



Proyecto de Integración Final:

El color de la tinta:

**Efecto de la polarización Barcelona - Real Madrid en los
diarios Marca, As, Sport y Mundo Deportivo**

Alumno: Juan Miguel La Rotta

Docente: Rosaura Audi

Índice

- Introducción
- Historia del Clásico Barcelona – Real Madrid.
- Contrato de lectura de los diarios deportivos en España
- Conclusiones.
- Anexos.
- Bibliografía.

Introducción

En el mundo globalizado e interconectado que vivimos, el fútbol ha alcanzado niveles de influencia económica y política que resultan difíciles de creer para una persona que lo experimentó en épocas pasadas. La excelencia de los jugadores y la de los profesionales que se encargan de llevar el espectáculo más grande del mundo a los ojos y oídos de las masas que quieren disfrutar de él, van de la mano. La historia ha beneficiado más a unos que a otros, y en la constante lucha que ha sido el ganarse el prestigio este deporte, en la actualidad se encuentra dos grandes nombres: Barcelona y Real Madrid. Esta rivalidad se ha globalizado tal como cualquier gran marca comercial o estrella musical.

El seguimiento masificado que surge alrededor de esta vieja lucha de poderes, crea una distribución binomial entre ambos, que es casi ineludible en estos días. Es difícil encontrar un fanático de fútbol que sea absolutamente imparcial acerca de este debate. Es así como este culto reúne la atención de millones y suma adeptos cada vez más fieles y cada vez más alejados de la península ibérica.

La atención masificada causa entonces un fenómeno dentro del periodismo deportivo, el cual se distorsiona por tratarse de un tema tan abierto a la opinión y a la interpretación como es el balompié. Desde el exceso de fuentes disponibles que debaten cual club es más prestigioso que el otro o quien se encuentra en mejor momento, se encuentran cuatro pilares del periodismo el lo que concierne a estos dos equipos. Cuatro diarios que tienen discurso propio para quienes aceptan su contrato de lectura. Los diarios MARCA y AS, “Madridistas” por excelencia (madrileños, pero que se representan más por su lealtad al club de la capital española) y SPORT y Mundo Deportivo, los férreos “Barcelonistas” (provenientes de la ciudad condal, que defienden y representan al “Barça”). Al alternar entre uno y otro de los polos opuestos que componen esta lucha, se encuentra implícita una lealtad y un clientelismo que es más importante que el concepto de la objetividad, es decir, que a pesar de los diferentes componentes que tenga la historia, el fin siempre es el mismo: enaltecer el nombre y el prestigio de su club. El principal ítem de este trabajo es entender cómo el contrato de lectura de estos cuatro diarios, tienen en un segundo plano, a lo que el periodismo siempre debería estar buscando a toda costa: la objetividad. Esta queda relegada a un segundo plano a causa de alimentar el ego

que pueden sentir los lectores por un club o el otro. La línea editorial que mantienen estos diarios se ha moldeado así desde los principios del Clásico y sus lectores esperan que la mantengan.

Según dice Eliseo Verón en su "*Análisis del Contrato de Lectura*", cada medio, sea escrito o audiovisual, comparte con su audiencia un contrato tácito en el que el medio establece una relación con su audiencia, con el cual consensúan los contenidos, el enfoque y el estilo en general de la presentación de información. Al analizar diarios de índole general es diferenciable cómo tratan un tema los discursos de distintos diarios, pero mantener el prestigio de una empresa no debe ser parte del objetivo (dentro de un periodismo idealizado). Sin embargo, en ámbitos como el fútbol se encuentran medios en los que el orgullo del simpatizante es parte principal del contrato de lectura. Es probable que cualquier equipo de primera división en el mundo tenga como mínimo un "hincha" apasionado que escriba acerca de su club sin otro interés que alimentar el ego por la camiseta que defiende, pero al situarse en una masificación binomial como este fenómeno del choque Barcelona-Real Madrid, se encuentran medios en los que la edición con intenciones de cuidar sensibilidades o enaltecer orgullos, sucede todos los días. De esta manera serán analizados los diarios deportivos más importantes de España y la relación que tienen con sus lectores.

