



Universidad de Valladolid

MÁSTER EN COMUNICACIÓN CON FINES SOCIALES

FÚTBOL Y VIOLENCIA EN BRASIL

Propuesta comunicativa para el estado de Pernambuco

Alumno: José Leandro Pereira de Lima

**Tutores: Dra. Ana Teresa López y
Dr. Miguel Vicente**

Segovia
2017

AGRADECIMIENTOS

Empiezo agradeciendo a Dios, por las fuerzas que me ha dado para llegar hasta aquí.

A toda mi familia, especial a mis padres Socorro y Manoel, mi hermana Manuella, mi tía Cidinha y me novia Marilena, por todo el apoyo durante ese tiempo que estuve estudiando en España.

A mis tutores Ana Teresa y Miguel Vicente, por la paciencia, generosidad, dedicación, esfuerzo y inestimable ayuda.

A todo el profesorado del máster, en especial a Susana de Andres, Agustín Matilla y Mari Cruz Alvarado, que siempre fueron muy atentos y generosos desde que llegué a Segovia.

Al ICE (Instituto de Corresponsabilidad por la Educación), en especial a Dr. Marcos Magalhães, Odenilda Souza y Lucielle Laurentino, por la confianza y la oportunidad de realización de esto sueño de hacer un máster internacional.

A mis amigos de Brasil (Geraldo y Nivaldo) y España (Víctor , Felipe y Diego), por la fuerza todo ese tiempo.

“Hablando así parece un exagero
Pero si de mí dependiera
Yo voy hasta el final
No venir hasta aquí para desistir ahora.”

(Humberto Gessinger)

RESUMEN:

El presente trabajo tenía como principal objetivo de la investigación, profundizar en la representación mediática de la violencia en el fútbol brasileño, a través de un análisis del contenido de las noticias publicadas en medios digitales de Brasil, entre 2015 y 2016, teniendo así un marco conceptual del análisis del problema y una estrategia de comunicación frente a ello. Este trabajo se completa con la propuesta comunicativa, donde se creó una campaña de publicidad con fines sociales, a ser llevada a cabo en el estado de Pernambuco.

Palabras clave: Fútbol; Brasil; Violencia; Aficionados; Cobertura mediática.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO.....	06
1.1 . Justificación	06
1.2 . Preguntas de investigación.....	07
1.3 . Objetivos.....	07
1.4 . Metodología.....	08
CAPÍTULO 2 : MARCO TEÓRICO.....	09
2.1 . El fútbol mucho más que un deporte.....	09
2.1.1 – Historia del Fútbol.....	10
2.1.2 – El surgimiento del fútbol en Brasil	11
2.1.3 – Deporte y sociedad.....	14
2.2 . Los valores en el fútbol.....	16
2.3 . La violencia en el fútbol.....	19
2.3.1 . Competición y conflicto.....	24
2.3.2 . Los aficionados violentos.....	25
2.3.3 . Comparación entre Brasil y España.....	26
2.4 . La cobertura de la prensa.....	28
2.5 . La comunicación para el cambio social	29
CAPÍTULO 3 : RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
3.1 . Históricos casos de violencia en el fútbol BR/PE.....	33
3.2 . Análisis de contenido	37
3.2.1. Medios objeto de la investigación.....	37

3.2.2. Instrumento de recogida de información.....	38
3.2.3. Población.....	39
3.2.4. Procedimiento.....	40
3.3 . Análisis de los resultados	40
3.4 . Discusiones	58
3.5 . Identificación de Buenas Prácticas.....	59
3.5.1. Ley de deporte.....	59
3.5.2. Ley contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte.....	60
3.5.3. Mascotas heridas.....	61
3.5.4. Madres y seguridad.....	62
3.5.5. Campaña juego limpio en el deporte.....	64
CAPÍTULO 4 : PROPUESTA COMUNICATIVA.....	66
4.1. Campaña.....	67
4.2. Piezas creativas.....	73
Conclusiones.....	82
Bibliografía.....	84
Anexos.....	88

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO

1.1. JUSTIFICACIÓN

La violencia en el fútbol es un problema común y preocupante sobre todo en la vida de los brasileños. Ese tipo de deporte visto como una pasión nacional, se ha convertido en cada vez más lamentables escenas de terror. Brasil, es visto por el mundo como el país del fútbol, porque nutre de muchos futbolistas a los equipos de otros países, su selección está claramente entre las mejores del mundo, con excelentes resultados en todas las copas del mundo, habiendo ganado cinco títulos mundiales, ha sido sede de dos mundiales. También figura en las estadísticas negativas, siendo el campeón del mundo en la lista de países que tienen casos de violencia relacionados con el fútbol.

La razón principal por la que decidí investigar el problema de la violencia dentro y fuera de los estadios, se refiere a este alarmante título de nación con el mayor número de muertes de todo el planeta. En la compleja situación del fenómeno analizado he intentado aproximarme al análisis tanto sociológico como comunicativo del problema.

Hay pocos estudios publicados sobre este tema por lo que las referencias se circunscriben a los mismos. Hemos utilizado los análisis localizados, así como algunos casos en que aparecen noticias en la prensa sobre violencia en el fútbol, para hacer un análisis de contenido y comprender cómo los medios de comunicación tratan estos fenómenos. Su presencia en los medios de comunicación de masas no es tan amplia como cabría esperar. Es como si estuviera tan asumido socialmente que sólo aparecen en las agendas mediáticas cuando se produce alguna muerte.

1.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Al inicio de este trabajo, se han planteado algunas preguntas de investigación, a las que se intentado responder a largo del mismo.

¿Cuál es la importancia del fútbol en la sociedad brasileña?

¿Cuál es la representación mediática que construyen los medios de comunicación brasileños sobre la violencia en el fútbol?

¿Qué buenas prácticas se han desarrollado en Brasil y en el mundo para intentar disminuir los actos violentos en el fútbol?

1.3. OBJETIVOS

El objetivo general de este trabajo es profundizar en la representación mediática de la violencia en el fútbol brasileño, buscando plantear un marco conceptual de análisis del problema y una estrategia comunicativa frente a ello, a partir de una investigación previa sobre la cobertura periodística.

A su vez, se plantean algunos objetivos específicos que deben ser cumplidos para alcanzar el objetivo general:

- Comprobar el papel central que juega el fútbol en la sociedad brasileña
- Conocer la importancia que la prensa digital concede a los actos de violencia en fútbol
- Analizar las noticias de la prensa digital sobre las conductas agresivas en el fútbol
- Plantear una propuesta y una campaña de comunicación
- Desarrollar las piezas que se adapten social y culturalmente al estado Brasileño de Pernambuco

1.4. METODOLOGÍA

Para la realización del trabajo se ha pasado por diferentes fases y diversas herramientas metodológicas.

- Revisión bibliográfica, a través de una búsqueda documental y una búsqueda científica, en la fase de documentación y elaboración del estado de la cuestión. Esa técnica posibilita, como afirma Icart y Púlpon (2012) conocer el estado actual del tema, averiguando qué se sabe y que aspectos quedan por estudiar.
- Se realizó un análisis de contenido de la cobertura periodística sobre la violencia en el fútbol brasileño, para conocer las representaciones mediáticas. Esta técnica documental, como afirman Berganza y Ruiz (2005), supone aplicar sistemáticamente unas reglas fijadas previamente que sirvan para medir la frecuencia con que aparecen unos elementos de interés en el conjunto de una masa de información que hemos seleccionado para estudiar algunos de los aspectos que nos parecen útiles conforme a los propósitos de nuestra investigación.

Con respeto a la población analizada, se ha optado por presentarla en el capítulo de resultados de la investigación para facilitar su lectura y comprensión. Así, como el protocolo del análisis de contenido que está en los anexos.

Como imaginábamos, la violencia en el fútbol brasileño, no es un tema de agenda mediática, o sea, las noticias de los actos violentos no son muy difundidas por los medios de comunicación analizados. Las noticias son publicadas a menudo solo cuando hay casos donde ese tipo de violencia termina en muerte.

CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. EL FÚTBOL: MUCHO MÁS QUE UN DEPORTE

Deporte masivo, el fútbol es la modalidad más popular del planeta y apasiona a millones de personas alrededor del mundo. Según estima la FIFA, en 2007, 265 millones de personas practicaban este tipo de actividad deportiva, ya sea de forma amateur o profesional, incluidos hombres y mujeres de diferentes edad, grupos y clases sociales.

Para tener una idea de la dimensión que ha alcanzado este deporte en el mundo, hay más países miembros de la FIFA (Fédération Internationale de Football Association) un total de 209, que de las Naciones Unidas (ONU), que tiene sólo 193 miembros. "GOL" es una de las palabras más deseadas de pronunciar en los fines de semana, sea cual sea el idioma. Y eso es la demostración que fútbol se convirtió en el deporte y el espectáculo más popular del planeta (Cárdenas, 2008).

El fútbol mundial mueve de 250 billones de dólares cada año, impulsando la economía y generando nuevas plazas de trabajos fijos y temporales. Para dar una idea, con la Copa del mundo 2014, la FIFA facturó R\$ 16 billones, rompiendo un récord en la historia de la entidad. La Copa del mundo resultó también el evento más grande de la televisión mundial, con altos números de audiencia durante la transmisión, difundiendo este deporte a varios continentes.

Hoy en día es más que un deporte. Se convirtió en una pasión colectiva, donde los ciudadanos de cualquier parte del mundo, independientemente de su religión, nivel educativo y clase social, son capaces de debatir entre sí, causando así una verdadera inclusión social. Además es una expresión de la cultura de cada país. En Brasil, por ejemplo, está presente en la vida cotidiana hasta incluso de aquellas personas que no tienen tanto interés en el deporte en general. Llegar a hacer parte de nuestro lenguaje coloquial, gracias al uso de expresiones

(refranes) típicos del fútbol en la vida cotidiana de nuestra sociedad. "El fútbol es una metáfora posible de las estructuras existenciales básicas, una representación de la vida social. Es uno de los rituales de mayor sustancia de la cultura popular o, como prefiero denominar, cultura de masas." (Murad.2007, p. 17)

2.1.1. HISTORIA DEL FÚTBOL

La mayoría de los registros sitúan la aparición del fútbol y otros deportes, entre 1850 y 1950, en Inglaterra. La propia palabra viene de la lengua inglesa "football" y es utilizada y adaptada por muchos países. Hay algunos estudiosos que afirman que los Británicos tuvieron sólo el papel de organizar, creando reglas para un tipo de deporte que ya se practicaba en otros lugares desde la antigüedad. Se habla también de un deporte practicado por los italianos durante la edad media, llamado "calcio" y que tenía muchas similitudes con lo que hoy denominamos futbol.

Los primeros juegos disputados en Inglaterra eran "primitivos", violentos y sin un límite en la cantidad de participantes. Ese tipo de deporte fue practicado por la elite, como una forma de ocio y su "invención" coincidió con el período de transición entre el régimen político monárquico y la Constitución del Parlamento Inglés. En el año 1872 se introdujo en Francia; en Suiza, en 1879; Bélgica, en 1880; Alemania, Dinamarca y los Países Bajos, en 1889; y en Italia, en 1893. En 1904, con la creación de la FIFA, surgieron las reglas universales que ahora conocemos para la práctica de este deporte.

Cuando surgió el fútbol fue una práctica exclusivamente masculina. Con el tiempo, este deporte ha ido incorporando las demandas de igualdad de las sociedades desde finales del siglo XIX y se ha convertido también en una práctica femenina, tanto federada como no, aunque mucho más minoritaria que entre los niños y hombres. El año de 1894, es considerado como un hito en la historia del fútbol femenino pues la inglesa Nettie Honey, una activista de los

derechos de la mujer, fundó el primer Club británico. Esta participación de las mujeres viene creciendo año tras año. En Estados Unidos, por ejemplo, la selección Americana Femenina es más fuerte que la Selección Americana Masculina, después de haber ganado el título de campeonas del mundo. Otro ejemplo de estos cambios es cómo recientemente, el órgano responsable para el fútbol en los Países Bajos, decidió modificar el emblema de la Selección Holandesa Femenina. De ahora en adelante, las camisetas de las jugadoras comenzaron a contener una Leona, en lugar del tradicional León, ya utilizado durante unos 46 años. Esta acción de la Comisión de deportes, fue vista como positiva, pues busca destacar la selección femenina de fútbol, e intenta estimular e inspirar a las holandesas para practicar esta clase de deporte. Pero no todo son flores en la historia del fútbol femenino, las jugadoras de alto nivel como la brasileña Marta, elegida la mejor jugadora del mundo por 5 veces, la misma cantidad de Messi (actual jugador del Barcelona), tiene una cuenta bancaria muy diferente a la del Argentino, ganando 65 veces menos que él para actuar en el fútbol de Suecia. En el fútbol, como en otros deportes, la desigualdad de género sigue estando presente, lo que se evidencia ostensiblemente en la fuerte diferencia de las remuneraciones.

2.1.2. EL SURGIMIENTO DEL FÚTBOL EN BRASIL

Tras su expansión por toda Europa, a finales del siglo XIX, el fútbol vino a Brasil en 1894, gracias a Charles Miller, hijo de un brasileño británico, que llegó a ser conocido como el padre del fútbol brasileño. Charles trajo a su país de origen no sólo a este nuevo deporte, sino también las reglas aplicadas por los británicos. Como en Inglaterra, en los primeros años este tipo de deporte, fue practicado principalmente por la elite brasileña, como una forma de ocio. Sólo en 1908, esta clase de deporte se popularizó en todas las clases sociales. Con los años, también se fueron creando sus propias reglas. La historia social del fútbol brasileño consiste en un capítulo de las luchas sociales, la política y la cultura.

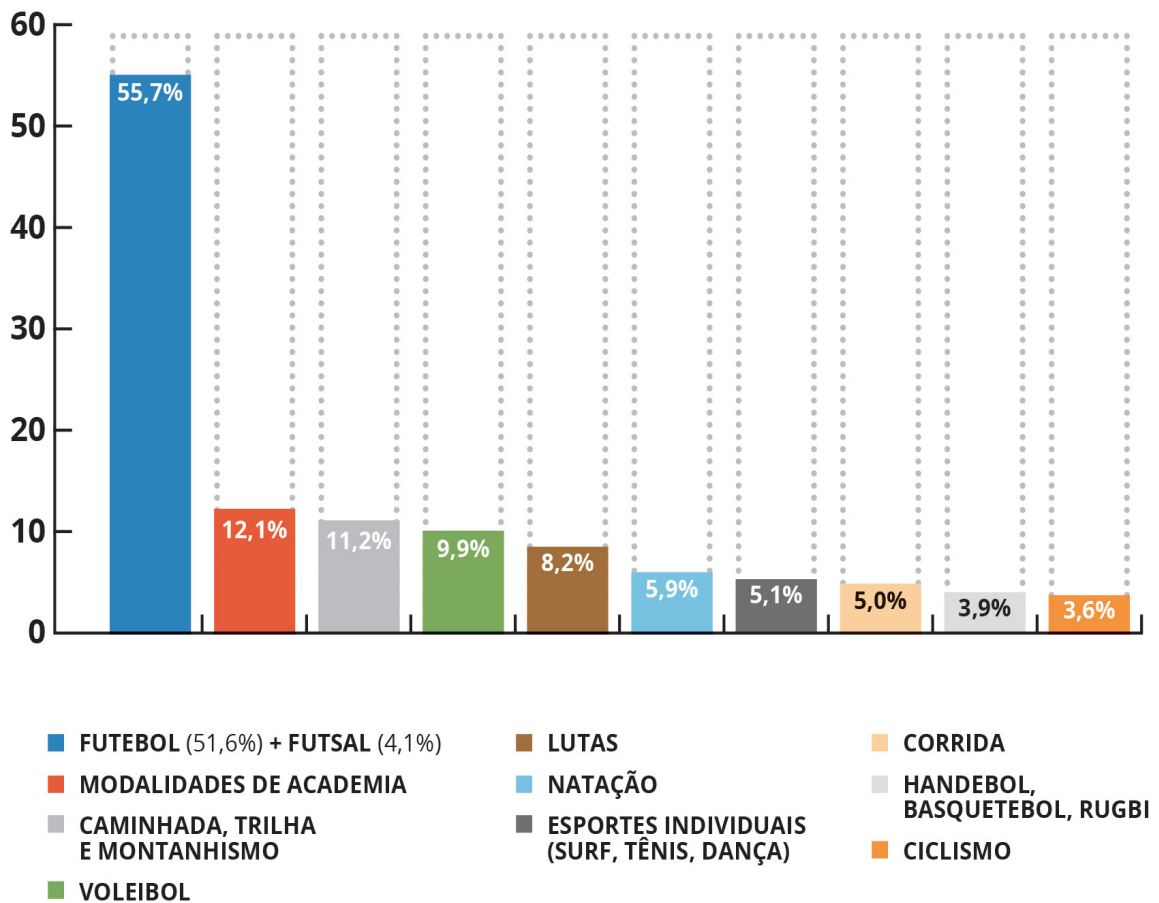
Esta popularidad es resultado de la resistencia y las luchas de las capas desfavorecidas de la sociedad y se consolidó a partir de 1940 (Murad, 2012).

En los años 70, este tipo de deporte, pasó a difundir la imagen de Brasil, en el exterior gracias a grandes actuaciones de uno de sus jugadores, el jugador Edson Arantes do Nascimento, mejor conocido como Pelé. Hoy en día el fútbol brasileño está considerado como uno de los mejores del mundo, porque el país es el único para participar en todas las ediciones de la Copa Mundo, el anfitrión nada menos que de dos de estos eventos (1950 y 2014) y tiene cinco títulos mundiales, marca jamás alcanzada por otra selección. Sin dejar de mencionar la gran cantidad de jugadores que se "exportan" a grandes equipos de otros países como: Barcelona, Real Madrid y Atlético de Madrid (España), Milán y Juventus (Italia), Chelsea y Manchester (Inglaterra), Baviera (Alemania), entre otros. ¿Qué se puede decir de grandes nombres como Kaká, Ronaldo, Ronaldinho, Rivaldo, Roberto Carlos, Cafú, Zico, Romario, Felipe Luis, Daniel Alves, Alexandre Pato y Neymar? Son causa de felicidad y orgullo no sólo para los brasileños, sino para muchos aficionados de clubes de todo el mundo.

Sin dudas el fútbol brasileño tiene una historia de gran éxito y se entiende no sólo como una acción deportiva, sino como un factor de integración social, lo que es una expresión profunda de la cultura del país.

Los datos divulgados por el Ministerio de deportes, en 2013, muestran el fútbol como el deporte más practicado por los brasileños y en consecuencia consolidan ese deporte como una preferencia nacional. La modalidad es practicada por 51% de los brasileños, mientras otros deportes donde también se utilizan pelotas, como en el voleibol en 9,9% de las personas y hándbol, baloncesto y rugby solo son practicados por 3,9% de los brasileños.

