

# **L'ús del llenguatge bèl·lic en el futbol. Els casos del clàssic Barça-Madrid i del derbi Espanyol-Barça en sis emissores**

*The use of warlike language in soccer.  
The cases of the Barça-Madrid Clásico and the  
Espanyol-Barça derby on six radio stations*

**Raúl Martínez-Corcuera**

Facultat d'Empresa i Comunicació.  
Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya.  
*raul.martinez@uvic.cat*

**Cristina Fernández-Rovira**

Facultat d'Empresa i Comunicació.  
Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya  
*cristina.fernandez1@uvic.cat*

**Marc Compte-Pujol**

Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació.  
Universitat Oberta de Catalunya.  
*mcomptepuj@uoc.edu*

## **L'ús del llenguatge bèl·lic en el futbol. Els casos del clàssic Barça-Madrid i del derbi Espanyol-Barça en sis emissores**

*The use of warlike language in soccer. The cases of the Barça-Madrid Clásico and the Espanyol-Barça derby on six radio stations*

### **RESUM:**

L'article proposa l'anàlisi crítica del discurs i de les metàfores bèl·liques utilitzades en les retransmissions i programes postpartit de sis emissores radiofòniques de màxima audiència que emeten des de Madrid i Barcelona. S'analiza el clàssic disputat el 23 d'abril de 2017 entre el FC Barcelona i el Reial Madrid i el derbi entre el RCD Espanyol i el FC Barcelona del 29 d'abril de 2017. Les narracions analitzades mostren discursos que promouen l'oposició nosaltres *versus* ells o elles i, per extensió, poden promoure el discurs de l'odi, del qual el llenguatge i les metàfores bèl·lics poden considerar-se una de les seves manifestacions. Destaca el recurs freqüent a les armes, l'argot de la milícia i les referències a la violència, en totes les emissores analitzades. La conclusió remet a la normalització de discursos excloents en els programes esportius de màxima audiència, la qual cosa pot comportar la normalització de discursos més agressius, violents i carregats de menyspreu.

### **PARAULES CLAU:**

discurs d'odi, futbol, llenguatge bèl·lic, ràdio esportiva, sensacionalisme, periodisme partidista.



## **The use of warlike language in soccer. The cases of the Barça-Madrid Clásico and the Espanyol-Barça derby on six radio stations**

*L'ús del llenguatge bèl·lic en el futbol. Els casos del clàssic Barça-Madrid i del derbi Espanyol-Barça en sis emissores*

### **ABSTRACT:**

This paper conducts a critical analysis of the discourse and metaphors used in the broadcasts and after-match programs of the six radio channels with the largest audience in Spain, broadcasting from Madrid and Barcelona. We have analyzed two matches: the Clásico played on April 23, 2017 between FC Barcelona and Real Madrid and the derby between RCD Espanyol and FC Barcelona played on April 29, 2017. The narratives present discourses that promote the "us versus them" dialectic and hate speech, of which warlike language and metaphors are one of the manifestations. The recourse to weaponry terms, military slang and violence-related references are prominent features which are frequently observed in all the radio stations analyzed. The paper concludes that there currently exists a normalization of exclusionary discourses in prime-time sports programs, which could lead to a future normalization of more violent discourses.

### **KEYWORDS:**

hate speech, soccer, warlike language, sports radio, sensationalism, partisan journalism.

## 1. Introducció

Les metàfores bèl·liques són habituals en el periodisme esportiu des dels inicis del segle xx, amb la configuració de l'esport, i del futbol en particular, com un espectacle mediàtic. L'ús del llenguatge i les metàfores bèl·liques en les narracions esportives entronca amb una estratègia generalitzada d'espectacularització dels mitjans de comunicació. Una de les conseqüències és l'ús de discursos que busquen promoure l'emoció mitjançant l'oposició nosaltres *versus* ells o elles, o generant discursos d'odi vinculats amb racisme, masclisme o homofòbia, entre d'altres. Particularment en el periodisme esportiu, aquests discursos són habituals gràcies a la seva capacitat per captar l'interès i l'atenció de l'audiència, per emocionar i per la seva capacitat per provocar l'acció mitjançant judicis de valor.

En sintonia amb estudis anteriors, l'article proposa una comparació del llenguatge bèl·lic emprat en la narració de dos partits de futbol en què es van enfrontar el FC Barcelona i el Reial Madrid, el 23 d'abril de 2017, i el RCD Espanyol i el FC Barcelona, el 29 d'abril de 2017, analitzant les retransmissions de quatre cadenes d'àmbit estatal que emeten des de Madrid i dues ràdios d'àmbit català que emeten des de Barcelona. Això permet aprofundir en el fenomen de l'ús de la metàfora bèl·lica en els mitjans i caracteritzar críticament l'ús del llenguatge en les seves narracions.

L'objectiu general de la investigació és caracteritzar l'ús del llenguatge bèl·lic en la totalitat dels programes i retransmissions analitzats. Considerem que l'espectacularització i l'oposició nosaltres *versus* ells o elles característics del discurs bèl·lic en l'esport són un primer graó en la legitimació de discursos d'odi més violents: masclisme, racisme, homofòbia i altres, que treballem en altres publicacions.

Com a objectius específics, es pretén comparar l'ús del llenguatge bèl·lic —i per tant, una base per a la legitimació dels discursos d'odi— en les emissores estudiades, i, d'altra banda, l'objectiu és caracteritzar i comparar l'ús d'aquest tipus de llenguatge en el clàssic Barça-Madrid i en el derbi Espanyol-Barça.

Aquest article s'emmarca en la recerca del grup de treball Llenguatge Esportiu Audiovisual de la Mesa per a la Diversitat en l'Audiovisual del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, creat el gener de 2017. Així, la mostra treballa amb programes radiofònics sobre partits d'aquest mateix any.

## 2. Marc teòric

L'espectacularització dels continguts mediàtics és habitual en els diversos formats televisius i radiofònics (Moreno-Díaz i Medina de la Viña, 2018; Romero i Pates, 2017; Montagut i Carrillo, 2017; Montero i Ferré-Pavia, 2017; Casa i Crespo, 2016), però es fa especialment evident en els continguts esportius i el seu tipus de narració (Casas-Moreno, Rodríguez-Vázquez i Aguaded, 2017; Marini, 2016; Vera, 2016;

Sarremejane, 2016). De fet, el concepte de la societat de l'espectacle es prefigura el 1967 quan Guy Debord (1995) caracteritza la societat moderna com aquella en la qual tot allò viscut es converteix després en representació. Posteriorment, amb el desenvolupament dels mitjans de comunicació i les noves tecnologies, la societat de l'espectacle ha estat estudiada des d'una òptica crítica (Conti, 2016; Carrera, 2017; Soler Campillo i Marzal Felici, 2018).

L'ús del llenguatge espectacular en l'esport és una tendència àmpliament estudiada (Blanco, 2001; Salazar, 2002; González-Ramallal, 2004; Rojas Torrijos, 2010; Macías, 2015), i particularment en el món del futbol (Sobrados-León, 2009; Castaño-Arias, 2015; Medina Montero, 2015; Rodríguez González, 2016; Nomdeu-Rull i Torreadella-Flix, 2018), que es relaciona amb la capacitat dels mitjans per construir imaginaris i generar valors culturals compartits mitjançant xous massius. La trivialització progressiva dels continguts és una conseqüència del fet que la informació esportiva quedi supeditada a l'entreteniment i adopti elements de la indústria de l'espectacle (Rojas Torrijos, 2015).

