

Valores del espectáculo de fútbol en el estadio: un estudio de caso

Values of football spectacle at the stadium: a case study

Angel Acuña Delgado, Guillermo Acuña Gómez
Universidad de Granada (España)

Resumen. «La cultura de gradas en el fútbol: el caso del Granada Club de Fútbol» fue el título del trabajo de investigación que desarrollamos durante tres temporadas futbolísticas (2013-2014, 2014-2015 y 2015-2016) pertenecientes a la Liga de Fútbol Profesional española; trabajo etnográfico finalmente presentado como tesis doctoral, en el que ofrecimos una visión global (holística) sobre las dinámicas de cooperación y de competencia, de consenso y de conflicto, de identidad y de alteridad, producidas en torno al estadio, con las emociones y valores que se activan, y las implicaciones socio-políticas y económicas que traen consigo. En base a dicho estudio, llevado a cabo con una metodología esencialmente etnográfica, y con el foco puesto en el mencionado club, centramos aquí la atención en algunos de los valores y contravalores más significativos generados en el estadio, las emociones que se activan en él, y el efecto que todo esto provoca sobre los/as espectadores/as.

Palabras clave. Valores, Estadio, Fútbol, Deporte, Espectáculo.

Abstract. «The culture of stands in football: the case of Granada Club de Fútbol» was the title of a research work that we developed during three football seasons (2013-2014, 2014-2015 and 2015-2016) from the Professional Spanish Football League; the mentioned research was an ethnographic work presented as a doctoral thesis, in which we offer a global (holistic) vision of cooperation and competition dynamics, of consensus and conflict, of identity and otherness that occur within stadiums and involve emotions and values, as well as their socio-political and economic implications. Based on this study, carried out with an ethnographic methodology with focus on the aforementioned club, we analyze some of the most significant values and exchange values generated in stadiums, the involved emotions, and their effect on spectators.

Key Word. Values, Stadium, Football, Sport, Spectacle.

Introducción

La adhesión a un club de fútbol es algo bastante generalizado, incluso en personas que viven muy lejos de ellos y tan solo tienen noticias de sus trayectorias por lo que cuentan los medios de comunicación; encontrar en Tailandia tailandeses que dicen ser del Real Madrid, o en Nigeria nigerianos del Fútbol Club Barcelona, e incluso vestir en sus respectivos países con camisetas de tales clubes; o taxistas venezolanos que para entablar conversación preguntan al eventual pasajero español si es del Madrid o del Barcelona, son situaciones habituales que muestran hasta qué punto el fútbol o la imagen que de él se desprende, se ha convertido en un importante vehículo de adscripción identitaria que viaja más allá de las fronteras locales o nacionales. Buena parte de esa identidad, de acuerdo con Bromberger (2007), se construye en torno a las imágenes que cada club proyecta, basada en su historia, su palmarés, su estilo de juego, los valores que dice encarnar, las estrellas futbolísticas con las que cuenta o ha contado, o simplemente el territorio al que pertenece.

Los clubes de fútbol son, en la mayoría de los casos, amplificadores de las identidades colectivas (Archeti, 1985; Galeano, 1995; Fábregas, 2001; Alabarces, 2002; Antezana, 2003; Feixa, 2003; Salvador, 2004; Bromberger, 2007), al extremo que se establecen analogías entre las formas de jugar y las formas de vida, a menudo relacionados con los estilos nacionales: el fútbol de contención y contraataque italiano, el juego táctico y efectivo alemán, el veloz y en tiralíneas inglés, el técnico y artístico brasileño, el de toque español, que sustituye a la antigua «furia».

La rápida popularización del fútbol, piensa Bromberger (2007, p. 124), ha dependido en gran medida de la capacidad de este deporte de equipo para simbolizar, a través de sus competencias, los antagonismos y las identidades colectivas, locales, regionales y nacionales. En Europa, tierra donde nace el Estado-nación, y continente fragmentado en el que los sentimientos nacionales y las aspiraciones regionales se expresan con virulencia, el fútbol encuentra un campo abonado para su desarrollo, que induce a la movilización y la propaganda.

De manera astuta, señala también este autor, el fútbol encarna una visión coherente y contradictoria del mundo de hoy. Exalta el mérito

individual y colectivo para lograr éxito en la competición, pero también destaca el papel que juega la suerte, el engaño o los errores arbitrales, en los resultados finales donde la justicia no siempre está del lado del mejor.

La producción de valores en torno al deporte ha sido tratada ampliamente por autores clásicos como Cazorla (1979, pp.61-64), que resalta sobre todo el aspecto educativo, el papel protector de la salud, su utilidad como medio de cohesión y de identificación social, así como de promoción social y comercial, y su elevado valor humanístico. Valor este último del que mucho habló y escribió Cagigal (1981), al destacar la utilidad del deporte para satisfacer ciertas necesidades y constantes humanas como son: «la necesidad de compañía, la capacidad de comprender, la utilidad de compartir, la capacidad y el deseo de comunicar, la constitución de la vida comunitaria» (p.140). Llamando también la atención sobre la curiosa paradoja que se da entre muchos aficionados o practicantes que se toman más en serio el deporte al que se adscriben, que no deja de ser un juego o una distracción, que el propio trabajo u otras actividades cotidianas que realizan por obligación (p.153). Por otro lado, para Brohm (1982, pp.282-302) no pasa desapercibido el importante valor y papel social que desempeñan los campeones o grandes figuras deportivas (individuales o en equipo), señalados como piedra angular del sistema deportivo; y como principales promotores del espectáculo, de la empresa deportiva y de la publicidad que lleva aparejada; como impulsores de los progresos tecnológicos deportivos, de la creatividad y el ingenio; como modelos de comportamiento a imitar y modelo de superación por los logros obtenidos en base al propio esfuerzo personal; o como generadores de mitos basados en los logros conseguidos.

El fútbol que se juega en los grandes estadios, como es el caso del Granada en nuestro trabajo, entra dentro de la concepción del «deporte espectáculo-profesional y de alta competición». Deporte que es capaz de ofrecer al público un atractivo espectáculo, y se profesionaliza en la medida que hace posible que ese público pague para poder presenciarlo, generando toda una empresa en torno a él. El beneficio económico para unos está en la base del profesionalismo y el entretenimiento para otros en la base del espectáculo. Pero además, por el nivel de exigencia de la Liga en la que se inscribe (Primera División), y los objetivos a los que se aspira (ganar los partidos ante los mejores equipos del país para finalmente evitar perder la categoría, y si es posible conseguir clasificarse para alguna Liga europea), la competición alcanza su máximo exponente, circunstancia que igualmente constituye un atractivo para el público.