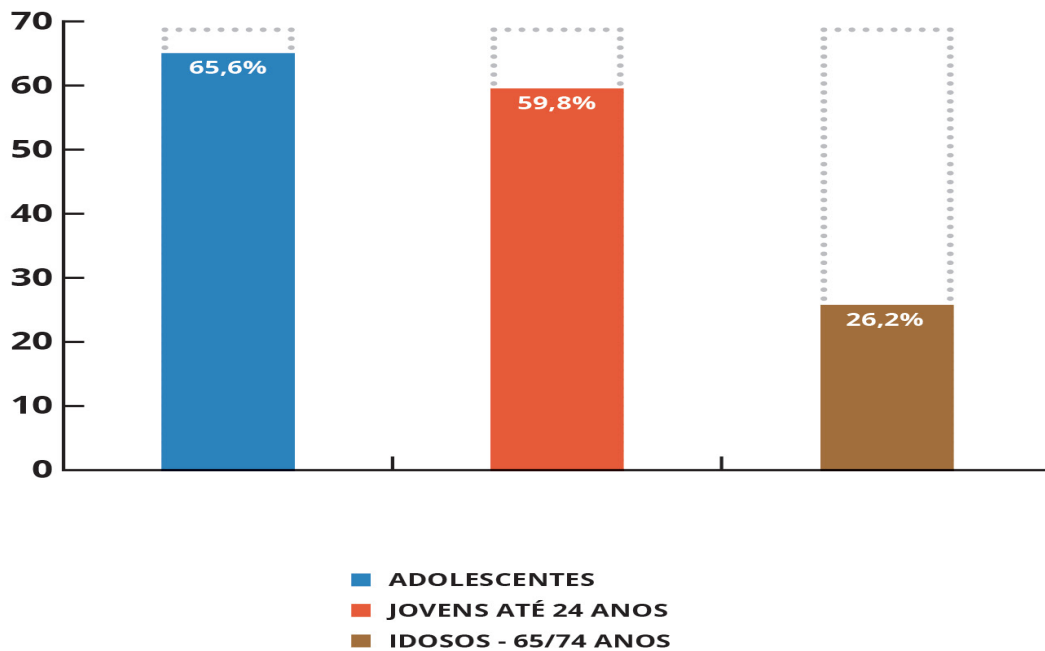
Figura 1. Deportes practicados en Brasil



Fuente: Ministerio del deporte, 2013

Otros datos de interés, presentados en la figura 2, se refieren a la práctica de fútbol por la clasificación por edades. Los adolescentes son los que más practican esta modalidad deportiva, con un porcentaje de 65,6%. Mientras los jóvenes hasta 24 años, representan 58,8% y los mayores entre 65 a 74 años.

Figura 2. Práctica de fútbol por la clasificación por edades.



Fuente: Ministerio del deporte, 2013

2.1.3. DEPORTE Y SOCIEDAD

Los deportes tienen un papel fundamental en nuestra sociedad, representando un símbolo muy fuerte de nuestros valores culturales y de integración social, haciendo que las personas puedan escapar de sus rutinas, buscando otra forma de diversión en las horas de ocio. Esta sociabilidad, generada a través de la práctica de deportes no es algo reciente, porque desde la antigua Grecia, los Juegos Olímpicos, miles de personas de diferentes clases sociales se reunieron para buscar la diversión. El deporte es parte de la cultura de diferentes países y muchas veces uno de ellos representa una identidad nacional. Llevan la alegría y la capacidad de soñar, en no pocas ocasiones, creando una breve percepción de mejora en las condiciones de vida de los involucrados en estos espectáculos deportivos.

En Brasil cuando se trata de fútbol, así como otros eventos culturales, como el carnaval, por ejemplo, es uno de los responsables para asegurar nuestras identidades colectivas. Para tener una idea en días de partidos de la Selección Brasileña, las personas se olvidan de todos los problemas que se enfrentan diariamente y surge un orgullo junto con patriotismo, con la gente vestida con los colores de la bandera, cantando e ilusionándose con el himno nacional. Durante la Copa del mundo, todo el país hace una pausa para asistir a la selección “canarina” tomar el campo, surgiendo así la identidad colectiva y todos se convierten en una afición única y apasionada. Los deportes en General, se han convertido en piezas esenciales para la comprensión de la sociedad. "El deporte, que es el centro cultural y social lúdico organizado, regulado e institucionalizado, con su lógica interna y externa, es una parte integral de la dinámica de las sociedades". (Murad, 2007, p. 17)

Así como otros tipos de deportes, el fútbol se practica bastante en momentos de ocio, creando momentos de unión, de relajación, alegría y generando verdaderas amistades con la integración entre familiares y amigos, donde incluso las principales reglas oficiales del juego, son olvidadas.

El fútbol se convirtió en una de las más importantes prácticas sociales responsables de generar, lo que podemos llamar identificación colectiva, o sea, va más allá de ser sólo un espectáculo de fútbol y lo logra tanto en los aspectos sociales como en los culturales de los individuos. Surge así, un sistema caracterizado por producir una integración simbólica entre los participantes. Las identidades surgen de una situación doble: por un lado la condición de pertenencia que expresa un punto de destaque al territorio, género, clase, generación o familia y por otro la calidad funcional que se toma desde la posición de aficionado, jugador o dirigente. (Giménez, 1999)

2.2 LOS VALORES EN EL FÚTBOL

Valor es una palabra derivada del latín (valor), y en su punto de vista sociológico se refiere a los criterios por los cuales la sociedad define lo que es o no es deseable, es decir, que los valores son responsables de dar sentido a lo que hacemos.

¿Qué son los valores humanos? Son los principios que fundamentan la conciencia humana. Están presentes en todas las religiones y filosofías, independientemente de raza, sexo y cultura. Son inherentes a la condición humana. Los valores humanos dignifican la conducta humana y amplían la capacidad de percepción del ser como conciencia luminosa que tiene, en el pensamiento y en los sentimientos, su manifestación palpable y verificable. Unifican y liberan a las personas, de la pequeñez del individualismo, enaltecen la condición humana disolviendo prejuicios y diferencias. (MARTINELLI, 2004, p. 16).

Los deportes en General, son grandes aliados en la formación social de los niños y jóvenes con los que experimentan los valores éticos y morales, que contribuyen incluso la formación del carácter de un individuo. En el transcurso de un partido de fútbol por ejemplo, se utiliza algunos valores positivos como la disciplina, el respeto de los jugadores por las reglas del juego y por sus opositores, igualdad entre todos los participantes, capacidad de trabajar en equipo, entre otros.

En el fútbol, un deporte tan importante para la identidad, integración social e incluso para la salud, por ser una actividad física, parece, a la vista de los datos, más difícil cada vez mantener valores como tolerancia, respeto, paz, cooperación, igualdad y seguridad. Hay por tanto una predominancia de un contra valor denominado violencia. La práctica deportiva es un excelente lugar para el desarrollo de valores sociales y personales de alumnos y deportistas, es

necesario poner una intención precisa en la educación de estos valores. (Llamas y Suárez, 2004)

Cada día se pierden más valores positivos en nuestra sociedad. En los partidos de fútbol por ejemplo, es muy común ver casos de prejuicios racistas y xenófobos, que surgen durante el proceso de convivencia intercultural en cualquier otra parte del mundo. Uno de los casos de mayor impacto del racismo en el fútbol, en 2014, ocupó los titulares de la prensa internacional, cuando en un partido entre el Barcelona y Villarreal, los aficionados que estaban en el Estadio El Madrigal, dispararon plátanos contra el lateral derecho Daniel Alves. El jugador no quedó perturbado por el hecho y dijo que ya estaba acostumbrado a tales incidentes desde que llegó a Europa. Si echamos la vista atrás nos damos cuenta de que los casos de racismo no eran exclusivos de los aficionados a los jugadores. Algunos equipos, como el Club Náutico Capibaribe, fundado en Recife-Pernambuco en 1901, tuvieron un presidente que se resistió a la contratación de jugadores y demás funcionarios negros. Sólo después de algunos años y gracias a la presión de la sociedad, esta situación comenzó a cambiar. Los jugadores tienen una alta visibilidad y esto debe ser aprovechado de alguna manera, en un intento por combatir este problema y enseñar nuevos valores. Recuérdese que los jugadores se toman en no pocos casos como ejemplos a imitar, como ídolos, especialmente por los niños y jóvenes.

Los valores no pueden considerarse como algo abstracto, o fuera de moda. Necesitan transmitirse desde temprano a los niños, siempre ejemplificando y justificando toda su importancia. Es comprensible que los padres deseen que sus hijos salgan victoriosos en las competiciones, para obtener orgullo y muchas veces una forma de logro (realización) personal, proyectándose a menudo en los éxitos de sus pequeños. Sin embargo, algunos padres exageran este impulso competitivo, que en no pocas ocasiones termina en la agresión verbal o física entre los niños e incluso entre sus padres. Se termina abandonando los valores positivos del fútbol y dominan los valores que conducen a la violencia, olvidando

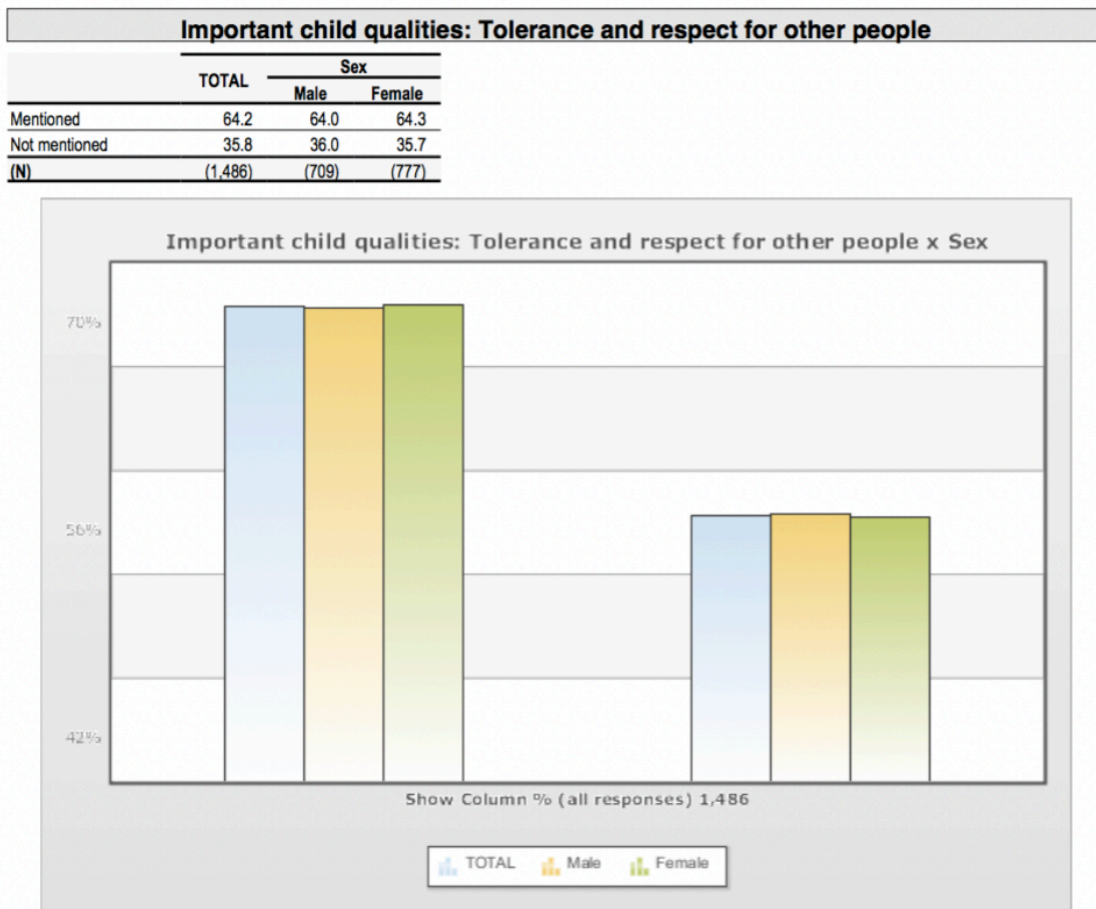
la importancia de estos momentos y espacios de ocio como transmisores de valores y conductas para sus hijos.

Hace unos meses el Mallorca fue el escenario de una escena terrible entre los padres durante un juego para niños. Los niños comenzaron una pelea dentro del campo y los padres en lugar de intentar contener la situación, comenzaron a pegarse entre ellos generando un conflicto que terminó con varios heridos.

Algunos buenos ejemplos, como el proyecto IRIS, deben replicarse en el mundo para tratar de combatir este tipo de situaciones. El proyecto cuenta con la participación de 6 miembros de países como España (representada por la Universidad de Santiago de Compostela), Bulgaria, Finlandia, Grecia, entre otros. El objetivo de este proyecto es promover una participación igualitaria entre los niños en las categorías del deporte de base. Se trabajan temas como la violencia, discriminación y racismo. Todo se desarrolla a través de recursos innovadores para el proceso de aprendizaje como juegos, cómic (novela gráfica), etcétera.

Los datos presentados por la Encuesta Mundial de valores, presentados en la figura 3, refiriéndose a Brasil, muestran, en un margen muy próximo, que tanto hombres como mujeres piensan que es importante transmitir a los niños valores que tratan de mantener la tolerancia y el respeto entre las personas.

Figura 3. La importancia de transmitir a los niños los valores de tolerancia y respeto hacia las personas.



Fonte: Encuesta Mundial de Valores, 2011.

2.3. LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL

La violencia es uno de los más preocupantes problemas sociales de hoy, ya se ha convertido en una de las principales causas de muerte en la población, principalmente en países del tercer mundo.

De origen latino, la palabra violencia significa opresión por la fuerza, es decir, se entiende como una intervención verbal o física entre los individuos. En una clasificación general, este fenómeno se conoce como violencia física y violencia

verbal. La primera se refiere a un tipo de agresión donde el ataque violento tiene la intención de causar daño a la persona a la que se dirige el agresor. La segunda, también conocida como violencia psicológica, consiste en un comportamiento agresivo caracterizado por palabras con el objetivo de insultar, intimidar, humillar y amenazar a otro individuo. Algunos estudios muestran que este tipo de violencia puede ser incluso más perjudicial que la violencia física, porque puede llevar al individuo a desarrollar depresión, ansiedad y estrés. Dentro del contexto deportivo, podríamos destacar el concepto de violencia en el deporte, que puede ser simbólica o racional. La violencia simbólica (o afectiva) se produce cuando los aficionados dentro del estadio, tratan de demostrar sus sentimientos a través de canciones, objetos y gestos. Violencia racional ya se practica con la intención de generar enfrentamientos, ha sido planeada o no. Los enfrentamientos violentos, o sea la violencia física, ocurren precisamente cuando hay un desequilibrio entre estos dos tipos de violencia y los aficionados pierden el control durante las manifestaciones simbólicas y afectivas.

A lo largo de los años han surgido algunas teorías y líneas de investigación que buscan explicar la violencia en el deporte, con un enfoque más sociológico. La primera de ellas es la Teoría sociológica Subcultural, propuesta por Taylor (1971) y Clarke (1978). Estos teóricos han intentado interpretar el comportamiento violento en el fútbol, en una visión social y cultural. Taylor (1971), argumentó que los actos de violencia ocurridos durante los partidos de fútbol, se daba en los trabajadores y obreros de clase social baja que intentaban reivindicar el dominio de un deporte que en el pasado les perteneció, pero con los años se ha modificado y hecho cada vez más para la élite. "El fútbol estaba siendo arrancado de su clase obrera y del contexto original y se puede convertir en una lejana y fascinante industria del ocio "(Marsh, 1982:280). Esto claramente no se aplicaría en los días de hoy, porque la mayoría de hinchas, no saben el origen y los cambios estructurales sufridos por el fútbol a lo largo de su historia. Siguiendo la misma línea del precursor, Clarke (1978) observó una relación de estas prácticas violentas, con las principales transformaciones que han afectado a las clases sociales más bajas, especialmente la gente joven que estaban buscando

a través de la intervención social, una identidad de grupo y sentido a su existencia, que protestaban contra la sociedad adulta.

La teoría antropológica sobre la violencia, intentó analizar el conocimiento de la dinámica social practicado en los grupos de hinchas violentos. Peter Marsh (1978), fue uno de los principales autores en esta línea de investigación y se unió a un grupo de seguidores de la Universidad de Oxford, en Reino Unido, para poner en práctica una investigación de campo. Buscaron entender el comportamiento violento de los hinchas a través de informes de los propios aficionados. "Tratan de entender la forma en que los agentes construyen su propio mundo, es decir, el modo en que interpretan, negocian y dotan de significado sus propios comportamientos " (Barbero, 1991, p. 366). Para ese grupo de investigadores, el objetivo fue conocer la diferencia entre lo que estaba sucediendo en el medio de estos aficionados y cuál es la representación social que estas acciones podían tener. Con esto, Marsh (1978) indicó que la mayoría de los acontecimientos causados por los grupos, que son considerados como violentos y peligrosos, de hecho es una consecuencia de que los medios producen una cobertura alarmante, que en su mayoría sobrevaloran el fenómeno.

Pocos años después aparece otra línea de investigación, ahora dentro de la Escuela de Leicester, la Sociología Figuracional que estudia la violencia en el deporte dentro de un modelo civilizatorio. Sus principales representantes son Elias y Dunning. Con una similitud a el pensamiento de Taylor, ellos consideran que los jóvenes responsables de la práctica de actos de violencia en el fútbol, son los más desfavorecidos y que pertenecen a la clase obrera.

Los orígenes sociales de los hinchas implicados pueden constituir una nueva fuente de diferencia potencial. En nuestra opinión, sin embargo, esto es poco probable. El vandalismo en el fútbol es, con toda seguridad, principalmente un fenómeno de la clase obrera en todos los países. Por supuesto que existen excepciones; (. . .) pero

eso es justamente lo que son: excepciones. (Dunning et al., 1988:229).

Estos representantes de la escuela de Leicester aún tratan de establecer una relación de la conducta violenta de los hinchas, con normas de masculinidad.

El comportamiento de los hooligan es explicable porque adaptan el “*estilo masculino violento*” típico de la cultura de la clase obrera de la que proceden. Uno de los efectos de estos procesos es conferir prestigio a los varones que demuestran una especial habilidad en las peleas, al “estilo duro y viril”. (Fernández, 2007, p.5)

Ferrando García (1990) y Moscoso y Puig (2006) propusieron otras teorías que vale la pena mencionar. La primera afirmaba que los actos de violencia cometidos en los deportes se incluyeron adentro de un marco teórico conflictual, porque si la naturaleza de la sociedad es conflictiva, así que también sería la organización social del deporte. Y así la violencia en el deporte sería un problema originado en la propia sociedad, un producto de la división de clases sociales. Con eso las clases sociales más bajas miraban en el deporte una forma de reclamar su lugar, practicando así la violencia. La teoría de Moscoso y Puig, concibe este tipo de violencia como un problema de incoherencia en la estructura social.

En Brasil, la violencia se tornó uno de los problemas más comunes en la vida cotidiana de la sociedad. El país toma la delantera en varios temas, cuando la cuestión es la violencia. Es el país en que más se mata a los homosexuales, uno de los más tienen muertes en tráfico y con el fútbol, la historia no es diferente. Los hechos de violencia tan común en las calles comenzaron a entrar en los estadios de fútbol y en cuestión de seguridad pública queda mucho que mejorar. Otra preocupación es la impunidad de los implicados, considerada como una de las principales causas de este tipo de violencia en el país. El castigo es necesario para que casos similares no vuelvan a suceder. Cabe destacar, también, que el consumo abusivo de drogas, lícitas o ilícitas, antes y durante los partidos también

terminan convirtiéndose en la gran responsable de la motivación de estos actos violentos. La presencia de violencia en el fútbol, tanto dentro como fuera del campo, es real, innegable y preocupante, no se puede negar. (Murad, 2007)

Según datos publicados por el sociólogo e investigador sobre la violencia en el fútbol, el profesor Mauricio Murad, se mira claramente el aumento en el número de muertes vinculadas a esta clase de deporte.

Figura 4. Evolución de muertes ocurridas en el fútbol de Brasil

A barbárie em números

Dados coletados entre 1999 e 2008 permitiram calcular a média de mortes ocorridas na década: 4,2 por ano. Os pesquisadores, então, diminuíram o intervalo para o último quinquênio, de 2004 a 2008, e descobriram que o número de vítimas aumentou. Na contagem dos últimos dois anos desse período, de 2007 a 2008, comprovou o crescimento: sete óbitos por ano. De 2009 em diante, o levantamento passou a coletar os dados anualmente.



