. Se han elegido estos dos equipos porque son los dos clubes de la Liga Española de Fútbol con un mayor número de seguidores en Cataluña y, en segundo lugar, porque son también los dos equipos que participan en un mayor número de competiciones a nivel nacional, internacional y europeo.

Según datos del informe publicado por el Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) (2017) de la Generalitat de Catalunya, el Barça registró la temporada pasada un 77,5% de seguidores, mientras que el Madrid, por delante del Espanyol, se quedó con un 10,4%.

Muestra:

Se consideraron dos meses para el seguimiento de las crónicas, eligiéndose el mes de diciembre del 2016 y de enero del 2017. La selección de estos meses responde a dos motivos. El primero de ellos es que diciembre y enero han sido los dos meses de la presente temporada en los que los dos equipos (Barça y Madrid) han disputado un mayor número de partidos. Con lo cual, el material para analizar, las crónicas, es más abundante en este periodo. Y el segundo motivo responde a que en diciembre Barça y Madrid se enfrentaron en el campeonato de Liga. Finalmente, debido al gran volumen de crónicas y el tiempo disponible, el presente estudio se centrará en el análisis del mes de diciembre de 2016 considerándose el mes del campeonato de Liga que recoge un mayor número de partidos de distintas competiciones. También coincide en ser el mes

¹Datos extraídos del portal web [Statista](#).

en el que se disputó el Clásico entre Fútbol Club Barcelona y Real Madrid. El número total de crónicas analizadas serán 28.

NÚMERO DE PARTIDOS CAMPEONATO POR Y MES	LIGA	CHAMPIONS LEAGUE	COPA DEL REY
Septiembre 2016	4 FCB 4 Real Madrid	1FCB 1 Real Madrid	
Octubre 2016	4 FCB 4 Real Madrid	1 Real Madrid	1 Real Madrid
Noviembre 2016	3 FCB 3 Real Madrid	1 FCB 1 Real Madrid	1 FCB
Diciembre 2016	3 FCB 2 Real Madrid Derbi (3-12-2016) TOTAL: 4 PARTIDOS DE LIGA	1 FCB 1 Real Madrid TOTAL: 2 PARTIDOS DE CHAMPIONS	1 FCB TOTAL: 1 PARTIDO DE COPA DEL REY
Enero 2017	4 FCB 4 Real Madrid		4 FCB 3 Real Madrid
Febrero 2017	4 FCB 4 Real Madrid	1 FCB 1 Real Madrid	2 FCB
Marzo 2017	4 FCB 4 Real Madrid	1 FCB 1 Real Madrid	

Tabla 1. Elaboración propia a partir de los datos extraídos de los calendarios de competición.

Calendario de competiciones (Liga, Champions y Copa del Rey) de los meses seleccionados para el análisis de las crónicas

dic-16			ene-17		
Liga	Champions	Copa del Rey	Liga	Champions	Copa del Rey
FCB- Real Madrid	FCB- Borussia Monchengladbach	FCB- Hércules	Real Madrid- Granada	Ningún partido disputado	Athletic- FCB
Osasuna- FCB	Real Madrid- Borussia Dortmund		Villarreal- FCB		Sevilla- Real Madrid
Real Madrid- Deportivo			FCB- Las Palmas		FCB- Athletic
FCB- RCDE			Sevilla- Real Madrid		Real Madrid- Celta
			Real Madrid- Málaga		Real Sociedad- FCB
			Eibar- FCB		Celta- Real Madrid
			Betis- FCB		FCB- Real Sociedad
			Real Madrid- Real Sociedad		

Tabla 2. Elaboración propia a partir de los datos extraídos de los calendarios de competición.

4.6.2 Herramienta metodológica para el análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas

La investigación previa que hemos realizado en el apartado “Revisión bibliográfica” ha servido para recuperar aquellos estudios y publicaciones expuestas en el marco teórico del presente trabajo que nos servirán para diseñar, a continuación, la herramienta metodológica que utilizaremos durante el análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas.

Después de conocer las características y estructura de la crónica, hemos considerado pertinente incluir en este análisis cualitativo los siguientes aspectos: elementos de titulación (antetítulo, titular y subtítulo), lead o entradilla, cuerpo, fotografías y pies de foto. A la hora de realizar el análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas se tendrán en cuenta los elementos ya mencionados puesto que son los factores a través de los cuales puede exponerse y, consecuentemente, identificarse un posible tratamiento fanático. En los elementos de titulación se concentra la esencia de la crónica, aquellos elementos que posteriormente se desglosarán en el texto y por eso también los tendremos presentes durante el análisis. En cuanto a la entradilla o lead y el cuerpo de la crónica, son apartados en los que también pueden identificarse el posible tratamiento fanático, ya que es en ese espacio de la crónica donde el cronista expone sus ideas.

En lo referente a las imágenes, se realizará un análisis paralelo al de los elementos textuales debido a la naturaleza visual de las fotos. Más adelante, en el apartado “variables de identificación”, se detallará más sobre este aspecto.

Sin embargo, cabe decir que las imágenes se tendrán presentes a la hora de realizar el análisis porque, incluso siendo un elemento visual, a través de éstas también puede transmitirse el posible tratamiento fanático dependiendo de aquello que muestre la fotografía.

Y por último, los pies de foto. El análisis de los pies de foto se realizará de forma conjunta a la foto que acompaña, pero a diferencia del análisis de las imágenes, en los pies de foto se aplicarán los mismos parámetros de análisis que en el resto de elementos textuales (elementos de titulación, entradilla y cuerpo).

Tras seleccionar los elementos que se analizarán en cada una de las crónicas, es el momento de establecer las pautas a seguir para evaluar estos aspectos. Ya que se han identificado como características de las crónicas la reiteración del mensaje, uso de recursos retóricos, adjetivos, adverbios y otros elementos ya expuestos anteriormente, hemos considerado necesario unir estas características a aquellas otras que identifican y/o manifiestan un comportamiento fanático, que recordemos que algunas de ellas son: figuras literarias positivas (cuando el equipo va ganando), negativas (cuando va perdiendo), burlas, dramatización, etc.

De esta unión han surgido los elementos que se tendrán en cuenta a la hora de analizar los diferentes apartados de las crónicas. Además, se categorizarán cada uno de ellos, dándoles un valor para así, después, conseguir unificar todos los resultados y además de definir si existe o no un posible tratamiento fanático, también se podrá concretar el tipo de fanatismo que se representa en la crónica. A continuación, pasaremos a detallar la propuesta de guion que servirá para el análisis de las crónicas futbolísticas. En primer lugar se presentan las variables junto con los valores que se le otorgan a cada una de ellas y, posteriormente, se mostrará el guión final que servirá como pauta para realizar el análisis.

4.6.2.1 Variables de identificación

Estas variables sirven para identificar al medio que publica la crónica, la fecha y competición de la que se trata y el o los equipos implicados. A cada variable se le otorgan unos valores que sirven para categorizar todos los elementos que se analizan en las crónicas.

Variable 1: Medio de prensa escrita que publica

Valores:

1. Marca
2. AS
3. Mundo Deportivo
4. Sport

El orden responde al volumen de difusión de las cuatro cabeceras, empezando por la de mayor difusión y acabando por la de menos. Estos datos han sido extraídos de la [Oficina de Justificación de la Difusión](#) (OJD) correspondientes al periodo de junio 2015 y julio 2017, los datos más recientes.

Variable 2: Mes en el que se publica la crónica

Valores:

1. Diciembre 2016
2. Enero 2017

Variable 3: Competición

Valores:

1. Liga
2. Champions
3. Europa League
4. Copa del Rey

Variable 4: Equipo/os protagonistas de la crónica

Valores:

1. Real Madrid
2. Fútbol Club Barcelona
3. Ambos
4. Otros

El orden responde a la posición que ocupan los equipos en la presente temporada 2016/2017.

Variable 5: Ubicación de la crónica

Valores:

1. Aparece en portada
2. No aparece en portada

Se diferenciarán las crónicas que aparecen en portada de las que no porque aquellas que sí que aparezcan en portada significará que el medio les está ofreciendo un mejor tratamiento y está priorizando esa información por encima de otras. "El mayor interés del análisis de la primera plana es que a través de ella, se puede conocer en profundidad la opinión de un periódico y a lo que éste le da más importancia" (Martínez-Salanova, 2015).

Variable 6: Autoría

Valores: nombre del cronista que redacta la crónica

Variable 7: Temática

Valores:

1. Arbitraje
2. Jugadores
3. Cuerpo técnico (presidente, directivos, miembros de la junta, etc.)

4. Afición/ Público
5. Rivalidad
6. Violencia
7. Lesiones
8. Sanciones

Se han seleccionado estos ocho temas porque consideramos que son los factores más abundantes y con mayor presencia en un partido de fútbol.

Para concluir con este apartado, explicaremos cómo se realizará el análisis de las fotografías. Puesto que las imágenes no contienen palabras y son elementos gráficos y visuales, se ha considerado oportuno realizar un análisis diferente al de los elementos textuales, incorporando otras variables que respondan a la naturaleza propia de éstas. Por lo tanto, a la hora de analizar las fotografías se tendrán en cuenta dos variables:

Variable 8: Representación de la imagen

Valores:

1. Fútbol Club Barcelona
2. Real Madrid
3. Los dos anteriores
4. Equipo adversario

Variable 9: Protagonista de la imagen

Valores:

1. Jugador/es
2. Equipo
3. Cuerpo técnico
4. Afición
5. Árbitro

Además de las variables anteriores, para el análisis cualitativo de los elementos de contenido, aplicaremos una tabla que recogerá las 15 tendencias a través de las cuales puede representarse el fanatismo deportivo del cronista. En cada una de las casillas se apuntarán aquellos valores que correspondan al ítem señalado y que tal y como ya hemos mencionado, serán del 1 al 15. Las categorías se dividirán de la siguiente manera:

- Culpabiliza a otros menos al equipo afín (1)
- Reconocimiento a otros excepto equipo afín (2)
- Atributos + FCB (3)
- Atributos + Real Madrid (4)
- Atributos + adversario (5)
- Dramatismo/Exageración de virtudes y/o logros (6)
- Adversario es el protagonista de la crónica (7)
- Burla hacia el FCB (8)
- Burla hacia el Real Madrid (9)
- Burla hacia el adversario (10)
- Perdona/Justifica errores del equipo afín (11)
- Atributos – FCB (12)
- Atributos – Real Madrid (13)
- Atributos – equipo adversario (14)
- Equipo afín protagonista de la crónica (15)

Debido a que en el análisis de crónicas aparecerán siempre referencias hacia el Fútbol Club Barcelona, el Real Madrid o un rival al que se enfrentan los dos anteriores, se ha creído oportuno que en el momento de interpretar los resultados de las tendencias fanáticas encontradas se diferencien a cuales de los tres equipos hacen alusión los elementos identificados y categorizados en las distintas 15 etiquetas. Por ese motivo, a la hora de exportar los resultados de los análisis cualitativos de las crónicas futbolísticas a esta última tabla, se añadirán las iniciales de FCB para el Fútbol Club Barcelona, RM para el Real Madrid o Rival (RM o FCB) para el adversario de alguno de los dos anteriores con el objetivo de aclarar a quién de los tres equipos hace referencia.

4.6.3 Interpretación de los resultados

Una vez analizadas las crónicas de partidos de fútbol publicadas por las cuatro cabeceras de prensa deportiva aquí estudiadas, Marca, AS, Mundo Deportivo y Sport, además de identificar si existe o no un posible tratamiento fanático por parte del cronista que la redacta, también se considera oportuno, en caso de ser afirmativo dicho tratamiento fanático, definir el tipo de fanatismo que se representa en cada una de las crónicas.

Por lo tanto, tras el análisis cualitativos de las 28 crónicas futbolísticas, se procederá a identificar, por un lado, el posible tratamiento fanático aplicado por el cronista deportivo y, por otro, determinar la tendencia y/o tendencias fanáticas que se representan en cada una de las cuatro cabeceras estudiadas.

Después del análisis cualitativo de las 28 crónicas futbolísticas junto con las respuestas obtenidas tras la entrevista realizada al jefe de redacción de la sección de deportes, a los cronistas deportivos y a los lectores de prensa escrita deportiva, puede concluirse que el fanatismo del cronista deportivo se representa a través de cuatro tendencias:

1. Desvirtúa al adversario
2. Critica al equipo por el que siente afinidad
3. Alaba al equipo por el que siente afinidad
4. Valora la actuación del adversario

Cada uno de estos grupos reúne otra serie de elementos que participan igualmente en la representación del fanatismo. Por lo tanto, en función de la naturaleza estos elementos participaran en uno o varios de los anteriores cuatro grupos. Esto significaría que además de existir un tratamiento fanático también se podrá dar respuesta al tipo de tendencia fanática que se está representando en la crónica futbolística. A continuación se muestra una tabla con los cuatro grupos y los elementos que contienen cada uno de ellos y que de estar presentes en la crónica significaría lo ya expuesto.