En relación con la educación en valores a través del deporte, y en especial del fútbol, diversos investigadores (Cruz, Boixadós, Torregrosa

& Mimbrero, 1996; Cruz, Boixadós, Valiente & Torregrosa, 2001; Pérez, 2002; Jasso, Almanza, Conchas, Rivero, Paredes & Jiménez, 2013; Veroz, Yagüe & Taberner, 2015; Merino, Sabirón & Arraiz, 2015; Viciano, Mayorga, Ruiz & Blanco, 2016; Yagüe, Herrero, Taberner & Veroz, 2017) consideran que la interacción entre personas en un entorno deportivo ayuda al desarrollo moral de los participantes, siempre y cuando en el deporte se sigan unas reglas y se tenga una actitud previa de *fair play* y no de ganar a toda costa. Sabemos, no obstante, que el deporte en sí mismo, ya sea como espectáculo o como práctica, no genera el aprendizaje de actitudes ni conductas moralmente positivas, dado que éstas mucho tienen que ver con los contextos donde este deporte se desarrolla y los valores y aspiraciones que lleve asociadas. (Ruiz, Ponce, Sanz & Valdemoros, 2015; Monjas, Ponce & Gea, 2015).

«La cultura de gradas en el fútbol: el caso del Granada Club de Fútbol» fue el título del trabajo de investigación que desarrollamos durante tres temporadas futbolísticas (2013-2014, 2014-2015 y 2015-2016) pertenecientes a la Liga de Fútbol Profesional española; trabajo etnográfico finalmente presentado como tesis doctoral, en el que ofrecimos una visión global (holística) sobre las dinámicas de cooperación y de competencia, de consenso y de conflicto, de identidad y de alteridad, producidas en torno al estadio, con las emociones y valores que se activan, y las implicaciones socio-políticas y económicas que traen consigo.

Objeto de estudio

En base a dicho estudio y con la atención puesta en el Granada Club de Fútbol, centraremos aquí la atención en algunos de los valores y contravalores más significativos generados en el estadio, las emociones que se activan en él, y el efecto que todo esto provoca sobre los/as espectadores/as.

Metodología

Participantes

La población con la que estudiamos estuvo formada por todas aquellas personas que, independientemente de su procedencia (lugar de nacimiento, nacionalidad, ...), sexo, edad, clase social, estatus profesional, y cualquier otro rasgo de su identidad, fueran aficionadas al fútbol y asistieran de manera regular como espectadoras al «Nuevo Estadio Los Cármenes», estadio del Granada Club de Fútbol.

Procedimiento y técnica de producción de datos

La metodología empleada tuvo carácter etnográfico y fue por tanto básicamente cualitativa, de acuerdo a las técnicas de registro empleadas (observación sistemática, conversaciones informales, entrevistas, grupo de discusión, noticias en medios de comunicación, colección fotográfica); aunque el procedimiento cuantitativo (a través de la encuesta) también estuvo presente, enriqueciéndose así el proceso de producción de datos. De manera resumida describimos los aspectos centrales de las técnicas empleadas.

La observación sistemática tuvo lugar en el estadio del Granada Club de Fútbol durante la temporada 2013-2014, en la que asistimos a todos los encuentros de la Liga Profesional de Primera División disputados en casa; y posteriormente de manera esporádica durante las temporadas 2014-2015 y 2015-2016, asistiendo de forma irregular a algunos de ellos. Durante la temporada 2013-2014 observamos los partidos desde una localidad fija situada en la Esquina con la Tribuna Norte (proporcionada gratuitamente por la entidad), circunstancia que nos permitió conocer a fondo el público de esa zona; y en las dos temporadas siguientes (2014-2015 y 2015-2016) ocupamos de manera esporádica localidades en distintas zonas del estadio, para tener una visión de conjunto más próxima y completa de lo que ocurre en cada lugar. Durante la asistencia a los partidos tomamos brevemente nota de los hechos más significativos, para luego, por lo general al día siguiente, redactar con detalle de modo denso y reflexivo todo aquello que resultara relevante, siempre bajo el criterio de pertinencia y ajustándonos a las categorías analíticas previamente establecidas.

Por otro lado se realizaron 31 entrevistas semiestructuradas a una muestra significativa de personas caracterizadas en conjunto por su diversidad, como ocurre en el estadio. Partiendo de un denominador común, como fue la asistencia regular al estadio, los criterios de selección fueron: la edad, el sexo, el estatus profesional y socioeconómico, la localidad ocupada en el estadio, ser o no socio del club, o ser miembro de una peña ultra o común aficionado. De ese modo, conseguimos obtener los testimonios de 27 hombres (87%) y cuatro mujeres (13%) en correspondencia aproximada a los porcentajes de público según sexo; de entre 14 y 77 años de edad; localizados en los fondos, tribuna, preferencia, palco o las esquinas del estadio; trabajadores y empresarios; vinculados al club de distinta forma y con distinto entusiasmo; periodistas deportivos, socios honoríficos, expresidentes del club, jugadora del equipo femenino, peñistas y socios con gran diversidad de perfiles, que observan los partidos desde distintos puntos de vista. Las entrevistas comenzaron a aplicarse en abril de 2014 y concluyeron en mayo de 2016. Partiendo de un modelo general, en función del perfil de la persona (periodista, directivo, jugador, hincha, ...) las preguntas formuladas centraron la atención en unos temas más que en otros, abundando en aquello de lo que el informante era gran conocedor.

En fase avanzada del trabajo de campo, en el mes de marzo de 2016, y como una alternativa más para acceder a los discursos del público espectador en el estadio, realizamos un grupo de discusión reuniendo a seis personas de entre 23 y 32 años de edad, cinco hombres y una mujer, estudiantes en su mayoría y también trabajadores, regulares asistentes todos ellos al estadio del Granada. El propósito central de esta reunión, más allá de saber la opinión personal de cada miembro sobre las cuestiones planteadas, fue el de contrastar ideas, actitudes y sentimientos en torno a determinados asuntos de interés, que afectan esencialmente a las vivencias como espectadores/as y aficionados al club, las maneras de entender el fútbol y asumirlo en el modo de vida. Con la presencia de un investigador, que actuó como conductor y moderador, planteando preguntas o cuestiones sobre las que opinar y debatir, el encuentro fue grabado íntegramente de principio a fin, con el consentimiento de los integrantes, cada miembro del grupo habló de manera espontánea, ofreció su personal punto de vista, discrepante en muchos casos unos de otros, pero respetuosos entre sí.