Fuente: Site Super Esportes, 2016.

La violencia en este tipo de deporte ha ido creciendo con los años, lo que provoca el alejamiento de algunos aficionados, que por miedo a la misma dejan de acudir a los estadios.

Para entender la violencia que se da en el fútbol, es esencial entender los problemas que se producen en la sociedad, ya que este fenómeno sale de la calle para dentro de los estadios. Podemos decir que este tipo de violencia no es más que una demostración de la violencia general de la sociedad. Y pensando en esa esta idea del deporte como un fenómeno social donde se produce la violencia, se percibe la complejidad de la situación. Las conductas

agresivas en el deporte se convirtieron en un tema relevante en la sociedad actual y un tema presente en diferentes áreas, una de ellas deportivas. Todo lo que conlleva una institución social, algo en lo que se ha convertido el fútbol. (Sánchez et al., 2007).

2.3.1. COMPETICIÓN Y CONFLICTO

Se entiende por competición una especie de confrontación, sobre todo relacionada con el ámbito deportivo, donde los participantes buscan exponer al máximo sus habilidades siguiendo una regulación específica y con el fin de obtener una victoria. El conflicto se define como la existencia de intereses personales o ideas contrarias que chocan cuando se expone por uno de los individuos.

La competitividad moderada es fundamental en cualquier tipo de deporte, porque genera sentimientos de motivación, placer y orgullo. Desde la aparición del fútbol, los equipos siempre buscarán cumplir un papel con más éxitos que sus opositores (adversarios), donde muchas veces hay una exageración, una excesiva competitividad y termina estimulando el conflicto es entre los aficionados, entrenadores o incluso entre los jugadores.

El lema olímpico creado para los juegos de Londres en 1908: "Lo importante es competir," cada vez más es olvidado por los que participan en la realización del espectáculo deportivo. Esta clásica frase hace una reflexión importante sobre la competitividad, sintetiza que las personas deben dar lo mejor de sí, siempre con ganas de superar los retos, sin importar el resultado final.

En el mundo del fútbol hay equipos con grandes rivalidades y en días de clásico eso tiende a aumentar, convirtiéndose en un escenario de división de identidades. ¿En Brasil qué decir de un partido entre Fluminense x Flamengo en Río de Janeiro, o Sport x Santa Cruz (Pernambuco)? En España el clásico es entre Real Madrid y Barcelona.

El Madrid representa el centro, la capital y la homogeneidad de la lengua española. El Barcelona representa la provincia y lo catalán. En el duelo se disputa el prestigio y la hegemonía de una ciudad sobre la otra; la cultura española “homogénea” y hegemónica contra la catalana. El famoso futbolista inglés David Beckham, que jugó en el Real Madrid, fue recibido con huevos en la ciudad de Barcelona y con una pancarta con la leyenda “Catalonia is not Spain”. Esto desató una polémica nacional. (Cardenas, 2008, p.112)

Los aficionados se toman muy en serio la competitividad exagerada durante la realización de los partidos. Hay un fuerte compromiso de todos ellos, tanto físico como emocional, generando un deseo de luchar y aceptar los enfrentamientos, poniendo sus equipos por encima de todo y de todos.

2.3.2. LOS AFICIONADOS VIOLENTOS

La violencia en el fútbol no es algo reciente, es tan antigua como la práctica de este tipo de deporte. En Inglaterra, por ejemplo, era muy común actos de violencia entre aficionados rivales dentro de los estadios, lo que se conoció y conceptualizó como hooliganismo. En el fútbol brasileño, la violencia la mayoría de las veces tiene relación con los aficionados, que se denominan “torcidas organizadas” (do portugués), los estudiosos los consideran los "Hooligans" de Brasil. Fueron creados en Brasil en los años 40. Este grupo de aficionados ya sufrió algunas sanciones en los Estados brasileños como Pernambuco, São Paulo y Río de Janeiro. Tienen una organización propia, aunque muchos reciban donaciones económicas de sus clubes. El público de estas organizaciones está conformado mayoritariamente por jóvenes de 14 a 25 años, desempleados o con empleo informal, con bajo nivel de escolaridad y de varias clases sociales. Jóvenes que cada vez más valoran la individualidad, dejando a un lado su conciencia social, buscando la emoción generada por enfrentamientos

agresivos. Lo que muchas veces explica la violencia entre hinchas. " La violencia física y verbal, dio lugar a uno de los principales códigos sociales y símbolos del grupo de jóvenes alrededor de los aficionados organizados." (Pimienta, 2000, p. 125)

Los aficionados son responsables de la confección de materiales como banderas, camisetas y de la creación de algunos gritos de guerra durante los partidos, lo que puede muchas veces incitar a la violencia, por el equipo rival. A menudo son combatidos, por ser vistos por la policía como el principal foco de violencia en los estadios.

Aunque son apuntados como uno de los principales responsables del aumento de los índices de violencia, estudiosos de prestigio como el sociólogo Mauricio Murad, afirma que contrariamente a lo que se publica en los medios de comunicación y está en las representaciones colectivas, la gran mayoría de los aficionados son pacíficos, aunque vibrantes, apasionados... " (Murad, 2007, p. 34)

2.3.3. COMPARACIÓN ENTRE BRASIL Y ESPAÑA

La pasión por el fútbol y la práctica de aficionados organizados, no es exclusiva de Brasil. Como ya se mencionó, en Inglaterra tenemos los "Hooligans" y en el caso de España los "Hinchas", algunas veces citados como los responsables de actos violentos. Y en algunos casos existe vinculación entre ellos y movimientos neonazis. La "torcidas" organizadas de Brasil, no poseen un histórico muy diferente de las de España, la diferencia es que las autoridades españolas han actuado más rápida y eficientemente que las brasileñas.

En 1990, España creó la "Ley de deporte 10/1990", después de firmar el Convenio Europeo para la prevención de la violencia en los estadios. El proceso de elaboración de la ley contó con la participación de la población, a través de la

comparecencia en el comisión correspondiente de representantes de clubs, federaciones y expertos.

Mientras que en España, en los años 90 tuvimos leyes que reglamentaban la organización de espectáculos de fútbol, en Brasil durante mucho tiempo las leyes aplicadas para castigar a los agresores fueron las contenidas en el código penal brasileño. Sólo en 2003, se creó Ley 10.671/03, también llamada "Estatuto do Torcedor". Donde se expone en uno de los artículos que la violencia en el deporte es responsabilidad del gobierno, de las entidades deportivas y de los clubs.

Además del retraso en la creación de las leyes que regulen los eventos deportivos, el problema de la escasa o ausencia de seguridad pública, son algunos de los factores que sitúan a Brasil lejos de España, en el combate de este tipo de violencia. "Mientras que, en el clásico español entre Real Madrid y Barcelona, la policía española movilizó 269 policías con 100.000 espectadores en el estadio de Barcelona, en São Paulo, en un clásico ("derbi") entre Guaraní y Ponte Preta en el "Brinco de Ouro", se registran aproximadamente 700 policías militares para controlar el juego, que tiene en torno a 40.000 espectadores". (Reyes, 2003, p. 86)

Aunque poco a poco Brasil viene intentando llevar a cabo algunas medidas para disminuir los actos violentos en el fútbol. El Gobierno Federal, por ejemplo, ha hecho público que va a crear un documento personal para los aficionados que ya tengan en su currículum algún tipo de agresión y prohibirlos entrar en el estadio. Algunos estados siguen haciendo campañas publicitarias para intentar concienciar a la población. El estado de Pernambuco buscó la ayuda de una herramienta tecnológica para luchar contra este tipo de violencia. Creó un APP, llamada de "Torcedor Alerta", donde se puede hacer una denuncia dentro del propio estadio, para que las medidas de seguridad sean puestas en práctica en la misma hora.

2.4. LA COBERTURA DE LA PRENSA

El año 1922, se convirtió en un hito en la historia del periodismo deportivo en Brasil, porque desde allí uno de los principales diarios comenzaron a publicar titulares de deportes en sus portadas. Ese tipo de cobertura de la prensa no tuvo tanto prestigio sobre todo al principio, la noticia era simplemente la información con los resultados de los partidos.

Con los años, el fútbol se ha convertido en un fenómeno de masas cuya cobertura mediática se ha ampliado considerablemente, siendo cada vez más completa. Sin duda, los medios de comunicación son responsables de la popularización de este tipo de deporte, no sólo en Brasil, sino en todo el mundo. En la mayoría de las veces considerados como la mayor fuente de información para la sociedad, los medios de comunicación tienen actuación directa en la cobertura de actos de violencia en el fútbol. Esto hace que siempre surjan críticas de cómo fue realizada esta cobertura. Los medios de comunicación constituyen un elemento diferenciador en las sociedades modernas considerando otros períodos históricos, se convirtieron en agentes de socialización importantes para toda la población, que hace que hoy en día tienen grandes influencia el nivel social. (Durán, 1996).

Algunos estudiosos señalan que los periodistas tienen su papel dentro de la violencia en el ámbito deportivo, porque el lenguaje que utilizan, la hora en que vehiculan la noticia y la forma en que desarrollan sus reportajes, pueden incitar a la violencia claramente. A menudo la violencia se convierte en el protagonista de los titulares de fútbol y hace que el periodismo que le hacen sea cobertura de policía (de sucesos). Aparece un cierto sensacionalismo en las noticias, lo que puede terminar contribuyendo a la violencia, como también llamar la atención de los jóvenes. Algunos países como España, por ejemplo, prohíben tal exposición. Los reportajes no deben presentar imágenes durante más de seis minutos.

"Las manifestaciones de agresividades entre los aficionados en primer lugar, y, poco después, entre atletas, forma la magnitud del

fenómeno de la violencia en el fútbol, que tiene una visibilidad por los medios de comunicación y por el énfasis dado a él, deja la impresión de ser más grande y más grave de lo que realmente es, aunque no todavía un consenso , parece que tener muchas dudas sobre los dos puntos delicados. "(Murad, 2007, p. 34)

Otro aspecto que puede ser citado, es que el sensacionalismo de los medios terminan por alejar la gente de los campos de fútbol. Tienen que tener en cuenta que los estadios son lugares donde se percibe una sensación de inseguridad con los enfrentamientos y ataques y prefieren buscar otros lugares para la diversión en tiempo libre. Si bien cuando comenzó la cobertura de los incidentes en eventos deportivos fue breve y sin énfasis, desde los años 50, empezaron a tratar el fenómeno de una forma sensacionalista, amplificando los incidentes violentos. (Molina, 2004). Algunas teorías sociológicas, ya mencionadas, intentan explicar la violencia en el deporte y en particular en el fútbol, manteniendo que era exagerada la manera en que los medios de comunicación exponían este tipo de violencia.

2.5. LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL

Las formas de comunicación han sufrido diversos cambios en los últimos años, principalmente por el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación, (TIC). Estos cambios afectan a la sociedad mundial, con intensidad, llegando a la vida profesional e individual de cada persona. Incluso los medios tradicionales, considerados como fuente esencial de información, tales como la televisión, la radio y los periódicos intentan modernizar sus tecnologías para ser competitivos en el siglo XXI. Todo esto sólo refuerza la influencia cada vez mayor de la importancia que los medios de comunicación ejercen sobre la sociedad, ya sea a la hora de llevar informaciones y actuar como agentes principales de cambio y socializadores primarios. El uso de herramientas audiovisuales, está cada vez más presente en el día a día de

distintas personas, principalmente jóvenes, que a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales reciben los impactos de las herramientas que utilizan para comunicarse.

En los años después de la segunda guerra mundial, un nuevo modelo de comunicación democrática viene a potenciar a las personas en la búsqueda de un cambio social, conocida por Comunicación para el Cambio Social. También denominada Comunicación para el Desarrollo, entre otros términos. Sin importar el nombre de este nuevo modelo de comunicación, se ha convertido en esencial para la sociedad actual. Este proceso de comunicación está orientado a los procesos, no sólo a los resultados y se basa en el diálogo e en la participación que permite a la población compartir conocimientos y hacerse protagonista de su propio desarrollo. Hay muchos ejemplos de éxitos de la comunicación para el cambio social en todo el mundo, donde siempre se buscaba para mejorar los conocimientos locales y respetar las formas tradicionales de organización social, a si para ganar más participantes.

Este modelo es descentralizado, pluralista y democrático; busca empoderar a la gente, más que persuadirla; fomenta el debate entre los ciudadanos, dentro y entre las comunidades y entre los ciudadanos y el gobierno. Este modelo prevé una comunicación progresivamente más horizontal, que le permitirá a los individuos comunicarse entre ellos fácilmente y a bajo costo. También implica la desintegración progresiva de las tradicionales vías de comunicación, monolíticas y verticales (FUNDAÇÃO ROCKEFELER, 2002, online).

Claramente se ve que la publicidad puede actuar como un instrumento de la ciudadanía y transformación social. Las campañas de publicidad desarrolladas en los últimos años a favor de las causas sociales están contribuyendo cada vez más a favorecer cambios en nuestras sociedades. Especialmente cuando hacen uso de los medios de comunicación para promover la participación de la

comunidad. La publicidad se moviliza cada vez más para elevar la conciencia de los ciudadanos frente a los graves problemas sociales de hoy y modificar varios comportamientos e inclinaciones. (Lipovetsky, 1989)

Como producto final de esta investigación, se procuró crear una campaña publicitaria para tratar de reducir los niveles de violencia en el fútbol brasileño, más específicamente en Pernambuco, siempre teniendo en cuenta el modelo de comunicación para el cambio social. La Profesora María Cruz Alvarado, en su excelente artículo sobre el tema de la publicidad y comunicación para el desarrollo, nos dice que dentro de este tipo de comunicación, la publicidad sigue siendo indispensable para:

- La difusión masiva de determinadas actitudes y conductas que permitan generar en una comunidad los cambios que se consideran necesarios para lograr una mejora, especialmente en el ámbito de la salud. Partiendo siempre de la idea de que la solución a un determinado problema está vinculada con un cambio comportamental.
- La recaudación de fondos, ya sea que estén destinados a financiar la labor cotidiana de determinadas instituciones, como a solventar necesidades puntuales surgidas de catástrofes.
- La financiación de los medios de comunicación, tanto de los ya existentes en un contexto como de los que puedan crearse.
- Dar visibilidad a determinados problemas y a sus soluciones, o mejor, a las soluciones que en cada caso, en cada contexto, traten de imponerse como las adecuadas para paliarlo.
- Promover la participación de las personas de una comunidad en un determinado programa.
- Dar notoriedad y construir la imagen de los emisores de todo tipo (estados, fundaciones, organizaciones no gubernamentales, organismos internacionales, etc., que ejercen como anunciantes), en un contexto cada vez más competitivo y saturado de entidades

con fines sociales y que, con independencia de los problemas y las causas que atienden, necesitan notoriedad y credibilidad para subsistir.

(Alvarado López, 2012, p.197)

CAPÍTULO 3: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 HISTÓRICO DE CASOS DE VIOLENCIA EN EL FÚTBOL BR/PE

A lo largo de los últimos años los casos de agresión y violencia se han convertido en una constante en la historia del fútbol brasileño. Todos los clubs grandes del país, independientemente de los colores que llevan, ya han estado en los titulares y destacados páginas de los periódicos, debido a cuestiones relacionadas con sus aficionados violentos. Según el sociólogo e investigador Maurice Murad, el estado más violento del país es São Paulo, seguido por Rio Grande do Norte y Pernambuco.



Foto 1: gazetapress.com/ Confrontos entre torcidas, São Paulo, 1995

En agosto de 1995, tuvo lugar uno de los momentos más terribles y notables del fútbol en Brasil. En un partido entre São Paulo y Palmeiras, que disputaban el Campeonato de la Super Copa São Paulo de Juniors, el Estádio do Pacaembu tuvo todas las plazas agotadas, debido a las entradas gratis ese día. El juego tuvo todo para ser un gran espectáculo y aún una retransmisión de TV en plena mañana de domingo. Al final del partido ganado por Palmeiras, simpatizantes del

equipo rival, disgustados con el resultado tomó ventaja a una pequeña cantidad de policías en la escena e invadieron el campo con los pedazos de madera, de una parte del campo que estaba en construcción. La pelea fue vista no sólo por las personas presentes en el estadio, sino también por las que estaban en sus casas. Un total de 102 personas resultaron heridas y uno de ellos murió días después, debido a los golpes sufridos. De todas las personas involucradas, sólo uno ha sido detenida y liberada cuatro años más tarde.

En 2002, un episodio de violencia marcó la historia del flamenco, clásico equipo de Río de Janeiro. El equipo tuvo una mala actuación en Copa Libertadores torneo jugado entre equipos de América del Sur. En uno de los entrenamientos del equipo, los aficionados del Club invadieron el lugar armado con trozos de madera y pedazos de hierro, protestaban contra los resultados en la competición. Algunos jugadores como el portero Julio Cesar, varias veces titular en la selección brasileña y jugador del Benfica de Lisboa en Portugal, intentó contener los aficionados violentos para que ellos no entraren en el vestuario, pero fueron golpeados. Los aficionados se fueron antes de que la policía llegase al lugar y aún intentaran robar los materiales de entrenamiento, que estaban en el estadio.

En el año 2011, la ciudad de Rio de Janeiro fue escenario de otro enfrentamiento notable entre jugadores del Fluminense y los aficionados del mismo equipo. El equipo no había tenido buenos resultados en los últimos partidos y los aficionados empezaron la persecución. Fred y Rafael Moura, fueron perseguidos por los aficionados que los encontraron en un bar, cuando disfrutaban de un momento de ocio. Fred pronto abandonó el bar, pero terminó siendo perseguido durante varios kilómetros y luego logró escapar de la situación. Debido a esto el jugador, casi dejó el Club.

El año de 2012, ocurrió otro suceso que todo aficionado del Palmeiras quiere olvidar. El equipo no estaba bien en el campeonato brasileño, también conocido como Brasileirão y fue descendido a la segunda división. Un grupo de aficionados furiosos apedrearon el restaurante del Vicepresidente del Club. Y

amenazaran matar al Presidente Arnaldo Tirone. Más tarde ese mismo año, un enfrentamiento entre los aficionados violentos de Santos y Corinthians, terminó con una víctima muerta por traumatismo craneal, apedreado dentro de su propio coche.

Si en los otros Estados del país siempre ha habido casos de vandalismo, peleas y otras formas de violencia relacionadas en los partidos de fútbol en el estado de Pernambuco, la historia se repite.

En 18 de marzo de 2001, por primera vez en el estado de Pernambuco, hubo habido una muerte causada por una confrontación entre aficionados violentos. En un túnel en las cercanías del estadio Isla del Retiro, los aficionados de la "Torcida Jovem" (Sport Club de Recife) y "Fanático" (Clube Náutico Capibaribe) comenzaron una pelea donde un joven de 17 años, Daniel Ramos, recibió dos tiros, uno en la cabeza y otro en el pecho. El chico fue llevado al hospital, pero no resistió y murió minutos después.

Un crimen que conmocionó no sólo a Pernambuco, sino a todo el país y tuvo una repercusión en los medios internacionales, tuvo lugar en Recife, la Capital del estado, en mayo de 2014. El aficionado Paulo Ricardo Gomes da Silva, ya había dejado el estadio después de un partido entre Santa Cruz y Paraná, cuando fue alcanzado por un lavabo, lanzado desde las gradas del estadio de Arruda. Es común en los estadios de Pernambuco en días de los partidos clásicos entre Santa Cruz, Náutico y Sport, que los fanáticos arranquen de los aseos lavabos como actos de vandalismo. Ya estamos en el 2017 y la familia de la víctima aún está luchando por la justicia, porque hasta ahora nadie ha sido detenido.



Foto 2: Jornal do Comércio / Aficionado muerto, Recife, 2014.