	Desvirtúa al adversario (1)	Critica al equipo por el que siente afinidad (2)	Alaba al equipo por el que siente afinidad (3)	Valora la actuación del adversario (4)
Definición	"Altera la verdadera naturaleza de algo; Quitar a algo su virtud, sustancia o vigor" (RAE)	"Hablar mal de alguien o algo o señalar un defecto o una tacha suyos" (RAE)	"Manifestar el aprecio o la admiración por algo o por alguien poniendo de relieve sus cualidades o méritos" (RAE)	"Reconocer, apreciar o estimar el valor o mérito por algo o alguien" (RAE)
Mediante...	<ul style="list-style-type: none"> - Culpabiliza a otros excepto al equipo por el que siente afinidad (1) - Reconocimiento a otros excepto al equipo por el que siente afinidad (2) - Dramatismo y/o exageración de virtudes y logros (6) - Burla dirigida al FCB (8) - Burla dirigida al Real Madrid (9) 	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento a otros excepto al equipo por el que siente afinidad (2) - Burla dirigida al FCB (8) - Burla dirigida al Real Madrid (9) - Atributos negativos al FCB (12) - Atributos negativos al Real Madrid (13) 	<ul style="list-style-type: none"> - Atributos positivos al FCB (3) - Atributos positivos al Real Madrid (4) - Dramatismo y/o exageración de virtudes y logros (6) - Perdona y/o justifica errores del equipo por el que siente afinidad (11) 	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento a otros excepto al equipo por el que siente afinidad (2) - Atributos positivos al FCB (3) - Atributos positivos al Real Madrid (4) - Atributos positivos al equipo adversario (5) - Adversario, protagonista

	<ul style="list-style-type: none"> - Burla dirigida al equipo adversario (10) - Atributos negativos al FCB (12) - Atributos negativos al Real Madrid (13) - Atributos negativos al equipo adversario (14) 		<ul style="list-style-type: none"> - Equipo afín, protagonista de la crónica (15) 	del acrónica (7)
--	---	--	--	------------------

Tabla 3. Elaboración propia a partir de los datos extraídos de la revisión bibliográfica y entrevistas.

Para terminar, cabe decir que cada uno de los factores señalados y que se engloban dentro de alguna de las cuatro categorías, se representan a través de varias formas semánticas, diferenciándose entre: recursos retóricos (comparaciones, personificación, metáforas, etc.), sinónimos, antónimos, adjetivos, adverbios y otros. Por ese motivo, a la hora de analizar las crónicas, se admitirán cualquiera de estas modalidades léxicas puesto que son la forma a través de las cuales se representan los subgrupos que, a la vez, forman las cuatro grandes categorías.

Para aclarar todo lo expuesto hasta ahora, a continuación se muestra de forma esquemática todo lo explicado.

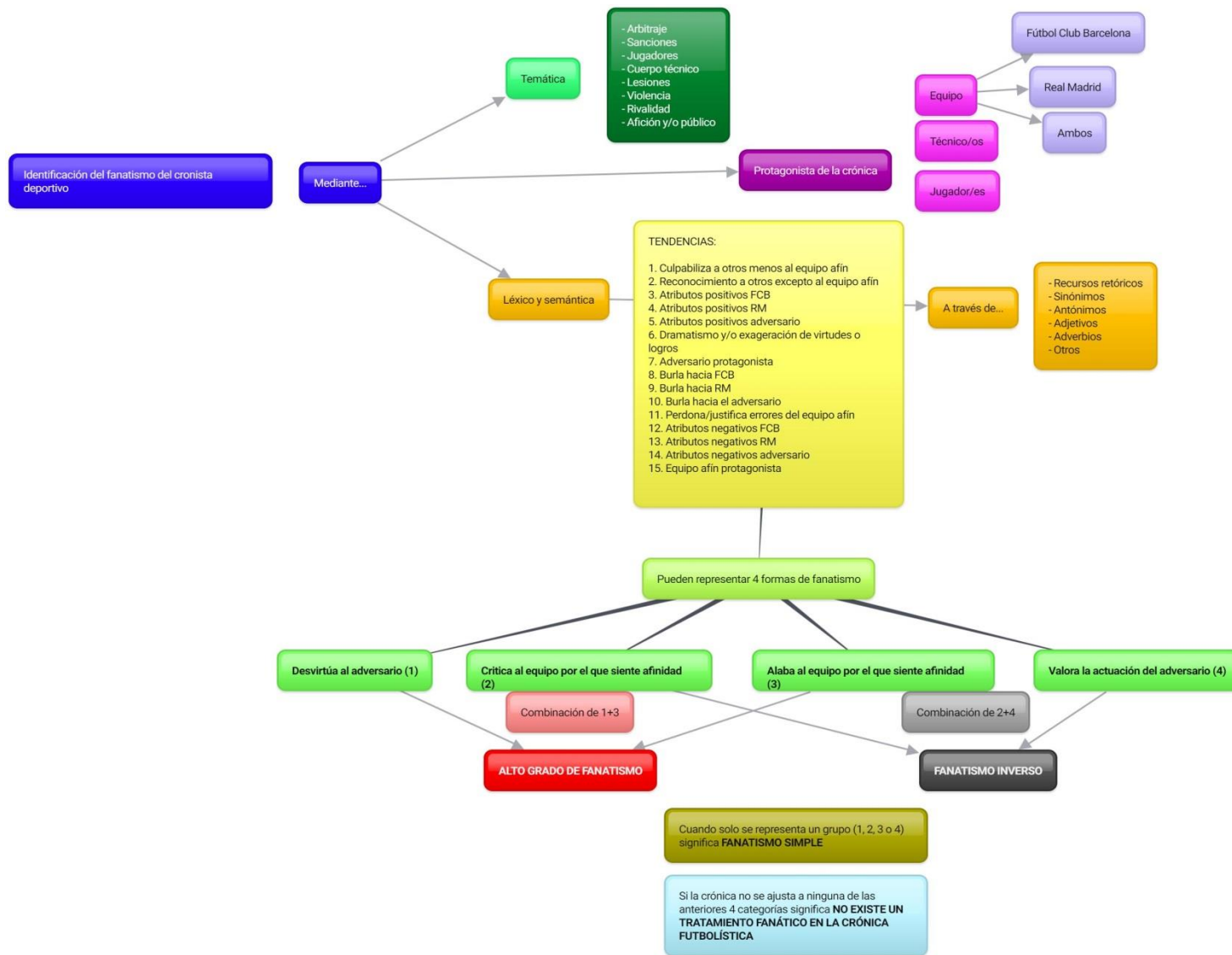


Figura 1. Elaboración propia a partir de los datos e información extraída del marco teórico y las entrevistas.

4.6.5 Guión para el análisis cualitativo de las crónicas futbolísticas

Después de exponer y explicar detalladamente las estructuras de la crónica que se analizarán, los elementos que se valoraran y los criterios que se tendrán en cuenta para valorar la existencia de un posible tratamiento fanático o no y el tipo de fanatismo que puede representarse en una crónica futbolística, a continuación explicaremos el guión que se utilizará para llevar a cabo los análisis cualitativos pertinentes. Se diferenciarán tres pautas. En la primera de ellas se recogerán los datos de identificación de la crónica. La segunda pauta servirá para recopilar la información correspondiente al análisis cualitativo de las crónicas. Y la última de ellas servirá para establecer un resumen final de las tendencias fanáticas que se representan en cada una de las crónicas futbolísticas estudiadas. Al final del estudio de las crónicas futbolísticas de cada uno de los medios de prensa escrita aquí analizados, se procederá a realizar un gráfico junto con unas conclusiones que expongan todos los resultados extraídos del análisis cualitativo.

5. RESULTADOS

5.1 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS CUALITATIVAS REALIZADAS A LOS CRONISTAS DEPORTIVOS

Para extraer las conclusiones de las entrevistas en profundidad realizadas a cuatro cronistas deportivos de diferentes medios de prensa escrita, se ha empleado la técnica de análisis temático ya que permite estructurar por temas la información obtenida de las entrevistas, de forma que resulta más fácil y comprensible extraer los conocimientos de los sujetos entrevistados.

5.1.1 Análisis temático

Mediante esta tipología de análisis podemos dividir el fragmento de texto en diferentes segmentos y se trata de un "procedimiento para la sistematización y tratamiento de la información en el ámbito de la fenomenología social" (Mieles Barrera, Tonon, Alvarado Salgado, 2012).

Para la presente investigación, se han creado diversas categorías que, además de ordenar por temáticas las diferentes cuestiones planteadas durante la entrevista, también ayudarán a recoger la información de éstas

5.1.2 Categorías para el análisis temático

A partir de la transcripción y lectura de las entrevistas, y teniendo presentes los objetivos del estudio y el diseño de las preguntas de las entrevistas a cronistas deportivos, en el apartado de metodología ya se habían identificado unos apartados que separarían por temáticas las diferentes preguntas de la entrevista y, a continuación, recuperamos esta distribución por temas para realizar el análisis de los resultados obtenidos de las entrevistas.

Categorías:

- ❖ La crónica como género periodístico
- ❖ La opinión y los juicios de valor
- ❖ Las cualidades del periodista deportivo
- ❖ El fanatismo en las crónicas de prensa escrita

- ❖ El periodista fanático
- ❖ Lectores de prensa deportiva
- ❖ Evolución del periodismo deportivo

En la columna de la izquierda aparecen los nombres de cuatro cabeceras, Sport, Mundo Deportivo, AS y El Periódico de Catalunya. Como se podrá observar, se reserva al final de esta ficha un espacio para la valoración y discusión, que nos permite obtener una conclusión sobre dicho tema a partir del análisis de las aportaciones relacionadas con el mismo que hacen los entrevistados.

Después de exponer las discusiones parciales de cada tema, realizaremos una global con todos los resultados.

5.1.3 Análisis de las entrevistas cualitativas realizadas a cronistas deportivos

La crónica como género periodístico	
Sport	És donar-li la teva versió i opinió, sempre narrats amb els fets, amb les jugades, però és donar-li el teu propi punt de vista i la teva interpretació del que ha sigut el partit.
Mundo Deportivo	Sobretot, analitzar el partit. El periodista per definició ha de ser una persona que expliqui coses i que tingui un cert esperit crític.
AS	Explicar cómo ha quedado el partido, quien ha ganado y quién ha perdido y ser resal en el resultado. Luego viene la interpretación, es una pieza de autor, cada uno, cada cronista que la escribe tiene su propio estilo y tú puedes elegir leer las crónicas de uno u otro. Más que nada es una función literaria o de gustos o estética.
El Periódico	

<p>de Catalunya</p>	<p>Abans la funció era informativa i descriptiva perquè no es veien els partits per televisió. Ara, des que tots els partits són televisats i ha augmentat molt la cultura esportiva, la crònica fa una funció més analítica. Intentar explicar perquè passen les coses, punt de vista especialista i traslladar les sensacions que tu tens en el camp perquè això és una de les poques coses que no podrà sentir la persona que ho veu per la tele.</p>
<p>DISCUSIÓN</p>	<p>Los cronistas de las cuatro cabeceras, tres de ellas especializadas en prensa deportiva y una de ellas prensa generalista, coinciden en afirmar que la crónica futbolística debe ser una pieza interpretativa que incluya la interpretación y el análisis del cronista sobre un partido de fútbol sin desvincularse de los hechos ocurridos. Por lo tanto, opinan que la crónica sobre un partido de fútbol, además de informar, debe cumplir con una función analítica donde el periodista incluya su punto de vista personal.</p>

<p>La opinión y los juicios de valor</p>	
<p>Sport</p>	<p>Per mi si perquè la crònica no deixa de ser un gènere interpretatiu o opinatiu. Entenc que s'ha de donar bastant marge al periodista perquè ell interpreti i doni el seu propi punt de vista. Jo crec que la gent a una crònica busca més això, el que pensa qui ho escriu que no tant els fets en si perquè els fets ja estan bastant clars per la gent.</p>
<p>Mundo Deportivo</p>	<p>Quan fas una crònica, per definició, és un gènere periodístic que combina la informació amb l'opinió, per tant, és impossible no fer cap</p>

	<p>judici de valor, és impossible. Penso que quan un periodista fa una crònica esportiva ha d'intentar ser el més objectiu possible tenint en compte a qui va adreçada la crònica que fa, quina audiència tindrà. Són inevitables els judicis de valors però un s'ha d'intentar posar límits.</p>
AS	<p>Si tienes libertad estilística emites juicios de valor. De hecho, te lees un cronista por sus juicios de valor.</p>
El Periódico de Catalunya	<p>Si partim de la base que l'objectivitat no existeix, hem de fer-la el més acurada possible a les coses que passen, a l'explicació de les coses que passen. Però ara estem en una època en què hi ha molt periodisme de bufanda, molt de colors. Tendeix a privilegiar i ponderar el que fa el teu equip, a justificar els seus errors, en canvi, això comporta denotar i treure valor a l'equip contrari.</p>
DISCUSIÓN	<p>Al coincidir en el apartado anterior y afirmar que la crónica es un género periodístico que admite la opinión e interpretación del cronista, las cuatro cabeceras también coinciden en este segundo apartado.</p> <p>Los cronistas del Sport y el AS afirman con contundencia que los juicios de valor son intrínsecos del género crónica y, por lo tanto, justifican su uso. El cronista del Mundo Deportivo también coincide con este punto de vista pero lo matiza afirmando que el propio periodista debe autoimponerse ciertos límites. Así pues, no todos los juicios de valor están justificados.</p> <p>Y, en el caso del Periódico de Catalunya, el cronista apunta hacia otra dirección y afirma que los juicios de valor van encaminados al periodismo de bufanda donde se pondera a unos equipos por encima</p>

	de otros, quitándole valor a aquellos por los que el cronista no siente afinidad.
--	---