Para ilustrar este fenómeno de manera precisa es necesario desarrollar un entendimiento en lo que significa el fútbol para la cultura popular en el particular contexto histórico en que se desarrolló esta pugna, al igual que una interpretación sociológica acerca de cómo el concepto de la dominación se transfiere a los deportes y es plasmada por estos clubes. Es natural que un simpatizante del fútbol apoye al equipo de su ciudad natal, y más así si es el equipo más grande de la ciudad y en algunas ocasiones del país como es el caso de Real Madrid y Barcelona. Por ende hacer un estudio enfocado en estas dos ciudades acerca de el contrato de lectura que tiene un individuo con el medio que decide leer dará resultados muy monótonos lo cual no sería óptimo para un análisis más científico. Es por esto que el objetivo de esta tesis será encontrar la relación entre el equipo por el cual se simpatiza y el diario que el lector leerá, o más comúnmente, que portal de Internet visitará. Puesto a que los consumidores de estos diarios que serán estudiados, no estén dentro de España, su relación con un medio o por un club no

tendrá que ver con regionalismos o ideologías políticas, estarán más claras las razones por las cuales se decide por un diario u otro a la hora de informarse.

Tal como lo plantea Eliseo Verón, para analizar el contrato de lectura de cualquier medio o “soporte” como él lo llama, será necesario compararlo con el “soporte de referencia” es decir aquel que esté más consolidado entre los lectores. Puesto a que estos son los diarios más consumidos de especialización en fútbol español, no podemos atribuir el título de soporte de referencia a uno antes que otro, así que primero debemos establecer cual es, para poder desarrollar de ahí el análisis semiótico acerca de cada uno de los soportes.

Para la aproximación de este trabajo, será primordial analizar a los cuatro diarios mencionados, en materia de contenido periodístico y edición editorial basándose en el “Análisis del ‘Contrato de Lectura’” de Eliseo Verón. Las portadas y las primeras páginas al igual que la versión en Internet del diario, serán el enfoque principal de este análisis, partiendo desde la llegada de Josep Guardiola al banquillo del Barcelona a mediados de 2008 como periodo principal de estudio.

Si se quiere conseguir una idea clara de la naturaleza del debate mediático, hay que hacer necesario conocer las razones del fanatismo que existe por estas dos instituciones. No se puede entender la relación de un medio a un equipo si no se entiende al equipo en sí, y en este caso a su rival, por lo que la historia del clásico será repasada. En esta sección se intentarán explicar los factores que han convertido este partido en el más trascendente del fútbol actual. El recuento histórico de la rivalidad contendrá los orígenes de ambos clubes y los hitos políticos y deportivos que hicieron que estas instituciones se convirtieran en la Némesis el uno del otro.

Estos dos clubes tienen entre sí similitudes de forma, y las han tenido a lo largo de la historia con cualquier equipo que intente jugar un buen fútbol, pero las diferencias de fondo son aún más fascinantes. En el Real Madrid se puede encontrar el periodo de iniciación como súper potencia futbolística la época de la dictadura franquista en la cual él intentó plasmar al club “Merengue” como símbolo de la grandeza y unión española, mientras que se suprimían las sub-culturas de cada región. Por parte del Barcelona habrá que identificar sus distintos puntos altos y bajos, cómo empezó siendo una expresión de regionalismo catalán y se vio atacado por el General Franco, lo cual lo situó como el equipo que representaba la revelación contra el

orden establecido. Será necesario hablar de la época que siguió a la dictadura y cómo el club se planteó una metodología de trabajo para competir con los recursos del equipo capitalino. La historia de uno y otro club es muy rica, sin embargo el hilo de trabajo de el Fútbol Club Barcelona, está tejido de una forma más continua que la de el Real Madrid, ya que la ideología y metodología con la que trabajan desde la década del '70 es la misma que intenta continuar el club hoy en día.

El Real Madrid cuenta con una de las vitrinas más atiborradas del fútbol europeo y mantiene el récord de ser el equipo con más Copas de Campeones de Europa con un total de nueve, y con el mérito de ser el primer campeón de la competencia y ganarla en cinco ocasiones seguidas. Según la revista *Forbes* es el club de fútbol más valioso del mundo y fue nombrado como el mejor club del siglo XX. En competiciones domésticas también ha sido el club que impone el estándar de éxito, ha conseguido el título de campeón de su liga doméstica treinta y dos veces, mayor cantidad de ligas ganadas que cualquier club de las cinco ligas más importantes de Europa (España, Inglaterra, Italia, Alemania y Francia) seguido de la Juventus de Turín que cuenta con veintinueve *Scudettos*¹. El nombre del club ha sido vinculado siempre con las grandes figuras del fútbol mundial, desde las épocas de Alfredo Di Stéfano y Ferenc Puskas procuraron mantener la plantilla nutrida de los mejores nombres disponibles, tradición que se mantiene hasta hoy en el Real Madrid, que ha roto más de una vez el récord de la transferencia más cara de un jugador de un club a otro. Su nutrida historia y capitalización de los éxitos deportivos han hecho que el Real Madrid se haya situado en la cima de la “clase dominante” entre los equipos de fútbol.