Al margen de los interrogatorios formales empleados en las entrevistas y en el grupo de discusión, las conversaciones informales y espontáneas que tuvimos con aficionados al fútbol y asiduos asistentes a los partidos, aprovechando ocasionales coyunturas, fueron tenidas en cuenta como un recurso más y registradas en capítulo aparte dentro del diario de campo, siempre que tuvieran lugar fuera del estadio (las que tenían lugar en torno al estadio, dentro o fuera de él los días de partido, eran registradas en el diario de campo como parte del trabajo de observación sistemática).

La grabación digital, además de para registrar entrevistas, fue utilizada en varias ocasiones para recoger el sonido ambiente en aquellos momentos del partido de especial animación y euforia, al entonar cánticos a coro, cantar himno, o festejar algún gol; o de especial animadversión, al emitir gritos, pitos o abucheos contra alguien. Sonidos que posteriormente eran transcritos y colocados en contexto para su interpretación.

El uso de la cámara fotográfica y eventualmente la del propio teléfono móvil, ocupó un papel complementario en el registro de comportamientos dentro y en torno al estadio, al capturar imágenes significativas en distintos momentos del acontecimiento futbolístico (antes, durante y después del partido). Además de las obtenidas personalmente sumamos para el análisis las conseguidas por internet relacionadas con los encuentros jugados en Los Cármenes.

A fin de obtener una muestra sobre el estado de opinión del público asistente al estadio en relación con el fútbol y el club al que pertenecen, elaboramos un cuestionario y en diciembre de 2015 lo publicamos en foros digitales del Granada Club de Fútbol (GCF) (boards5.melodysoft.com), *Twitter* y en páginas de amigos del GCF en *Facebook*. En el plazo de dos semanas fue contestado por un total de 120 personas, 99 hombres (82,4) y 21

mujeres (17,6), con una media de edad de 29,3 años (aunque el rango iba desde los 15 a los 64 años de edad); todas ellas ajustadas al perfil solicitante (asistentes regulares al estadio del Granada).

Durante la temporada 2013-2014, de manera sistemática se analizó la prensa escrita de los diarios «Ideal» y «Granada hoy», siempre que el equipo de fútbol jugó en casa, durante tres días consecutivos: el anterior al partido, el del partido y el posterior a él. Y durante las temporadas 2014-2015 y 2015-2016 dicho análisis fue realizado de manera esporádica coincidiendo con partidos de especial importancia por lo que se jugaba: rivales directos que comprometían la permanencia en Primera División, o equipos con los que se mantiene una especial rivalidad. Además de los diarios citados, las noticias aparecidas en otras fuentes, a través de internet, y especialmente por medio de redes sociales fueron tenidas en cuenta, siempre que afectara a la población estudiada y al tema objeto de investigación.

De manera complementaria a las técnicas etnográficas con las que registramos datos primarios, se llevó a cabo una amplia revisión documental a través de bibliotecas, videotecas, páginas web, bases de datos, etc., con la que conseguimos información de un buen número de investigaciones relevantes, las cuales nos permitieron conocer cuál es el estado de la cuestión en torno al tema que nos ocupa.

Análisis y reflexión sobre los valores del espectáculo futbolístico en un estadio

El fútbol ha conseguido la proyección mundial que posee no solo por ser un interesante deporte que produce un bello espectáculo, sino debido a la atención prestada por los medios de comunicación (Alonso & Avalos, 2013) y los intereses económicos que genera. Es por ello que, aunque centremos más la atención en los valores humanos presentes en el estadio que contribuyen de algún modo a la realización de las personas allí reunidas, no olvidemos en el terreno material el valor económico que concentra. Valor para unos que en cierto modo se convierte en contravalor para otros. Con la intención de aportar tan solo aquí un breve apunte al respecto, observemos que la propia denominación de la Liga ya nos da pistas: Liga BBVA; los patrocinadores ya se hacen visible desde el principio y en la cabecera; los equipos no se quedan atrás, anuncian en sus camisetas a sus respectivos, en el caso del Granada, Covirán; la publicidad está presente por todos lados; el tiempo de descanso es aprovechado para ofrecer alguna performance o demostración en el campo de carácter publicitario y comercial; no entramos en todo lo que comercialmente sale hacia fuera proyectado mediante prensa, radio, televisión o internet; obviamente la organización del sistema futbolístico genera mucho empleo directo e indirecto; los espectadores pagan sus entradas. El valor económico del fútbol es evidente dentro y fuera del estadio (Arias, 2009). Como equipo profesional, el Granada C.F. constituye una empresa deportiva que pretende tener éxito en el fútbol y rentabilidad económica, aspectos estrechamente relacionadas. Todo esto es hartamente conocido e incuestionable, pero lo que sí resulta cuestionable o discutible es interrogarse sobre ¿hasta qué punto los intereses económicos o algunos de ellos, afectan el funcionamiento del equipo y la actitud de los aficionados? ¿En qué medida desempeña también un contravalor?

El público en el estadio parece haber asumido como normal el bombardeo publicitario al que se ve sometido. Por las conversaciones mantenidas hay quienes soportan mejor o peor sentirse envuelto en ello, sin embargo lo que genera mayor controversia entre los aficionados, además de los posibles escándalos financieros que se den en el club, deriva de la doble condición que posee el mismo club: deportiva y mercantil. Es motivo de debate y crítica la política de inversión que se lleve a la hora de fichar jugadores, las cantidades que se pagan por ellos, y muy especialmente el rendimiento de un jugador en función de lo que ha costado. Aunque se sabe que todos tienen la responsabilidad de dar el máximo en el campo, resulta especialmente molesto ver apáticos sobre el terreno a los jugadores con las fichas más elevadas. En tal sentido escuchamos entre los aficionados comentarios despectivos hacia el Arabi, por ejemplo, al tener la ficha más alta del equipo: «Tiene que jugar (bien) por ser el que más cobra» «A ver si aprende a marcar goles