Las cualidades del periodista deportivo	
Sport	És complicat pel tema que et deia de com està el mercat que t'obliga a adoptar pràctiques que no t'agraden, en el nostre cas pel tema web.
Mundo Deportivo	Has de saber explicar una bona història, tenir uns mínims coneixements per interpretar allò que veus i has de saber fer servir un llenguatge directe. Crec que el periodisme i sobre tot l'esportiu requereix un llenguatge molt directe, molt entenedor per la gent.
AS	La actitud tiene que te tiene que gustar mucho esta profesión y tener una actitud muy propositiva, dedicarle horas, entusiasmo, etc. Ser curioso, intentar ser riguroso, no serio. Tiene que tener un sentido del humor, hacerlo agradable y ameno, pero tiene que hacerlo bien. Es muy importante a la hora de comunicar tener la aptitud de ser claro, conciso y fácil de entender, divertido y poco pomposo. También otra actitud sería la de la ausencia de superioridad. Los conocimientos son los de la profesión. Las habilidades estarían más en la experiencia de la profesión.
El Periódico de Catalunya	Partint de la base que qualsevol periodista de qualsevol disciplina ha de tenir sentit comú. Ha de saber expressar-se, escrivint, parlant, de totes maneres. El periodista esportiu crec que hauria de tenir un

	<p>coneixement de l'esport i la informació que cobreix. Certa intel·ligència, sentit comú i uns certs coneixements.</p>
DISCUSIÓN	<p>Todos los cronistas, a excepción del de Sport que valora como complicado la tarea de evaluar las cualidades de los periodistas deportivos, coinciden en afirmar que todo buen periodista debe ser capaz de expresarse y emplear un lenguaje claro, conciso y directo. También, los cronistas de AS, Mundo Deportivo y El Periódico de Catalunya opinan que es fundamental reunir los conocimientos básicos de la profesión (periodismo) y saber desenvolverse en términos asociados al deporte. Además, el cronista de AS admite que es parte de un aprendizaje que se consolida con la experiencia en el sector. Por lo tanto, también es un apartado en el que los cronistas coinciden a la hora de determinar y definir las cualidades que debe reunir un buen periodista deportivo.</p>

El fanatismo en las crónicas de prensa escrita	
Sport	<p>Sí perquè és el que ven. Els programes de més audiència a la tele són els que tenen periodistes molt marcats d'un equip i al mateix temps, en els diaris, això passa a les webs on es busca el clic i es busca el clic també en personatges i a veure qui la diu de més grossa. La gent busca això. És una manera de dir-ho, tot i que periodisme i bufanda semblin paraules antagòniques, però en el fons és així.</p> <p>Identificar el fanatisme del cronista mitjançant...</p> <p>Clar, hi ha varies depèn de la moral o fins on posis tu el teu punt ètic. Hem vist molts periodistes que munten shows a televisions per fer-se</p>

	<p>famosos, però jo crec que això els hi juga en contra de la seva credibilitat. Avui en dia sí que és veritat que el poder mediàtic dels periodistes estrelles és molt fort. Sobretot veient que si tu llegeixes una crònica i veus que tot són paraules a favor de l'equip del qual se suposa que és el periodista i de l'altre equip doncs ni en parla o deprecia al rival o utilitza un to histriònic, doncs ja veus que aquest és un periodista de bufanda. O una altra manera d'identificar-ho seria: aquest periodista m'està escrivint allò que em diria el meu amic al bar, no està aportant res de diferent. Llavors és quan s'identificaria al periodista de bufanda.</p>
<p>Mundo Deportivo</p>	<p>És inevitable perquè siguis una ràdio, una web, un diari o una televisió, tu vas adreçat a una audiència determinada. Per exemple, Mundo Deportivo, per nosaltres el nostre <i>target</i> és un lector que li agradi l'esport i dins d'aquest lector, sobretot, culé. Doncs, és inevitable que portem d'alguna manera la bufanda, però com he dit abans, tu has d'intentar posar uns límits. Jo sóc un forofo del Barça i per mi és molt difícil, però ho faig. Jo a la crònica ho separo. Sé que vaig a un lector culé, però intento fer una crònica des de la meva vessant periodística i no des de la meva vessant forofa.</p> <p>Identificar el fanatisme del cronista esportiu mitjançant...</p> <p>Sobretot quan la persona que parla ho fa en primera persona. Sinó que tu tens uns col·laboradors que la gent identifica com a personatges d'un club determinat, a Espanya, en el cas del futbol, tothom és o del Barça o del Madrid. Llavors el periodisme de bufanda el que fa és aplegar a molts col·laboradors que són identificats com a seguidors d'un equip. Penso que aquesta és la principal manera d'identificar el fanatisme. I segon, donar moltes notícies sense contrastar ni res.</p>

AS

Entiendo el fanatismo y lo rechazo en todas sus vertientes. Si estamos hablando concretamente de futbol pues es un periodismo vendido. No creo. No creo que sea compatible los dos términos en la misma oración. Las crónicas de los partidos son todavía oasis porque son muy de autor y responde mucho al nombre de quien la firma. En la crónica periodística de partidos sí que creo que simplemente son más ecuanímes.

En el mundo del deporte, como en el de la política, evidentemente los diarios son productos periodísticos que están encaminados a un target determinado. Todo el mundo sabe que el AS es del Madrid, el Sport es del Barça, el Marca es del Madrid, etc. Pero ahí hay una parte de responsabilidad, luego tú puedes dar más importancia a las noticias de un sector que son las que interesan a tus lectores pero llevarlas a deformarlas eso es intolerable.

Identificar el fanatismo del cronista deportivo mediante...

Yo no me siento identificado en eso y los cronistas que leo tampoco.

El Periódico de Catalunya

Si perquè el fanàtic és el que només veu el seu, i no veu o no vol veure o critica al contrari. Això no és periodisme perquè això no ajuda a formar. I dubti molt que entretingui.

Identificar el fanatismo del cronista esportiu mitjançant...

És difícil perquè jo crec que el fanatisme és un estadi més enllà dels sentiments d'uns colors. L'aficionat del Madrid es comprarà el Marca i l'AS i ho farà el madridista més fanàtic i el més tranquil. Els diaris esportius ja estan marcats pels colors. Els dos de Barcelona es declaren barcelonistes i els dos de Madrid no es declaren madridistes però són profundament madridistes. Per molt que el Marca s'hagi venut com el

	<p>diari de tots els espanyols és evident que disfruta amb els èxits del Madrid i els fracassos del Barça.</p>
<p>DISCUSIÓN</p>	<p>Mientras que los cronista del Sport, Mundo Deportivo y el Periódico de Catalunya están de acuerdo y afirman que el periodismo deportivo reciben un tratamiento fanático que, del mismo modo, se traslada a las crónicas de partidos de fútbol, el cronista del AS afirma todo lo contrario. Piensa que periodismo y fanatismo son términos antagónicos que rechaza totalmente y cree que las crónicas son el género más ecuánime en el periodismo deportivo donde no se representa el fanatismo del redactor.</p> <p>No obstante, sí que coincide con el cronista del Mundo Deportivo, Joan Poquí, y el del Periódico de Catalunya, Joan Domènech, al afirmar que la prensa escrita deportiva va dirigida a un target en concreto, con lo cual, se priorizan temáticas y noticias por encima de otras. Además, Joan Domènech añade que los diarios deportivos están marcados por unos colores y que por eso "els dos de Barcelona es declaren barcelonistes i els dos de Madrid no es declaren madridistes però són profundament madridistes. Per molt que el Marca s'hagi venut com el diari de tots els espanyols es evident que disfruta amb els èxits del Madrid i els fracassos del Barça". En la misma línea opina Joan Poquí quien afirma que resulta inevitable asociar los colores de un equipo a una cabecera de prensa deportiva puesto que se sabe al tipo de público al que va dirigido, con lo cual, es "inevitable que portem d'alguna manera la bufanda".</p> <p>Además de coincidir las tres cabeceras, Mundo Deportivo, Sport y el Periódico de Catalunya, en afirmar de la presencia de fanatismo en la prensa Deportiva espanyola también identifican los mismos elementos a través de los cuales puede identificarse este tratamiento.</p> <p>El cronista del Sport, Jordi Gil, se centra más en la mirada del cronista y</p>

	<p>cree que el fanatismo en una crónica futbolística se representa cuando el cronista escribe todo favorable a un equipo y desprecia y rechaza al adversario. De igual modo opina Joan Domènech (El Periódico de Catalunya). Mientras que Joan Poquí (Mundo Deportivo) achaca esta tendencia a la no contrastación de la información.</p>
--	---

<p>El periodista fanático</p> <p>A la pregunta: Què en penses i quina valoració fas d'aquells periodistes que decideixen prendre partit del periodisme de bufanda?</p>	
Sport	<p>És per una moda. Jo crec que és una manera de sobreviure per molts periodistes perquè el sector està en crisis, no ens enganyem, i una manera de sobreviure és anar més enllà i fer-te un personatge. Per sobreviure i per portar un nom. Llavors el lector, en aquest cas, busca el personatge i no li interessa gaire el que hagi escrit.</p> <p>El periodisme fanàtic és...</p> <p>Periodista que únicament té ulls per al seu equip i que és incapaç de contextualitzar i valorar la feina que ha de fer en el context global del futbol o de la lliga que es tracti. Només es mira lo seu i no accepta veritats diferents de les que ell vol sentir.</p>
Mundo Deportivo	<p>Crec que això és positiu sempre i quan el periodista sàpigues autoimposar-se les normes de ser el més objectiu possible i separar la seva afició de la professió que està exercint. En el meu cas, quan jo he de fer la crònica del Barça jo miro el partit d'una manera, si no he de fer la crònica del Barça ho miro d'un altre. I tinc molt clar que no puc estar fent la crònica d'un partit del Barça i comportar-me de l'altra manera.</p>

	<p>El periodisme fanàtic és...</p> <p>És tertúlia de bar traslladada a un mitjà de comunicació i a més, el que és pitjor de tot, posant el rigor al final de tot a la llista de prioritats.</p>
<p>AS</p>	<p>No me parece mal. Todo el mundo que se dedica a esto pues no sales como un champiñón, sino que empiezas porque te gusta y porque sigues algún equipo. A mí no me parece mal que se sepa de qué equipo es, otra cosa es que influya en tus opiniones, pero también creo que en un periodismo libre nadie va a criticar más a un equipo que el propio aficionado de un equipo.</p>
<p>El Periódico de Catalunya</p>	<p>És horrendo. Perquè jo pertanyo a la concepció de creure que els periodistes som una mica servidors públics. Els mitjans de comunicació lliure estan creats per formar a la gent, per crear opinió i tot això. El que no podem fer és manipular a la gent, hem d'intentar explicar el millor possible les coses, com passen i com són perquè la gent es formi la seva opinió. S'haurien de distingir als diaris els articles d'opinió dels articles d'informació. Però denoto completament el periodisme de bufanda. L'avorreixo, l'odio profundament perquè trobo que és un show i que no és periodisme, serà espectacle. Està dins del que és periodisme i no hauria de ser-ho, és una part deplorable del periodisme, sota el meu entendre.</p> <p>Si ets fanàtic del Madrid o del Barça o trobes tot bé, facin el que facin i juguin al que juguin. Justifiques tot el que facin, estigui bé o malament.</p> <p>El periodisme fanàtic és...</p> <p>El fanàtic es crític amb el contrari. Es a dir, tendeixen a justificar-ho o és una crítica una mica amb la boca petita. El fanàtic jo crec que tendeix a</p>

	<p><i>veure la paja en el ojo ajeno que no habita en el propio. Crec.</i></p>
<p>DISCUSIÓN</p>	<p>El cronista del Periódico de Catalunya, Joan Domènech, que casualmente es el único periodista de los cuatro entrevistados que escribe para un medio generalista, es el único que valora negativamente que los periodistas se declaren seguidores de un determinado equipo de fútbol, puesto que cree que ello conlleva a una manipulación de la opinión pública ya que la prensa, el medio de comunicación, se desprende de una de sus funciones, informar y formar a la sociedad. De ahí que destaque la necesidad de diferenciar los artículos de opinión de los informativos.</p> <p>Sin embargo, coincide con el cronista del Sport, Jordi Gil, al definir el fenómeno de fanatismo en la prensa deportiva española. Ambos afirman que el periodismo fanático es aquel que sólo mira a favor de un equipo, justificando sus propios errores, a la vez que critica al rival del mismo, siendo incapaz de contextualizar la situación global.</p> <p>Jordi Gil afina más y atribuye esta práctica tan extendida en el periodismo deportivo de los últimos años (el fenómeno fanático) a la necesidad de muchos periodistas por hacerse hueco en una profesión deteriorada.</p> <p>Igual que Jordi Gil, Joan Poquí (Mundo Deportivo) y Santi Giménez (AS) valoran positivamente que el cronista exprese su afinidad por un equipo siempre y cuando se imponga límites a la hora de ejercer su profesión como periodista.</p>