Por el otro lado tenemos al Barcelona, con los mismos objetivos de grandeza, pero obteniéndolos con una cultura de formación futbolística, es el equipo más exitoso del siglo XXI en el cual ha ganado tres Ligas de Campeones de Europa. En el año 2010 se puede encontrar un claro ejemplo del éxito de esta fábrica de futbolistas. El premio Balón D'Or².(balón de oro) otorgado en colaboración por la FIFA y la prensa europea otorga cada año a sus tres finalistas con los balones de oro, plata y bronce.

¹ Scudetto: el campeón de la Serie A del fútbol viste un pequeño escudo con la bandera de Italia en su camiseta la temporada siguiente.

² Balón D'Or: Premio que se entrega en enero de cada año en el cual la prensa y la FIFA galardonan al mejor jugador del año.

En esta edición, el podio fue colmado por jugadores surgidos de “la Masía”³, con Lionel Messi como balón de oro, Xavi Hernández de plata, e Andrés Iniesta recipiente del balón de bronce. Los dos últimos, impulsados por el triunfo la selección española en la Copa del Mundo jugada en Sudáfrica ese año.

Para entender el funcionamiento del FCB como empresa y equipo habrá que acercarse a su metodología mediante los libros que ya existen sobre este club. Uno es “Senda de Campeones” de Martí Perarnau en el que se explica el camino que tiene un jugador de las fuerzas básicas al primer equipo del Barcelona.

La manera en la que estas empresas se renuevan para huir a la entropía y crean los recursos que necesitan está cambiando la forma de planear los proyectos futbolísticos alrededor del planeta. El estilo de llegar a este éxito es un largo camino por trazar, y no todos lo ha interpretado de esta manera, es por esto que se hará un detenimiento en el funcionamiento de ambos clubes a nivel de empresa, marca y equipo.

Así queda planteado el objetivo de este trabajo. En primera instancia se hará un recuento de la historia de los dos clubes en el cual se tratará de explicar de dónde nace la rivalidad de estos dos clubes y cómo esta rivalidad los ha impulsado a los logros por los cuales se reconocen hoy. Se elaborará un análisis de las principales diferencias en la forma que el los dos equipos se son manejados y cómo sus políticas a nivel institución los llevan al éxito deportivo. Posteriormente vendrá el análisis de los cuatro diarios mencionados, que será realizado en dos instancias: primero el análisis del diario, en el cual se evaluarán los distintos aspectos del diario en materia editorial y de contenido, situándose en los grander hitos del clásico desde 2008 hasta 2013. En seguimiento se expondrá el análisis de los diarios pero representado por encuestas a los lectores de los diarios. Como capítulo final se intentará establecer la relación directa que tienen los diarios a estudiar con el equipo al que estos están afiliados, junto con su la conexión de su desarrollo a través de los medios que permiten la globalización mediática.

Historia del Clásico Real Madrid vs. Barcelona.

³ La Masía: se conoce a las instalaciones donde viven y estudian a los niños y adolescentes siendo formados por el FCB

Si el motivo de este trabajo es el explicar el fenómeno globalización y gigantismo que causa el clásico español entre Fútbol Club Barcelona y Real Madrid Club de Fútbol, primero habrá que hacer una presentación y un desglosamiento de estas dos instituciones que disputan desde principio de siglo la Liga de Fútbol Profesional española.

Orígenes.

Real Madrid.

A finales de el siglo XIX el deporte que consistía de hacer pasar un balón por un marco metálico o de madera, usando todo el cuerpo menos los brazos y en el que se enfrentaban dos equipos de once jugadores, ya había salido del Reino Unido y se encontraba en expansión y una lenta globalización. Según la página oficial del Real Madrid, este deporte del balompié fue introducido por miembros ingleses de la *Institución Libre de Enseñanza* los cuales en 1897 fundaron el *Football Sky Club*. Esta congregación de jóvenes se encontraba los domingos para jugar este nuevo deporte en los terrenos desbandados de La Moncloa⁴ y a los tres años de fundado el club estaba dividido por los intereses de algunos de sus miembros por lo cual se formaron dos parcialidades. El *New Foot-ball de Madrid* bajo la presidencia de Manuel Vallarino, y el *Club Español de Madrid* que era presidido por Julián Palacios⁵. Dos años más tarde, el 6 de marzo de 1902 para ser exactos, una nueva



EL PRIMER ESCUDO

El primer escudo del Real Madrid estaba compuesto por el oso y el madroño y ribeteado por dos círculos concéntricos.