En el cas de les narracions de partits de futbol, l'espectacularització es concreta en el fenomen anomenat *fanatisme*, *hooliganisme* o *periodisme de bufanda*, és a dir, la polarització de la trobada esportiva i fins i tot la seva politització (Gómez-Bueno, 2013), un fanatisme que s'usa com a estratègia de fidelització de l'audiència i que presenta qualsevol partit com un enfrontament nosaltres *versus* ells o elles.

La lògica del conflicte que es desprèn del fanatisme en el periodisme esportiu deriva en la banalització del missatge (Rojas Torrijos, 2015), per exemple, mitjançant l'ús i abús de metàfores i llenguatge bèl·lics, entre d'altres. Aquest tipus de llenguatge es pot entendre com una base per al discurs d'odi, que pot donar peu a situacions més agressives i permetre'n la normalització en la societat.

El discurs d'odi es defineix com

qualsevol forma de comunicació de paraula, per escrit o mitjançant el comportament, que sigui un atac o utilitzi llenguatge pejoratiu o discriminatori en relació amb una persona o un grup sobre la base de qui són o, en altres paraules, en raó de la seva religió, origen ètnic, nacionalitat, raça, color, ascendència, gènere o un altre factor d'identitat. En molts casos, el discurs d'odi té arrels en la intolerància i l'odi, o els genera i, en certs contextos, pot ser degradant i divisiu. (ONU, 2019)

Per a Waldron (2012), el discurs d'odi envia dos tipus de missatges. D'una banda, pretén deshumanitzar els membres d'un determinat grup. De l'altra, busca reforçar el sentit de grup propi amenaçat, suposadament, pels «altres» i unir aquest grup de persones amb idees afins. Així, el discurs d'odi (Gagliardone *et al.*, 2015) s'estableix i argumenta des de l'oposició nosaltres *versus* ells o elles, que, precisament, és característica definitiva del llenguatge i les metàfores bèl·lics.

Els discursos emparats en la dialèctica nosaltres *versus* ells o elles i l'espectacularització del discurs suposen la base per normalitzar la diferència, l'enfrontament



**Figura 1.** La piràmide de l'odi

*Font:* Anti-Defamation League (2019).

o l'elecció de l'altre com a enemic. Un cop establert l'enemic, pot ser més fàcil interpretar i normalitzar discursos d'odi i situacions d'agressió i violència. En aquest sentit, la piràmide de l'odi (figura 1) classifica diferents nivells del discurs d'odi. En els nivells inferiors es troben les actituds i els actes generats a partir de l'ús d'estereotips i prejudicis. La seva acceptació pot sustentar, argumentar o fins i tot pretendre legitimar actes discriminatoris i violència característica de nivells superiors.

Contextualitzant el llenguatge bèl·lic en un procés mediàtic generalitzat d'espectacularització i ressenyada la seva capacitat per normalitzar discursos més agressius o violents, es pot revisar més específicament el llenguatge i les metàfores bèl·lics.

Lewandowski (2012), Thibodeau, Crow i Flusberg (2017) o Flusberg, Matlock i Thibodeau (2018) refereixen la metàfora en la comunicació quotidiana com a eina que ajuda a comprendre el món mitjançant la simplificació d'informació complexa i permet descriure la connexió entre dos grups d'idees.

La metàfora bèl·lica és un tret definitori del discurs periodístic esportiu i, especialment, del futbol (Segura Soto, 2009). L'ús de referències i metàfores bèl·liques implica un llenguatge sensacionalista i, possiblement, una incitació a la violència (Rojas Torrijos, 2010), ja que empra termes que tenen el seu significat primari en el camp semàntic de la milícia i que adquireixen un significat nou en l'esport com a fenomen de masses i en diferents àmbits, tant en la ràdio, la televisió i la premsa, com en el llenguatge col·loquial (Segura Soto, 2009).

Lewandowski (2012), Flusberg, Matlock i Thibodeau (2018), Jenkins (2013) o Wiliński (2014) reiteren l'ús i abús de metàfores emocionals en el periodisme espor-

tiu per convertir la informació en un producte mediàtic i captar l'interès de l'audiència; permetre, a la professió periodística, expressar judicis de valor i promoure l'entusiasme i, fins i tot, promoure unes conductes i accions determinades.

Al mateix temps, l'estudi de les metàfores i els discursos bèl·lics «proporciona una idea de les estructures metafòriques del context de la cultura» (Raffaelli i Kattun, 2016: 127) i permet «comprendre com es conceptualitzen aquests contextos en les nostres ments i, per tant, defineixen com un grup de persones és similar o diferent, en termes de comprensió d'un concepte, a un altre grup de persones» (Alzawaydeh i Alghazo, 2018: 130).

Futbol i guerra comparteixen discurs (Lakoff i Johnson, 1980) generant dramatisme, emoció i passió. El futbol esdevé substituït d'un enfrontament real i reflecteix, de manera més explícita i mítica, la identitat nacional i la masculinitat (Stempel, 2006) que emfatitzen l'agressió, la competició, el domini i la violència instrumental (Jansen i Sabo, 1994). Hi predomina, doncs, un llenguatge esportiu masculinitzat (Bromberger, 2007) i bèl·lic en el qual

cada enfrontament té totes les aparences d'una guerra ritual, amb una gran utilització d'emblemes nacionals (himnes, banderes, presència de caps d'Estat), i el recurs a mètodes guerrers: termes com *atacar*, *disparar*, *defensar*, *conquesta*, *capità*, *territori*, *tàctica* o *victòria*. (Ramonet, 1999: 133) (La traducció de totes les citacions és nostra.)

El llenguatge bèl·lic en la narració esportiva del futbol té derivacions cap a l'èpica (Labrador Méndez, 2007) i referències cap a l'estratègia, els duels i els herois. De fet, el llenguatge reflecteix el paper heroic dels esportistes.

El paganisme modern exigeix que els jugadors de futbol global posseeixin, a imatge dels antics déus, la dimensió èpica i lírica de l'heroi, mentre que vivim en una època sense herois, que no té res d'èpica ni de lírica. (Vázquez Montalbán, 1999: 49-50)

La rivalitat futbolística i les massives xifres de seguidors i audiències promouen una mirada espectacular des dels mitjans esportius. Prenen partit obertament en el que s'ha definit com a «hooliganisme periodístic» (Pacheco Barrio, 2012), periodisme de bufanda o periodisme de samarreta.

Jenkins (2013) o Ross i Rivers (2019: 6) refereixen la doble associació, positiva i negativa, que pot generar la metàfora «esport és guerra». D'una banda, es presenta com una situació inofensiva; de l'altra, pot trivialitzar les greus i horribles conseqüències de la guerra. Així, Aikin (2011: 256) planteja que pot observar-se com un simple intercanvi d'arguments, «reemplaçament pacifista per solucions veritablement violentes als desacords, de manera que hem de reconèixer que el que estem objectant és només una batalla metafòrica».

En oposició a aquest argument, cal recordar la multiplicitat de possibles metàfores disponibles per al discurs futbolístic que permetrien allunyar el futbol d'esce-

naris violents com a única opció: el partit com a obra de teatre o d'art; l'equip com una màquina; jugadors com a mags, o la competició com a viatge.

No obstant això, la literatura tendeix a observar unes repercussions negatives en l'ús i abús de les metàfores bèl·liques. Per a Pankov, Mihelj i Bajt (2011), el discurs de guerra es caracteritza típicament per una confluència de discursos nacionalistes i sexistes, i tendeix a reduir les múltiples identitats i afiliacions dels éssers humans a un contrast nosaltres *versus* ells o elles.