Lectores de prensa deportiva	
A la pregunta: Creus que els periodistes ho utilitzen com a estratègia de fidelització cap a l'audiència?	
Sport	Jo crec que avui en dia el periodista de premsa escrita és bastant anònim, mediàticament no té molta repercussió. Però sí que els lectors fidels tenen els noms clars i espera algo del periodista que escriu allò.
Mundo Deportivo	Avui, les noves tecnologies sí que porten implícites, sobretot en els titulars, una nova forma de fer periodisme, per captar audiència. Busquen clics.
AS	No intento atraer a nadie, intento escribir lo que me sale. Hay días que estaré más inspirado y días que menos y partidos que son más fáciles y otros que son más difíciles. Nunca me lo he planteado como un gancho para atraer lectores.
El Periódico de Catalunya	<p>Sí. Hi ha periodistes que es creen personatges per si mateix per tenir audiència o per sortir a la tele. Veus que és una manipulació que no puc amb ella. No m'agrada gens.</p> <p>Quines altres estratègies s'utilitzen per fidelitzar audiència?</p> <p>Els periodistes que vulguin fidelitzar-se per ells mateixos jo crec que no és la seva funció. Creure que et veuen per un mateix, jo trobo que no és una forma molt correcte d'obrar o no hauria de ser-ho.</p>
DISCUSIÓN	De nuevo, Joan Domènech, el cronista del diario de prensa generalista,

	<p>El Periódico de Catalunya, es el único de los cuatro cronistas que toma una posición clara respecto al fanatismo en la prensa deportiva. Joan Domènech opina que los cronistas emplean estrategias fanáticas, a través de la construcción de personajes, para conseguir atraer a más audiencia. Sin embargo, opina que se trata de una mala práctica periodística puesto que el cronista no debería intentar fidelizar para él mismo. Lo mismo cree Santi Giménez (AS) quien no se plantea el fanatismo como estrategia de fidelización hacia la audiencia en el caso del periodismo deportivo y, en concreto, la crónica futbolística.</p> <p>Y, por otro lado, Jordi Gil no se posiciona de forma clara entorno a este tema aunque admite que los lectores fieles siempre esperan algo de los cronistas a los que siguen. Lo mismo que cree Joan Poquí, quien asocia las estrategias de fidelización en lo referente a los clics de los contenidos de la web.</p>
--	--

Evolución del periodismo deportivo	
Sport	<p>La revolució ve amb el tema web i internet. Als anys '90 internet era molt incipient i t'havies de buscar les dades d'una altra manera. Aleshores era tot trucar per telèfon i fer agenda. Era tot molt més artesà i laboriós. Ara la feina és més fàcil perquè pot aconseguir l'opinió de qui sigui per internet, tot és molt més fàcil d'aconseguir. El que es perd és la informació de primera mà.</p> <p>Crec que està bastant deteriorat. Parlàvem dels anys'90 i era una altra cosa. També teníem més accessibilitat als protagonistes i això és una cosa que ha canviat molt. Jo crec que era més interessant el d'abans, però també depèn del que vol la societat. La societat viu al dia, ho vol ràpid, no vol rotllos, vol anar al gra i llavors ens hem d'adaptar.</p>

<p>Mundo Deportivo</p>	<p>Sobretot s'ha accentuat molt aquest bufandisme per la irrupció de molta oferta televisiva i radiofònica. Marca, AS, Mundo Deportivo i Sport, dos més merengues i dos més cules, però que es mantenen molt unes formes i una aparença de certa objectivitat. Penso que el que ha canviat més és la irrupció d'aquest tipus de tertúlies. Tots els diaris pràcticament, els que poden, fan unes tertúlies i en totes s'ha accentuat aquest bufandisme per buscar audiència.</p> <p>Ara mateix, no només per la condició de periodistes <i>hooligans</i> o fanàtics, sinó també perquè les noves tecnologies fan que arribi un volum molt gran d'informació. Jo sobretot trobo a faltar el rigor a l'hora de donar credibilitat a una notícia.</p>
<p>AS</p>	<p>Hay una evolución tecnológica descomunal. La evolución básicamente es tecnológica. También es verdad que se está dualizando, hay una globalización del mercado. Y esto va al Madrid y al Barça. Incluso en diarios de otras ciudades les cuesta mucho sobrevivir y acaban tirando de la gran globalización, en el caso de España, el Barça y el Madrid. En ese sentido han cambiado los diarios deportivos.</p> <p>Aun así, a nivel general, creo que tenemos una buena prensa deportiva, te incluyo todos los medios como pueden ser la COPE, SER, La Vanguardia, etc. Yo creo que es muy buena, pero por la influencia de los shows televisivos creo que hay una pequeña parte que lo contamina todo y parece que es espantoso. Pero si la comparas con el resto de la prensa deportiva internacional, yo diría que la española está entre las mejores.</p>
<p>El Periódico de Catalunya</p>	<p>El futbol són 18 equips més de Primera, equips de competició internacional, equips de segona A, segona B i tercera, equips que se'ls tenen completament marginats. Cada vegada amb una representació més</p>

	<p>petita. Ja no parlem d'altres esports, del basquet, handbol, hoquei... Tot queda postergat amb el Barça i el Madrid i això trobo que és dolentíssim. Primer per exagerat, segon per injust cap als altres i tercer perquè no hi ha tanta diferència en l'esforç, la dedicació i el sacrifici que li dediquen els esportistes del Barça i el Madrid amb altres esportistes. Hi ha molts altres esportistes que es mereixen tant o més l'atenció. Que se'ls miri, pel que sacrifiquen, el seu talent, la qualitat a les seves disciplines esportives. A mi això no em repugna, però no ho puc reprimir. Si agafes un diari d' anys enrere, 90, 92, 95 o qualsevol altre, veuràs que les pàgines que se li dediquen al Barça respecte a les d'ara i veuràs la diferència.</p>
<p>DISCUSIÓN</p>	<p>De nuevo, el cronista de AS, Santi Giménez, se desvincula de las opiniones del resto de cronistas entrevistados y sostiene que la prensa deportiva española se encuentra en una situación privilegiada respecto a la prensa internacional. Por lo tanto, mantiene una actitud positiva hacia la prensa deportiva de España y piensa que en la actualidad se está llevando a cabo un buen ejercicio en el periodismo deportivo.</p> <p>Sin embargo, los cronistas de Sport, Mundo Deportivo y El Periódico de Catalunya, opinan todo lo contrario. Los tres coinciden en afirmar que en los últimos años se ha producido una revolución tecnológica que ha propiciado varios cambios, como son: deterioro de la profesión periodística porque no se cuenta con información de primera mano y resulta más difícil contrastar la información, se pierde rigurosidad en el ejercicio periodístico, se tiende a vincular el deporte con fútbol, Barça y Real Madrid (dualización) y todo ello lleva al crecimiento del periodismo fanático. Así lo cree Joan Poquí quien asocia el auge de las tecnologías a un cambio en el paradigma de la profesión periodística.</p>

Tabla 4. Elaboración propia a partir de los datos extraídos de las entrevistas a los cronistas deportivos.

Después de realizar las cuatro entrevistas a los cronistas deportivos de diferentes medios de comunicación, tanto de prensa especializada en deporte como generalista, hemos podido constatar que los cuatro cronistas entrevistados coinciden al atribuir un valor interpretativo y opinativo al género crónica. Todos están de acuerdo que se trata de un género periodístico que llevado al campo del deporte admite la valoración del cronista de los hechos, con lo cual, también justifica el uso de juicios de valor. Sin embargo, cada cronista, de los cuatro entrevistados, pone un límite al uso de estos juicios de valor y, mientras que Joan Poquí y Joan Domènech creen que el periodista debe autoimponerse unos límites durante la redacción de una crónica futbolística para no dejarse llevar por los sentimientos hacia un determinado equipo, Santi Giménez y Jordi Gil ponen este listón más bajo.

Por otro lado, llama la atención que Joan Domènech, cronista deportivo del único diario generalista entrevistado (El Periódico de Catalunya), asocie el uso de los juicios de valor directamente a un posicionamiento fanático por parte del periodista y/ redactor de la pieza. Domènech que la revolución tecnológica ha provocado un cambio en el paradigma de la profesión periodística y, en el campo del deporte, ha desembocado en una práctica cada vez más extendida, popularizada y aceptada socialmente (el fanatismo).

Jordi Gil, cronista deportivo en el diario Sport, también opina bajo la misma línea que Domènech y cree que el periodista que incorpora el fanatismo en sus crónicas responde a la necesidad de mantener su puesto de trabajo y ganar fama y popularidad. Tanto Jordi como Domènech creen que el posicionamiento fanático que adopta el cronista en sus piezas periodísticas, además de responder a la necesidad que mencionaba Jordi Gil, indirectamente también se asocia a una estrategia por conseguir fidelizar más audiencia. Por lo tanto, Gil y Domènech coinciden al determinar que existen cronistas deportivos que emplean conscientemente esta estrategia de fanatismo en sus crónicas deportivas como elementos de fidelización hacia la audiencia. Mientras que Santi Giménez no identifica en ningún momento un posible tratamiento fanático por parte de ningún cronista deportivo y Joan Poquí, quien sí lo

identifica, no lo asocia a un comportamiento consciente y premeditado por parte de los cronistas.

Sin embargo, Joan Domènech y Jordi Gil opinan que esta estrategia resulta efectiva mediante la creación de personajes públicos, reconocibles por la audiencia que ayudan a captar más su atención a través de crónicas futbolísticas en las que el cronista se limita a hablar bien sobre el equipo por el que siente afinidad, sin criticarlo o haciéndolo con la boca muy pequeña. Tal y como dijo Domènech durante la entrevista, el fanático tiende a ver *"la paja en el ojo ajeno que no ha visto en el propio"*.

Mientras tanto, Santi Giménez no concibe el tratamiento fanático en una pieza periodística y opina que son "términos incompatibles". Es el único de los cuatro cronistas entrevistados que sostiene que el periodismo deportivo actual no peca de fanatismo ni que las crónicas futbolísticas reciben este tratamiento.

Para terminar, todos los cronistas entrevistados sí coinciden en que el periodismo deportivo y, sobre todo, en las crónicas sobre partidos de fútbol se debería desvincular esta práctica que traslada los sentimientos y afición de un cronista por un equipo a una pieza periodística que, pese a tener el valor opinativo e interpretativo con el que coincidían los cuatro cronistas, no debe desvincularse de la realidad, puesto que con ello lo único que se consigue es "manipular la opinión pública" tal y como afirma Joan Domènech.

5.2 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS LECTORES DE PRENSA DEPORTIVA

La tipología de entrevistas seleccionada para llevar a cabo esta investigación fue la entrevista cualitativa. Se han realizado un total de seis entrevistas a lectores de prensa deportiva con perfiles distintos para evitar asociar los resultados a un único perfil de entrevistado. Así pues, se entrevistaron a dos lectores de prensa deportiva seguidores del Fútbol Club Barcelona, dos del Real Madrid y otros dos de equipos distintos a los anteriores.

A continuación pasamos a mostrar los datos e información extraída de estas entrevistas.

5.2.1 Análisis de las entrevistas cualitativas realizadas a los lectores de prensa deportiva

Los lectores de prensa deportiva, tanto seguidores del Fútbol Club Barcelona como del Real Madrid u otros, opinan que la prensa deportiva actual tiende a mostrar un posicionamiento favorable hacia el Real Madrid o el Fútbol Club Barcelona. Asocian estos dos equipos a las cuatro cabeceras de difusión estatal y analizadas en el presente trabajo, identificando a Marca y AS como prensa deportiva cercana a las filas madridistas, mientras que el Sport y Mundo Deportivo actúan, según los entrevistados, igual con el Barcelona.

Además de esta asociación de cabeceras de prensa escrita deportiva a determinados equipos de fútbol, también creen que los cronistas que redactan las crónicas sobre un partido de fútbol tienden a mostrar un acercamiento hacia alguno de los dos equipos que protagonizan el evento futbolístico. Las entrevistas a los lectores también nos permite confirmar que el posicionamiento del cronista hacia un equipo u otro es una práctica que se está extendiendo y popularizando a medida que los shows televisivos cobran más presencia.