en vez de poner tanto la mano.» (27/04/2014). E igualmente es criticada la actitud de aquellos jugadores calificados de «mercenarios», por no sentir los colores lo suficiente, yendo de un equipo a otro preocupándose tan solo quien sea el mejor postor: insultos hacia Nolito y Orellana del R.C Celta de Vigo (02/02/2014), o hacia Toño del Elche C.F. (23/03/2014), que formaron parte del club en el pasado; o a Alex Gálvez, granadino que prefirió aceptar una oferta del Eibar teniendo otra económicamente equivalente del Granada C.F. (11/09/2016). Los aficionados del Granada, en general, forman parte del club, podemos decir en su faceta deportiva, como seguidores de él que son, pero no en su faceta empresarial, al no ser miembros accionistas; es por ello que les cuesta a veces entender decisiones de la directiva y, sobre todo, colocando por delante el criterio deportivo, les resulta insólito cómo jugadores privilegiados y bien pagados no cumplen debidamente con su papel, no rinden lo suficiente, ni sienten los colores del club como el que más. La prevalencia del negocio en el fútbol y la desmotivación de los jugadores son destacadas por los entrevistados y encuestados como algunos de los rasgos que más molestan y desearían eliminar.

El Granada Club de Fútbol genera una afición que es básicamente local o territorial. Los seguidores del Granada surgen por lo general de la población granadina que ha nacido dentro del territorio (ciudad o provincia), a la que se suman algunos residentes venidos de fuera, y de los granadinos desplazados fuera de su territorio por distintos motivos. Se es del Granada porque forma parte de la costumbre familiar o de ciertos miembros de la familia, generalmente el padre, y los hijos (más que las hijas) la heredan de generación en generación; porque ciertos grupos de amigos te animan o incitan a serlo; o por libre iniciativa se comienza a estrechar el vínculo a partir del gusto por el fútbol.

Partiendo de tales circunstancias, más allá de la adscripción al equipo de la tierra o de la familia, de acuerdo a los datos obtenidos, los valores o virtudes más premiadas, aplaudidas u ovacionadas por el público se corresponden con el esfuerzo invertido por los jugadores, la capacidad de sacrificio, el desgaste físico del equipo, la constancia, la tenacidad, el equilibrio, la regularidad, la intensidad, la serenidad, la concentración de los jugadores, la unión como equipo y la solidaridad entre jugadores. El sacrificio (53.4%) y la solidaridad (35.7%) sobresalen como los valores más apreciados por los encuestados hacia los jugadores de su equipo. El espíritu de lucha queda reflejado de manera patente en su himno; en tres palabras parece resumir el club su ideal estampándolas en las camisetas de los jugadores, en las bufandas y pancartas: «luchar para ganar», y en dos colocándolas junto al escudo en medios informativos: «Eterna Lucha» (<http://www.granadacf.es/noticia>).

En relación con la opinión de los informantes, las preferencias iban encaminadas a destacar el grado de eficacia de los jugadores en sus respectivas posiciones, su performance o capacidad de ejecución, así como resaltar cualidades relativas a la calidad técnica y la visión de juego, y también la entrega, el sacrificio, la humildad, el compromiso con el equipo y la empatía con la afición. Actitudes como vemos por las que el público reconoce y hace valer no solo el nivel estrictamente físico y técnico-táctico de los jugadores sino también su personalidad y cualidades humanas. Como escuchamos:

«El sacrificio, el esfuerzo, la profesionalidad, defensa del club y los colores que representa (en relación a Fran Rico, Babin o Diego Mainz) [...] siempre han dado la cara en los momentos difíciles, creo que la afición les tiene cariño [...] ellos personalmente han representado al club muchas veces para una campaña de abonos, para algún acto benéfico [...] y han respondido muy bien.» (Francisco Javier II).

A veces cuando el público reconoce el valor del equipo en su conjunto se produce la ovación de todo el estadio, o los emblemáticos cánticos de «Échale huevos, Granada échale huevos» o «Peaso de cojones, que tiene mi Graná». Aún con todo ese reconocimiento de valores que más tiene que ver con la actitud de los jugadores que con los resultados obtenidos en el marcador, lo cierto también es que el deseo de victoria está siempre en la mente de todos los aficionados, el propósito de conseguir los tres puntos por encima de todo; valor tangible, objetivo

de la disputa que al Granada (a la vista de los resultados) le cuesta mucho conseguir y que a sus seguidores, por ayudar desde las gradas, de manera a veces agónica se les escucha corear: «Mete un Gol, vamos Granada mete un gol». Gol, que la inmensa mayoría reconoce que es bienvenido sea como sea (según los datos de encuesta el 92.4% prefería que su equipo, el GCF, gane a toda costa, frente al 7.6% que prefería ver ganar al que hiciera más méritos para ello), mejor si es legal y como consecuencia del buen juego, pero igualmente aceptado con gusto si ha sido por error arbitral o fruto del azar, sobre todo cuando es decisivo para ganar y resulta muy necesario hacerlo para evitar males mayores. En el partido Granada C.F.- F.C. Barcelona de la temporada 2015/2016 (14/05/2016), con el título de Liga en juego entre barcelonistas y madridistas, alguna gente del público deseaba y pedía desde las gradas que el árbitro «echara una mano» al Granada anulando algún gol al Barça, o que pitara un penalti a favor del Granada C.F., aunque no fuera.

Si bien el espíritu deportivo de los aficionados con referencia a la competición deportiva en general comparte la clásica idea de «que gane el mejor», concibiendo un sistema movido por la «meritocracia»; en relación con el equipo del que es seguidor, perdida así la neutralidad, el pensamiento cambia la idea y se encamina a «que gane el mío, el Granada» y «siempre, si es posible», que la suerte, los errores arbitrales, y todo aquello que genera incertidumbre en el fútbol y forma parte del factor humano, incluso lo que pueda tener influencia divina, por si acaso, se alíe con los míos y nos haga ganar. Al árbitro del partido jugado con el Athletic de Bilbao (29/09/2013) o al que intervino con la U.D Las Palmas (30/04/2016), les piden los aficionados locales de modo irónico que vuelvan, que les esperan la semana que viene, debido a haber beneficiado al Granada C.F. con su arbitraje y decisiones. La enorme trascendencia que cobra el hecho de ganar, el deseo y ansia de victoria, entendemos que es el factor que hace entendible la contradicción de que a una gran mayoría de aficionados les parece prioritario que a la cantera se la instruya en valores como el juego limpio, el respeto al rival o el compañerismo (79.1% de los encuestados), pero sin embargo de manera masiva también prefieren ganar a toda costa (92.4% de los encuestados), sin que el cómo sea lo más importante.