La relació entre l'espectacularitat, l'emoció i el futbol fa sorgir qüestionaments ètics al respecte de si el periodisme de bufanda, és a dir, aquell que manifesta obertament les seves preferències, és un periodisme significatiu. La informació i l'entreteniment són objectius del periodisme esportiu, però el resultat no és tan positiu si no promou l'educació i la formació en valors bàsics (Reinardy i Wanta, 2015) i compromisos deontològics fonamentals.

L'estudi del llenguatge emprat en les narracions esportives resulta d'especial interès per l'alt grau d'influència social que té l'esport i per l'elevat nivell de penetració que posseeix el llenguatge transmès des dels mitjans de comunicació i els efectes cognitius que desencadena en els oients i espectadors.

Aquesta influència social i ideològica és ressaltada per Jaworska (2017) en referir-se a la transmissió de missatges carregats ideològicament que emfatitzen deliberadament certs aspectes de la realitat i n'amaguen d'altres. Es normalitza una estructura de pensament: «Poden comunicar eficientment una varietat d'actituds i creences estructurades, i poden guiar les persones a pensar en un domini objectiu de noves maneres» (Thibodeau, Crow i Flusberg, 2017: 1384). O, com manifesten Najjari i Mohammadi (2018), aquest llenguatge bèl·lic estableix marcadors metafòrics discursius que participen en la conformació de la ideologia. És a dir, la reiteració normalitza el discurs i el converteix en codi natural.

Així, normalitzar el discurs d'enfrontament, de divisió nosaltres *versus* ells o elles, de consideració d'inferioritat dels i les altres, pot suposar la base per normalitzar discursos amb major càrrega de menyspreu, agressivitat i violència.

### 3. Metodologia

L'article planteja una anàlisi crítica del discurs (Dijk, 2015) aplicada a les narracions esportives del partit celebrat entre el FC Barcelona i el Reial Madrid el 23 d'abril de 2017 i del partit entre el RCD Espanyol i el FC Barcelona del 29 d'abril de 2017.

L'anàlisi crítica del discurs s'ha revelat com una tècnica útil per observar la transmissió de valors culturals mitjançant el llenguatge emprat pels mitjans de comunicació i la ideologia subjacent del contingut comunicatiu. En paraules de Van Dijk (2015), l'anàlisi crítica del discurs és una perspectiva que se centra, específicament, en la reproducció discursiva d'abusos de poder, com el sexisme, el

racisme i altres formes de desigualtat social, així com en la resistència cap a aquesta dominació.

El més rellevant d'aquest enfocament és que es basa en problemes socials i no es limita a relacionar les estructures del discurs amb les estructures socials, sinó que analitza la interfície sociocognitiva que vincula representacions mentals d'esdeveniments comunicatius i altres situacions socials amb les estructures subjacents al discurs. És a dir, el poder s'entén com a control, per exemple, de les estructures de context, text o conversa i, per tant, indirectament, de les ments de les persones (Dijk, 2015).

L'elecció d'un esdeveniment social —i comunicatiu— com un partit de futbol entre els dos principals rivals esportius espanyols per ser analitzat a la llum de l'anàlisi crítica del discurs, es justifica perquè a Espanya aquest esport és protagonista en els mitjans (Pacheco Barrio, 2012) i la rivalitat entre el FC Barcelona i el Reial Madrid, «el clàssic», arriba a un perfil global (Lowe, 2013). Igualment, és rellevant analitzar la rivalitat entre els dos principals equips de Barcelona.

L'anàlisi empírica treballa retransmissions i programes radiofònics. La ràdio és molt rellevant en aquest àmbit per la seva gran penetració entre l'audiència. No obstant això, al mateix temps, té una presència secundària en els estudis sobre discursos d'odi. La mostra de ràdios analitzades en aquesta investigació es va centrar en sis grans emissores públiques i privades que operen des de Madrid i Barcelona. Dues tenen la seu a Barcelona: l'emissora pública Catalunya Ràdio (CR) i l'emissora privada RAC1. Quatre cadenes tenen la seu a Madrid: l'emissora pública Ràdio Nacional d'Espanya i les emissores privades Onda Cero (OC), Cadena SER i Cadena COPE. L'estudi es va basar en una de les formes de programació de ràdio esportiva més rellevants: les retransmissions dels partits (Owens, 2006).

La rellevància del seguiment dels programes esportius diaris nocturns (entre les 22.30 h i la 01.45 h, amb horaris diversos segons emissores) es posa de manifest a través de les massives xifres d'audiència segons les dades de l'Estudi general de mitjans (EGM).

Amb emissió a tot el territori espanyol, segons les dades de l'EGM de juny de 2019, *El larguero* (Cadena SER) compta amb 824.000 oients diaris; *El partidazo*, de la Cadena COPE, amb 681.000 oients, i *El transistor*, d'Onda Cero, amb 284.000 oients. En emissió per a Catalunya, les dades inclouen *Tu diràs* (RAC1), amb 105.000 oients, i *El club de la mitjanit* (Catalunya Ràdio), amb 54.000 oients.

Els programes de retransmissions esportives de cap de setmana s'inicien a les dotze del migdia i finalitzen a la una de la matinada, segons els horaris dels partits de futbol. A la taula 1 es poden observar els programes analitzats i les xifres d'audiència que tenen.

Les cadenes catalanes no tenen seguiment esportiu dels clubs de primera divisió estatal durant el cap de setmana. Les retransmissions segueixen els partits de lliga del FC Barcelona i, per tant, no permeten la comparació de dades d'audiències específiques de les retransmissions. Els programes són *El Barça juga a RAC1* i *La TDT de Catalunya Ràdio (La transmissió d'en Torquemada)*.



| Programes                       | Xifres d'audiència |           |
|---------------------------------|--------------------|-----------|
|                                 | Dissabtes          | Diumenges |
| <i>Carrusel deportivo</i> (SER) | 1.958.000          | 1.910.000 |
| <i>Tiempo de juego</i> (COPE)   | 1.430.000          | 1.447.000 |
| <i>Radioestadio</i> (Onda Cero) | 501.000            | 393.000   |
| <i>Tablero deportivo</i> (RNE)  | 223.000            | 227.000   |

**Taula 1. Programes radiofònics de retransmissions esportives i audiències de cap de setmana d'àmbit nacional**

*Font: Elaboració pròpia.*

Les àmplies audiències que segueixen els partits per la ràdio han provocat l'adaptació dels locutors de televisió a aquests discursos. A més, les cadenes audiovisuals de pagament per visió inclouen entre els seus serveis la possibilitat de seguir les imatges del joc sincronitzades amb els comentaris de les emissores radiofòniques preferides per l'audiència. Actualment, les cadenes televisives coneixen les audiències que seleccionen els diferents canals de ràdio per seguir els partits, però no comparteixen aquesta informació amb les mateixes emissores radiofòniques.

Aquest seguiment radiofònic en canals de televisió implica un fenomen que s'assembla a la «càmera d'eco»: la comunicació es porta a terme en un sistema tancat, que amplifica i reforça els punts de vista propis i sentiments personals cap a un equip. Aquest desenvolupament multimèdia s'ha transformat en els últims anys en una experiència transmèdia d'una audiència que, a més, té la possibilitat de participar i contribuir en les discussions en xarxes socials.