Todos los entrevistados coinciden al afirmar que cuando leen una crónica buscan cierta objetividad por parte del cronista que la redacta, aunque también les gusta encontrar opiniones y atributos que juzguen positivamente al equipo por el que sienten afinidad y, en cambio, critiquen al adversario. Es más, dos de los entrevistados afirmaron que prefieren incluso encontrar información en una crónica futbolística que critique al rival y, en menor medida, que alabe a su equipo. Este planteamiento se ha podido corroborar mediante el pre-test realizado a diez lectores de prensa deportiva y donde se confirmaba, con un 35%, que en la mayoría de fragmentos en los que el cronista emplean un tratamiento fanático lo hace criticando al adversario.

Otra de las cuestiones que hemos podido observar, a través de los resultados de estas entrevistas, es que pese a identificar el tratamiento fanático del cronista deportivo, los lectores aceptan y buscan este posicionamiento fanático de los cronistas. Opinan que la interpretación y los juicios de valor que emiten los periodistas en sus crónicas, la convierten en una pieza más atractiva y agradable para su lectura.

5.3 RESULTADOS PRE-TEST DIRIGIDO A LOS LECTORES DE PRENSA DEPORTIVA

A continuación se muestran los resultados y conclusiones del pre-test realizado a diez lectores de prensa deportiva. El objetivo de este pre-test era comprobar la eficacia de la herramienta y la idoneidad de las preguntas planteadas en la misma. Por otro lado, junto con las entrevistas realizadas a seis lectores de prensa deportiva que son a la vez seguidores del Fútbol Club Barcelona Real Madrid u otros, también se ha podido dar respuesta al siguiente objetivo explicativo planteado al inicio de la investigación:

- Conocer si los lectores de crónicas futbolísticas identifican el tratamiento fanático del periodista deportivo.

El cuestionario fue diseñado de forma que el encuestado pudiera ir respondiendo a las preguntas siguiendo un orden marcado por las diferentes temáticas que se abordan en el pre-test.

Por lo tanto, para exponer los resultados del pre-test realizado durante el estudio, a continuación se presenta de forma estructurada por temáticas las diferentes categorías de preguntas que se han tratado en el cuestionario base. Debido a que los objetivos principales a los cuales aspiraba dar respuesta este pre-test era la percepción de los lectores frente el posible tratamiento fanático de los cronistas deportivos en sus piezas, las categorías para extraer los datos e información del cuestionario base se estructuraron, en el apartado de metodología del presente trabajo, de la siguiente manera:

- Reconocimiento de cronistas deportivos
- Identificación de las tendencias fanáticas de los cronistas deportivos
- Identificación del tratamiento fanático o no fanático en fragmentos de crónicas futbolísticas
- Identificación y categorización de los fragmentos de crónicas futbolísticas

5.3.1 Análisis de los resultados extraídos del cuestionario base

Reconocimiento de cronistas deportivos:

En primer lugar, se ha creído oportuno conocer si los lectores de prensa deportiva reconocen a alguno de los cronistas deportivos que trabajan y publican para AS, Marca, Mundo Deportivo, Sport y que son las cuatro cabeceras de prensa deportiva analizadas en el presente estudio. La finalidad de este tipo de preguntas es averiguar si los lectores recuerdan la autoría de las crónicas y si, de ser así, realmente esto puede ser considerado un elemento de fidelización.

A través de las respuestas obtenidas, podemos confirmar que efectivamente el 100% de los encuestados reconocen a alguno de los cronistas que publican en los medios de prensa escrita anteriormente mencionados.

Identificación de las tendencias fanáticas de los cronistas deportivos:

En esta segunda categorías se aspira a averiguar si los lectores asocian a los cronistas a un determinado equipo de fútbol.

Los resultados nos permiten confirmar que algunos lectores, pese a identificar y conocer el nombre de ciertos cronistas deportivos, no siempre son capaces de asociarlos a algún equipo de fútbol.

Sin embargo, mediante estas respuestas, hemos podido comprobar que la gran mayoría de lectores que sí son capaces de reconocer las tendencias y preferencias futbolísticas de los cronistas, tiende a asociarlos como seguidores del Fútbol Club Barcelona o Real Madrid o bien a catalogarlos como neutrales.

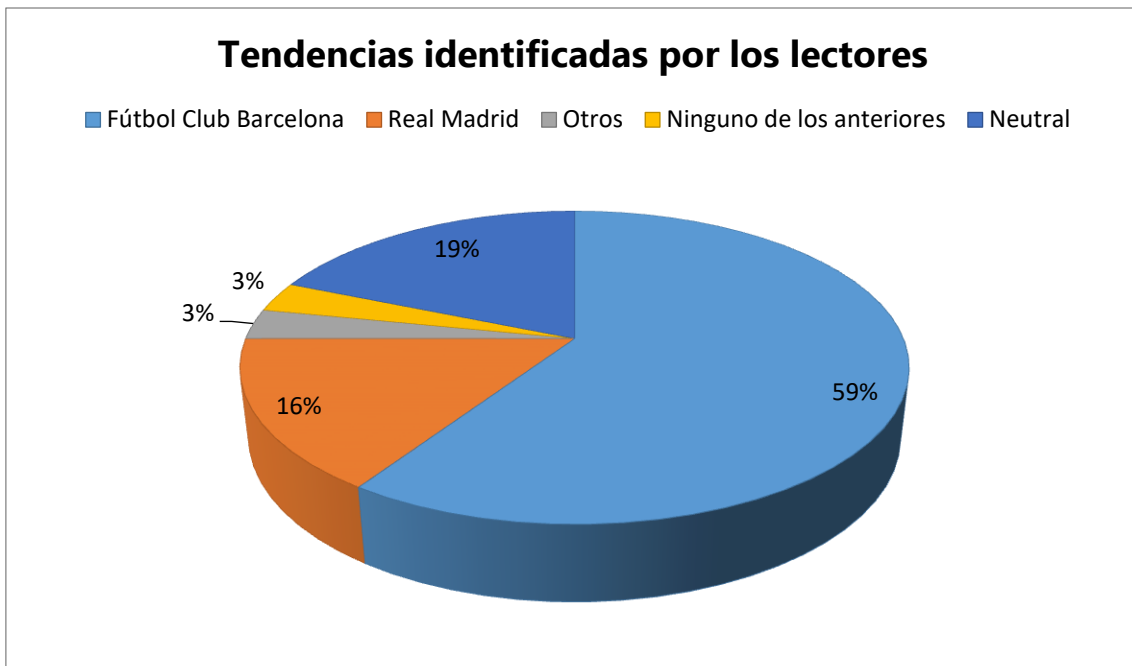


Figura 2. Elaboración propia a partir de los datos extraídos del cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva.

Identifican el tratamiento fanático o no fanático en fragmentos de crónicas futbolísticas:

Con esta tercera categoría, pretendemos comprobar si los lectores tienden a asociar ciertos atributos presentes en una crónica con un tratamiento fanático o no.

La mayoría de encuestados son capaces de reconocer cuándo un cronista deportivo aplica o no un tratamiento fanático en su pieza periodística. Los lectores de prensa deportiva, a través de sus respuestas, nos permiten confirmar que sí identifican el tratamiento fanático aplicado por el cronista deportivo y diferencian entre tratamiento fanático y no fanático. Además, un 62% de los encuestados coinciden al afirmar que los fragmentos expuestos en el cuestionario base sí detectan un tratamiento fanático por parte del periodista.

	Sí aplican tratamiento fanático	No aplican tratamiento fanático	No sabe/ No contesta
Pre-test 1	4	5	1
Pre-test 2	5	5	0
Pre-test 3	5	4	1
Pre-test 4	4	0	5
Pre-test 5	7	3	0
Pre-test 6	10	0	0
Pre-test 7	7	3	0
Pre-test 8	6	4	0
Pre-test 9	6	4	0
Pre-test 10	7	3	0
TOTAL	61	31	6

Tabla 5. Elaboración propia a partir de los datos extraídos del cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva.

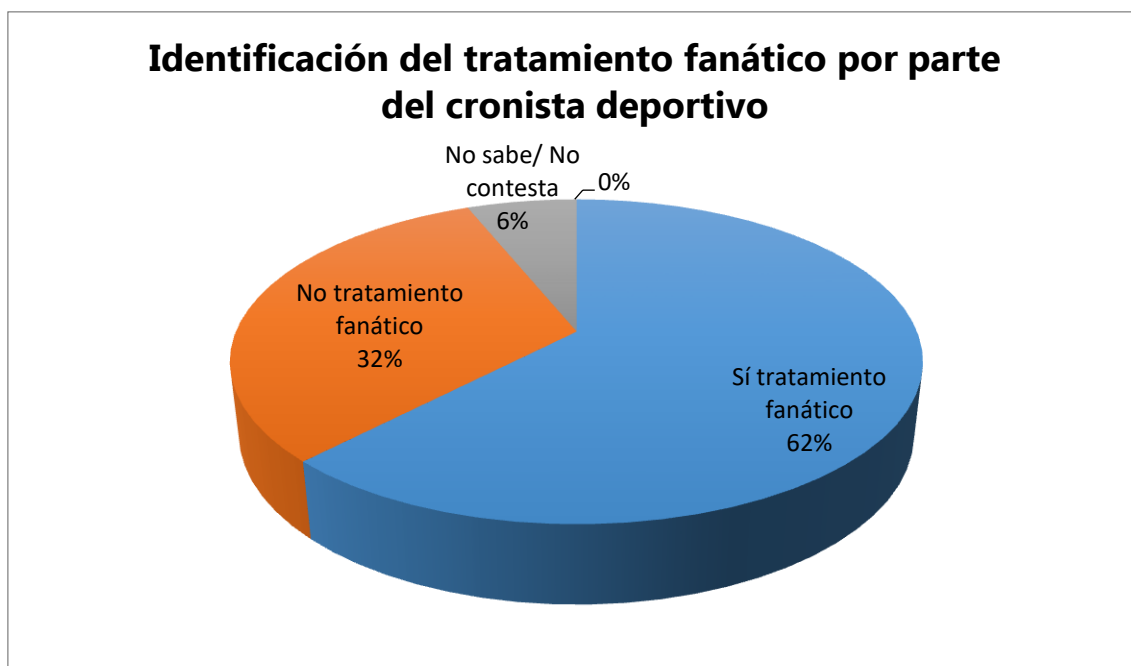


Figura 3. Elaboración propia a partir de los datos extraídos del cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva.

Identificación y categorización del tratamiento fanático en los fragmentos expuestos en las crónicas futbolísticas:

Para terminar, en la última y cuarta categoría hemos podido reconocer qué tipo de tendencias fanáticas identifican los lectores. También, las respuestas obtenidas en este apartado han servido para comprobar los resultados extraídos del análisis cualitativo de crónicas futbolísticas.

Los resultados nos demuestran que mayoritariamente los lectores coinciden en sus respuestas y un 35% indica que los fragmentos de texto pertenecientes a crónicas futbolísticas publicadas por distintos medios de prensa deportiva escrita tienden a criticar y, por otro lado, un 29% identifica que tienden a alabar. Resulta que las respuestas obtenidas y extraídas de este pre-test y, en concreto, en lo referente a este último apartado (identificación y categorización de los fragmentos expuestos en las crónicas futbolísticas) coinciden con las aportaciones de los cronistas deportivos entrevistados. Éstos últimos identificaron que el fanatismo del cronistas deportivo puede verse representado de dos formas: hablar mucho y bien de un equipo y criticar al otro, cuestiones que coinciden con las dos tendencias de representación del fanatismo que también han identificado los lectores de prensa.

	Desvirtúa (1)	Critica (2)	Alaba (3)	Valora (4)
Pre-test 1	0	2	5	3
Pre-test 2	3	4	2	1
Pre-test 3	2	5	2	1
Pre-test 4	3	5	2	3
Pre-test 5	0	4	4	2
Pre-test 6	2	3	3	2
Pre-test 7	2	4	3	1
Pre-test 8	0	4	2	2
Pre-test 9	4	2	3	0
Pre-test 10	3	3	3	1
TOTAL	19	36	29	16

Tabla 6. Elaboración propia a partir de los datos extraídos del cuestionario base.

Categorización del tratamiento fanático en los fragmentos de crónicas futbolística

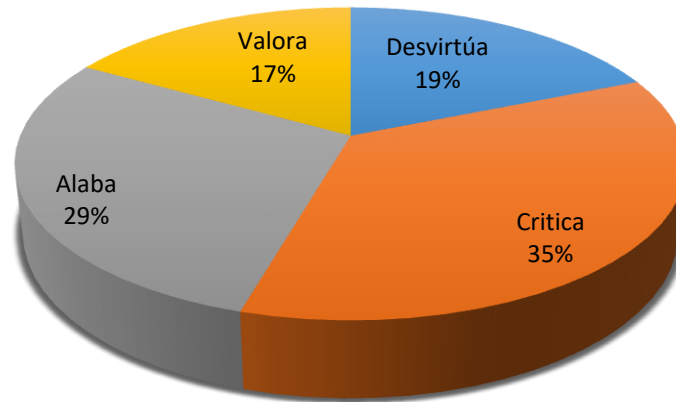


Figura 4. Elaboración propia a partir de los datos extraídos del cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva.