En febrero de 2013, Lucas Lyra, aficionado del Náutico recibió un disparo en el cuello frente al estadio de los Aflitos, situado en Recife – Pernambuco, después de un enfrentamiento entre aficionados del Náutico y del Sport. Fue rescatado y llevado al hospital, donde los médicos dieron sólo 1% de probabilidades de supervivencia. Hoy, cuatro años después del conflicto, Lucas aún lucha por su vida, como un ejemplo de superación. Hasta ahora el acusado por el crimen, que afirma haber sido accidental, no ha sido juzgado.



Foto 3: Super Esportes.com/ Lucas Lyra, Recife, 2013.

3.2 ANÁLISIS DE CONTENIDO

3.2.1. MEDIOS OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN

Para analizar los contenidos de la prensa digital especializada en deporte acerca del tratamiento de la violencia en el fútbol brasileño, se eligieron como objeto de estudio cuatro periódicos digitales, con mucha importancia a nivel local y a nivel nacional. Se recogieron todas las noticias publicadas durante los años 2015 y 2016 en las que se incluyese alguna mención a la violencia en el fútbol.

El primer periódico fue el Diario de Pernambuco, fundado en 1825, en Recife, capital del estado de Pernambuco. Es el periódico más antiguo en circulación en la América Latina y uno de los más tradicionales del estado. Además tiene una historia de éxitos en el periodismo deportivo.

El segundo periódico escogido para el análisis fue la principal competencia de Diario de Pernambuco, el Jornal do Comércio. Fundado en 1919, también en la ciudad de Recife. Forma parte de un conjunto de empresas de comunicación, que incluye televisión y radio. Es una referencia en cobertura periodística local.

El tercero es la Folha de São Paulo, nació el año de 1921 en São Paulo, la ciudad más grande del país. Es el periódico que más lectores tiene en el país, con su versión digital.

El último medio digital elegido fue la ESPN, que está ubicado en São Paulo y remite a la red de televisión del mismo nombre fundada en los Estados Unidos, que se dedica solamente a la producción de programas deportivos.

Tabla 1

Diário de Pernambuco	Jornal do Comércio	Folha de São Paulo	ESPN
Información general	Información general	Información general	Información especializada en deportes
El segundo periódico más leído del estado de Pernambuco.	El primero periódico más leído del estado de Pernambuco.	El primero periódico más leído del estado de São Paulo.	El medio digital deportivo más leído del estado de São Paulo.
Perfil de lector: 54% hombres y 46% mujeres. En relación a las clases sociales 50% AB, 44% C, 7%DE, según su página web.	Perfil de lector: 46% hombres y 54% mujeres. En relación a las clases sociales 25% AB, 55%C, 20%DE, según su página web.	Perfil de lector: 47% hombres y 53% mujeres. En relación a las clases sociales 60% AB, 37% C, 3% DE, según su página web.	Informaciones no disponibles.

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se desplegó una metodología predominantemente descriptiva, empleando el análisis de contenido como instrumento para la producción y recogida de datos. Para llevar a cabo el análisis se creó una plantilla donde se especificaron forma precisa las variables que serían analizadas en todas las noticias. De una manera concreta las variables hacían referencia a la identificación del periódico (nombre, fecha y día de la publicación), la cantidad de palabras utilizadas para noticiar el acontecimiento, el contenido de imagen que abre la noticia, la presencia de signos de violencia en la imagen, el género periodístico (informativo, interpretativo o argumentativo), el tono del titular (informativo o neutral – tipos de titulares que tienen el objetivo solamente de informar, tendencioso o alarmista – que utilizan de

sensacionalismo, opnativo -, por exponer el que piensa el autor del texto.), el tipo de fuente en que se basa para la producción del texto, el tipo de violencia predominante (simbólica – tipo de violencia con agresiones verbales o física- cuando hay utilización de la fuerza para atingir otra persona), el lugar donde ocurrió la violencia (dentro o fuera del estadio), los protagonistas de la violencia y de la pieza analizada (aficionados, futbolistas), la incorporación de información acerca de las causas y de las consecuencias, la atribución de responsabilidades y la presentación de soluciones.

3.2.3. POBLACIÓN

La unidad de análisis fue la pieza periodística. La cantidad de unidades de análisis localizadas en cuatro periódicos, de alcance regional y estatal, asciende a 20 piezas, publicadas en los años de 2015 y 2016. Se trata de una cantidad muy pequeña, si tenemos en consideración las dimensiones del problema de violencia en el fútbol brasileño que hemos mencionado con anterioridad. En 2015, según las estadísticas, hubo quince muertes por causa por ese tipo de violencia, mientras que en 2016 fueron confirmadas nueve muertes y, hasta octubre del mismo año, seis continuaban bajo investigación para determinar su relación con la violencia deportiva.

Debido a las reducidas dimensiones de la cobertura periodística ofrecida por estos cuatro medios digitales, el análisis de contenido se ha desplegado sobre el conjunto de la población, sin necesidad de articular ninguna muestra. Los resultados, por lo tanto, cubren el conjunto de la información proporcionada por cuatro medios digitales sobre un problema social que afecta al deporte brasileño, proporcionado una primera conclusión preocupante, pues la cobertura es muy escasa para un asunto relevante.

3.2.4. PROCEDIMIENTO

Para el procedimiento del análisis de contenido de esta investigación, en la primera fase lo que se hizo fue localizar las noticias sobre actos de violencia en el deporte, por años, donde se elegirán 2015 y 2016 por ser los años más recientes. La búsqueda se realizó a través de las propias páginas web de los diarios, ya que el acceso a las hemerotecas con los contenidos impresos no era posible desde España.

La segunda fase del proceso consistió en la ordenación y clasificación del material, buscando poner en práctica los objetivos de la investigación. Para eso, se creó la plantilla de análisis descrita anteriormente.

3.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Descripción de las variables identificables (Día de publicación y número de palabras)

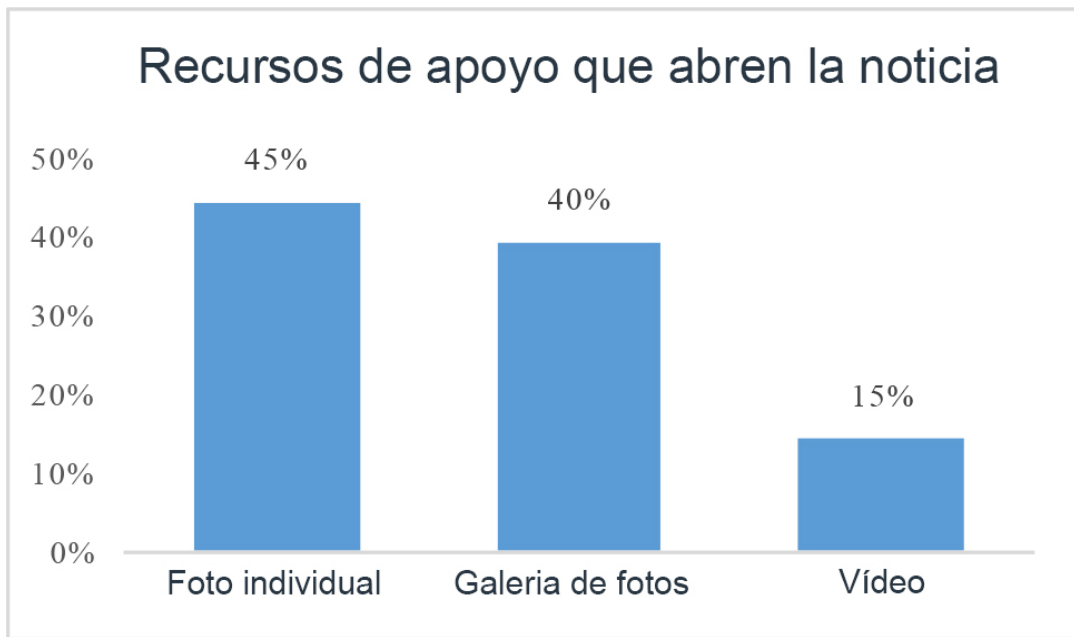
En relación a las variables identificables las noticias de las variables analizadas, se da cuenta de que la mayoría de ellas fueron publicada en su páginas web en días de juegos, tanto del Campeonato Brasileiro y Campeonato Pernambucano, o en días siguientes a la realización de los partidos, como en el lunes, el miércoles, el sábado, y el domingo. Otro punto que merece atención es la cantidad de palabras que se ha utilizado, es decir, el tamaño de la noticia, resulta esencial conocer la importancia que se le dio al hecho. En este indicador la noticias con más palabras y con menos palabras fueron de la ESPN, que utiliza 710 palabras en uno y 47 palabras en el otro, como se puede ver en la siguiente tabla. Resulta complicado ofrecer buenas noticias, con las informaciones esenciales, creando un texto con solo 47 palabras.

Tabla 2

Medio digital	Fecha y día	Número de Palabras
Jornal do Comércio	08/01/2015 - Jueves	179
Jornal do Comércio	20/10/2015 - Martes	556
Jornal do Comércio	26/05/2016 - Jueves	210
Jornal do Comércio	11/09/2016 - Domingo	77
Jornal do Comércio	11/09/2016 - Domingo	187
Diário de Pernambuco	26/04/2015 - Domingo	189
Diário de Pernambuco	12/07/2015 - Domingo	288
Diário de Pernambuco	03/09/2015 - Jueves	230
Diário de Pernambuco	11/09/2016 - Domingo	469
Diário de Pernambuco	12/09/2016 - Lunes	433
Diário de Pernambuco	14/09/2016 – Miércoles	424
Folha de São Paulo	14/02/2016 - Domingo	386
Folha de São Paulo	13/03/2016 - Domingo	147
Folha de São Paulo	03/04/2016 - Domingo	510
Folha de São Paulo	04/04/2016 - Lunes	532
ESPN	26/08/2015 – Miércoles	143
ESPN	13/09/2015 - Domingo	232
ESPN	04/04/2016 - Lunes	590
ESPN	21/06/2016 - Martes	710
ESPN	17/09/2016 – Sábado	47

Fuente: Elaboración propia.

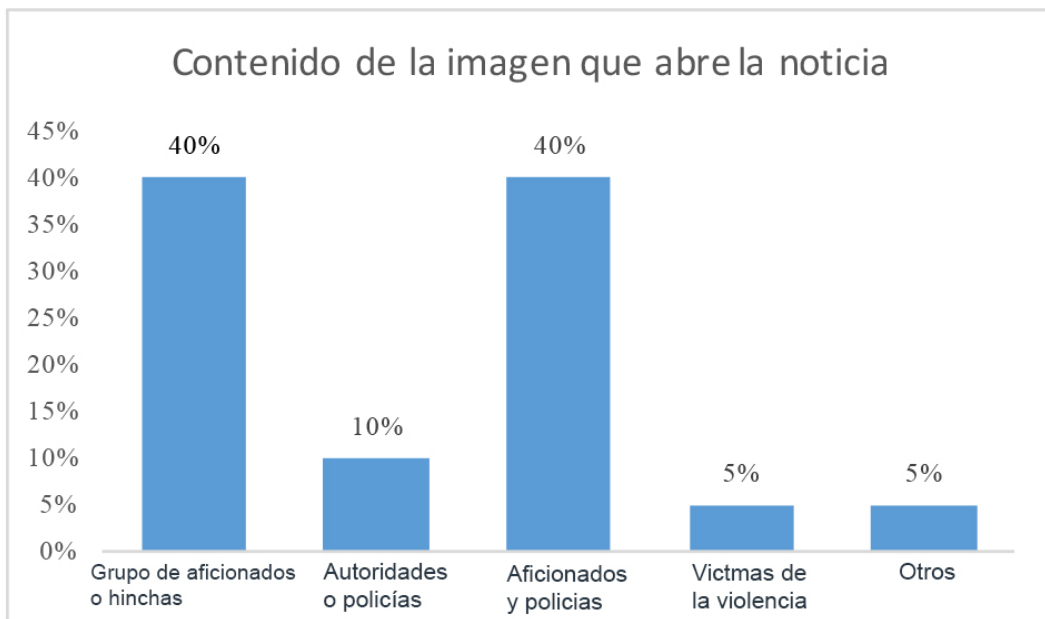
Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia

De las 20 noticias analizadas, 45% utilizan una foto como un recurso de apoyo al texto, mientras 40% fueron más allá e hicieron uso de una galería de fotos y sólo el 15% recurrió al uso de videos. Cabe mencionar que el uso de estos recursos tiene una gran importancia, no sólo para ilustrar el texto, sino para reforzar lo dicho, darle credibilidad a lo escrito y llamar la atención del lector. Teniendo en cuenta la importancia de esa interpretación de la información visual, todos los periódicos utilizan recursos de apoyo.

Gráfico 2



Fuente: Elaboración propia

Tras el análisis de los recursos de apoyo, se detecta un empate en porcentaje en cuanto al contenido de las imágenes que abren las noticias. El 40% contienen aficionados o hinchas y otro 40% muestra a los aficionados (o hinchas), más a menudo en enfrentamiento, como se ve en las imágenes (disponibles en la secuencia) de los cuatro medios de comunicación. Las autoridades, como el gobernador en la imagen del Diario de Pernambuco o policías tienen poca representación. Así como las víctimas de la violencia. Se puede decir sobre el uso de imágenes que prácticamente siempre aparecen los aficionados o hinchas, con o sin la presencia de la policía. Hay una sugerencia implícita de los medios a través de las imágenes de la responsabilidad de los hinchas en los actos más violentos.

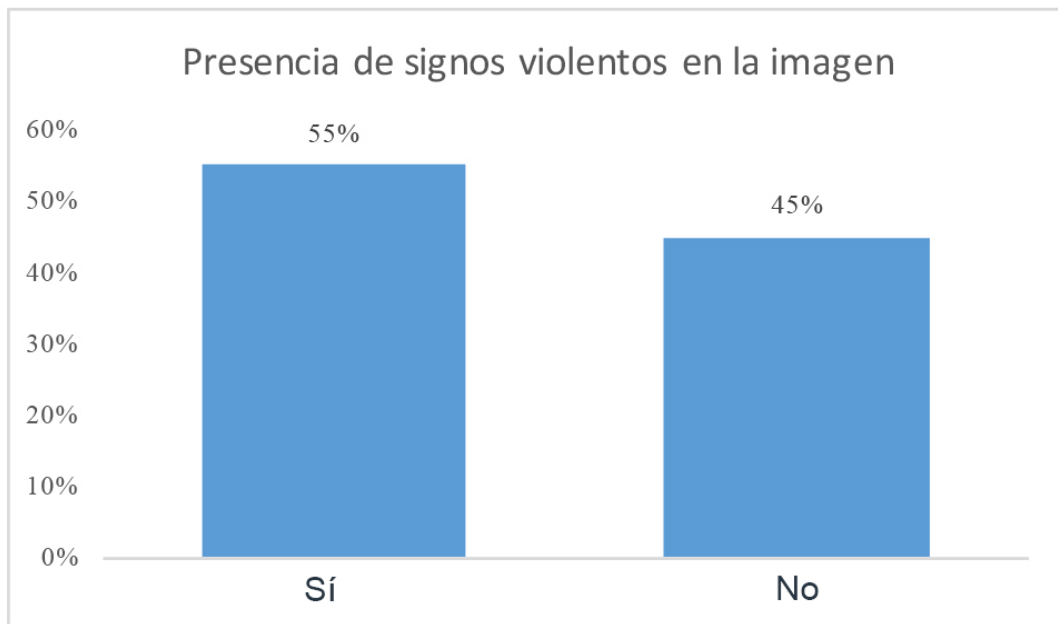


Fuente: Diário de Pernambuco, 12/09/2016



Fuente: ESPN, 17/09/2016

Gráfico 3

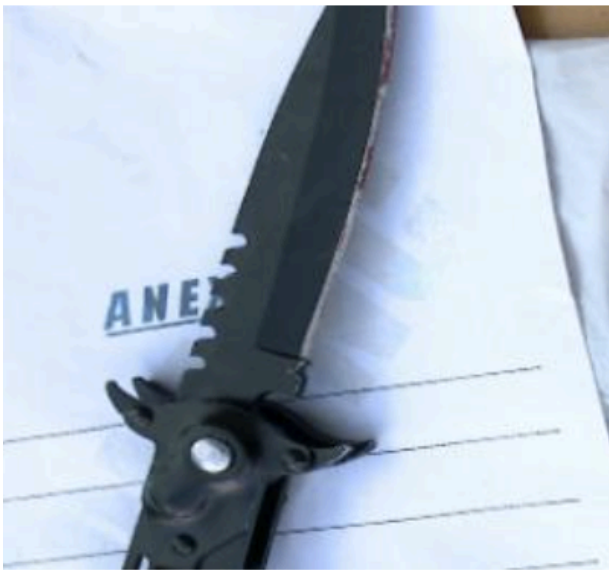


Fuente: Elaboración propia

Para poner fin a los indicadores relativos a los recursos de apoyo, se demostró la presencia de uno o más signos de violencia en la imagen, como armas blancas o de fuego, sangre, y otros tipos (como se puede ver en la siguiente página). En la mayoría de las noticias analizadas, hubo presencia de estos signos violentos, lo cual da mayor énfasis a lo reportado por mostrar las armas que se utilizaron para practicar las agresiones. Destacan tres noticias en este sentido, uno del ESPN, donde se pueden ver las manchas de sangre en el piso, otro del Jornal Comercio, donde un cuchillo para apuñalar a un adolescente menor de edad, aparece resaltado. Y la tercera publicada por el Diario de Pernambuco, con trozos de madera utilizados para agredir a una víctima.