La selecció de la mostra treballa amb partits que s'entenen des d'una gran rivalitat entre els diferents equips. La hipòtesi de treball es refereix a una confrontació entre el nosaltres/ells dels mateixos equips i un enfrontament/rivalitat en els discursos de les diferents emissores, que té una de les seves màximes expressions en l'ús del llenguatge i les metàfores bèl·lics, que pot comportar el foment del discurs de l'odi. En aquest sentit, s'analitza el clàssic entre els dos equips més rellevants de la Lliga Nacional de Futbol Professional i el partit entre els dos equips més importants de la ciutat de Barcelona. Els partits analitzats són el del Reial Madrid contra el FC Barcelona, el 23 d'abril de 2017, i el del RCD Espanyol contra el FC Barcelona, el 29 d'abril de 2017.

L'objectiu de la mostra inclou la retransmissió dels partits en les sis emissores seleccionades, és a dir, unes tres hores d'anàlisi incloent-hi la durada del partit i els trenta minuts previs i posteriors a aquest.

Per a l'anàlisi s'han escoltat íntegrament tots els programes radiofònics i s'han buidat i transcrit els continguts relatius al discurs d'odi com a focus d'anàlisi i d'investigació.

| Contingut    | Catalunya<br>Ràdio | RAC1           | SER               | COPE              | Onda<br>Cero    | RNE               | TOTAL       |
|--------------|--------------------|----------------|-------------------|-------------------|-----------------|-------------------|-------------|
| Bèl·lic      | 27                 | 14             | 11                | 8                 | 37              | 14                | 111 (41,2%) |
| Espectacle   | 5                  | —              | 3                 | 11                | 9-2             | 5                 | 30 (11,1%)  |
| Bufanda      | —                  | 1              | 6                 | 12                | 17              | 12                | 48 (17,8%)  |
| Orgull ADN   | 6                  | 1              | 8                 | 3                 | 13              | 2                 | 33 (12,3%)  |
| Història     | 3                  | 1              | —                 | —                 | 2               | 1                 | 7 (2,6%)    |
| Insults      | 3                  | 2              | 4                 | 4                 | 2               | —                 | 15 (5,6%)   |
| Estereotips  | —                  | —              | 2                 | 5                 | 6               | —                 | 13 (4,8%)   |
| Masculinitat | 2                  | —              | 2                 | 2                 | 6               | —                 | 12 (4,5%)   |
| <b>TOTAL</b> | <b>46 (17,1%)</b>  | <b>19 (7%)</b> | <b>36 (13,4%)</b> | <b>40 (14,9%)</b> | <b>94 (35%)</b> | <b>34 (12,6%)</b> | <b>269</b>  |

**Taula 2.** Quantitat de continguts identificats dividits per categories de discurs i per emissores

Font: Elaboració pròpia.

A través d'un procés deductiu combinat amb la inferència, s'han establert les categories i unitats d'anàlisi del discurs. S'han recollit els conceptes utilitzats per periodistes i persones col·laboradores en les retransmissions i programes, sempre referits a discursos d'odi i llenguatge bèl·lic, i s'han establert les temàtiques i referències associades a aquests discursos.

La inferència també ha servit per detectar altres aspectes que emergeixen de la mateixa evolució del discurs mediàtic i social.

La taula 2 recull les categories d'anàlisi i el contingut relacionat amb aquestes trobat en cada emissora estudiada. La mostra d'anàlisi està formada per un total de 269 unitats, classificades en vuit categories (contingut bèl·lic, espectacular, de bufanda, sobre l'orgull ADN, la història, amb insults, estereotips i sobre masculinitat).

S'observa l'existència de discursos d'odi vinculats a la masculinitat hegemònica, és a dir, discursos masculistes i homòfobs o la banalització d'aquests; discursos racistes de caràcter cultural que destaquen dificultats de pronunciació de noms de jugadors, o biològic, argumentat en competències físiques, i menyspreu i insults racistes, o la banalització d'aquests, presentant-los com a accions violentes de grups reduïts o marginals que es reproduïxen en tots els camps.

## 4. Resultats

El llenguatge bèl·lic s'ha consolidat com una de les fórmules efectives per atreure i fidelitzar audiències, consolidant l'oposició nosaltres *versus* ells o elles que es pot observar en el llenguatge utilitzat en les narracions esportives. En la revisió dels resultats s'observen referències habituals al llenguatge i les metàfores bèl·lics, en

major o menor mesura, en tots els mitjans de comunicació analitzats. El recurs a aquests discursos resulta proporcional al grau d'espectacularització en el qual s'emmarquen els diferents partits. Així, és més recurrent en la retransmissió del clàssic entre el Reial Madrid i el FC Barcelona (amb setanta-dos comentaris), i menys recurrent en retransmissions amb menor grau d'espectacularització com el derbi entre el FC Barcelona i el RCD Espanyol (amb trenta-nou).

La taula 3 recull tots els comentaris identificats que podem classificar dins la categoria de discursos bèl·lics durant el clàssic del futbol espanyol del 23 d'abril.

**Els setanta-dos comentaris que apellaren al discurs bèl·lic durant les retransmissions del Barça - Reial Madrid del 23 d'abril de 2017**

**Cadena SER (6)**

«Ha ido a atacar, en el buen sentido de la palabra»  
 «Ejecuta Carvajal»  
 «El Madrid no se rinde nunca»  
 «Ejecuta»  
 «Para resucitar, para seguir combatiendo»  
 «Ya ves, Pepa, que hemos tenido mucha batalla, mucho fragor»

**RNE (8)**

«El Madrid a la contra lo puede matar»  
 «Dispara Messi»  
 «Ejecución [de la falta]»  
 «Vaya cañonazo de Rakitic para silenciar al Bernabéu»  
 «Imperial Piqué i tarjeta roja a Ramos»  
 «Dispara Messi»  
 «Un Piqué imperial»  
 «El Barça asalta el Bernabéu a lo Ramos»

**RAC1 (6)**

«Han perdut la pólvora» [la MSN = Messi, Suárez, Neymar]  
 «Realment a la banqueta del Madrid hi ha pólvora»  
 «La reguarda de Zidane»  
 «S'ha de ser més agressiu»  
 «El caça per darrere»  
 «El Madrid és un equip amb molta pólvora»

**Onda Cero (26)**

«La guerra ha comenzado. [...] nos superan en potencia de fuego. [...] ¿Tiene una misión, señor? ¿Tratar de reintegrarme en el mundo?»  
 «Si estas tropas les rebasan, nos vamos todos al garete. [...] Nunca hemos huido, ¿por qué huir ahora?»  
 «¡Seguimos luchando! ¡Seguimos luchando!»  
 «Ya están ahí los gladiadores, los jugadores del Real Madrid»  
 «Toca el gobernador de la zona del Barcelona»  
 «El disparo, el centro chut»  
 «Va a cañonear [...] ha tenido la primera el pistolero uruguayo»  
 «A tiro limpio en el Bernabéu»  
 «En el nombre del campeón, fusila por bajo la portería»  
 «Qué tiroteo, Valdano, qué tiroteo»  
 «Gran disparo de Kroos»  
 «Se atrinchera el Barça»  
 «El coloso de Chamartín en el duelo de titanes de la liga española»  
 «Ataca el Madrid con peligro»  
 «Aleja el peligro»

(Continúa)