El juego limpio, la honestidad y la deportividad de los deportistas, los gestos de devolución del balón al equipo que lo echó fuera para que sea atendido algún jugador lesionado, o interesarse y atender al rival que ha sufrido un tirón muscular, son también valores reconocidos por el público con aplausos; así como los actos de hermanamientos entre clubes que provoca muestras de mutuo afecto y buenos deseos entre las aficiones rivales, como en el caso del Málaga y el Granada en la temporada 2013-2014.

La calidad técnica de los jugadores, mostrada mediante jugadas o detalles individuales; así como las jugadas de estrategia de especial elaboración, son igualmente aplaudidas cuando son obra del propio equipo, e incluso en ocasiones cuando son obra del adversario. Circunstancia que pone de manifiesto el valor de la belleza, y si se quiere, del arte, que para muchos posee el fútbol, cuando la excelencia o la creatividad en la capacidad de ejecución de un jugador o un conjunto de ellos, es capaz de emocionar a la gente que lo contempla. El 74.2% de los entrevistados declaraban como motivo principal para asistir al estadio: la belleza y el gusto que el espectáculo futbolístico genera. La buena trayectoria y el mérito deportivo de un equipo es felicitada a veces, incluso cuando se trata del equipo visitante, como ocurrió con la visita del Atlético de Madrid en la temporada 2014/2015, por ejemplo, que recibió aplausos de los aficionados del Granada cuando elaboraban jugadas espectaculares, al igual que las que les dirigían a su propio equipo cuando desarrollaban un buen juego (23/05/2015).

En contraste, todo aquél comportamiento contrario a los ya mencionados y positivamente valorados, son denostados por los seguidores, con señales de abucheos e insultos a los propios jugadores, sobre todo cuando se aprecia falta de entrega o compromiso con el equipo, o exceso de errores; y, como no, a los jugadores del bando rival, especialmente cuando se aprecia juego sucio, cierta picaresca para sacar ventaja (como el saque rápido de una falta para pillar al otro desprevenido, la pérdida de tiempo sin el balón en juego, la simulación de faltas, etc.), o

alguna que otra entrada que provoque la lesión del de casa. Con la Real Sociedad, en la temporada 2013/2014, se escuchó una tremenda pitada del público dirigida al jugador visitante que tras cometer una presumible falta, no sancionada por el árbitro, que dejó tumbado en el suelo con gestos de dolor a un jugador del Granada, continuó sin detener el balón para que el jugador fuera atendido, y la jugada terminó en gol (22/12/2013). Como se observa en el estadio del Granada y otros muchos estadios, el público está especialmente sensibilizado a lo que, sin que figure en el reglamento, «obliga» a los jugadores que tienen el balón a echarlo fuera, si un jugador queda lesionado y tumbado en el suelo; criticándose la acción si no se hace así, al entender que es una falta de consideración hacia el que sufre la lesión y una manera de jugar con ventajera.

Sin embargo, por las conversaciones mantenidas con los aficionados, la realización de faltas (agarrar al adversario o zancadillearlo para que no se escape con peligro en un contragolpe, por ejemplo) como parte de la estrategia del juego, está ampliamente aceptado. La falta tiene su correspondiente sanción, está contemplada en el reglamento y por ello forma parte de la normalidad de este deporte. Ya sea cometida por un exceso de ímpetu, por medir mal la distancia, por un gesto fallido, o de manera ya sea automática o calculada para evitar quedar en desventaja; la falta no gusta a la afición cuando se comete contra el propio equipo, y menos aun cuando no ha sido apreciada así ni sancionada por el árbitro, circunstancia que deriva cuanto menos en una sonora pitada; pero sí es entendida como parte del juego y no se escandalizan por ello. Lo que escandaliza es el efecto que pueda tener, sus consecuencias, el severo perjuicio que puede desencadenar, o también la ausencia de castigo cuando desde las gradas se observa evidente lo que no ha sido visto igual por los jueces desde el terreno de juego. «Si es necesaria hay que hacerla», escuchamos repetidas veces; si la situación lo demanda, el reproche de la afición a jugadores del propio equipo viene dado porque no la hayan hecho a tiempo para evitar lo que vino a continuación. Justificarla porque «la situación lo exige», como se suele decir, la pone en valor como un recurso más de la dinámica del juego para cumplir sus objetivos. La falta estratégica en definitiva, no es vista por los seguidores, en especial cuando la comete alguien del propio equipo, como una anomalía del juego, o como un acto de juego sucio, sino como un gesto sancionable y por tanto reprobable desde el reglamento deportivo pero no desde la moral, ya que se trata de una herramienta más, demandada con frecuencia desde el banquillo por el entrenador o desde las gradas por el público, a la que todo jugador puede recurrir si lo estima oportuno para cumplir con su función. En partido con el Real Valladolid (temporada 2013/2014), el jugador del Granada Iturra recibió una tarjeta amarilla del árbitro al agarrar descaradamente de la camiseta al jugador rival, parando así un peligroso contraataque próximo a la portería; al mismo tiempo que era aplaudido y vitoreado por el público al grito de: «Que huevos tienes, Iturra que huevos tienes, ...» (12/01/2014).