Fuente: ESPN, 26/08/2016

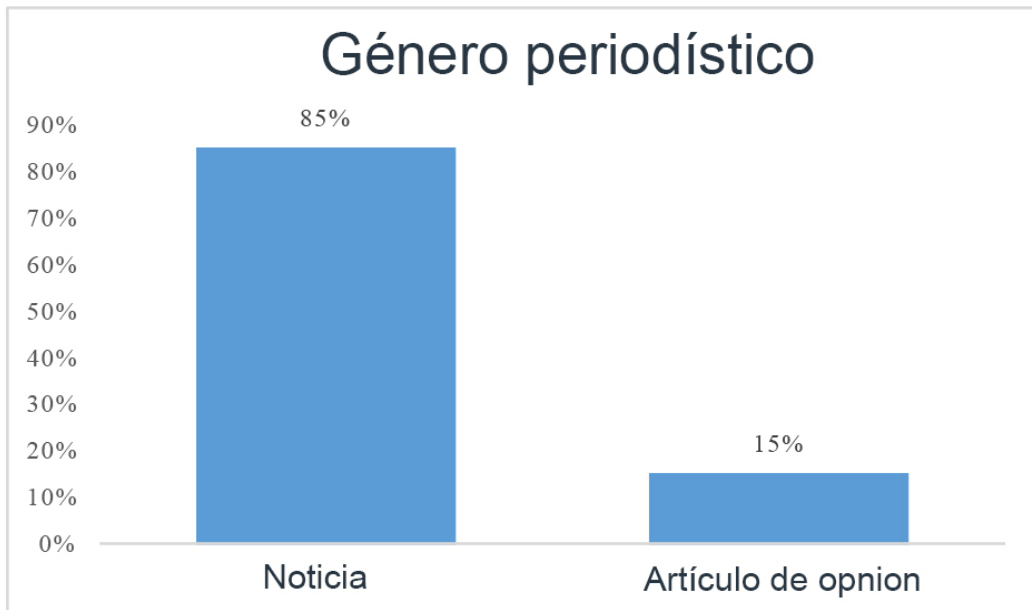


Fuente: Jornal do Comércio, 08/01/2015



Fuente: Diário de PE, 12/09/2016

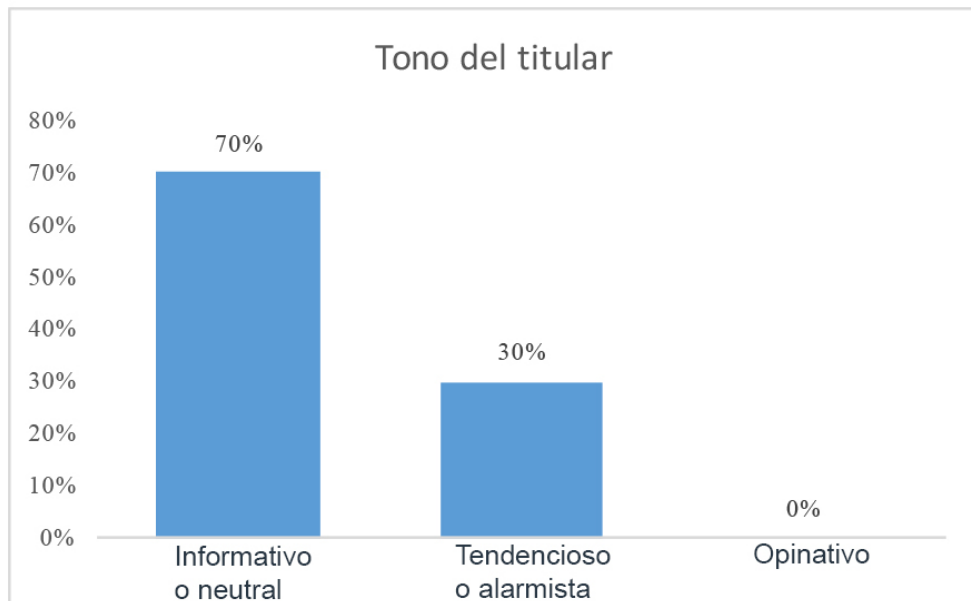
Gráfico 4



Fuente: Elaboración propia

En relación con los géneros periodísticos, hay un predominio de las noticias, género que pretende informar de un acontecimiento, con una técnica narrativa donde debes tratar de dejar de lado la subjetividad, y plasmar la imparcialidad. Lo que a veces no se respeta en la producción de noticias. Según lo informado por el Jornal do Commercio en septiembre de 2016, donde afirmó "la violencia mancha pasión por el fútbol." El porcentaje más bajo, se refiere a otro género periodístico, artículo. Aquí los periodistas tienen más libertad y van más allá de la información, exponiendo sus propias opiniones. Como en uno de los artículos publicados en el año 2015, por el Diario de Pernambuco, donde el periodista Cassio Zirpoli sugiere que para prevenir los hechos violentos en los días de partidos se debe aumentar la cantidad de policías, estrategias o todas estas opciones, además de la ejecución de las leyes. Un impresionante discurso que pretende llamar la atención de la sociedad y especialmente de los políticos responsables de la seguridad pública.

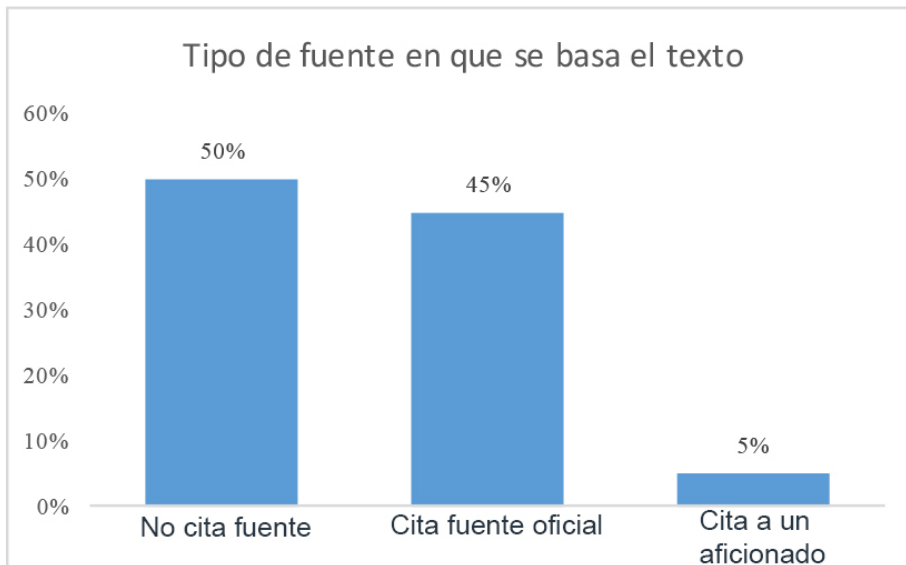
Gráfico 5



Fuente: Elaboración propia

En la observación de los titulares de las noticias analizadas, existe predominio de los títulos con un carácter más informativo, o neutral, tratando de resumir los hechos sin alarma. Como la noticia del Jornal Commercio octubre de 2015: "referencias siguen impunes", o de la Folha de Sao Paulo en abril de 2016: "Desde 2010, 113 personas murieron en luchas". En torno al 30% de los titulares son alarmistas, utilizando palabras bélicas e induciendo el sensacionalismo, según lo informado por el Diario de Pernambuco en septiembre de 2016: "La lucha de referencias crea atmósfera de guerra este domingo".

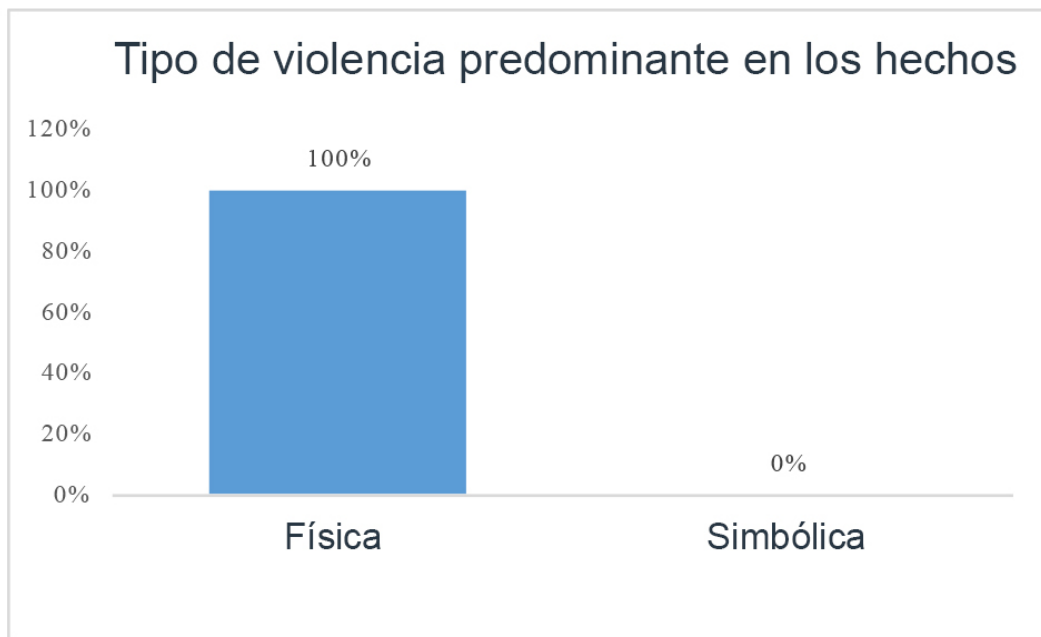
Gráfico 6



Fuente: Elaboración propia

Acerca de las fuentes en que los periodistas se basaron para la elaboración de los textos, en 20 partes examinadas, la mitad de ellos no citan ninguna fuente, lo que de alguna manera le quita credibilidad a las noticias. Ya el 45% tiene algún tipo de fuente oficial, como la policía o a los órganos de seguridad pública, lo que permite una mayor precisión de los hechos. En un porcentaje muy bajo aparece algún aficionado como fuente, lo que puede inducir una falta de objetividad en la construcción del texto periodístico, ejemplificado por la Diario de Pernambuco en julio de 2015, donde aparece una descripción de los "marginales vestidos" y son presentadas imágenes grabadas por ellos.

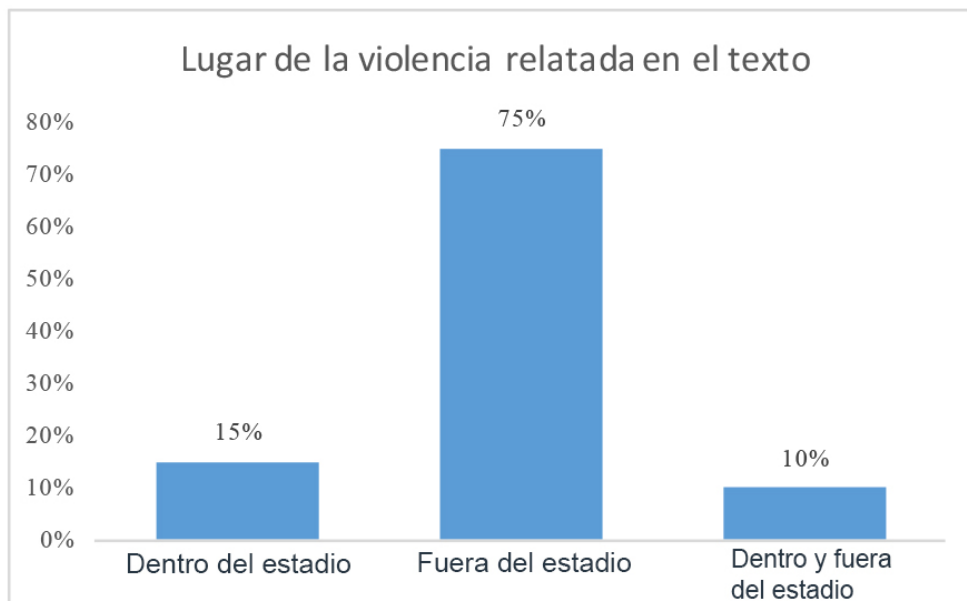
Gráfico 7



Fuente: Elaboración propia

Cuando la pregunta es el tipo de violencia predominante en las ocurrencias, la violencia física llega a ser unánime. Aunque en la mayoría de las veces la violencia física llegue como resultado de la violencia simbólica. Un claro ejemplo de que los enfrentamientos comienzan con violencia simbólica y terminan con violencia física se explica por el Jornal do Comércio en enero de 2015, donde todo termina con un joven menor de edad golpeado. "El adolescente hace parte del de los aficionados de la "Torcida Jovem del Sport y tuvo una discusión con otros de la "Torcida Inferno Coral". Las agresiones físicas se hacen cuando algunos aficionados lanzan objetos, como nos dice la ESPN en agosto de 2015. "Algunos "rubro-negros" que estaban en una cola para entrar el estadio lanzaron objetos como latas de lata en un grupo. Irritado, el Vasco regresó y comenzó la pelea.

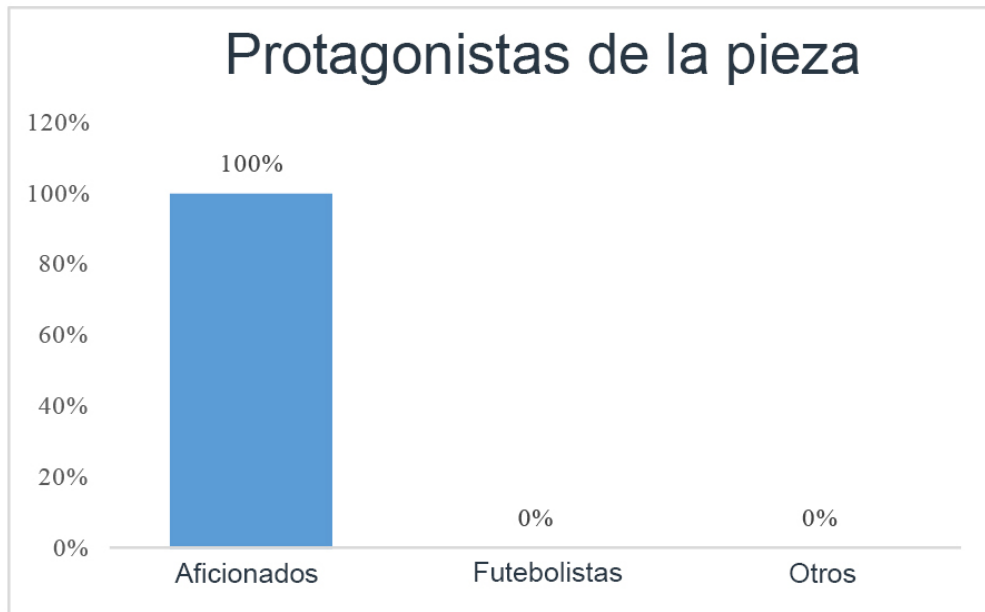
Gráfico 8



Fuente: Elaboración propia

Otro indicador que merece atención, se refiere al contexto espacial donde producen actos más violentos. El examen da cuenta de que la mayoría de los asaltos ocurre fuera de los estadios, en sus proximidades, antes o después del juego. Mientras que el 15% de estos actos tuvieron lugar dentro del estadio, durante la duración de 90 minutos de los juegos, sólo el 10% de los casos ocurrieron dentro y fuera de los estadios. Un buen ejemplo de estos actos violentos en las cercanías del estadio, es la noticia publicada por el Diario de Pernambuco septiembre de 2016, donde un simpatizante fue herido en frente a el estadio del Sport Club do Recife, después de ser confundido con los aficionados del equipo adversaria. "Un tercer aficionado herido fue Michael Víctor Laudro Neto, que fue admitido al Hospital de la restauración en 17:46h con convulsiones. Esto fue agredido mientras estaba en frente al "Ilha do retiro". Destacaría también el vandalismo dentro del estadio, como se describe en la Folha de Sao Paulo en febrero de 2016: "En el Río, antes del clásico entre Vasco y Flamengo por lo regional aficionados, rubro negros destruyeran los baños de los visitantes del estadio São Januário.

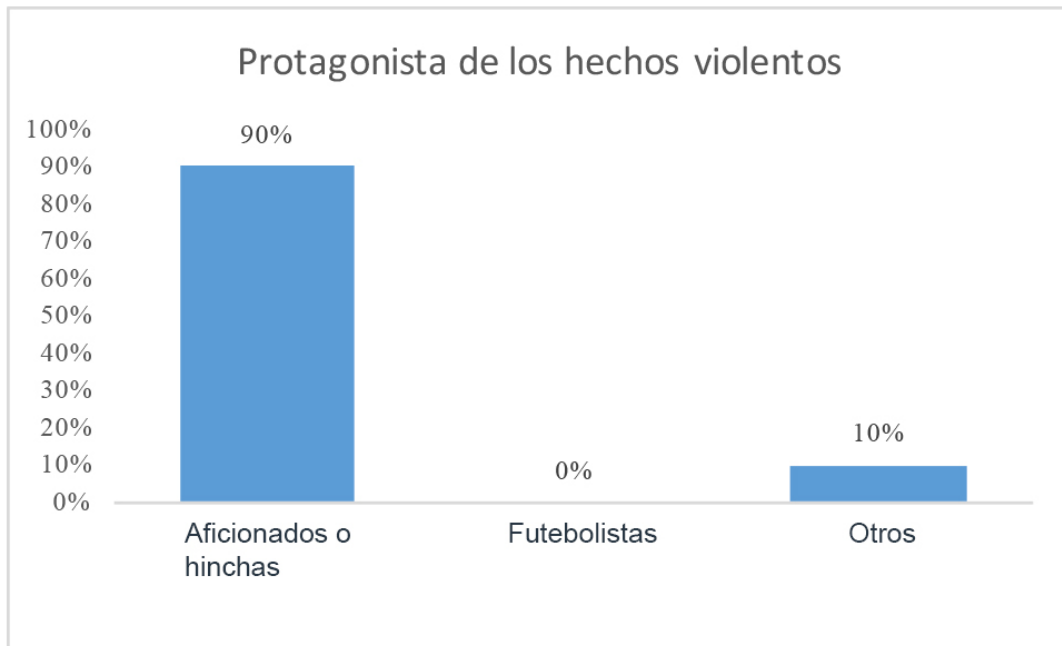
Gráfico 9



Fuente: Elaboración propia

En todas las partes analizadas los protagonistas de la noticia eran los aficionados (o hinchas), tratados como los principales responsables de los actos de violencia en el fútbol. El propio Diario de Pernambuco de septiembre de 2015, ha dicho: "Torcida Joven" vuelve a protagonizar pelea en fuera del estadio Pernambuco". Este punto culminante de los medios de comunicación termina generalizando a todos los aficionados, y vale la pena recordar que los violentos son sólo una parte de ellos. También no se apela a la responsabilidad política y policial a la hora de crear las condiciones necesarias para la práctica deportiva.

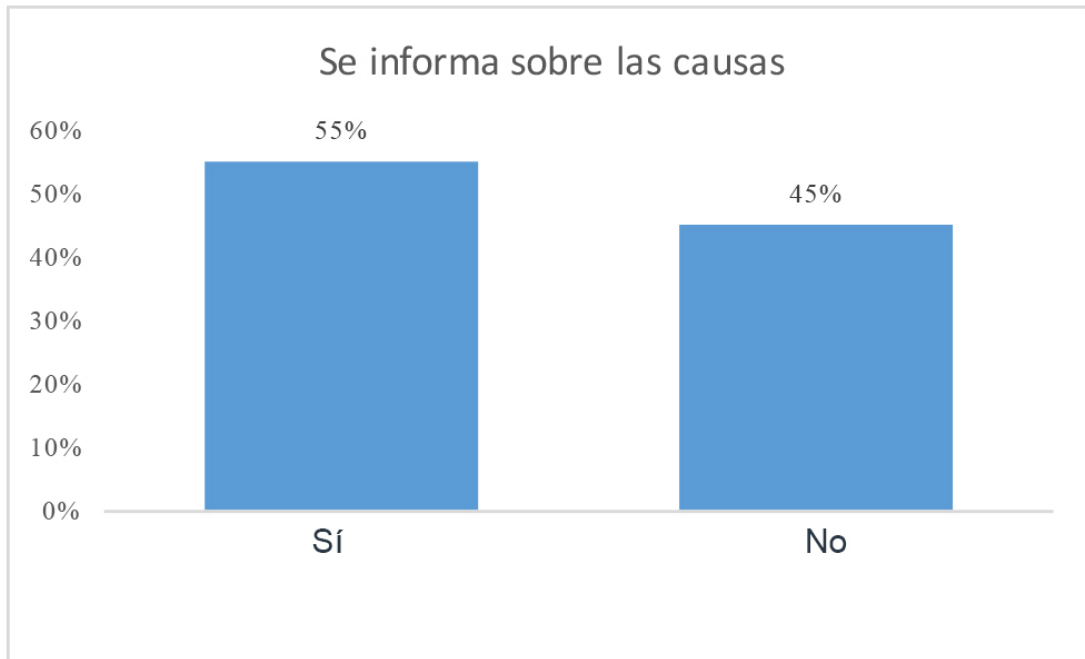
Gráfico 10



Fuente: Elaboración propia

En el 90% de todo el material analizado, los protagonistas de los hechos violentos fueron los aficionados o hinchas. Las noticias los relacionan directamente con la violencia y la delincuencia. En algunos casos enfrentamientos entre ellos y la policía e incluso entre los aficionados del mismo equipo, como ejemplifica la Folha de São Paulo en 2016. "Según el coronel de la PM, Luiz Gonzaga, parte de los aficionados comenzó a maldecir a algunos jugadores mientras que otros apoyaron el equipo. Los aficionados tuvieron un enfrentamiento y una lucha entre ellos comenzó en las gradas del estadio.