«Capitanea el ataque [Carvajal]»  
«Cañonea»  
«Asalta Chamartín»  
«Cómo golpea con violencia [gol de Rakitic]»  
«El partido no tiene tregua»  
«Qué obús, qué misil, qué zambombazo, qué pelota. Impacto total en la portería de Keylor Navas, y explosión en la red»  
«Se va Messi para matar el partido»  
«Duelo [...] se defiende el Madrid»  
«Defiende con uñas y dientes el Madrid. Ataca con ilusión el Barcelona, con fe»  
«No se rinde el Barça, no se rinde, no se entrega en la liga. La tiene viva, la ha de luchar»  
«El disparo de Messi sentencia el partido»  
«Al final, cuando no matas el partido, puede pasar esto [Zidane]»

**Cadena COPE (6)**

«El capitán [Iniesta]»  
«En transición, el Madrid mata al Barça»  
«Fijaos cómo ejerce de líder Piqué sacando la línea defensiva»  
«Ejecuta Rakitic»  
«Llega a la carga el Madrid»  
«Les permite seguir vivos, seguir luchando por el título»

**Taula 3. Els setanta-dos comentaris que apel·laren al discurs bèl·lic durant les retransmissions del Reial Madrid - Barça del 23 d'abril de 2017, dividits per emissors**

*Font: Elaboració pròpia.*

D'altra banda, la taula 4 recull tots els comentaris bèl·lics identificats durant el partit de l'Espanyol-Barça del 29 d'abril.

**Els trenta-nou comentaris que apel·laren al discurs bèl·lic durant les retransmissions de l'Espanyol-Barça del 29 d'abril de 2017**

**SER (5)**

«Dispara Baptista»  
«El Espanyol el golpe no lo ha acusado, no se rinde»  
«Si gana el duelo Leo Baptista se planta ante Ter Stegen»  
«Superando líneas de presión»  
«En el fragor de la batalla»

**RAC1 (8)**

«Zona defensiva»  
«Aïllat a l'extrem dret de l'atac del Barça»  
«Marcant la línia de pressió»  
«Piqué està imperial atrás»  
«L'Espanyol [...] explota Cornellà»  
«Àrea tècnica»  
«Este rival»  
«Heu resistit [l'atac del Barça]»

**RNE (6)**

«Compañeros de la línea defensiva, porque no hay duda que es el jefe»  
«Contacta con la bala del italo-paraguayo»  
«Abortar ese ataque»  
«Bate de tiro cruzado»  
«Piqué esta imperial»  
«Se mete en el área y... dispara!»

*(Continua)*

**Catalunya Ràdio (7)**

- «Les defenses s'han imposat als atacs»
- «Estava molt i molt pressionat»
- «L'Espanyol no es rendeix»
- «Intenten erosionar la defensa de l'equip»
- «Suárez la caça, aborda el porter, Diego López, i el fulmina»
- «Un equipo que tiene una estructura defensiva muy consolidada»
- «Passeig militar del Barça»

**COPE (2)**

- «Fusila por bajo el uruguayo»
- «Se ha de poder preparar Neymar para fusilar»

**Onda Cero (11)**

- «Retaguardia y vanguardia»
- «A vida o muerte la liga»
- «Tendrá que seguir luchando para salir de los puestos de abajo»
- «Ha salido presionando enormemente el Espanyol»
- «El disparo era de Neymar»
- «Su eterno rival»
- «El pistolero... Ta ta ta ta... Gol, gol, gol, gol, gol... [...] Pim, pam, pum, fuego... uruguayo»
- «Atento estaba el pistolero, carga la pistola, mete la bala, enfila la portería»
- «Saca brillo a la pistola de oro. Pólvora directa»
- «Presiona con el cuchillo»
- «Piqué imperial. Aleja el peligro»

**Taula 4. Els trenta-nou comentaris que apel·laren al discurs bèl·lic durant les retransmissions de l'Espanyol-Barça del 29 d'abril de 2017**

*Font: Elaboració pròpia.*

En el total de l'anàlisi realitzada, l'emissora més procliu a l'ús de llenguatge bèl·lic ha estat Onda Cero, i molt especialment durant la retransmissió del clàssic, partit en el qual arriba a doblar la resta de ràdios en quantitat i diversitat d'intervencions d'aquesta tipologia.

Les emissores d'àmbit nacional (SER, COPE, Onda Cero i RNE) van ser especialment actives en l'ús del llenguatge bèl·lic durant el clàssic i pràcticament no el van usar, o el van usar molt poc, durant el derbi català. No obstant això, les emissores catalanes, RAC1 i Catalunya Ràdio, mantenen un ús similar d'aquest tipus de llenguatge en els dos partits.

L'ús del llenguatge bèl·lic és recurrent en totes les narracions del clàssic (23/04/17) i del derbi català (29/04/17) de les ràdios analitzades. A més, les ressonàncies èpiques i el llenguatge explícitament bèl·lic apareixen des del començament del partit en les retransmissions. Les al·lusions compartides en els discursos analitzats fan referència als rangs militars, les armes i la violència.

Les metàfores bèl·liques i el to èpic són la base per promocionar el partit i per promoure l'espectacle. L'èpica s'observa en la narració de l'inici del partit, i els exemples de l'ús del llenguatge referent al camp semàntic de la guerra, de la lluita, i les referències culturals al bel·licisme són nombrosos al llarg de la retransmissió.

Com a exemple de discurs referent a l'èpica es troben diferents fragments. En la identificació dels fragments s'inclouen les sigles de l'emissora.

La guerra ha comenzado. [...] nos superan en potencia de fuego. [...] ¿Tiene una misión, señor? ¿Tratar de reintegrarme en el mundo? (OC, 23/04)

Yo le prometí a mi equipo que los mantendría vivos. [...] Si estas tropas les rebasan, nos vamos todos al garete. [...] Ya vienen. ¿Cuántos? Trescientos hombres. Y el balón va para Luis Suárez, que la recibe, ¡gol! Nunca hemos huido, ¿por qué huir ahora? ¡Seguimos luchando! ¡Seguimos luchando! (OC, 23/04)

¡A vida o muerte la liga! (OC, 29/04)

Suárez la caça, aborda el porter, Diego López, i el fulmina. (CR, 29/04)

En l'anàlisi es troben discursos que promouen la dialèctica nosaltres *versus* ells o elles a partir de la revisió de llenguatge bèl·lic i la seva consideració de l'altre com l'enemic; o estereotips vinculats a país; referències al sentiment nacional, i expressions i símbols com l'himne, banderes o escut nacionals o estatals i els sentiments que els envolten.

La locució dels partits converteix l'estadi de futbol en un espai d'enfrontament i estratègia. Durant el derbi català (29/04), el llenguatge de Catalunya Ràdio inclou diverses expressions com «eix atacant», «novetat tàctica del dia», «línia de pressió», «àrea contrària», «camp contrari», i RAC1, en aquest mateix partit, utilitza expressions com la «zona defensiva», «explota Cornellà» (l'estadi de l'Espanyol), i presenta un jugador «aïllat a l'extrem dret de l'atac del Barça». Per Onda Cero, durant el clàssic, el Barça «s'atrinxera» o bé «assalta Chamartín» (23/04), i valora el derbi com un partit «molt estratègic» (29/04). Els comentaristes esportius recorren habitualment als rangs propis de la milícia per referir-se als jugadors de futbol. La Cadena COPE (23/04), per exemple, refereix: «el capità» (Iniesta), o «exerceix de líder Piqué».