Tras el cuestionario base aplicado a los lectores de prensa deportiva, podemos confirmar que éstos sí identifican cuándo un cronista deportivo aplica un tratamiento fanático en su texto consiguiendo adoptar una posición favorable o en contra de alguno de los equipos que participan en el evento narrado.

Esta posición que toman algunos cronistas deportivos, además de ser identificada por los lectores, éstos también son capaces de reconocer el tipo de tratamiento que está aplicando el cronista y la mayoría de los encuestados coinciden al afirmar que el fanatismo del cronista tiende a identificarse mediante el alago a un equipo versus la crítica del otro.

Por lo tanto, hemos podido dar respuesta a uno de los objetivos explicativos y hemos comprobado la funcionalidad de este cuestionario base, pudiendo afirmar que tanto el modelo de preguntas como la estructura de temas introducidos en el pre-test son válidos para realizar un cuestionario de dimensiones mayores.

5.4 RESULTADOS DEL ANÁLISIS CUALITATIVO DE LAS CRÓNICAS FUTBOLÍSTICAS

Tras realizar un análisis cualitativo de 28 crónicas de partidos de fútbol publicadas por cuatro cabeceras distintas (Sport, Mundo Deportivo, AS y Marca), a continuación se presentan las conclusiones a las que se llegan después de interpretar los datos obtenidos en dicho análisis.

Antes de pasar a exponer las conclusiones, es necesario recordar que Sport y Mundo Deportivo son dos cabeceras de prensa deportiva que se editan en Barcelona, mientras que AS y Marca se editan en la capital, Madrid. Este primer apunte tendrá mucha relevancia en las posteriores conclusiones puesto que este factor incide y determina, en muchos casos, el tratamiento que los periodistas y cronistas aplican en sus piezas periodísticas.

Este tratamiento del que hablábamos viene marcado por dos factores relacionados: la línea editorial del medio y la propia interpretación del periodista sobre los hechos relatados.

El primer elemento incide en la extensión y el espacio sobre el que el periodista puede desarrollar su trabajo, mientras que el segundo elemento es que el que realmente acaba dando forma a la pieza final otorgándole y/o descartando datos a la vez que incorporan juicios de valor y opiniones personales que rozan con el fanatismo.

Para entender el análisis de resultados de las crónicas nos detendremos a analizar e interpretar los datos obtenidos de este segundo elemento: el tratamiento de los periodistas deportivos a la hora de redactar crónicas de partidos de fútbol.

El tratamiento periodístico que aplican las cuatro cabeceras estudiadas (Sport, Mundo Deportivo, AS y Marca) sobre un mismo hecho se diferencia tanto a nivel visual como a nivel de contenido.

En primer lugar, nos detendremos a analizar los resultados obtenidos de los elementos formales.

Las cuatro cabeceras deportivas coinciden a la hora de conceder mayor protagonismo a un determinado equipo por encima de otros.

En el caso del Mundo Deportivo y el Sport, este protagonismo se lo otorgan al Fútbol Club Barcelona, mientras que las cabeceras de Madrid aplican el mismo procedimiento hacia el Real Madrid. Esta tendencia de posicionamiento claro y favorable hacia un determinado equipo de fútbol se representa de tres maneras:

1. La decisión de situar o no al equipo por el que se siente afinidad en portada
2. A través de las imágenes y los personajes que en ellas aparecen
3. Mediante los contenidos de la crónica

En lo referente a las portadas de los diarios, pese a no haber sido uno de los puntos más tratados durante el análisis, sí que se ha tenido en cuenta qué informaciones aparecían en portada. En líneas generales, los datos obtenidos al comparar los resultados de las cuatro cabeceras de prensa deportiva son los mismos y demuestran que cada una de ellas sigue una línea editorial muy marcada por el *target* al que se dirigen.

Por eso, en el caso del Mundo Deportivo y el Sport es muy frecuente que en portada aparezcan temas relacionados con el Barça, aunque el equipo no haya jugado ningún partido en los últimos días. En lugar de mostrar en portada información sobre otros equipos que sí hayan disputado recientemente algún encuentro, optan por incorporar información varia sobre el equipo de la ciudad de Barcelona y dejan los resultados de otros partidos en segundo plano. Además, en el caso del Sport, dedicó una de sus portadas al Real Madrid, pero lo hizo para hablar de sus fracasos, una decisión que refleja la postura favorable del medio hacia el Fútbol Club Barcelona.



Portada del Sport del día
8/12/2016. Fuente: Hemeroteca de la Biblioteca de Comunicación de la UAB.

Lo mismo ocurre en el caso de las cabeceras editadas en Madrid: AS y Marca. Ambas dedican sus portadas a hablar del Real Madrid y dejan en segundo plano al resto de equipos, tal y como hacen las dos primeras cabeceras.



Portada del Marca del día
22/12/2016. Fuente: Hemeroteca de la Biblioteca de Comunicación de la UAB.

Esta decisión demuestra que tanto Mundo Deportivo y Sport como AS y Marca trabajan para ofrecer un producto periodístico dirigido a un público específico, con lo cual,

inciden y remarcan información relativa a ese equipo por el que siente más afinidad y muestran muy por encima otro tipo de informaciones relacionada con otros equipos y deportes.

Esta evidencia se acentúa todavía más cuando comparamos las cuatro cabeceras y vemos qué publicaron el día posterior al Clásico, entre el Real Madrid y el Fútbol Club Barcelona.

Las dos cabeceras de Barcelona mostraron en portada al equipo de Luis Enrique mientras que AS y Marca optaron por publicar la imagen de Sergio Ramos. Dos versiones sobre un mismo hecho que reflejan que cada cabecera dirige su mirada, y la del lector, hacia el equipo por el que se siente más próximo



Figura 5. Elaboración propia a partir de la prensa deportiva. Fuente: Hemeroteca de la Biblioteca de Comunicación de la UAB.

Y esta misma tendencia que se refleja en las portadas de los diarios se traslada, igualmente, a las imágenes y, consecuentemente, al cuerpo de la crónica.

Siguiendo con el análisis de elementos formales, en el caso de las imágenes ocurre exactamente lo mismo. Las fotografías que acompañan el contenido de la crónica

tienden a representar a los jugadores y/o equipo al que el medio otorga mayor protagonismo. No obstante, ninguna de las cuatro cabeceras deportivas estudiadas en el presente trabajo tiende a reflejar en imágenes a un único equipo, sino que procura representar también a los jugadores de otros aunque sea a través de fotografías de menor tamaño y, en ocasiones, aparezcan tales jugadores de fondo.

Por lo tanto, en cuanto a elementos formales, podemos afirmar que tanto la portada como las imágenes que acompañan al texto representan la afinidad del medio por uno u otro equipo de fútbol, dejando poco espacio para el resto de clubes.

Una vez analizados los aspectos formales de las crónicas, pasaremos a extraer los resultados obtenidos del análisis cualitativo en lo que se refiere a los elementos de contenido.

Empezaremos por los pies de foto. En las 28 crónicas analizadas no se ha detectado ninguna tendencia clara que definiese y probase el posicionamiento del medio hacia un determinado equipo. Hemos encontrado pies de foto muy neutrales que simplemente se limitaban a explicar la fotografía sin entrar a calificarla. El único caso que se ha encontrado y que no se ajusta a lo anteriormente descrito es en el Marca. La cabecera deportiva de Madrid publicó una fotografía de Messi junto con Suárez y calificó al equipo azulgrana como "Imparables". El resto de texto del pie de foto no contiene elementos de valoración personal.



Fotografía de la crónica publicada por Marca del día 11/12/2016. Fuente: Hemeroteca de la Biblioteca de

Así pues, en cuanto a los pies de foto, no hemos detectado ninguna tendencia clara en la que el medio se posicione favorable o desfavorable a alguno de los equipos que participan en el partido de fútbol.

Continuando con el análisis de elementos de contenido, hemos aplicado, como en el resto del análisis, la herramienta metodológica diseñada y a través de los diferentes parámetros de análisis, que se definieron en su momento en el apartado de metodología, hemos podido conseguir extraer resultados y conclusiones claras. Además, para comprobar la efectividad de algunos de los parámetros aplicados en la herramienta metodológica, se realizó el pre-test a los lectores de prensa deportiva, con lo cual, podemos afirmar que los resultados obtenidos son fiables.

Una de las conclusiones más claras a las que hemos llegado es que la prensa deportiva española aquí analizada, AS, Marca, Mundo Deportivo y Sport, tiende a dar mayor relevancia a un equipo y a posicionarse a favor de éste dejándose llevar por los juicios de valor y opiniones personales que terminan conduciendo a un posicionamiento fanático.

A través del contenido de la crónica, las cuatro cabeceras deportivas de prensa escrita no sólo logran dar mayor relevancia a un equipo para dejar en segundo plano a otro, sino que la necesidad de aportar datos e información nueva a los lectores para así

mantener su atención y conseguir un mayor flujo de audiencia, incide en la elaboración de la pieza y termina condicionando al periodista en su redactado.

En las crónicas de la actualidad, el periodista no sólo debe procurar explicar el resultado del partido, las amonestaciones y expulsiones y las alineaciones, sino que debe ir más allá. Así lo corroboraron los cuatro cronistas deportivos entrevistados, quienes afirmaron que la revolución tecnológica ha provocado que cualquier usuario tenga a su alcance una pantalla para poder ver el partido y por eso el periodista deportivo debe buscar otras nuevas estrategias para ocupar una posición de ventaja respecto a su competencia.

De ahí que éstos coincidan al afirmar que en la actualidad el cronista deportivo necesite aportar datos e información novedosa para captar más audiencia, consiguiéndolo a través de la interpretación y el análisis del partido. El problema está cuando el periodista emite su opinión personal sin ningún fundamento, simplemente piensa en su lector y/o se deja llevar por su opinión personal sin ser capaz de reforzarla con argumentos sólidos y contrastables.

Llegados a este punto, el cronista deportivo termina abandonando una parte de la función informativa de la crónica para conceder más espacio a la valoración personal infundada, en muchos casos. Con lo cual, el periodista, en ciertos casos, acaba elaborando un producto periodístico dirigido por el fanatismo deportivo.

En las cuatro cabeceras deportivas estudiadas, Mundo Deportivo, Sport, AS y Marca, se percibe, después de aplicar la herramienta metodológica, el tratamiento fanático del cronista y el tipo de fanatismo del que se trata. En el apartado metodológico ya se detalló las cuatro formas de representación del fanatismo que recordemos eran: alabar al equipo por el que el cronista siente afinidad, desvirtuar al equipo rival, criticar al propio equipo por el que el cronista siente afinidad y a valorar la actuación del equipo rival.

Podemos confirmar, después de realizar el análisis cualitativo de las 28 crónicas, las tendencias más habituales a través de las cuales se identifica el fanatismo del cronista

son dos: alabar al equipo por el cual el cronista siente afinidad y desvirtuar al equipo rival.

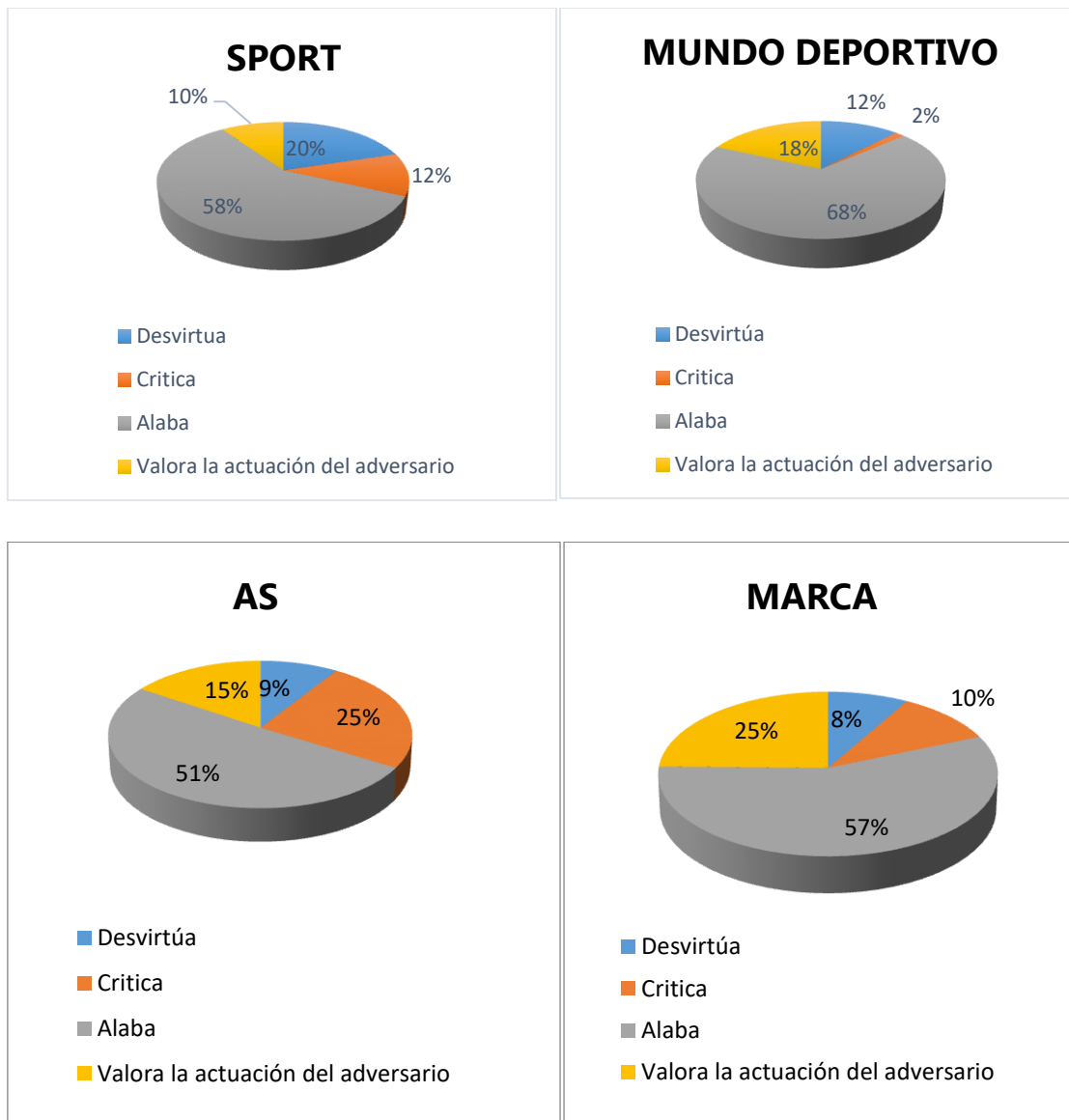


Figura 6. Elaboración propia a partir de los datos extraídos del análisis cualitativo de crónicas futbolísticas.