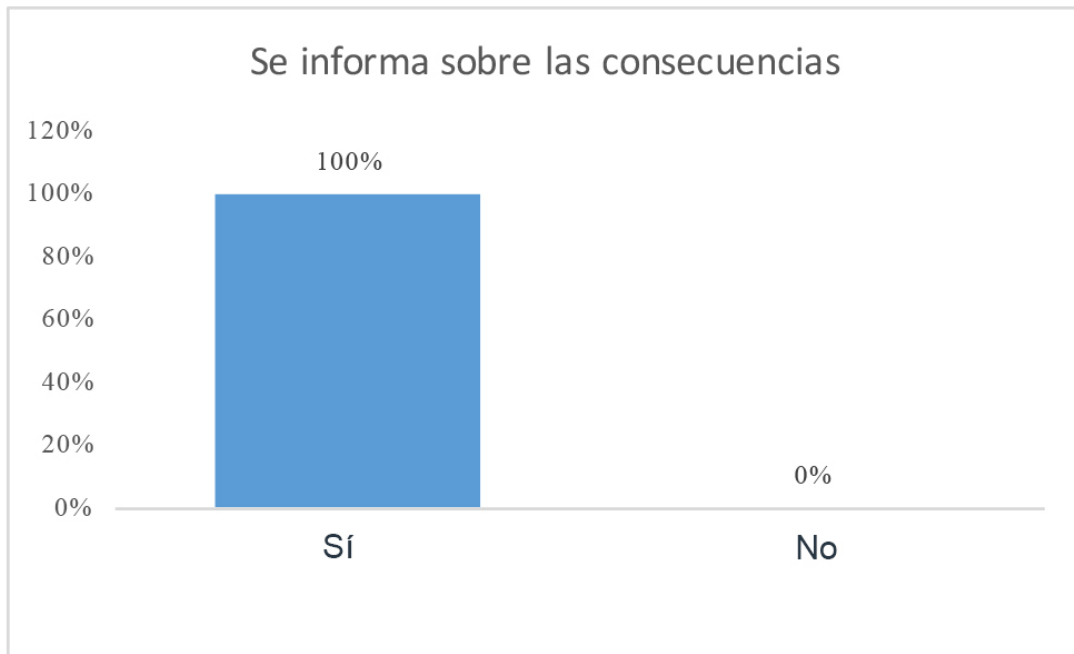
Gráfico 11



Fuente: Elaboración propia

En el 55% de las noticias se observó que existe información sobre las causas de los hechos de violencia, que muchas veces proceden de los resultados de los partidos. La presencia de las causas en el texto, hace que la noticia periodística tenga mayor profundidad para el desarrollo de textos. Por otra parte, el 45% de las noticias no mencionan las causas, dejando sólo con información superficial el contenido. La Folha de Sao Paulo, 2016 señala que en uno de los conflictos en São Paulo, un aficionado que se negó a identificarse, dijo los enfrentamientos que se produjeron, se han programado de antemano.

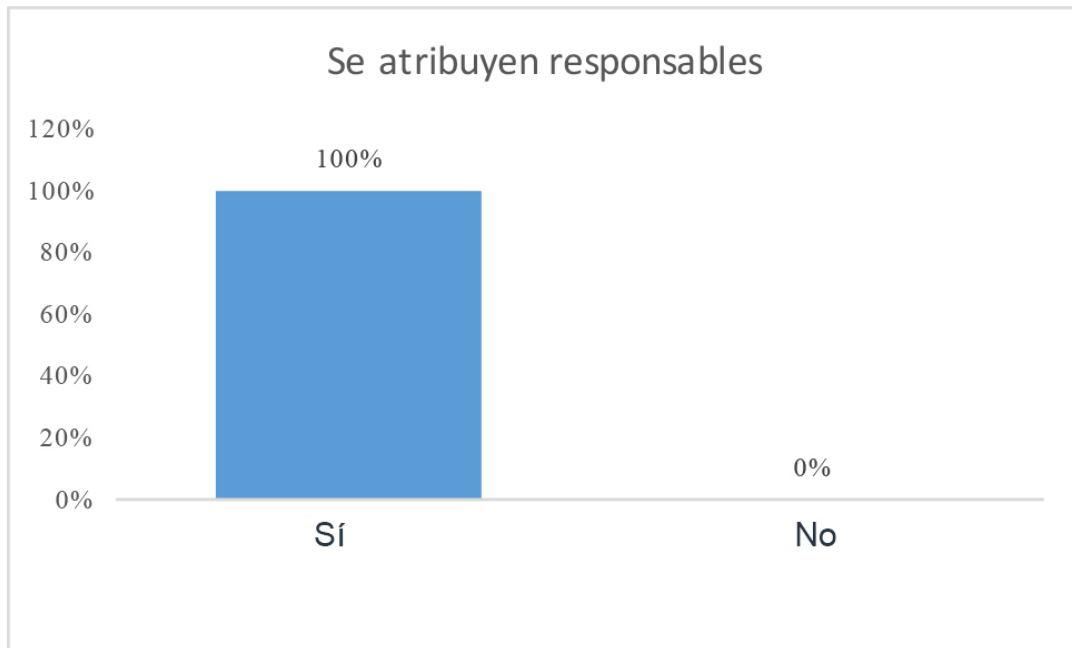
Gráfico 12



Fuente: Elaboración propia

Un punto común en todas las noticias, incluso a veces sin exponer las causas, como en el gráfico anterior, es que presentan las consecuencias generadas por los golpes violentos. Porque las consecuencias se convierten en la esencia de cualquier noticia. Las consecuencias son actos de vandalismo, incluso agresiones y hasta muertes. Un claro ejemplo es el presentado por ESPN en 2016: "los aficionados de Corinthians comenzaron una pelea que terminó con la muerte de un hombre de 60 años". Se percibe que todas las consecuencias que son citadas en las noticias remiten a los efectos sobre la salud de las personas que participan en los episodios de violencia, pero casi no hay información acerca de las consecuencias penales, administrativas y políticas que deberían incorporarse a las noticias deportivas y de sucesos.

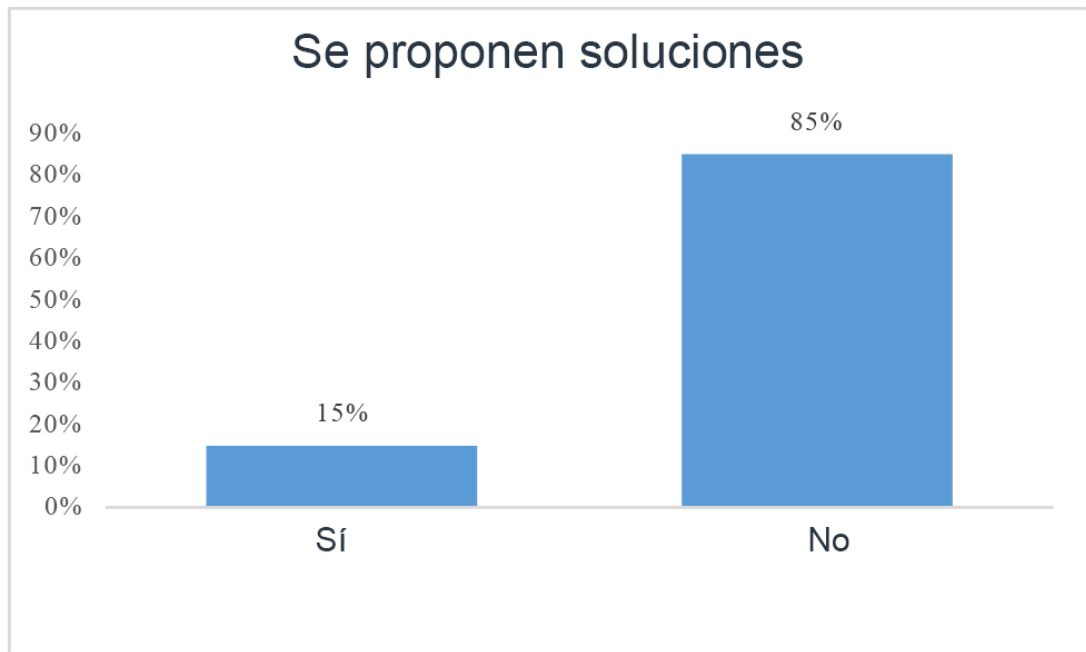
Gráfico 13



Fuente: Elaboración propia

En todas las noticias, se asignan responsables a los sucesos violentos así como los indicadores de los protagonistas del juego y los protagonistas de los hechos violentos. Los aficionados son siempre señalados como responsables de los hechos. Los periodistas están interesados en destacar el peligro que los aficionados violentos representan para la sociedad en los días de partidos de fútbol clásico. En otras noticias son planteadas las medidas preventivas del gobierno, como uno de los responsables, aunque sea en una pequeña porción de culpa. El Gobierno ya, en una de las noticias, cobraba los clubs, como en publicado en el Diário de Pernambuco en septiembre de 2014: "La declaración de Paulo Câmara sobre la violencia del fútbol. Cobró... los clubes".

Gráfico 14



Fuente: Elaboración propia

Una mínima parte de las noticias, representadas sólo por el 15%, proponen soluciones para combatir la violencia del fútbol. Algo que no podemos por menos de calificar de decepcionante y lamentable por el impacto de los medios y su rol como agentes socializadores, por el poder que tienen para informar y para influir en la gente. Asumir su papel educativo informal y proponer soluciones para mantener la paz dentro y fuera de los estadios es pues un reto pendiente. Hay un claro ejemplo de intento de búsqueda de soluciones, en la pieza ya citada de la Diario de Pernambuco en el año 2015, en el punto donde el periodista dice que se debe aumentar la cantidad de policías, las estrategias, además de llevar a cabo las leyes preventivas, aunque no es tratado en profundidad.

3.4. DISCUSIONES

De los resultados generados por esta investigación, a través del análisis de contenido de noticias medios digitales entre 2015 y 2016, si se puede concluir las siguientes observaciones:

Se percibe que la prensa, de los 4 medios, dio poca importancia a los casos de agresiones registrados en el período. En 2015, según las estadísticas se registraron 15 muertes, mientras que en 2016, 9 fueron confirmadas. Mientras que sólo 20 noticias de sucesos violentos en este deporte, fueron encontradas. La mayoría de las noticias utilizan los recursos de apoyo como fotos y videos, sobre todo muestran grupos de aficionados con policías, mostrando generalmente el conflicto. También observamos que hay presencia de signos violentos en las imágenes, lo que hace las noticias más sensacionalistas, que pueden relacionarse con algunos autores citados en el marco teórico como Taylor. Si por un lado las imágenes contienen sensacionalismo, la mayoría de los títulos analizados, fueron informativos y neutros.

La mayoría de las piezas no cita una fuente oficial, como órganos responsables de la ley e incluso la policía. En todos los ataques citados, existe un predominio de la violencia física, que ocurrió sobre todo fuera de los estadios de fútbol. Otro punto que merece atención es que los aficionados aparecen como los protagonistas de hechos violentos pero no son entrevistados, lo que hace que se muestre solamente un lado de la historia. La mayoría de las noticias presenta informaciones sobre lo que provocó los hechos violentos y en todas informan acerca de las consecuencias, pues las consecuencias son la esencia de la noticia. Porque la consecuencia de un hecho es lo que motiva a los periodistas a producir las noticias.

En todas las piezas aparecen los responsables por actos violentos y sólo un mínimo porcentaje presenta una propuesta de soluciones para el caso divulgado.

3.5 IDENTIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS

El conocimiento de las buenas practicas hechas por otras instituciones, para intentar disminuir los actos de violencia en el fútbol, son fundamentales para que las informaciones puedan servir de inspiración para nuevos proyectos e instruir a los colaboradores como una herramienta de apoyo.

3.5.1. LEY DE DEPORTE – GOBIERNO DE ESPAÑA

En los años 90, España reconoció la importancia del deporte para toda la sociedad, declarando esa actividad de carácter privado, pero de interés público. Después de firmar el Convenio Europeo contra la Violencia en los Estadios, creó la “*Ley de deporte 10/1990*”. El importante proceso de elaboración de la ley, tuvo la participación de las instituciones del fútbol, de la educación y de la justicia. La ley fue creada con el objetivo de reglamentar el marco jurídico, donde se debe desenvolver la práctica deportiva en el estado. Sin duda, el surgimiento de esa ley fue una de las principales medidas para luchar contra el fenómeno de la violencia en los deportes. Lo que se tornó un buen ejemplo para los gobiernos que buscan la prevención de actos violentos en espectáculos deportivos. A continuación se incluye un apartado de la normativa que plasma esta demanda social ante el problema y la necesidad de afrontarlo.

“La creciente preocupación social por el incremento de la violencia en los espectáculos deportivos o en torno a los mismos, justifica que la ley incorpore determinadas medidas para luchar contra el fenómeno de la violencia en este ámbito. Con ello la ley pretende, por una parte, adoptar los preceptos del Convenio Europeo sobre la Violencia, elaborado por el Consejo de Europa y ratificado por España en 1987; y, por otro, incluir algunas recomendaciones y medidas propuestas por la comisión especial sobre la violencia en los espectáculos deportivos y aprobadas por el Senado unánimemente. Entre ellas destaca la creación de una comisión nacional contra la violencia en estos espectáculos y la tipificación de las infracciones administrativas relativas a las

medidas de seguridad, así como las sanciones correspondientes a tales infracciones.”

(Ley 10/1990, de 15 de octubre, del *Deporte*.)

3.5.2. LEY CONTRA LA VIOLENCIA, EL RACISMO, LA XENOFOBIA Y LA INTOLERANCIA EN EL DEPORTE – GOBIERNO DE ESPAÑA.

Después de la creación de la Ley de Deporte, España llevo a cabo otro excelente ejemplo de buenas prácticas en el combate de la violencia, no solo en el fútbol, pero en los deportes en general. En 2007, el gobierno creó la “LEY 19/2007, de 11 de julio, contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte.” Los gobernantes percibieran que en la práctica deportiva no debe haber ningún tipo de violencia, incluso la verbal. Abajo tenemos el artículo 1 de la ley, que nos muestra su total importancia.

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación de la Ley.

1. El objeto de la presente Ley es la determinación de un conjunto de medidas dirigidas a la erradicación de la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte. A este fin la Ley tiene como objetivo:

a) Fomentar el juego limpio, la convivencia y la integración en una sociedad democrática y pluralista, así como los valores humanos que se identifican con el deporte.

b) Mantener la seguridad ciudadana y el orden público en los espectáculos deportivos con ocasión de la celebración de competiciones y espectáculos deportivos.

c) Establecer, en relación con el deporte federado de ámbito estatal, el régimen disciplinario deportivo aplicable a la lucha contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte.

d) Determinar el régimen administrativo sancionador contra los actos de violencia, racismo, xenofobia o intolerancia en todas sus formas vinculados a la celebración de competiciones y espectáculos deportivos.

e) Eliminar el racismo, la discriminación racial así como garantizar el principio de igualdad de trato en el deporte. A estos efectos se entiende por racismo y discriminación racial directa e indirecta, toda distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en motivos de raza, color, linaje u origen nacional o étnico que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública.

(LEY 19/2007, de 11 de julio, contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte.)

3.5.3. MASCOTAS HERIDAS – ORDEN DE ABOGADOS DE BRASIL

En enero de 2015, la Orden de Abogados de Brasil (OAB) en el estado de Santa Catarina, en una pacería con el Tribunal de Justicia, la Federación de Fútbol, la Asociación de los Clubs y las Policías Civil/Militar, ha hecho una excelente campaña para intentar reducir los incidentes violentos dentro y fuera de los estadios. Las piezas fueron creadas por la agencia brasileña Cuadra Comunicación e intentan promover la paz en el fútbol, apelando a la simpatía de las mascotas de los clubs, que son los personajes verdaderos de la cultura y una pasión en todo el país. Las mascotas son presentadas con heridas resultado de las agresiones, para transmitir el mensaje que quien más pierde con la violencia en el fútbol son los clubs. Según Tullo Cavallazzi Filho, presidente de la OAB-SC, la idea inicial era que la divulgación ocurriese solamente entre los abogados, pero después se pensó en el gran logro que podría tener para la sociedad ampliando la campaña, entonces invitaran a todos los otros agentes sociales y del ámbito comunicativo para una gran divulgación en medios *on-line* y *off-line*.

Las piezas fueran vehiculadas durante el año en los campeonatos locales y los campeonatos nacionales. Abajo tenemos algunas piezas de la campaña.



Foto: Reproducción de Cuadra Comunicação

3.5.4. MADRES Y SEGURIDAD – SPORT CLUB DO RECIFE

La agencia Ogilvy junto con su cliente el Sport Club do Recife, llevaron a cabo una de las mejores acciones publicitarias en Pernambuco, para combatir la violencia en el fútbol. Durante un partido clásico del campeonato Pernambucano entre el Sport y Náutico, algunas madres de un grupo de 30 aficionados del

Sport, tuvieron la función de vigilar a sus hijos intentando así un desarrollo tranquilo del partido. Algunos de los aficionados eran conocidos por su mal comportamiento y no fue poca su sorpresa al constatar la presencia de sus madres en las gradas del estadio. Según Paulo Coelho director creativo de la agencia, “Fue una forma de transmitir el mensaje con un fondo más emocional que represivo.”

Al final el partido transcurrió sin incidentes y el objetivo de la acción ejecutada aquel día se cumplió con mucho éxito. La acción publicitaria tuvo una gran repercusión en los medios de prensa en Brasil y en el exterior. En junio del mismo año, en Francia, el Festival Internacional de Creatividad Cannes Lions premió a la campaña “Madres de la seguridad” con el León de Oro en la categoría Promo.



Foto: Agencia de Publicidad Ogilvy

3.5.5. CAMPAÑA JUEGO LIMPIO EN EL DEPORTE DE CASTILLA Y LEÓN

La campaña “Juego limpio en el deporte de Castilla y León” comenzó en diciembre de 2016 y ha continuado a lo largo de 2017. Es una campaña contra la violencia, la xenofobia y la intolerancia en el deporte¹.



La **Consejería de Cultura y Turismo** a través de la **Dirección General de Deportes** promueve una serie de acciones recogidas en esta campaña, con la que se pretende prevenir y erradicar cualquier manifestación violenta en el ámbito de la actividad deportiva, muy especialmente cuando adquiere connotaciones de signo racista, xenófobo o intolerante, en particular, en el deporte en edad escolar, transmitiendo para ello los valores del “Juego Limpio”.

La campaña está especialmente dirigida a los deportistas en edad escolar y a su entorno más próximo -familiares, árbitros, directivos y espectadores- para que el deporte continúe siendo una escuela de valores como el esfuerzo, la tolerancia y el compañerismo por encima del resultado.

Acciones que desarrolla esta campaña:

- Divulgación de los Decálogos “Juego Limpio en el deporte de Castilla y León” para deportistas, padres y madres, entrenadores y espectadores.

¹ <http://www.deporte.jcyl.es/web/jcyl/Deporte/es/Plantilla100/1284687030455/ / />

- Una guía para padres y madres de deportistas de edad escolar.
- Fomento de un Compromiso por el Juego Limpio de instituciones y entidades deportivas.
- Charlas, talleres y coloquios en torno al Juego Limpio en el deporte.
- Introducción de criterios específicos de valoración en la convocatoria de subvenciones a la actividad ordinaria de las Federaciones deportivas que realicen actividades de fomento del Juego Limpio.

Añadimos a continuación el documento de adhesión de la campaña y en el anexo X el tríptico.

Esta campaña es un ejemplo de buen diseño, con un lenguaje sencillo, estrategia bien planteada y con el reto de dirigirse a varios públicos objetivos. Pero lo más importante es que desde diciembre del año pasado, busca hacer frente a la violencia, los prejuicios, transmitiendo valores de inclusión a los niños; se dirige tanto a ellos como a los principales responsables en esa inculcación de valores: los padres y los entrenadores. Sin duda, otro buen ejemplo para ser replicado en países como el Brasil.