En la mateixa línia, les narracions analitzades fan referència a la capacitat armamentística dels equips, enalteixen la potència dels jugadors, magnifiquen les seves jugades i doten la narració d'una forta càrrega emocional. Això s'observa en els exemples següents:

¡Qué tiroteo, Valdano! ¡Qué tiroteo!; gran disparo de Kroos; cañonea; qué obús, qué misil, qué zambombazo, qué pelota. Impacto total [...] y explosión en la red; va a cañonear; a tiro limpio en el Bernabéu. (OC, 23/04)

Han perdut la pólvora [la MSN]; a la banqueta del Madrid hi ha pólvora; el Madrid és un equip amb molta pólvora. (RAC1, 23/04)

Zambombazo, latigazo, trallazo; gardela descomunal. (RAC1, 23/04)

Dispara Messi; cañonazo de Rakitic para silenciar al Bernabéu. (RNE, 23/04)

Ejecuta Carvajal. (SER, 23/04)

Ejecuta Rakitic; llega a la carga el Madrid; les permite seguir vivos, seguir luchando por el título. (COPE, 23/04)

## L'ÚS DEL LLENGUATGE BÈLLIC EN EL FUTBOL

Ataca el Madrid con peligro; aleja el peligro; la contra letal del Real Madrid. (OC, 23/04)

Ta ta ta ta... Gol, gol, gol, gol, gol... Gooooool del Barcelona. Pim, pam, pum, fuego... ¡Uruguayo, uruguayo, uruguayo, Suárez! [...] Atento estaba el pistolero, carga la pistola, mete la bala, enfila la portería y... [...] saca brillo a la pistola de oro. Pólvora directa. (OC, 29/04)

Sigue sin disparar [...] tampoco quiere hacer excesiva sangre. (RNE, 29/04)

Fusila por bajo el uruguayo; Neymar para fusilar. (COPE, 29/04)

El primer disparo de Baptistao. (SER, 29/04)

El recurs a la violència, d'acord amb l'ús del llenguatge bèl·lic, també es fa palès en les narracions. Aquests continguts es constaten, per exemple, en alguns comentaris expressats a Catalunya Ràdio: «El Madrid vol fer sang amb el Barça» (CR, 23/04). També coincideixen en el tipus de vocabulari amb referències militars a Catalunya Ràdio i Onda Cero:

Aquí la gent està molt convençuda que això d'avui serà una passejada militar. (CR, 23/04)

Raúl Granado: paseo militar en el Bernabéu, y 3-0. (OC, 23/04).

A més, són nombroses les referències a la rendició i a la mort del rival, així com als assassins o *killers*:

Hay equipos que nunca se rinden y otros que a veces. [...] el Madrid no se rinde nunca. (SER, 23/04)

L'Espanyol no es rendeix. (CR, 29/04)

Hemos tenido oportunidades de matar nosotros el partido [Zidane]. (CR, 23/04)

Una contra con 2-3 le mata el partido [Zidane]; cuando no matas el partido, puede pasar esto [Zidane]. (OC, 23/04)

En transición, el Madrid mata al Barça. (COPE, 23/04)

De momento fallaron los *killers*; [Alcácer] es un *killer*. (RNE, 23/04)

Al final lo ha matado Messi [el partido]; *killer* uruguayo. (SER, 23/04)

L'enfrontament o «duel» a petita escala, entre jugadors o «herois», és un recurs habitual en la majoria de retransmissions.

I, atenció, un duel. Messi-Casemiro. Està guanyant Messi. (CR, 23/04)

Si gana el duelo Baptistao, se planta ante Ter Stegen. (SER, 29/04).

La selecció de literalitats recollides de les narracions del clàssic mostra les semblances pel que fa a l'ús de les metàfores i el llenguatge bèl·lic, amb referències explícites a la violència i el camp semàntic de la milícia, la lluita i la mort, que es donen en tots els discursos estudiats. Amb això es posa de manifest que totes les emissores analitzades fan servir aquest tipus de narrativa, que és, per tant, genera-

litzada i assumida pels narradors sense qüestionament. El seu ús es reproduïx sense sanció en els mitjans analitzats i per part d'actors diferents.

## 5. Discussió i conclusions

Els resultats de l'anàlisi reforcen els estudis relacionats amb l'espectacularització dels continguts radiofònics (Moreno-Díaz i Medina de la Viña, 2018; Romero i Pates, 2017; Montagut i Carrillo, 2017; Montero i Ferré-Pavia, 2017; Casa i Crespo, 2016) amb el recurs al llenguatge bèl·lic en les retransmissions esportives, especialment en el futbol, en la mateixa línia del que plantegen diversos autors (Sobrados-León, 2009; Castaño-Arias, 2015; Medina Montero, 2015; Rodríguez González, 2016; Nomdedeu-Rull i Torreadella-Flix, 2018). El futbol és un espectacle de masses que desperta emoció i les narracions poden presentar els fets de maneres diverses. No obstant això, l'enfocament triat sol ser el de l'enfrontament o el duel, seguint la lògica del conflicte.

Els resultats confirmen una reiteració preferent per les metàfores bèl·liques en l'esport en la línia de les anàlisis de Lakoff i Johnson (1980), Lewandowski (2012), Najjari i Mohammadi (2018) o Ross i Rivers (2019).

El fenomen del fanatisme (Gómez-Bueno, 2013) queda patent en observar les narracions de partits rivals en diferents emissores. Així, la polarització de continguts d'entreteniment, en particular dels esportius, inclou la utilització del discurs de l'odi i de l'enfrontament (Rojas Torrijos, 2010), que es manifesten en múltiples exemples en què es recorre al camp semàntic de la violència, la milícia o la guerra. Encara que l'emoció i les audiències que poden despertar els diferents tipus de partits de futbol en els seguidors d'equips rivals són diferents, ja sigui el clàssic Barça-Madrid o el derbi Espanyol-Barça, el recurs al llenguatge espectacularitzat, representat en el llenguatge bèl·lic, es posa de manifest. En efecte, l'estudi avança en allò demostrat per Segura Soto (2009) respecte a la utilització de la metàfora bèl·lica com a part consubstancial del discurs periodístic esportiu, amb especial èmfasi en el futbol.

Tal com avançaven Lakoff i Johnson (1980) i es demostra en aquest estudi, el futbol i la guerra comparteixen discurs, cosa que porta directament a connectar amb la intencionalitat de l'anàlisi crítica del discurs de desvetllar els trets de dominació en l'esdeveniment social i comunicatiu. La utilització de metàfores bèl·liques remet a l'imaginari comú de l'enfrontament i el fomenta per fer la narració esportiva una mica més espectacular i passional. Això es relaciona amb el hooliganisme periodístic (Pacheco Barrio, 2012), que porta els narradors a identificar-se amb certs equips i a no ocultar-se davant les audiències.

En aquest sentit, es reforça la idea de l'oposició del nosaltres *versus* ells o elles, ja que des de la posició dominant de tenir un micròfon des del qual narrar el partit es porta a terme un periodisme de bufanda (Pacheco Barrio, 2012). En fer ús del



llenguatge bèl·lic es presenta l'altre com a enemic, es banalitza el conflicte armat en convertir un enfrontament esportiu en un esdeveniment comparable a la guerra i es fomenta la lògica de l'enfrontament. El rival esportiu passa a ser un enemic i així es transmet a les audiències.