Las cuatro cabeceras de prensa deportiva han utilizado con mayor frecuencia estas dos formas de representación del fanatismo, lo que demuestra su clara afinidad y elogio hacia el Fútbol Club Barcelona, en el caso del Mundo Deportivo y el Sport, y hacia el Real Madrid en el caso del Marca y el AS.

Las formas de manifestar este fanatismo representado a través de estas dos tendencias lo han hecho mediante: uso de atributos positivos hacia al equipo por el que sienten

afinidad, dramatismo y/o exageración de virtudes y logros, perdón y justificación de errores del equipo por el que siente afinidad, convierte al equipo afín en protagonista de la crónica, dedica atributos negativos hacia el equipo rival y culpabiliza a otros excepto al equipo afín.

	SPORT	MUNDO DEPORTIVO	MARCA	AS
ALABA	58%	63%	51%	57%
DESVIRTÚA	20%	19%	9%	8%
CRITICA	12%	1%	24%	10%
VALORA	10%	17%	16%	25%
TIPO DE FANATISMO REPRESENTADO EN EL MEDIO	FANATISMO SIMPLE La tendencia más representada es "alabar al equipo por el que siente afinidad" y es la única que supera el 50%. Por lo tanto, el tipo de fanatismo representado en este medio es simple.	FANATISMO SIMPLE La tendencia más representada es "alabar al equipo por el que siente afinidad" y es la única que supera el 50%. Por lo tanto, el tipo de fanatismo representado en este medio es simple.	FANATISMO SIMPLE La tendencia más representada es "alabar al equipo por el que siente afinidad" y es la única que supera el 50%. Por lo tanto, el tipo de fanatismo representado en este medio es simple.	FANATISMO SIMPLE La tendencia más representada es "alabar al equipo por el que siente afinidad" y es la única que supera el 50%. Por lo tanto, el tipo de fanatismo representado en este medio es simple.

Tabla 7. Elaboración propia a partir de los datos extraídos del análisis cualitativo de crónicas futbolísticas.

En el caso del Sport (58%) y el Mundo Deportivo (63%) se ha identificado una mayor frecuencia a elogiar y alabar al equipo por el que sienten afinidad, el Fútbol Club Barcelona, y las tendencias menos redundantes en estas dos cabeceras son: criticar al propio equipo (Mundo Deportivo con 12% y Sport con 1%) y valorar la actuación del adversario (Mundo Deportivo 17% y Sport 10%).

Algunos ejemplos publicados por el Mundo Deportivo y el Sport en los que alaban al equipo por el que sienten afinidad:

MUNDO DEPORTIVO	SPORT
<p>“La exhibición magistral de Iniesta y Messi aniquilan al Espanyol y vuelve a dejar en evidencia al Balón de Oro”</p> <p>“Con Iniesta el mundo es mejor. Es indiscutible”</p>	<p>“Inmejorable cierre para un derbi de indiscutible color azulgrana”</p> <p>“El turco es imposible de etiquetar, un futbolista indescifrable. Uno de esos talentos”</p>

Tabla 8. Elaboración propia a partir de los datos extraídos del análisis cualitativo de crónicas futbolísticas.

Lo mismo ocurre con AS y Marca. Las dos cabeceras de Madrid dedican más espacio a alabar al equipo por el que sienten afinidad (AS con un 57% y Marca con un 51%) mientras que el menor porcentaje lo acumulan en desvirtuar al adversario (AS 8% y Marca 9%). Por lo que más destaca Marca es por ser la cabecera de prensa deportiva española que más crítica al equipo por el que siente afinidad (24%). Las otras tres registran los porcentajes más bajos del total de las cuatro tendencias que representan el fanatismo (alabar, criticar, desvirtuar y valorar).

6. CONCLUSIONES, DISCUSIÓN Y NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

6.1 CONCLUSIONES

Tras realizar diversas entrevistas en profundidad, al jefe de la sección de deportes de l'Esportiu, a cuatro cronistas deportivos y a seis lectores de prensa deportiva, junto con el cuestionario base dirigido a los lectores de prensa deportiva y el análisis cualitativo de 28 crónicas futbolísticas publicadas por Sport, Mundo Deportivo, Marca y AS, a continuación pasamos a exponer las conclusiones a las que hemos llegado tras esta investigación.

Tres de los cuatro cronistas deportivos entrevistados identifican el tratamiento fanático en las crónicas deportivas como estrategia de fidelización del cronista hacia su audiencia. Joan Poquí (Mundo Deportivo), Joan Domènech (El Periódico de Catalunya) y Jordi Gil (Sport) reconocen que varios periodistas utilizan esta estrategia para venderse como personaje y conseguir mayor notoriedad y protagonismo en el campo del periodismo deportivo. Opinan que en los últimos años la profesión periodística se ha deteriorado y que los shows televisivos se han interpuesto en el camino del periodismo, provocando que varios profesionales de la información abandonen las formas tradicionales del trabajo periodístico e incorporen nuevos modelos de trabajo, algunos de ellos, basados en el posicionamiento fanático hacia un determinado equipo de fútbol.

Mientras que Joan Poquí y Santi Giménez (AS) justifican que este posicionamiento fanático, que en ocasiones puede adoptar el cronista deportivo, se lleva a cabo de manera inconsciente, sin estar premeditado. Por eso, ambos valoran positivamente que los cronistas deportivos reconozcan públicamente su simpatía por algún equipo de fútbol.

En cambio, Domènech y Jordi Gil opinan todo lo contrario y sostienen que el tratamiento fanático en una crónica futbolística es obra del autor que busca mayor reconocimiento dentro de la comunidad de lectores de prensa deportiva. Por lo tanto, es una decisión que emplea el cronista de forma consciente.

Esta opinión se ha podido corroborar a través del análisis cualitativo de 28 crónicas futbolísticas. En la mayoría de éstas se ha identificado un tratamiento fanático por parte del cronista que redacta la pieza y también se ha podido corroborar que algunas de estas formas de representación del fanatismo coinciden con las identificadas por Joan Domènech, Jordi Gil y Joan Poquí.

Éstos opinan que el fanatismo del cronista deportivo se manifiesta de las siguientes dos maneras:

- Hablar mucho y bien de un equipo
- Criticar al equipo rival

Por lo tanto, podemos afirmar que por parte de algunos cronistas deportivos como Joan Domènech, en las crónicas futbolísticas se emplea, en ocasiones, un tratamiento fanático destinado a fidelizar a los lectores de esa cabecera deportiva para, así, ganar más audiencia.

También se ha comprobado que algunas de las formas de representación del fanatismo en las crónicas futbolísticas coinciden con las identificadas por los cronistas deportivos entrevistados.

Y, en cuanto a la percepción de los lectores, también podemos afirmar que éstos perciben el tratamiento fanático y lo hacen identificando a los periodistas como personajes mediáticos que buscan ganar reconocimiento y protagonismo. Esta afirmación coincide con los resultados obtenidos en las entrevistas en profundidad realizadas a los seis lectores de prensa deportiva.

Tanto los lectores entrevistados como encuestados afirman que en las crónicas de partidos de fútbol perciben tendencias y posicionamientos fanáticos por parte de los cronistas que las redactan.

También opinan que este tratamiento fanático lo perciben, sobre todo, cuando el autor de la crónica incide mucho sobre un equipo de fútbol, hablando y valorando positivamente su

actuación, criticándolo en escasas ocasiones y justificando, por tanto, sus errores. Y la otra forma a través de la cual identifican la afinidad del cronista por un equipo es cuando éste último sólo expresa los errores del rival y lo menciona para criticarlo.

No obstante, gracias a las entrevistas en profundidad a los lectores de prensa deportiva, podemos confirmar que, pese a identificar este tratamiento fanático, optan por seguir consumiendo las piezas periodísticas redactadas por los mismos cronistas que aplican esta estrategia de fidelización. Los lectores aceptan que los cronistas se posicionen a favor de uno u otro equipo, ya que para alguno de ellos es un valor añadido presente en las crónicas y que las hacen más atractivas.

Así pues, aunque no todos aceptan al mismo nivel este fanatismo que aplican; En ocasiones, ciertos cronistas deportivos, sí coinciden al valorarlo como algo positivo que les mueve a seguir leyendo crónicas de ese mismo autor.

Y una última conclusión a la que hemos llegado con esta investigación es que a los lectores, pese a buscar cierta objetividad en los hechos narrados, les impulsa más el cronista y las valoraciones y juicios de valor que emite que no tanto la narración del evento en sí. Es decir, se guían por quien escribe la crónica más que por lo que dice el cronista. Esta percepción coincide con la afirmación que Jordi Gil hizo durante la entrevista: "La gent busca això. Tot i que periodisme i bufanda semblin paraules antagòniques, en el fons és així. [...] Busquen el personatge i no els interessa gaire el que hagi escrit".

6.2 DISCUSIÓN Y NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Cada una de las diferentes metodologías utilizadas en la presente investigación pretendía cumplir con unos objetivos y dar respuestas a éstos mismos. En el caso del análisis cualitativo de las 28 crónicas futbolísticas se buscaba, por un lado, comprobar la eficacia de la herramienta diseñada y utilizada durante el análisis y, por otro, identificar aquellos elementos de contenido y forma que representan el posible tratamiento fanático de los cronistas deportivos.

De este análisis hemos extraído unos resultados que nos han permitido responder a los siguientes objetivos descriptivos:

- Identificar los aspectos formales que permiten identificar el fanatismo en las crónicas deportivas
- Identificar los aspectos de contenido que permiten identificar el fanatismo en las crónicas deportivas

Pese a la dificultad que entrañó en su momento diseñar tal herramienta metodológica por la novedad y dificultad del estudio, hemos podido comprobar la efectividad e idoneidad de algunos de los parámetros utilizados durante el análisis cualitativo gracias a las respuestas obtenidas en el pre-test realizado a los lectores de prensa deportiva.

Además, esta herramienta metodológica también nos ha permitido identificar en las 28 crónicas estudiadas el tipo de fanatismo que se representa en la pieza. Para ello, ha sido necesario investigar las formas a través de las cuales se representa el fanatismo y, tal como se detalla en la metodología del trabajo, se identificaron cuatro: alabar al equipo por el que el cronista siente afinidad, desvirtuar al equipo rival, criticar al propio equipo por el que el cronista siente afinidad y a valorar la actuación del equipo rival.

Por tanto, el análisis cualitativo de las crónicas nos ha permitido identificar los aspectos formales y de contenido que representan tratamiento fanático de los cronistas deportivos, las formas más habituales a través de las cuales se manifiesta este fanatismo y, por último, la eficacia de la herramienta diseñada para el análisis.

Además de esta herramienta metodológica también hemos utilizado el pre-test y las entrevistas en profundidad.

En cuanto al cuestionario base, hemos podido comprobar la idoneidad de las preguntas planteadas y temáticas introducidas así como el orden de las mismas. Ha resultado ser una técnica válida que nos ha permitido dar respuesta al siguiente objetivo explicativo:

- Conocer si los lectores de crónicas futbolísticas identifican el tratamiento fanático del periodista deportivo

Así pues, este modelo de cuestionario base podría servir para futuras investigaciones que traten de reconocer la percepción de los lectores en cuanto a un posible tratamiento fanático por parte de los medios de comunicación o los periodistas.