CAPÍTULO 4: PROPUESTA COMUNICATIVA

Una vez concluida la parte de investigación, el paso siguiente será la elaboración de una propuesta comunicativa con estrategias *online* e *offline*, que será presentada al Gobierno de Estado de Pernambuco, a su Secretaría de Deportes y a su Secretaría de Defensa Social, con el fin de complementar sus medidas contra la violencia.

MISIÓN

Contribuir a una mejor calidad de vida de la población de Pernambuco, promoviendo la seguridad y el bienestar en eventos de deportes y ocio.

VISIÓN

Garantizar y ampliar los mecanismos de acceso y manutención de las personas en las actividades de deportes y ocio.

VALORES

Seguridad, integridad, respeto, compromiso y responsabilidad social.

ANÁLISIS SWOT (DAFO/FODA)

Para una mejor comprensión de la organización estatal, y poder llevar a cabo la propuesta comunicativa, se hizo un análisis Swot.

Tabla 1

Fortalezas	Debilidades
Clima organizacional agradable	Bajo índice de motivación de los colaboradores
Gran reconocimiento de la población de Pernambuco	Carencias de proyectos de prevención de la violencia en deportes
Buena comunicación	La burocracia
Buena capacidad de gestión	Poca valorización de los funcionarios

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2

Oportunidades	Amenazas
Redes sociales como fuente de información a la sociedad	Crisis económica del país
Gestión con foco en los resultados institucionales	Corrupción
Alianzas estratégicas con los clubs y la prensa	La influencia del Estado y de los partidos políticos

Fuente: Elaboración propia

4.1. CAMPAÑA

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

La campaña tiene como objetivo sensibilizar a la población de Recife y de todo el estado de Pernambuco sobre la violencia ocurrida dentro y fuera de los estadios de fútbol. Y con eso intentar disminuir la incidencia de los actos violentos ocurridos en ese deporte en el estado. La idea principal consiste en provocar la reflexión de los aficionados y así intentar cambiar esta realidad social. Por último, pero no menos importante la campaña intenta también llamar a

atención de los medios de comunicación, principalmente a de los periodistas deportivos y de sucesos, debido a importancia de esos profesionales como comunicadores y así ellos deberían tratar eso tema de la violencia en el fútbol, de otra forma, con otra política.

ESTRATEGIA DE LA CAMPAÑA

Para cumplir con los objetivos se pensó hacer una campaña con una estrategia de información que llame la atención del target acerca de la violencia en el fútbol. La campaña será vehiculada desde de enero hasta mayo de 2018 porque son los meses en que ocurre el Campeonato Pernambucano, el mayor evento deportivo del estado y consecuentemente donde ocurren más actos violentos.

TEMA

La temática explorada será la siguiente: “No dejes que la violencia se torne en la protagonista del partido.”

SLOGAN

Con la creación del slogan intentaremos transmitir el siguiente concepto al target: “Con violencia no hay vencedor”.

PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo primario consiste en jóvenes del sexo masculino, con edad entre 15 y 24 años, provenientes de casi todas las clases sociales, pero con predominio de la clase media baja, sin empleo o con empleo informal y con baja escolaridad. Y el público objetivo secundario son los periodistas deportivos, de sucesos y otros profesionales de los medios de comunicación, con diferentes edades y clases sociales , pero con una gran escolaridad.

OBJETIVOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tabla 3

Límites geográficos	Recife y las principales ciudades del interior de Pernambuco, como Caruaru, Vitória, Garanhuns, Petrolina y Salgueiro.
Duración de la campaña	La campaña será vehiculada en un período inicial de 5 meses, que es el tiempo indicado para el lanzamiento.

Fuente: Elaboración propia

MEDIOS Y SOPORTES

Se pensó utilizar para la divulgación de la campaña los medios abajo indicados, que considero que son los más adecuados para lograr los objetivos publicitarios.

Tabla 4

Publicidad Online	Publicidad Offline	Acción de Marketing
Redes Sociales: Facebook, Twitter y Instagram.	Publicidad exterior: Valla.	Distribución de banderas con hashtag de la campaña.
Páginas Web: Globo Esporte.com y Portal NE10.	Publicidad en Autobuses: Luna trasera.	
	Panel en Metro: Valla iluminada.	
	Cartel	

Fuente: Elaboración propia

Publicidad Online

- Redes Sociales

Tipo: Banner

Empresas: Facebook, Instagram y Twitter

Colores: 4 colores

Dimensión: 900 x 900 px

Justificación: El anuncio será vehiculado en las redes sociales del gobierno del estado, como Facebook, Instagram y Twitter, pues son las principales redes sociales de la actualidad y donde está presente el target. El Facebook, así como el Instagram, son herramientas que posibilitan gran alcance y gran cercanía con el público objetivo. La utilización de las redes sociales tiene ventajas como: dinamizar la comunicación con los públicos posibilitando una gran interactividad, crear nuevas formas de comunicar, fortalecer la imagen corporativa y medir el alcance del mensaje en tiempo real. Será creado también en la publicidad *online* el hashtag #PazNoFutbol, consiguiendo una mayor difusión de la campaña, así como una mejor organización de la información y segmentación de la misma para facilitar su búsqueda.

- Páginas Web

Tipo: Banner Rectángulo Superior

Sites: GloboEsporte.com, NE 10

Colores: 4 colores

Dimensión: 900 x 900 px

Justificación: “Globo Esporte.Com” y “NE 10” son las principales páginas web de periodismo deportivo en el estado. Tienen un gran alcance, siendo el internet en Brasil el segundo medio de mayor penetración. El público siempre las busca para mirar las noticias deportivas y en los días de partido acompañar la transmisión

en tiempo real. Los anuncios web tienen la ventaja de un bajo coste en la producción y la vehiculación cuando miramos su Coste Por Mil (CPM).

Publicidad Offline

- Publicidad exterior

Tipo: Valla tipo lona

Color: 4 Colores

Dimensión: 9 x 3 m.

Título: No Violencia en fútbol.

Asignatura (Firma): Gobierno del estado

Justificación: Serán puestas en las calles de más visibilidad y cerca de los estadios de fútbol. Es un medio de gran impacto visual, con amplio espacio para la transmisión del mensaje y que llega ampliamente al target. Tendrán una exposición de 24 horas por día los 7 días de la semana.

- Publicidad en autobuses urbanos

Tipo: Parte trasera

Color: 4 colores

Formato: Luna trasera

Dimensión: 2,80 x 2,30 m

Título: No Violencia en fútbol.

Asignatura (Firma): Gobierno del estado

Justificación: Es una pieza que está en constante movimiento por las calles, lo que permite una amplia visibilidad del público. Vale la pena mencionar que el autobús es uno de los principales medios de transportes que utilizan los aficionados el día de los partidos.

- Panel en Metro

Tipo: Valla iluminada

Color: 4 colores

Dimensión: 2,80 x 2,30 m

Título: No Violencia en fútbol.

Asignatura (Firma): Gobierno del estado

Justificación: El panel será puesto en el metro de Recife, un sitio por donde caminan todos los días una gran cantidad de personas. También es uno de los principales medios utilizados por los aficionados. Con una luz interior, tendrá siempre una buena visibilidad, cualquiera que sea la hora.

- Cartel

Tipo: Cartel A3

Color: 4 colores

Dimensión: 29,7 x 42 cm

Título: No Violencia en fútbol.

Asignatura (Firma): Gobierno del estado

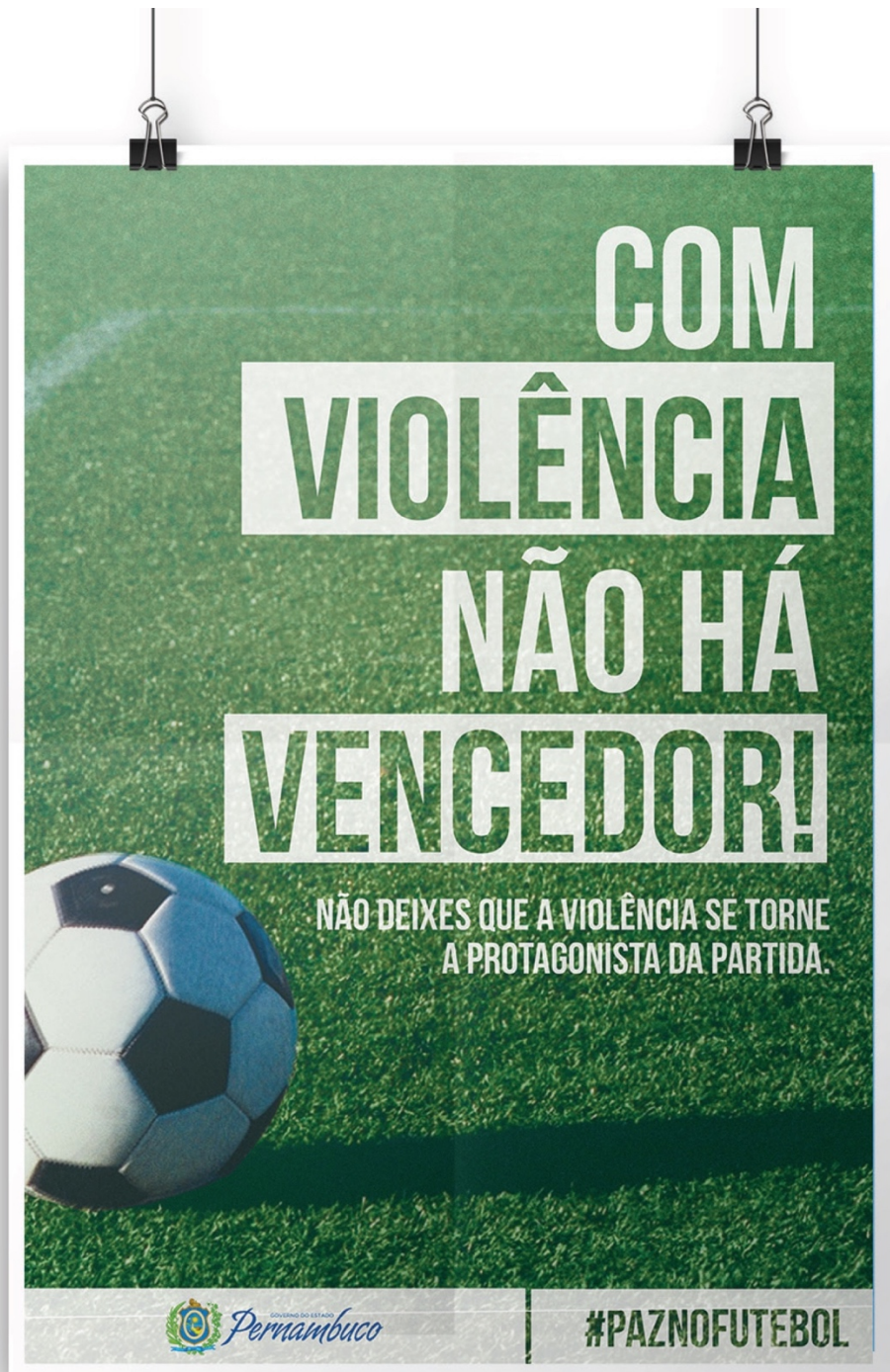
Justificación: Los carteles serán fijados en diferentes sitios de las ciudades como bares, restaurantes, centros comerciales y quioscos. Ese tipo de medio tiene la ventaja de una gran exposición durante el día y la noche, permitiendo que las personas lean el mensaje muchas veces.

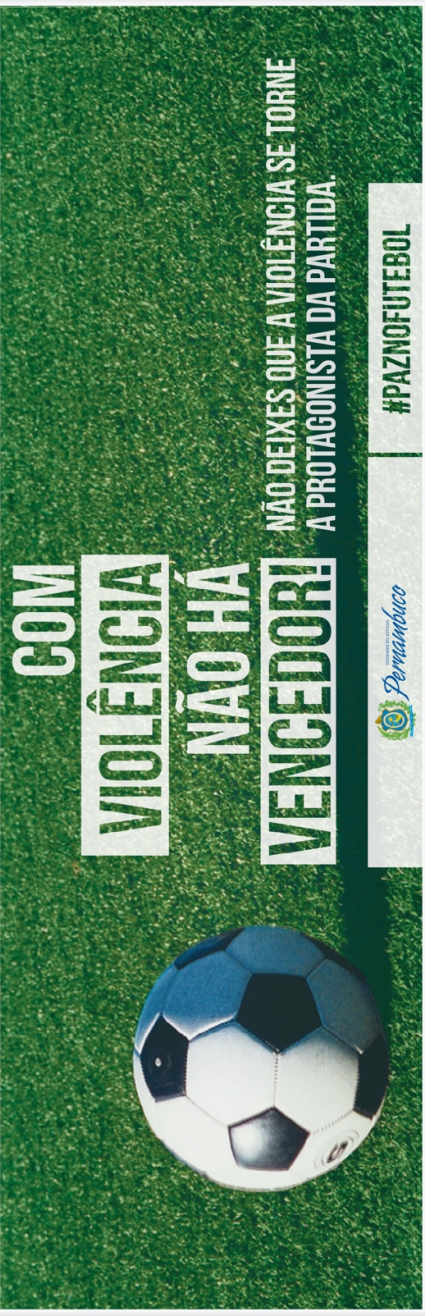
- Acción de marketing

En los días de clásico distribuciones de banderas para los aficionados, con los colores de sus equipos y contiendo el hashtag de la campaña #PazNoFutebol.

4.2. PIEZAS CREATIVAS


La gráfica diseñada para la divulgación de la campaña es la siguiente:





**COM
VIOLÊNCIA
NÃO HA
VENCEDOR!**

NÃO DEIXES QUE A VIOLÊNCIA SE TORNE
A PROTAGONISTA DA PARTIDA.

 Pernambuco

#PAZNOFUTEBOL







Governo de Pernambuco

41 min · 🌐

Violência gera violência. A paz é o melhor resultado. #PazNoFutebol



8.2k Likes 335 Comments 217 Shares

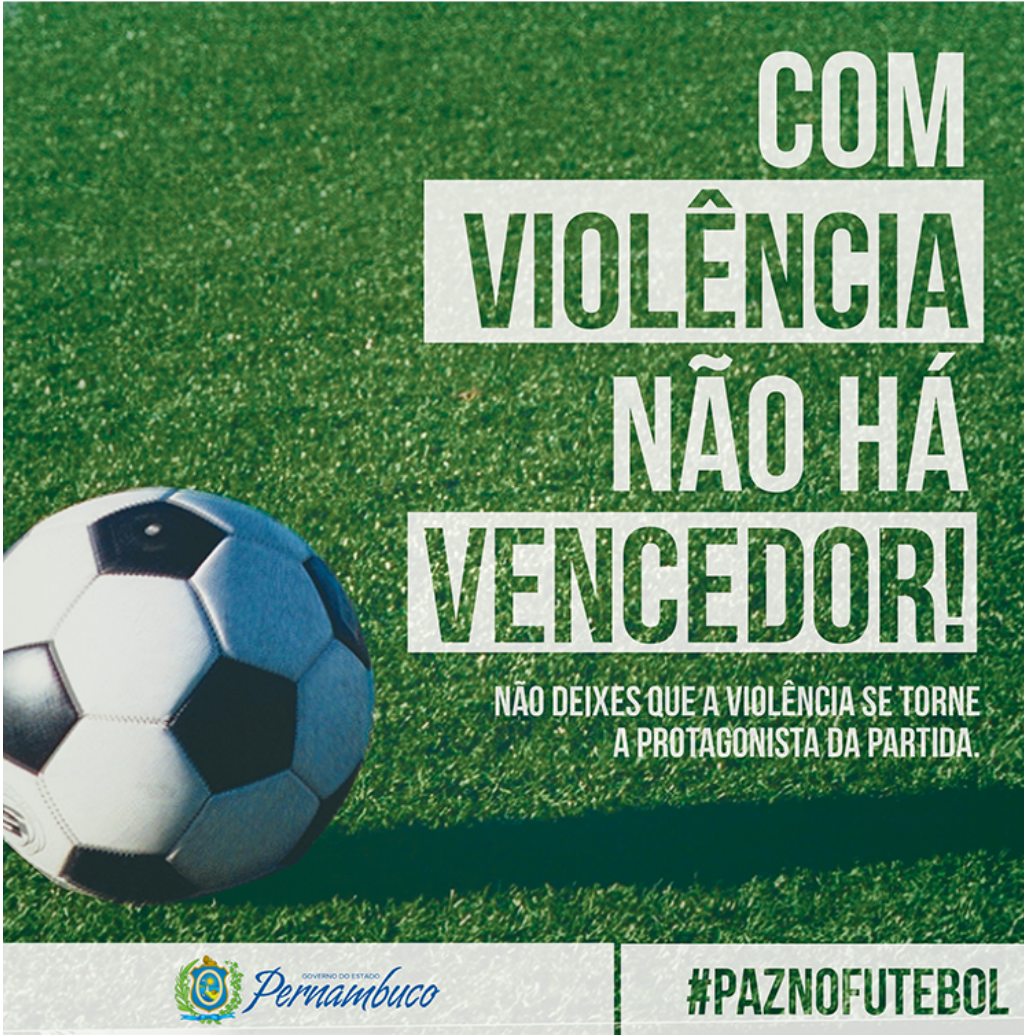
👍 Like

💬 Comment

➦ Share



governope



394 curtidas

governope #PazNoFutebol

view all 12 comments



Tweets

Tweets & replies

Photos & videos



Governo Pernambuco

@governope

Violência gera violência. A paz é o melhor resultado.
[#PazNoFutebol](#)



5



42



[View photo](#)

globo.com g1 globoesporte gshow famosos & etc videos


ASSINE JA CENTRAL E-MAIL ENTRAR >

globoesporte.com

Q BUSCAR

MAIS JOGOS


20:00	C. Brasileiro Série C GRÊMIO BAHIA	20:30	C. Brasileiro Série C CONFIANÇA SAMPAIO CORRÊA	21:00	C. Brasileiro Série C SÃO BENTO BOTAFOGO SP
-------	---------------------------------------	-------	---	-------	--

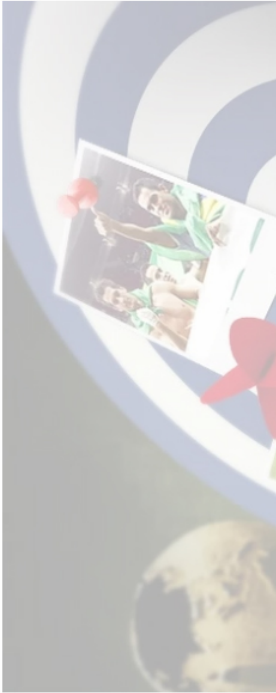


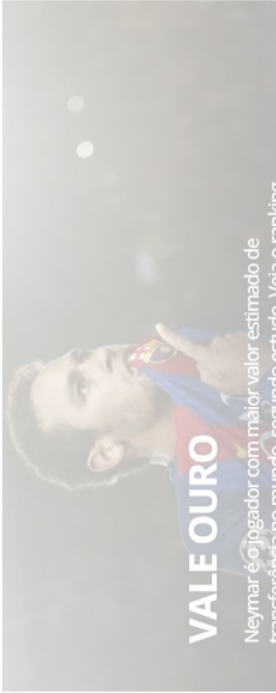
COM VIOLÊNCIA NÃO HÁ VENCEDORES!

NÃO DEIXES QUE A VIOLÊNCIA SE TORNE A PROTAGONISTA DA PARTIDA.