Si bien las faltas debidamente sancionadas satisfacen al público, al menos en el aspecto legal, aunque no así en los aspectos prácticos del juego por las múltiples consecuencias que se derivan de ellas, lo que sí crispa los nervios y desata el mal humor de los espectadores son las injusticias cometidas por errores en las decisiones arbitrales cuando afectan al propio equipo (James, Rees, Griffin, Barter, Taylor, Heath, & Vuèkovia, 2012). Es entonces cuando salta la chispa que enciende a un público intransigente, capaz de soltar por la boca todo tipo de improperios. El error pudiera no ser del árbitro principal o del juez de línea sino de apreciación por parte del público, pero independientemente de ello, lo cierto es que las discrepancias del público con las decisiones arbitrales son algo muy habitual en el transcurso de cada partido, y por cómo se lo toman los espectadores, por las actitudes y comportamientos que desencadenan en masa, pareciera obvio reconocer que se trata de algo importante que conviene evitar; algo que tampoco genera una opinión unánime entre los aficionados sino que crea controversia y, sobre todo, actitudes enfrentadas entre las hinchadas rivales que, además de a los jueces que están sobre el terreno, incomodan y ofenden los oídos de los espectadores que desean contemplar el espectáculo tranquilos desde la grada. El hecho es evidente, ocurre en el estadio de Los Cármenes

y en todos los estadios con mayor o menor frecuencia dependiendo del partido y las circunstancias, sin embargo, lo que resulta sorprendente es que con el desarrollo tecnológico que existe en la actualidad no se apliquen todos los medios posibles que prácticamente erradicarían la posibilidad de error, al igual que se hace en baloncesto con cámaras que lo ven y miden todo. En el fútbol algo se ha incorporado, al menos el pinganillo que llevan al oído y con el que se comunican todos los jueces, y la existencia de dos jueces más en las líneas de fondo (los jueces de área), que además de los de línea en cada lado del campo, aumentan así los puntos de vista como asistentes del árbitro principal. Con todo ello, la garantía de no cometer errores no está asegurada, la mirada retrospectiva de los reportajes televisivos ponen de manifiesto tales errores, errores que también se pueden observar en muchos casos en tiempo real por quienes ven un partido por televisión (fuera de juego, toques con la mano, caídas simuladas del delantero dentro del área, etc.). Ante tal situación, la opinión de los aficionados se encuentra bastante dividida entre quienes afirman que la incorporación de los recursos tecnológicos audiovisuales, con controladores que informen al árbitro desde fuera del césped, sería decisiva para evitar los siempre protestados errores arbitrales, y aceptarían con agrado su uso; y quienes consideran que prefieren dejarlo como está, sin más aparato tecnológico que lo asista porque, pese a todo, el error humano (el de los árbitros en estos casos) debe estar presente en este deporte como parte del mismo, como parte de una actividad competitiva realizada por seres humanos que se equivocan. Desde esta segunda óptica, en cierto modo se indica que el deseo de hacer justicia sobre el campo no entra en contradicción con el hecho de convivir con los errores de los jueces, el deseo de ser justos y la imperfección para lograrlo forma parte de lo mismo, del fútbol y del ser humano, tal vez eso quieren decir quienes señalan que «los errores arbitrales forman parte de la esencia del fútbol», que «el fútbol es así», o que «el fútbol es el fútbol». Aparentemente todos convienen en afirmar que hay que hacer lo posible por evitar o mitigar errores arbitrales y con ello la controversia, tan presente en este deporte, pero, aunque resulte inconfesable, ¿no será también que la medida tecnológica atenta con la posibilidad y probabilidad que el árbitro tiene de errar y con ello que el público tiene de polemizar, otra esencia más de este deporte? En partido con el Real Betis Balompié, el equipo local marca un gol en el tercer minuto y tiene ocasiones muy claras durante toda la primera parte, pero en un córner en contra un jugador toca torpemente el balón con la mano al rematar de cabeza y el árbitro pita penalti. Gol del Betis. Un señor sentado junto a nosotros comenta «así es el fútbol, igual que la vida, si no aciertas cuando puedes siempre llegará la mala suerte para recordártelo» (24/10/2015). Aparente contradicción que no lo es tanta cuando apreciamos que junto al deseo de ofrecer un espectáculo marcado por el juego limpio, el espectáculo futbolístico funciona como válvula hidráulica que libera la sobrepresión contenida en los asistentes, los malos humores que muchos acarrearán al estadio por motivos ajenos al deporte; función liberadora que perdería capacidad si se elimina la controversia generada por el error, y errores (reales o imaginados) en el que los aficionados justifican su derecho a gritar.

Otro importante valor que se desprende de la asistencia al estadio es su contribución para mantener o mejorar el bienestar bio-psico-social de las personas. El *feedback* entre la práctica y el espectáculo deportivo es un fenómeno que se da en ambos sentidos, como reconocía Cagigal (1981), y es lógico pensar que buena parte del público que asiste al estadio de Los Cármenes siente también una inclinación a jugar al fútbol, en especial la gente joven. De los datos obtenidos de los informantes, el 72.4% de ellos realizaban actividad física como parte de su rutina diaria, siendo fútbol la elegida en primer lugar por el 48.3% de los practicantes, seguida de actividades cardiovasculares como la carrera o caminar por el 34.5%. Pero más allá del efecto retroalimentador que la asistencia al estadio de fútbol puede tener en el incremento de actividad deportiva y ésta a su vez en la mejora de la salud física; la correspondencia se da de manera aún más clara cuando observamos los aspectos psico-sociales, también relacionados con la salud (Cantarero, 2013).

El estadio es un lugar social y sociable, donde la gente allí reunida dispone de un espacio no solo para contemplar un espectáculo sino

también para dialogar con los vecinos, así como motivos de conversación para hacerlo, aún si no se conocen entre sí, ya que todos tienen al menos algo en común que responde al por qué están allí. Los grupos de amigos o familiares refuerzan los vínculos al disponer de una afición compartida que les permite estar juntos, de ir juntos a un sitio de manera regular para disfrutar y/o sufrir de la experiencia, para emocionarse, animar y gritar, si cabe, juntos. Para el 93.6% de los informantes (29 de 31) la costumbre de ir al estadio ha tenido en consecuencia el refuerzo de las viejas amistades y/o la ampliación del círculo social con la inclusión de nuevos miembros, como se aprecia en sus testimonios: «Sí, conoces a gente en todos los partidos. Conforme aumenta la temporada cada vez hablas más con ellos, aumenta la confianza [...]» (Juan Pablo). «Sí, allí van compañeros míos de trabajo, amistades por supuesto, ya nos conocemos todos los abonados de nuestro sector, nos encontramos muy cómodos allí entre nosotros y por eso renovamos el abono para el mismo sitio año tras año.» (Ramón). «[...] la mayoría de mis nuevos amigos, e incluso mis mejores amigos me atrevería a decir que los conocí viendo un partido del Granada.» (José III).