Y, para terminar, la tercera herramienta metodológica que hemos utilizado, tal y como hemos avanzado, han sido las entrevistas cualitativas. Esta técnica se aplicó tanto para los lectores de prensa deportiva como para los cronistas. Pese a que los objetivos fueron distintos en cada caso, se optó por aplicar el mismo modelo de entrevista basado en un cuestionario de preguntas abiertas, ya que el objetivo final, tanto de las entrevistas a los cronistas como a los lectores de prensa deportiva, era conseguir el máximo de información posible y utilizarla, posteriormente, para el diseño de la herramienta metodológica aplicada en el análisis cualitativo de crónicas.

Hemos podido conseguirlo en todas las entrevistas realizadas a excepción de una. La entrevista al cronista Santi Giménez, del diario AS, fue la única en la que el entrevistado se mostró más cerrado y menos receptivo. Sus respuestas fueron más cortas y secas por lo que se tuvo que improvisar intentándole repreguntar las preguntas diseñadas de manera indirecta.

En el resto de situaciones, sí podemos afirmar que las entrevistas resultaron muy útiles puesto que nos permitió reunir la información que buscábamos para seguir con la investigación.

En el caso de las entrevistas a los lectores, diseñamos un guión con un total de diez preguntas estructuradas y divididas por temáticas. Mediante las seis entrevistas realizadas a los lectores hemos podido dar respuesta a los siguientes objetivos explicativos:

- Conocer si los lectores de crónicas futbolísticas identifican el tratamiento fanático del periodista deportivo

- Conocer si los lectores hacen una valoración positiva o negativa del tratamiento fanático de los periodistas
- Averiguar si los lectores que valoran positivamente el uso del tratamiento fanático en las crónicas futbolísticas continuarían consumiendo tales piezas periodísticas

Como decíamos, esta metodología de entrevista en profundidad nos ha permitido conocer la opinión y valoración de los lectores respecto a los diferentes temas planteados durante la entrevista y hemos conseguido, a la vez, un orden en las respuestas debido al planteamiento inicial de las preguntas. Y, además, al haber entrevistado a diferentes perfiles de lectores, dos seguidores del Barça, dos del Real Madrid y dos diferentes a los anteriores, hemos obtenido respuestas variadas que permiten ser extrapoladas de un único perfil de lector y seguidor de un determinado equipo.

Por último, en el caso de las entrevistas a los cuatro cronistas deportivos hemos podido dar respuestas a los siguientes objetivos:

- Conocer si los periodistas emplean de forma consciente un tratamiento fanático en sus crónicas futbolísticas
- Conocer si los periodistas emplean de forma inconsciente un tratamiento fanático en sus crónicas futbolísticas
- Conocer si el tratamiento fanático del periodista en la crónica futbolística se emplea como elemento de fidelización de la audiencia

El hecho de haber entrevistado a cuatro cronistas de medios de comunicación distintos y que uno de ellos trabajara para un medio generalista, El Periódico de Catalunya, nos ha permitido obtener respuestas extrapolables de un medio de prensa escrita en concreto. Por lo tanto, estas entrevistas nos han permitido entender cuál es la opinión de los propios cronistas respecto al fanatismo deportivo y la práctica periodística que se lleva a cabo en la actualidad, en qué estado se encuentra la prensa deportiva española y a identificar qué

elementos representan el tratamiento y/o posicionamiento fanático de un cronista deportivo.

NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Para terminar, consideramos que el presente trabajo puede servir como precedente para nuevas líneas de investigación relacionadas con el fenómeno del fanatismo deportivo aplicado por los cronistas de prensa escrita deportiva en el género crónica. Se ha podido comprobar que el tratamiento fanático en las crónicas futbolísticas realmente se emplea como estrategia, por parte de muchos periodistas, con el fin de fidelizar más audiencia. Además, la herramienta metodológica empleada para el análisis cualitativo de las 28 crónicas futbolísticas, también puede servir para futuras investigaciones, incluso podría servir como precedente para el diseño de una nueva y más definida herramienta de análisis.

Resultaría interesante investigar qué otros motivos provocan que los periodistas, en el contexto de prensa deportiva que actualmente se lleva a cabo, opten por incorporar esta metodología de trabajo, basada en el posicionamiento fanático hacia un determinado equipo, dentro de sus rutinas periodísticas.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Aignerren, M. (2019). *Una propuesta de análisis de los datos*. Centro de Estudios de Opinión. Universidad de Antioquia.
- Alcoba, A. (1999). *La prensa deportiva: tratamiento inédito sobre el género específico del deporte y cómo hacer una publicación deportiva ideal*. Madrid, España: Universidad Complutense, Instituto Universitario Olímpico de Ciencias del Deporte.
- Ariel Clarenc, Claudio (20122). *Nociones de cibercultura y periodismo*. Madrid, España: Primera Edición.
- Armañanzas, E. y Díaz Noci, J., (1996). *Periodismo y argumentación. Géneros de Opinión*. Bilbao, España: Universidad del País Vasco.
- Benito, Ángel (1973). *Teoría general de la información*. Madrid: I, Introducción.
- Busquets Duran, J. (2012). *El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica*. Revista de Estudios de Juventud: Jóvenes: Ídolos mediáticos y nuevos valores, 96, 13-29.
- Bousquet, Julien. (2010). *Hacia un acercamiento más contemporánea del fanatismo deportivo*. Revista Escuela de Administración de Negocios, 69, 176-183.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101.
- Castro Molina, K. (2013). *Funciones del periodista deportivo*. Recuperado de: <http://periodismodeportivocunrc.blogspot.com/2013/03/las-funciones-de-unperiodista-deportivo-30.htm>
- Cebrián Herreros, Mariano (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid, España: Editorial Ciencia
- Cebrián Herreros, Mariano (1992). *Géneros informativos audiovisuales: radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo*. Madrid, España: Ciencia 3
- Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) (2017). *Baròmetre d'opinió política, 1ª onada 2017*. Recuperado de: <http://ceo.gencat.cat/ceop/AppJava/pages/estudis/cerquesRapides/cercaAnys/fitxa>

/fitxaEstudi.html?colId=6168&lastTitle=Bar%F2metre+d%27Opini%F3+Pol%EDtica.
+1a+onada+2017&any=2017&rang1=&rang2=®istre=true

-
- Col·legi de Periodistes de Catalunya (2017). *Código Deontológico de Periodistas de Catalunya*. Recuperado de: http://www.xornalistas.com/web/uploads/materiais_biblioteca_adxuntos/adxunto/193/54d39da3b6-codigo-deontoloxico-catalunya.pdf
- De Moragas, Miguel (2007). *Comunicación y deporte en la era digital*. Centro de Estudios Olímpicos (CEO-UAB).
- Del Rey, Javier (1988). Instituto Epistemológico de la redacción periodística. *Revista de Ciencias de la Información*, 5, 102.
- Agencia EFE (1992). *El idioma español en las agencias de prensa*. Madrid, España: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Enseñat Guerra, Juan Francisco (2014). *El fenómeno fan y sus repercusiones en la vida cotidiana. El caso de los estudiantes de la Universidad de Gerona*. Tesis doctoral, Universidad de Girona, Girona, España.
- García Candau, J. (1990). *El lenguaje en la información deportiva*. Madrid, España: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Garzarelli, Jorge (2014). *Psicología del deporte*. Recuperado de: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:gMu8gAjUyx4J:www.psicologia-online.com/ebooks/deporte/sobre-el-fanatismo.html+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=es>
- Gil González, Juan Carlos (2004). *La crónica periodística. Evolución, desarrollo y nueva perspectiva: el viaje desde la historia al periodismo interpretativo*. Global Media Journal, 1.
- Gómez Bueno, Javier (2012). *Ética, responsabilidad y observación de los códigos deontológicos en el periodismo deportivo*. Tesis Doctoral, Universidad de Murcia, Murcia, España.

- Gómez Fernández, Diego (1988). *Acto de comunicación, señal y figura*. Revista de Filología y su Didáctica, 11, 23-42.
- González Jiménez & Gudarrama Rico & Suárez Villegas (2016). Libro de Actas del III Congreso Internacional de Ética de la Comunicación. Desafíos éticos en la comunicación en la era digital. Madrid, España: Dykinson.
- Guerrero Salaza S. (2005). *Lengua española y medios de comunicación: norma y uso*. Málaga, España: VG Ediciones-Junta de Andalucía.
- Hernández Alonso, Néstor (2003). El lenguaje de las crónicas deportivas. Madrid: Cátedra.
- Jareño Alarcón, J. (2009). *Ética y periodismo*. Bilbao, España: Desclée de Brouwer.
- López, M. Á. M. (2009). *La canalización en los medios de la información de los organismos técnicos*. Revista de los Órganos Autónomos de Control Externo, 49, 29-40. Recuperado de: http://auditoriapublica.com/hemeroteca/200911_49_29.pdf
- Marín Montín, J.A. (2000). La crónica deportiva: José A. Sánchez Araujo. *Revista Ámbitos*, 5, 241-257.
- Martín Vivaldi, Gonzalo (1998). *Géneros periodísticos. Reportaje, crónica, artículo. Análisis diferencial*. Madrid, España: Paraninfo.
- Martínez Albertos, José Luis (1974). *Periodismo. Géneros, en obra colectiva Gran Enciclopedia Rial, Madrid*. Cfr. Curso General de Redacción Periodística.
- Martínez Albertos, José Luis (1983). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona, España: Editorial Mitre.
- Martínez Albertos, José Luis (2000). *Curso general de redacción periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, TV y cine*. Madrid, España: Paraninfo.
- Martínez-Salanova Sánchez, Enrique (2015). *Analizar el periódico: intenciones, contenidos, técnicas...* Recuperado de: <http://www.uhu.es/cine.educacion/periodico/2analizarperiodico.htm>

- Mielles Barrera, Tonon, Alvarado Salgado (2012). *Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social*. Universitas Humanística, 74, 195-225.
- Mocosó Sánchez, D., y M^a Pérez Flores, A. (2012). *Los ídolos del deporte: de Coubertein a Beckham*. Revista de Estudios de Juventud: Jóvenes: Ídolos mediáticos y nuevos valores, 96.
- Moreno, Pastora (2000). Géneros para la opinión: el comentario o la columna. *Revista Latina de Comunicación Social*, 30.
- Naranjo de Arcos, Alicia (2011). *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F.C. Barcelona*. Tesis doctoral, Universidad de Málaga, Málaga, España.
- Navas, Samuel (2015). *Las diferencias entre un aficionado y un fanático del fútbol*. Fox Deportes. Recuperado de: <http://www.foxdeportes.com/libertadores/story/las-diferencias-entre-un-aficionado-y-un-fanatico-del-futbol/>
- Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) (2017). *Medios controlados*. Recuperado de: <http://www.introl.es/medios-controlados/>
- Real Academia Española (2017). Objetividad. Disponible en: <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=objektividad>
- Real Academia Española (2017). Parcialidad. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Rtt4wIP>
- Real Academia Española (2017). Subjetivo. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=YXhQdva>
- Robles, Bernardo (2011). *La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico*. Cuicuilco, 52. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-1659201100030004

- Rojas Torrijos, José Luís (2013). *Tesis doctorales sobre periodismo deportivo leídas en universidades españolas*. Periodismo Deportivo de Calidad. Recuperado de: <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com.es/2013/10/tesis-doctorales-sobre-periodismo.html>
- Rojas Torrijos, José Luís (2014). *Periodismo deportivo, divulgación e innovación. Estudios de casos de coberturas informativas internacionales de los JJ.OO de Invierno 2014*. Textual & Visual Media, 7, 241-254.
- Rojas Torrijos, José Luís (2016). *Nuevos prototipos para avanzar hacia la innovación en periodismo deportivo*. Recuperado de: <http://periodismodeportivodecalidad.blogspot.com.es/2016/12/nuevos-prototipos-para-avanzar-hacia-la.html>
- Sánchez Sánchez, Teresa. (2003). *Paradojas existencias y emocionales de las personalidades fanáticas*. Clínica y Salud, 14.
- Santamaría Suárez, L. (1994). *Estado actual de la investigación sobre la teoría de los géneros periodísticos*. Estudios sobre el mensaje periodístico, 1.
- Taylor, SJ y R. Bogdan (1990). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona, España: Paidós.
- UNESCO (1994). *Código de ética*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/images/wmn/code%20of%20Ethics%20Collegio%20de%20periodistas.pdf>
- Visauta Vinacua (1989). *Técnicas de investigación social: Recogida de datos*. Barcelona, España: Promociones y publicaciones universitarias.
- Yanes Mesa, Rafael (2006). *La crónica, un género del periodismo literario equidistante entre la información y la interpretación*. Recuperado de: <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero32/cronica.html>

PRENSA DEPORTIVA CONSULTADA

- AS Diciembre de 2016
- Marca Diciembre de 2016

- Sport Diciembre de 2016
- Mundo Deportivo Diciembre de 2016

8. ANEXOS