És per això que, en el context del discurs d'odi i de la piràmide d'odi, l'ús de les metàfores bèl·liques i la lògica de conflicte que comporta amb «l'altre» (amb el rival, amb l'enemic), o la consideració d'inferioritat dels i de les altres, pot significar una base per normalitzar discursos i comportaments amb major càrrega de menyspreu, agressivitat i violència ja que la deshumanització del rival i la banalització de l'enfrontament comporten una normalització d'actituds potencialment agressives; més si és des dels micròfons de les emissores amb més audiència des d'on es fomenta aquest tipus de llenguatge. L'estudi comprova que l'ús del llenguatge bèl·lic s'empra per dotar d'èpica les trobades esportives i per promoure'n l'espectacle. A més, totes les emissores analitzades fan servir aquest tipus de llenguatge que acaba fomentant el discurs del nosaltres *versus* ells o elles.

La present investigació aprofundeix en l'estudi de l'ús del llenguatge bèl·lic en les narracions de partits de futbol a les sis emissores de ràdio més seguides en línia amb literatura precedent, cosa que el converteix en un estudi exhaustiu. No obstant això, queda fora de l'abast d'aquest article oferir una mostra d'estudi més àmplia pel que fa a partits analitzats. Pot ser treball de futures investigacions augmentar el nombre de partits analitzats en les mateixes emissores de ràdio. Així mateix, els resultats de l'estudi podrien ampliar-se en el futur amb l'anàlisi de partits més recents per comprovar si perduren les mateixes tendències observades. 📍

## Bibliografia

- AIKIN, S. (2011). «A defense of war and sport metaphors in argument». *Philosophy and Rhetoric* [en línia], vol. 44 (3), p. 250-272. <<https://doi.org/10.5325/phillrh.44.3.0250>> [Consulta: 20 maig 2020].
- ALZAWAYDEH, R.; ALGHAZO, S. (2018). «Analysing media discourse: The case of conceptual metaphors in football news headlines in English and Arabic». *International Journal of Linguistics* [en línia], 10 (6), p. 116. <<https://doi.org/10.5296/ijl.v10i6.13502>> [Consulta: 20 maig 2020].
- BLANCO, J. M. (2001). «Las retransmisiones deportivas como género periodístico espectacular y dramático». *ZER. Revista de Estudios de Comunicación = Komunizazio Ikasketen Aldizkaria*, 6 (11).
- BROMBERGER, C. (2007). «Cultures and identities in Europe through the looking glass of football». A: DEMOSSIER, M. (ed.). *The European puzzle. The political structuring of cultural identities at a time of transition*. Nova York; Oxford: Berghahn Books, p. 119-140.
- CARRERA, P. (2017). «Internet o la sociedad sin espectáculo». *EU-topías. Revista de Interculturalidad, Comunicación y Estudios Europeos*, 13, p. 37-46.
- CASA, J. M. H. de la; CRESPO, E. M. (2016). «Espectacularización del riesgo y cobertura mediática: Greenpeace y la central nuclear española de Garoña. A: *La comunicación en situaciones de riesgo y crisis*. València: Tirant lo Blanch, p. 283-294.
- CASAS-MORENO, P. de; RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, F. M.; AGUADED, I. (2017). «El discurso mediático en la prensa digital del baloncesto masculino y femenino en Huelva». *SPORT TK: Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte*, 6 (1), p. 147-156. <<https://doi.org/10.6018/293601>> [Consulta: 20 maig 2020].
- CASTAÑO-ARIAS, J. C. (2015). «El lenguaje del fútbol». *Hojalata*, 7, p. 45-52.
- CONTI, R. (2016). «Arte, tecnología y espectáculo. Un análisis sobre el rol de la crítica en la batalla cultural». *Anuario de Estética y Artes*, 7 (7), p. 69-77.
- DEBORD, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.
- DUK, T. A. van (2015). «Discourse analysis». A: Tannen, D.; Hamilton, H. E.; Schiffrin, D. (ed.). *The handbook of discourse analysis*. 2a ed. Vol. I. West Sussex: John Wiley & Sons, p. 466-485. <<https://doi.org/10.4324/9781315675824-3>> [Consulta: 20 maig 2020].
- FLUSBERG, S. J.; MATLOCK, T.; THIBODEAU, P. H. (2018). «War metaphors in public discourse». *Metaphor and Symbol* [en línia], 33 (1), p. 1-18. <<https://doi.org/10.1080/10926488.2018.1407992>> [Consulta: 20 maig 2020].
- GAGLIARDONE, I.; GAL, D.; ALVES, T.; MARTÍNEZ, G. (2015). *Countering online hate speech*. París: UNESCO.
- GÓMEZ-BUENO, J. (2013). «La politización del deporte en los medios escritos especializados». *Razón y Palabra*, 17 (3\_84), p. 602-617.
- GONZÁLEZ-RAMALLAL, M. E. (2004). «El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España». *Revista Española de Sociología* [en línia], 4, p. 271-280. <[http://www.researchgate.net/publication/28089194\\_El\\_reflejo\\_del\\_deporte\\_en\\_los\\_medios\\_de\\_comunicacin\\_en\\_Espana](http://www.researchgate.net/publication/28089194_El_reflejo_del_deporte_en_los_medios_de_comunicacin_en_Espana)> [Consulta: 20 maig 2020].
- JANSEN, S. C.; SABO, D. (1994). «The sport / war metaphor: Hegemonic masculinity, the Persian Gulf War, and the new world order». *Sociology of Sport Journal* [en línia], 11 (1), p. 1-17. <<https://doi.org/10.1123/ssj.11.1.1>> [Consulta: 20 maig 2020].
- JAWORSKA, S. (2017). «Metaphors we travel by: A corpus-assisted study of metaphors in promotional tourism discourse». *Metaphor and Symbol* [en línia], 32 (3), p. 161-177. <<https://doi.org/10.1080/10926488.2017.1338018>> [Consulta: 20 maig 2020].
- JENKINS, T. (2013). «The militarization of American professional sports: How the sports-war intertext influences athletic ritual and sports media». *Journal of Sport and Social Issues* [en línia], 37 (3), p. 245-260. <<https://doi.org/10.1177/0193723512470686>> [Consulta: 20 maig 2020].
- LABRADOR MÉNDEZ, G. (2007). «Cuando ataca Ronaldo ataca una manada. El discurso del fútbol en los media actuales como discurso épico (estructuras, formas y funciones comparadas). *Culturas Populares*, 4, p. 1-50.
- LAKOFF, G.; JOHNSON, M. (1980). *Metaphores we live by*. Londres: The University of Chicago Press.
- LEWANDOWSKI, M. (2012). «Football is not only war. Non-violence conceptual metaphors in English and Polish soccer language». *Sprache Und Fußball Im Blickpunkt Linguistischer Forschung* [en línia] (maig), p. 79-95. <[https://www.researchgate.net/publication/261063031\\_Football\\_is\\_not\\_only\\_war\\_Non-violence\\_conceptual\\_metaphors\\_in\\_English\\_and\\_Polish\\_soccer\\_language](https://www.researchgate.net/publication/261063031_Football_is_not_only_war_Non-violence_conceptual_metaphors_in_English_and_Polish_soccer_language)> [Consulta: 20 maig 2020].