Pero el estadio es también un lugar donde poder ir solo o en compañía y pasar desapercibido entre tanta gente, lo que permite comportamientos que en la vida cotidiana no estarían bien vistos por quienes nos rodean, incluso podrían ser motivo de sanción si de insultos se trata, sin embargo allí son expresados con normalidad amparados en el anonimato. Es, como sabemos, una de las características de la masa. El estadio permite numerosas formas de agrupamiento pero en conjunto es la masa quien las contiene. Como tal, la que se genera en torno al fútbol reúne las características básicas citadas por los autores clásicos (Le Bon, 1895; Freud, 1973 [1921]; Munné, 1979), diferenciándose de otras por el motivo que la convoca.

Dejando al margen el debate acerca de la mayor o menor autenticidad con que la gente se expresa en el interior de una masa, o del mayor o menor enmascaramiento que la masa proporciona, en concreto a los aficionados que asisten a un estadio de fútbol; en el que, además de tener en cuenta los rasgos que definen al fenómeno en cuestión sería preciso tener en cuenta la personalidad de cada sujeto, lo cual genera un panorama muy diverso y complejo; lo más interesante para el caso que nos ocupa son las consecuencias que produce participar de tal fenómeno, las sensaciones que se producen en su interior. No deja de ser sorprendente que tan solo el 3% de los encuestados reconociera que las expresiones de protestas en las gradas sirviera como desahogo personal y liberación de tensiones; se reconocían los motivos explícitos: mostrar desacuerdo (el 54.5%), o condicionar decisiones arbitrales (27%); pero no los implícitos, los no manifiestos pero no por ello menos reales. La protesta posee obviamente una intencionalidad, una orientación hacia fuera de uno mismo con el propósito de hacerse escuchar e influir en otros, pero también, aunque no se sea muy consciente de ello, una orientación hacia el interior de uno mismo sacando fuera de sí aquello que incomoda llevar dentro. En el insulto a un árbitro, a un jugador, al entrenador o al equipo en su conjunto, reducido a una o dos palabras: «... (nombre) cabrón», «puta ... (nombre)», «... (nombre) maricón», además de verbalizar la animadversión hacia alguien por lo que acontece en un hecho puntual o una suma de ellos, se barre para fuera en muchos casos, sin saberlo, gran cantidad de traumas e insatisfacciones de diversa índole (personales, laborales, familiares, etc.), cuya descarga del contenedor produce un cierto alivio, aunque solo sea en el aquí y ahora. Ni que decir tiene que la sensación gratificante no tiene necesariamente que apoyarse en la ofensa, ya que el simple hecho de gritar o gesticular de manera desinhibida animando a los suyos consigue también ese efecto. En partido con la U.D. Almería (temporada 2013/2014), se comete un claro penalti a su favor y antes del lanzamiento, un hombre con asiento detrás de portería, se baja los pantalones y enseña el culo al lanzador, el cual no se distrae y consigue el gol. El seguidor del Granada C.F. no logró contrariar al lanzador para que fallara, como era su propósito, pero hizo lo que le vino en gana en ese momento sin el menor complejo y vergüenza alguna (11/05/2014).

Por lo demás, la sensación de sentirse arropado o acompañado por los seguidores del mismo equipo, unidos en los cánticos, en el ondear o

levantada de bufandas, o en el vestir con los mismos colores, proporciona sensación de bienestar social y psicológico. Pero lo que mejor sienta, lo que transforma las caras de preocupación, cuando no de temor, tristeza, o ira, es el siempre esperado grito que al unísono se entona cuando el propio equipo marca. ¡GOOL! o ¡GOOOOOL! Es la palabra talismán, la que cataliza y activa emociones, la que provoca el principal efecto catártico en el público. Aunque, claro está, en la parte del público que lo puede gritar. En el caso del Granada, su afición vive con gran entusiasmo los goles que marca el equipo, las victorias que se obtienen en casa, incluso los empates, sobre todo cuando son con los principales equipos de élite de la Liga (Real Madrid o Barcelona), el estadio vibra y resulta abrumador escuchar ese grito tanto dentro como en las proximidades del estadio; pero por su situación deportiva en la clasificación, dicha afición está bastante acostumbrada a escucharlo de la afición rival en su propio estadio, y a perder partidos, aunque, conscientes de su nivel de aspiración, las derrotas no la hundan en la tristeza o la desesperación. A este respecto resulta muy significativo que la «esperanza» sea la categoría más repetida con diferencia por los entrevistados y encuestados al preguntarles por las sensaciones más habituales tenidas al final de los partidos. Esperanza para superar obstáculos, para que el equipo marque goles y no los encaje.

Conclusiones

Los valores derivados de la práctica deportiva, esta vez a través del fútbol, al tratarse de una actividad profesional con fuertes implicaciones económicas, políticas y mediáticas, se desvirtúan en cierta medida por la picaresca e intereses creados que en torno a ella se genera. El fútbol es un deporte de masas, practicado y contemplado por una sociedad de masas y de consumo, y nada que sea espectacular escapa hoy día al consumo de las masas. Por ello, lejos de ofrecer una idea purista, romántica o inocente sobre éste que es para sus aficionados un bello deporte, hay que reconocer que el mercado se ha apoderado de él: los clubes son comprados por empresarios, las cadenas televisivas se hacen con los derechos de retransmisión, y las casas comerciales compran los derechos de imagen de los jugadores; todo ello con fines mercantiles, obviamente. Un gran negocio mundial gira en torno al fútbol y a los futbolistas, con las implicaciones que ello tiene, pero pese a todo, situados en el plano profesional, que supone un alto nivel de exigencia, transmite importantes valores que son claves para lograr el perseguido éxito: la perseverancia en la acción, la capacidad de sacrificio, la solidaridad entre compañeros, la disciplina, la humildad, etc., que el público reconoce como necesarios y demanda a los jugadores. Es por ello que las cualidades más valoradas por los seguidores, además de la excelencia técnica y táctica y la fortaleza física, son actitudes como las mencionadas.

Así las cosas, considerando los discursos emitidos por el club o por las peñas, un valor sobresale por encima de todos: el valor de la lucha, de la entrega a la causa (ganar) sin tregua. Varias son las consignas orientadas en ese sentido que aparecen en las pancartas, camisetas, bufandas, himno, web. Lucha que mucho tiene que ver con la historia del club, que aspiró durante muchos años a subir de categoría y situarse en aquella que estuviera en sintonía con la ciudad a la que representaba: una ciudad de Primera merecía un equipo en Primera. Mucho luchó el Granada C.F. durante más de tres décadas consecutivas entre Segunda y Tercera División para salir de lo que muchos llamaban «el infierno». Y consiguiendo el objetivo, mucho lleva luchando durante las últimas cinco temporadas para no bajar de Primera. La lucha del equipo impregna a sus seguidores, que la hacen suya para proyectarla hacia el equipo en una suerte de retroalimentación.