#PAZNOFUTEBOL







VALE OURO

Neymar é o jogador com maior valor estimado de transferência no mundo, segundo estudo. Veja o ranking

UOL HOST PACSEGURO CURSOS +PRODUTOS UOL

JORNAL DO COMMERÇIO TV JORNAL RÁDIO JORNAL JC IMAGEM GRÁFICA JC

Q BUSCA BATE-PAPO EMAIL

COM VIOLÊNCIA NÃO HA NÃO HA VENCEDOR
 NÃO DEIXES QUE A VIOLÊNCIA SE TORNE A PROTAGONISTA DA PARTIDA.
 #PAZNOFUTEBOL

SÃO JOÃO ESPECIAL 2017

NE10

RECIFE | SEGUNDA - 12.06.17 - ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO 15:35:59

Busca NE10

ESPOSENDE ESTOMAZIL

FESTAS JUNINAS

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Para reduzir erros diagnósticos, grupo da USP investiga como os médicos pensam

Acompanhe o Futebol Na Rede desta segunda-feira

Arquidiocese da PB

"Pensei no que era melhor para o Brasil", diz Fux sobre votação

Ame sem regras
#SOMMAISEIROS

SEU NOVO EMPREGO ESTÁ AQUI!
NE10 Empregos

VITRINE NE10
Visite o Decorado

OPORTUNIDADE NO DECORAR POLÍDARO

CONCLUSIONES

En el curso de esta investigación buscamos contestar a las preguntas que nos hicimos a principios del trabajo. La primera de ellas fue saber cuál es la importancia del fútbol a la sociedad brasileña. Podemos decir que este tipo de deporte es más que un juego, es la expresión cultural del país, una pasión colectiva, una herramienta que tiene la capacidad de inclusión social a los involucrados.

La segunda pregunta fue cuestionar la representación mediática que construyen los medios de comunicación brasileños (prensa) sobre la violencia en el fútbol, a esta respuesta se buscaban analizar las noticias localizadas en los medios digitales. Y se puede decir que los medios de comunicación analizados no dieron mucha importancia a los actos de violencia que han ocurrido en estos dos años, como algunos de los casos registrados en las estadísticas, si se informaron.

La tercera pregunta abordaba las buenas prácticas que se han desarrollado en Brasil y en el extranjero, para tratar de disminuir la violencia en el fútbol. En Brasil señala una acción desarrollada por un club de fútbol, donde las madres de aficionados fueron llamadas para vigiar a ellos durante el curso del partido, sus hijos fueron sorprendidos e intimidados, al final del partido no se registró ningún incidente violento. Otro caso que llamó la atención, ahora en España, fue la creación de una ley, donde se escuchó los aficionados, los directivos, los jugadores, entre otros, para tratar de combatir la violencia en este tipo de deporte. También consideremos muy interesante por las acciones, mensajes y públicos objetivo a los que va dirigida, la campaña “Juego limpio en el deporte de Castilla y León” puesta en marcha este año por la Junta de Castilla y León

A lo largo de la investigación uno se da cuenta de que la violencia en el fútbol brasileño es un fenómeno complejo, causado por múltiples causas y factores. Se destacan entre ellos la impunidad a los implicados en las agresiones. Lo que puede verse también en la sección de los casos históricos de violencia en

Pernambuco, como en otros Estados de Brasil. Es un reto a superar, al igual que en países europeos como Inglaterra y España, que tienen una historia de violencia. Entre otras medidas educativas y comunicativas, como las que se presentan en esta propuesta, la vigilancia y punición se considera por todos los expertos como una de las claves para bajar los índices de violencia.

Sobre las dificultades de investigación pueden resumirse en dos cuestiones. La primera de ellas en relación con la distancia geográfica de Brasil. Lo que hizo imposible una mayor cantidad de noticias para que se analicen, limitó las búsquedas sólo en los periódicos digitales y con los años más recientes. Una segunda dificultad a la que me enfrenté fueron respecto de las informaciones de los datos estadísticos sobre este tipo de violencia, teniendo que tomar las que aparecen en las diversas divulgaciones hechas por el sociólogo y experto en el tema, el Mauricio Murad y por los medios de comunicación.

Con respecto a las consideraciones que tenemos, creemos que es esencial que el gobierno cree leyes nuevas y cumpla realmente las ya existentes para evitar este tipo de violencia. Por otro lado, los medios de comunicación tienen un papel clave en este proceso y que deben asumirlo, ser conscientes de ello e invertir cada vez más en campañas para crear una concientización de este problema y buscar un cambio social.

REFERENCIAS

- Alvarado López, M.C. (2012). La publicidad en el marco de la comunicación para el desarrollo: hacia un nuevo modelo de publicidad para el cambio social. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 17, p. 191-207. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4029901>
- Barbero, Gonzales, José Ignacio.(1991) Sociología del deporte, configuración de un campo, *Revista de educación*. p. 345-378
Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/dctm/revista-de-educacion/articulosre295/re29510.pdf?documentId=0901e72b813578e6>
- Berganza, María Rosa. Ruiz San Román, José A. (coords.).(2005) Galera, Carmen García Galera [et al.]. *Investigar en comunicación : guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Aravaca: Madrid.
- Cárdenas, J. A. M. (2008). El fútbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al fútbol. *Culturales*, 4(8), p. 101-140.
- Clarke, J. (1978). Football and working class fans: tradition and change. En Ingham, R. (ed.), *Football Hooliganism: the wider context*, p. 37-60. Londres: Inter-Action Imprint.
- Durán, J. (1996). *El vandalismo en el fútbol. Una reflexión sobre la violencia en la sociedad moderna*. Madrid: Gymnos.
- Dunning, E., Murphy, P. & Williams, J. (1988). *The roots of football hooliganism. An historical and sociological study*. Londres: Routledge and kegan Paul.

Encuesta Mundial de Valores. (2011) V.16 Tolerancia y respeto a los demás.
Recuperado de: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>

Fernández, Sabater Carmen.(2007). Nuevas claves para el estudio de la violencia en torno al deporte. *Revista Wanceulen E.F.Digital*, 3, p. 2-15.

García Ferrando, M. (1990). *Aspectos sociales del Deporte: una reflexión sociológica*. Alianza Editorial y Consejo Superior de Deportes, Madrid.

Icart Isern, M. Pulpón Segura, A.(1999). *Cómo elaborar y presentar un proyecto de investigación, una tesina y una tesis*. Traducado . 1. ed. Publicacions Edicions de la Universitat de Barcelona. Barcelona.

Jiménez, Gilberto, *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. (1999)
En: Valenzuela, José Manuel (comp), *Decadencia y auge de las identidades*, ed. Plaza y James.México.

Lipovsky, G. (1989). *O Império do Efêmero*. Cia. das letras. São Paulo.

Ley 10/1990, de 15 de octubre, del deporte. Recuperado de:
<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1990-25037>

Ley 19/2007, de 11 de julio, contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte. Recuperado de:
<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2007-13408>

Llamas, G. R., & Suárez, D. C. (2004). Los valores en el deporte. *Revista de educación*, 335, p. 9-19.

Ministério de Esportes do Brasil. (2013). Gráfico 9, Esportes praticados em 2013.
Recuperado de:
http://www.esporte.gov.br/diesporte/images/graficos/Grafico_9_Esportes_praticados_em_2013.jpg

Ministério de Esportes do Brasil. (2013). Gráfico 10, Esportes praticados em 2013. Recuperado de: http://www.esporte.gov.br/diesporte/images/graficos/Grafico_10_Pratica_do_futebol_por_classificacao_etaria.jpg

Martinelli, Marilu. (2004). *Conversando sobre educación en valores humanos*. Longseller, 1ª edição. Buenos Aires

Marsh, P. (1982). El orden en las tribunas de los estadios de fútbol británicos. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 2 (24), p. 279-288.

Molina, M.I. (2004). Aproximación a la violencia en el deporte: análisis de contenido en la prensa escrita. *Lecturas: educación física y deportes*, 78. Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd78/violen.htm>

Moscoso, D. & Puig, N. (coord.). (2006). Sociología del deporte. *Revista Internacional de Sociología*, 44 (64), p. 239-251.

Murad, Mauricio. (2012). *Para entender a violência no futebol*. Saraiva. São Paulo.

Murad, Mauricio. (2007). *A violência e o futebol — Dos estudos clássicos aos dias de hoje*. FGV. Rio de Janeiro.

Pimenta, Carlos Alberto Máximo. (2000). *Violência entre torcidas organizadas de futebol*. Universidade de Taubaté, São Paulo.

Reis, Heloisa Helena Baldy. (2003). *Os espectadores de futebol e a problemática da violência relacionada à organização do espetáculo futebolístico*. Campinas, São Paulo.

Rockefeller (2002). *Comunicación para el cambio social*.

Recuperado de: [http://ZZZ_FRPPLQLW_FRP_"T GHPRFUDF_JRYHUQDQFH_QRGH_____ \\$FHVVRHP](http://ZZZ_FRPPLQLW_FRP_) 13/11/2011

Sánchez, Antonio; Murad, Mauricio; Mosquera, M. José; Proença de Campos, Manuel. (2007). La violencia en el deporte: Claves para un estudio científico. *Cultura, Ciencia y Deporte*. Vol. 2., p. 151 - 166.

Super Esportes. (2016). Gráfico A bárbarie em números. Recuperado de: http://www.df.superesportes.com.br/app/noticias/futebol/futebol-nacional/2016/02/05/noticia_futebol_nacional,60661/crueldade-das-agressoes-em-estadios-aumentou-em-2015-revela-estudo.shtml

Taylor, I. (1971). Football mad: a speculative sociology of football hooliganism. En Dunning, E. (ed.), *The sociology of sport*, p. 352-377. Londres.

ANEXOS

PLANTILLA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

1.Nombre del periódico digital

2.Fecha y día de la publicación

3.Número de palabras

4. Recursos de apoyo que abren la noticia

- a) Foto individual
- b) Galería de fotos
- c) Vídeo
- d) No hay imagen o vídeo

5. Contenido de la imagen que abre la noticia

- a) Grupo de aficionados o hinchas
- b) Autoridades o policías
- c) Aficionados y policías
- d) Víctimas de la violencia
- e) No hay imagen

6. Presencia de signos explícitos de violencia en la imagen (armas, sangre, etc)

- a) Sí
- b) No

7. Género periodístico

- a) Noticia
- b) Artículo de opinión

8. Tono de titular

- a) Informativo o neutral
- b) Tendencioso o alarmista
- c) Opinativo

9. Tipo de fuente en la que basa el texto

- a) No cita ninguna fuente
- b) Cita alguna fuente oficial (policía o cualquier autoridad)
- c) Cita a un aficionado

10. Tipo de violencia predominante en los hechos relatados

- a) Simbólica
- b) Física

11. Lugar de la violencia

- a) Dentro del estadio
- b) Fuera del estadio
- c) Dentro y fuera del estadio

12. Protagonistas de la pieza

- a) Aficionados o hinchas
- b) Futbolistas.
- c) Otros

13. Protagonista de los hechos violentos que se informa

- a) Aficionados o hinchas
- b) Futbolistas.
- c) Otros

14. ¿Se informa sobre las causas?

- a) Sí
- b) No

15. ¿Se informa sobre las consecuencias?

- a) Sí
- b) No

16. ¿Se atribuyen responsables?

- a) Sí
- b) No

17. ¿Se proponen soluciones?

- a) Sí
- b) No

Decálogo del deportista

Aplauda el juego limpio y el esfuerzo. También el de los adversarios.
Nunca seas violento aunque pienses que no te ve o no te oye nadie.
Cuando la violencia llega al deporte se acaba la diversión.
Es importante querer ganar, pero siempre es divertido participar.
Esfuézate al máximo y si no ganas sonríe y sigue intentándolo.
Conoce a chicos y chicas de otros países y razas practicando deporte. No les margines ni desprecies. El deporte une, no separa.
Se comprensivo con los errores de tus compañeros. En equipo disfrutarás el doble.
El juez-árbitro es humano como tú y se puede equivocarse. Respéctale y colabora para que la competición sea algo divertido.
Nunca intentes hacer daño al adversario y ayuda al que se lesione. Ponte en su lugar.
Haz amigos con el deporte, en tu equipo y también en los adversarios.
Los resultados son momentáneos, los amigos para siempre. No hagas trampas, te estarás engañando y decepcionarás a mucha gente.
Se honesto, la victoria pierde su valor si no se logra de forma limpia y justa.

**CAMPAÑA
JUEGO LIMPIO
EN EL DEPORTE DE CASTILLA Y LEÓN**

Decálogo padres y madres de deportistas

El Juego Limpio no es algo accesorio en el deporte, es algo esencial e imprescindible. Trasmítelo y enséñaselo a tus hijos/as.
Establece lazos de amistad con las familias de otros deportistas sin importar que sean adversarios.
Elige las actividades deportivas que cuenten con técnicos formados y que promuevan el Juego Limpio por encima del resultado.
Inculca en tus hijos los valores del deporte para que su afición se prolongue muchos años.
Demuéstrales que estás orgulloso de lo que hacen independientemente del resultado.
Mantén la calma aunque recibas provocaciones. No olvides que para tus hijos/as es solamente un juego.
No hagas comentarios xenófobos ni sexistas, no desprecies a nadie por su sexo, raza o condición, tus hijos/as aprenderán e imitarán lo que tú hagas.
No grites ni increpes a nadie, respeta la labor del juez-árbitro y entrenadores, anima a los deportistas y respeta a los espectadores.
Eres ejemplo para tus hijos/as, ten el comportamiento que desees para ellos. Tus acciones son más importantes que tus palabras.
Inculca a tus hijos que el esfuerzo ya es una victoria, el resultado no debe ser lo más importante ni para ti ni para ellos.



Decálogo entrenadores

Establece tu propio código de juego limpio, promuévelo, enséñalo y recompensa su cumplimiento.
No te olvides nunca que antes que deportistas son niños/as. Antes que el rendimiento deportivo o el resultado está su formación.
Nunca te aproveches de las necesidades de los más desfavorecidos o los extranjeros para beneficio deportivo. El deporte debe estar a su servicio y no al revés.
Recuerda que es tu responsabilidad inculcar los valores del deporte para que su carrera deportiva sea lo más formativa, saludable y duradera posible.
Respeta y transmite respeto por los adversarios y por el juez-árbitro.
Se ejemplo de buen comportamiento, eres el guía de tus deportistas.
Antepon el Juego Limpio al resultado.
Enseña el reglamento del deporte y demuestra su importancia y respeto.
Explica a los padres y madres cual debe ser su comportamiento en los partidos y entrenamientos. La formación de sus hijos/as va en ello.
Reprueba los comportamientos violentos, xenófobos o racistas.
No discrimines ni margines a ningún deportista, ni por su rendimiento, ni por su raza, nacionalidad u otra condición.



Decálogo espectadores

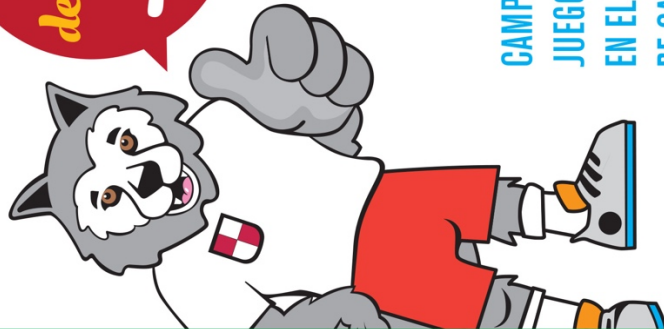
- No basta con tu buen comportamiento, reprobaba y denuncia los comportamientos violentos, xenófobos o intolerantes que observes. Es una responsabilidad de todos.
- El deporte sirve para formar y unir a las personas. Participa y disfruta de estos valores.
- Entre el público no deben surgir disputas y jamás comportamientos violentos, solo generan crispación y comportamientos similares en los deportistas. No contribuyas a ello.
- Si vas a hacer comentarios en voz alta que sean positivos, anima y alaba las buenas acciones de todos los participantes.
- Respetar a todos por igual, espectadores, juez-árbitro, entrenadores y otros deportistas como te gustaría que te respetasen a ti.
- Eres un espectador, no intentes dirigir a los deportistas, solo les generarás confusión, esa es la función del entrenador y los deportistas deben aprender a tomar sus propias decisiones.
- Disfruta del deporte independientemente del resultado, es muy importante que esto se transmita también a los deportistas.
- Conoce bien el deporte y su reglamento, te ayudará a comprenderlo, disfrutarlo y respetar a los que lo practican.
- Apláude a los "buenos" perdedores y no a los "malos" ganadores.
- El deporte escolar debe ser formativo, no está hecho para entretener al público, no es un espectáculo, ni busca la victoria por encima de todo. Contribuye a ello.



Junta de Castilla y León

Compromiso institucionales y entidades deportivas

- Harán partícipes a las familias de la responsabilidad compartida de promover un deporte formativo, basado en valores como el trabajo en equipo, la confianza en sí mismo, la inclusión, la disciplina y el respeto.
- Promoverán la resolución no violenta de conflictos como uno de los valores de la práctica deportiva.
- Introducirán en sus políticas deportivas la lucha por la prevención y erradicación de la violencia, el racismo y la xenofobia como un eje principal.
- Se implicarán en la erradicación de cualquier conducta violenta, racista y xenófoba que se produzca en sus instalaciones o competiciones.
- Promoverán y difundirán entre sus asociados y durante las competiciones los valores del juego limpio y reprobarán las conductas violentas, racistas y xenófobas.
- Identificarán y denunciarán a aquellas personas que manifiesten comportamientos violentos, racistas y xenófobos.
- Impedirán la exposición de pancartas o cánticos violentos, racistas y xenófobos.
- Expulsarán de sus instalaciones deportivas a aquellas personas que manifiesten comportamientos violentos, racistas y xenófobos.
- Denunciarán a quienes a través de las redes sociales o páginas web promuevan o inciten a la violencia, el racismo o la xenofobia en la práctica deportiva.
- Denunciarán y nunca ayudarán a aquellos grupos de aficionados que promuevan o manifiesten comportamientos violentos, racistas y xenófobos.



CAMPAÑA
JUEGO LIMPIO
EN EL DEPORTE
DE CASTILLA Y LEÓN



Junta de Castilla y León



ADHESIÓN AL COMPROMISO DE LA CAMPAÑA JUEGO LIMPIO EN EL DEPORTE DE CASTILLA Y LEÓN

D., con DNI, actuando en nombre y
representación de CIF y
domicilio en

**Se adhiere a promover y fomentar en las actividades y competiciones deportivas de la
citada entidad/institución los siguientes compromisos:**

1. Harán partícipes a las familias de la responsabilidad compartida de promover un deporte formativo, basado en valores como el trabajo en equipo, la confianza en sí mismo, la inclusión, la disciplina y el respeto.
2. Promoverán la resolución no violenta de conflictos como uno de los valores de la práctica deportiva.
3. Introducirán en sus políticas deportivas la lucha por la prevención y erradicación de la violencia, el racismo y la xenofobia como un eje principal.
4. Se implicarán en la erradicación de cualquier conducta violenta, racista y xenófoba que se produzca en sus instalaciones o competiciones.
5. Promoverán y difundirán entre sus asociados y durante las competiciones los valores del juego limpio y reprobarán las conductas violentas, racistas y xenófobas.
6. Identificarán y denunciarán a aquellas personas que manifiesten comportamientos violentos, racistas y xenófobos.
7. Impedirán la exposición de pancartas o cánticos violentos, racistas y xenófobos.
8. Expulsarán de sus instalaciones deportivas a aquellas personas que manifiesten comportamientos violentos, racistas y xenófobos.
9. Denunciarán a quienes a través de las redes sociales o páginas web promuevan o inciten a la violencia, el racismo o la xenofobia en la práctica deportiva.
10. Denunciarán y nunca ayudarán a aquellos grupos de aficionados que promuevan o manifiesten comportamientos violentos, racistas y xenófobos.

En, a de de 2017

FIRMA Y SELLO