- LOWE, S. (2013). *Fear and loathing in La Liga: Barcelona vs. Real Madrid*. Londres: Yellow Jersey Press.
- MACÍAS, R. A. G. (2015). «Del amor al odio: rutinas y lenguaje usado en la cobertura de la selección mexicana en Brasil 2014». *Global Media Journal*, 12 (23), p. 19-34.
- MARINI, E. (2016). *Las redes sociales como estrategia comunicativa en la espectacularización del deporte. El caso del fútbol de masas en España, Italia e Inglaterra*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- MEDINA MONTERO, J. F. (2015). «La metáfora en el lenguaje futbolístico: El caso del tiempo, el lugar y los útiles deportivos en español, y propuestas de traducción al italiano». *Rivista Internazionale di Tecnica della Traduzione (RITT)*, 17, p. 137-155.
- MONTAGUT, M.; CARRILLO, N. (2017). «Estrategias de espectacularización en las tertulias políticas televisivas. Caso de la cobertura de las elecciones municipales de Barcelona de 2015». *El Profesional de la Información*, 26 (4), p. 621-629.
- MONTERO, E.; FERRÉ-PAVIA, C. (2017). «Elementos de espectacularización en los informativos televisivos de «prime time»: el caso de *Charlie Hebdo*». *Observatorio (OBS\*)*, 11 (2), p. 35-60. <<https://doi.org/10.15847/obsOBS1122017962>> [Consulta: 20 maig 2020].
- MORENO-DÍAZ, J.; MEDINA DE LA VIÑA, E. (2018). «La espectacularización de los concursos: evolución y procesos de producción». A: *Comunicación y espectáculo. Actas del XV Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación*. Porto: Universidade do Porto, p. 291-312.
- NAJJARI, R.; MOHAMMADI, M. (2018). «Metaphorical conceptualization of sport through territory as a vehicle». *Journal of Research in Applied Linguistics* (en línia), 9 (1), p. 127-147. <<https://doi.org/10.22055/rals.2018.13408>> [Consulta: 20 maig 2020].
- NOMDEDEU-RULL, A.; TORREBADELLA-FLIX, X. (2018). «Antonio Viada: Regeneracionismo, deporte y lengua española. La institucionalización de las primeras voces del fútbol en España en el *Manual del Sport* (1903)». *Arbor*, 194 (789), p. 470.
- ONU (2019). *La estrategia y plan de acción de las Naciones Unidas para la lucha contra el discurso de odio* (en línia). <[https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action\\_plan\\_on\\_hate\\_speech\\_ES.pdf](https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_ES.pdf)> [Consulta: 20 maig 2020].
- OWENS, J. W. (2006). «The coverage of sports on radio». A: RANEY, A. A.; JENNINGS, B. (ed.). *Handbook of sports and media* (en línia). Routledge, p. 124-137. <<https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9780203873670.ch7>> [Consulta: 20 maig 2020].
- PACHECO BARRIO, M. A. (2012). «Los programas deportivos radiofónicos en la medianoche: La supremacía del fútbol en los contenidos». *Historia y Comunicación Social* (en línia), 17, p. 269-295. <[https://doi.org/10.5209/rev\\_hics.2012.v17.40610](https://doi.org/10.5209/rev_hics.2012.v17.40610)> [Consulta: 20 maig 2020].
- PANKOV, M.; MIHELJ, S.; BAJT, V. (2011). «Nationalism, gender and the multivocality of war discourse in television news». *Media, Culture and Society* (en línia), 33 (7), p. 1043-1059. <<https://doi.org/10.1177/0163443711415745>> [Consulta: 20 maig 2020].
- RAFFAELLI, I.; KATUNAR, D. (2016). «A discourse approach to conceptual metaphors: A corpus-based analysis of sports discourse in Croatian». *Studia Linguistica Universitatis Iagellonicae Cracoviensis* (en línia), 133 (2), p. 125-147. <<https://doi.org/10.4467/20834624SL.16.010.5156>> [Consulta: 20 maig 2020].
- RAMONET, I. (1999). «Una religión laica». A: SEGUROLA, S. (ed.). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de Debate, p. 47-53.
- REINARDY, S.; WANTA, W. (2015). *The essentials of sports reporting and writing*. Nova York: Routledge.
- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, F. (2016). «Usos metafóricos de anglicismos en el lenguaje futbolístico». *Puntoycoma*, 146, p. 34-39.
- ROJAS TORRILLOS, J. L. (2010). «La responsabilidad social del informador en el uso del lenguaje ante la proliferación de hechos violentos en el mundo del deporte». *Vivat Academia*, 111 (juny), p. 1-17.
- (2015). «La creciente banalización de los contenidos deportivos». *Cuadernos de Periodistas: Revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 31, p. 48-56.
- ROMERO, G.; PATES, G. (2017). «Descontextualización, espectacularización y machismo en las narrativas mediáticas sobre violencia hacia las mujeres en Argentina: ¿con la visibilización alcanza?» *Anagramas: Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 16 (31), p. 67-89.
- ROSS, A. S.; RIVERS, D. J. (2019). «Froome with his SKY bodyguards, layers of armour: The “sport is war” conceptual metaphor in grand tour cycling commentary». *Communication and Sport* (en línia), 7 (2), p. 176-197. <<https://doi.org/10.1177/2167479517752431>> [Consulta: 20 maig 2020].

## RAÚL MARTÍNEZ-CORCUERA, CRISTINA FERNÁNDEZ-ROVIRA I MARC COMPTE-PUJOL

- SALAZAR, S. G. (2002). «El lenguaje deportivo entre coloquial y literario». *Isla de Arriarán: Revista Cultural y Científica*, (19), p. 365-384.
- SARREMEJANE, P. (2016). «Los tres niveles de instrumentalización del deporte de alto nivel: Implicaciones éticas». *Fair-Play: Revista de Filosofía, Ética y Derecho del Deporte*, 4 (1), p. 101-128.
- SEGURA SOTO, G. A. (2009). «Prepara, apunta, dispara... fusila al portero. La metáfora bélica en el fútbol». *Revista Artes y Letras*, xxxiii (Especial), p. 67-74.
- SOBRADOS-LEÓN, M. (2009). «La crónica de fútbol: evolución, estructura y lenguaje». A: *Prensa y periodismo especializado: IV Congreso Internacional Prensa y Periodismo Especializado (Historia y Realidad Actual)*. Guadalajara: Editores del Henares, p. 79-90.
- SOLER CAMPILLO, S.; MARZAL FELICI, J. J. (2018). «La estrategia transmedia de "À punt mèdia" y la nueva gobernanza: hacia un nuevo modelo de RTV de proximidad». A: GALÁN, E.; RODRIGUEZ SERRANO, A.; MARZAL FELICI, J. J. (coord.). *Contenidos transmedia para la radiotelevisión de proximidad*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, p. 125-150.
- STEMPEL, C. (2006). «Televised sports, masculinist moral capital, and support for the US invasion of Iraq». *Journal of Sport and Social Issues* [en línia], 30 (1), p. 79-106. <<https://doi.org/10.1177/0193723505282472>> [Consulta: 20 maig 2020].
- THIBODEAU, P. H.; CROW, L.; FLUSBERG, S. J. (2017). «The metaphor police: A case study of the role of metaphor in explanation». *Psychonomic Bulletin and Review* [en línia], 24 (5), p. 1375-1386. <<https://doi.org/10.3758/s13423-016-1192-5>> [Consulta: 20 maig 2020].
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1999). «Una religión laica». A: SEGUROLA, S. (ed.). *Fútbol y pasiones políticas*. Madrid: Temas de Debate, p. 47-53.
- VERA, J. A. C. (2016). «De jugadors a espectadors. La construcció de l'espectacle mediàtic en el context dels esports electrònics». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 55, p. 1-16.
- WALDRON, J. (2012). *The harm in hate speech*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- WILIŃSKI, J. (2014). «Metaphors in written soccer commentaries: Evidence from German». *Acta Neophilologica*, 16 (2), p. 87-97.