Todo esto nos llevaría a hablar de la «cultura del aguante» generada en las gradas por los aficionados; no en el sentido que le da Alabarces (2004) ligándola a la violencia, al desafío entre bandas para ver quién da más duro y quién es el que hace retirar al otro del sitio, o para ver quién es más fanfarrón, tal vez; sino en el sentido de aguantar a encajar un mal resultado, de aplicar la ley de Murphy, sin llegar a caer en la resignación. Mientras que el equipo debe aprender de los errores cometidos y modi-

ficar sistemas de juego, los seguidores han de renovar el ánimo y la ilusión. Aguante al que unos equipos, por su historial deportivo, se hallan más familiarizados que otros y han hecho que sus aficionados se distinguan con frases como: «¡viva er Beti man que pierda!» «ser más duro que el Alcoyano», o ser del equipo de la «eterna lucha», del Granada. La cultura del aguante se convierte así en toda una escuela de vida, que desvela interesantes líneas de investigación.

Referencias

- Alabarces, P. (2002). *Fútbol y Patria. El fútbol y las narrativas nacionales en la Argentina*. Buenos Aires: Prometeo.
- Alabarces, P. (2004). *Crónicas del aguante: fútbol, violencia y política*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Alonso, G. & Avalos, J. M. (2013). La investigación del fútbol y sus nexos con los estudios de comunicación: Aproximaciones y ejemplos. *Revista Comunicación y sociedad*, 20, 33-64.
- Antezana, L. H. (2003). Fútbol: espectáculo e identidad. En Pablo Alabarces (Comp.), *Futbolologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (pp.85-100). Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Arias, F. (2009). Economía y deporte: Analogía entre el sistema económico y el deporte de élite. *Revista Actividad Física y Ciencias*, 1(1), 1-27.
- Archetti, E. (1985). *Fútbol y ethos*. Buenos Aires: FLACSO.
- Brohm, J. M. (1982). *Sociología política del deporte*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bromberger, Ch. (2007). Cultures and identities in Europe through the looking glass of football. En M. Demossier (Ed.), *The European puzzle. The Political Structuring of Cultural Identities at a Time of Transition* (pp.119-140). New York y Oxford: Berghahn Books.
- Cagigal, J. M. (1981). *¡Oh Deporte! (Anatomía de un gigante)*. Valladolid: Miñón.
- Cantarero, L. (Comp.) (2013). *Psicología aplicada al fútbol. Jugar con la cabeza*. Zaragoza: Prensa Universitaria de Zaragoza.
- Cazorla, L. M. (1979). *Deporte y Estado*. Barcelona: Labor.
- Cruz, J., Boixadós, M., Torregrosa, M. & Mimbbrero, J. (1996). ¿Existe un deporte educativo?: papel de las competiciones deportivas en el proceso de socialización del niño. *Revista de Psicología del Deporte*, 9-10, 111-132.
- Cruz, J., Boixadós, M., Valiente, L. & Torregrosa, M. (2001). ¿Se pierde el «fairplay» y la deportividad en el deporte en edad escolar?. *Apunts*, 64, 6-16.
- Fábregas, A. (2001). *Lo sagrado del Rebaño. El fútbol como integrador de identidades*. Guadalajara: Colegio de Jalisco.
- Feixa, C. (2003). Un antropólogo en el fútbol. En F. X. Medina & R. Sánchez (Coord.), *Culturas en juego. Ensayos de antropología del deporte en España* (pp. 73-101). Barcelona, Icaria.
- Freud, S. (1973 [1921]). Psicología de las masas y análisis del yo. En S. Freud (Ed.), *Obras completas, vol. III* (pp.2563-2610). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Galeano, E. (1995). *El fútbol a sol y sombra*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Jasso, J., Almanza, C. R., Conchas, M., Rivero, J., Paredes, R. & Jiménez, D. J. (2013). Estrategia de promoción de valores a través del fútbol en la escuela «Frida Kahlo» de la ciudad. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 24, 105-106.
- James, N., Rees, G., Griffin, E., Barter, P., Taylor, J., Heath, L. & Vučković, G. (2012). Analysing soccer using perturbation attempts. *JHSE*, 7(2) número especial, 413-420.
- Le Bon, G. (1895). *Psicología de las masas*. Buenos Aires: Editorial Virtual.
- Merino, A., Sabirón, F. & Arraiz, A. (2015). Análisis del escenario de competición en fútbol prebenjamínun estudio de caso. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 28, 26-32.
- Monjas, R., Ponce, A. & Gea, J. M. (2015). La transmisión de valores a través del deporte. Deporte escolar y deporte federadorelaciones, puentes y posibles trasferencias. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 28, 276-284.
- Munné, F. (1979). *Grupos, masas y sociedades. Introducción sistemática a la sociología general y especial*. Barcelona: Hispano Europea.
- Pérez, J. A. (2002). *La competición en el ámbito escolar: un programa de intervención social* (Tesis doctoral). Departamento de Didáctica General y Didáctica Específica, Universidad de Alicante, Alicante, España.
- Ruiz, J. V., Ponce, A., Sanz, E. & Valdemoros, M. A. (2015). La educación en valores desde el deporte investigación sobre la aplicación de un programa integral en deportes de equipo. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 28, 270-276.
- Salvador, J. (2004). *Fútbol, metáfora d'una guerra freda. Un estudi antropológic del Barca* (Tesis Doctoral). Tarragona: Universitat Rovira i Virgili. Departament d'Antropologia, Filosofia i Treball Social.
- Veroz, R., Yagüe, J. M. & Tabernero, B. (2015). Incidencia de dos modelos de competición de fútbol sobre los valores socio-educativos en prebenjamines. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 28, 84-89.
- Viciana, J., Mayorga, D., Ruíz, J. & Blanco, H. (2016). La comunicación educativa de entrenadores de fútbol en competición. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 29, 17-21.
- Yagüe, J.M., Herrero, A. J., Tabernero, B. & Veroz, R. (2017). Diseño y validación del cuestionario «Deporteduca» para conocer la incidencia de la competición sobre algunos valores socioeducativos en el ámbito de la iniciación al fútbol. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*, 31, 197-201.