⁴ La Moncloa: terreno agrario en el interior de Madrid donde actualmente se encuentra la sede de la presidencia del Gobierno Español y residencia del presidente.

⁵ Ball, Phill (2003). *Morbo: La Historia del Fútbol en España*. WSC Books Ltda. ISBN 0-9540134-6-8

junta directiva presidida por Juan Padrós transformó el *Club Español de Madrid* en el *Madrid Football Club*, formalizando lo que había hecho Palacios unos años atrás. Este equipo iba a vestir con bermudas y camisa blanca con una franja morada, y medias y gorro azules (en la época se jugaba con gorros) en alusión al popular equipo del *Corinthians* de Londres. Este club alquiló un terreno aledaño a la plaza de toros, propiedad de la Reina Cristina por 150 pesetas anuales. Según la página oficial del Real Madrid, el 9 de marzo de 1902 el diario “Heraldo del Sport” publicó la siguiente reseña:

“El domingo 9 del corriente mes (marzo de 1902) se celebró un partido en el campo situado al lado de la Plaza de Toros, siendo el primero de los que se propone celebrar esta Sociedad (Madrid Football Club) para que sirva de ensayo a sus jugadores y poder formar su primer team.” (s.a. recuperado de <http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/es/ESTADIO/1193040475269/Historia/Historia.htm> el 02-05-2013)

Este partido se disputó entre miembros del club vestidos de azul y de rojo.

Por el equipo azul jugaron Meléndez, J. Padrós, Spottorno, Gorostizaga, Mendía, Páramo, Neyra, A. Giralt, F. Palacios, Martens y Roderó. De rojo, J. Giralt, Meléndez, Molera, Salvador, Valcárcel, Spottorno, Stampher, J. Palacios, Varela, Celada y Bueno. El equipo azul ganó por un gol a cero. (tomado de <http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/es/1193040472586/Historia/Club.htm> el 02-05-2013)

El club contó con una trastienda llamada Al Capricho y una taberna llamada La Taurina el cual utilizaban como vestuario. El primer entrenador del club fue el inglés Arthur Johnson, también fue el que le trajo su primer trofeo.

En marzo del mismo año la gobernación de Madrid junto con el alcalde planearon hacer un torneo de fútbol en honor al rey heredero de seis años Alfonso XIII en una copa que llevaba el nombre del joven monarca, posteriormente conocida como la Copa del Rey. Aquí se encuentra el primer registro histórico del objeto del trabajo. El Barcelona con una gran cantidad de extranjeros se impuso por 3-1 al equipo de la

capital y pasó a la final, pero en este torneo se jugó un partido contra el otro equipo de Barcelona, el Espanyol. En este encuentro el Madrid se llevó consigo la Copa de la Gran Peña, hecha para fomentar el espíritu deportivo de la competencia, sin embargo el primer trofeo en las hoy atiborradas vitrinas del Real Madrid, se le dio por un tercer puesto. Un año más tarde, volverían a jugar la final del torneo, pero esta vez frente al Athletic de Bilbao en la cual una vez más el equipo blanco se veía derrotado, esta vez por 3-2 contra el equipo vasco. El capitán del equipo Giralt le pidió la revancha a Astorquiza. Se dice que al Athletic de Bilbao le gustó tanto la victoria sobre el Madrid CF que decidieron montar una sucursal en la capital para poder hacerlo más seguido, y así nació el Atlético de Madrid.

La primera década del siglo culminó con el Madrid en lo más alto de la lista de campeones, puesto que en 1905 iba a conseguir su primer campeonato al vencer 1-0 al Athletic Bilbao con gol de Prats en la final. El Madrid logró levantar tres veces más el trofeo en los años consecutivos, venciendo de nuevo al Bilbao 4-1 el año siguiente, 1-0 al Vizcaya (otro tanto de Prats) en 1907 y 2-1 al Sporting de Vigo en la final de 1908. En 1912 tras la partida de los hermanos Padrós de la dirigencia el club se mudó del terreno de la Villa y Corte al campo de la calle O'Donell, mejor preparado para la práctica deportiva. Tal vez no mejor preparado pero con mejor disposición de tierra, en la cual se podía delinear un rectángulo de juego de 115 por 85 metros. Para adecuar este nuevo campo trabajaron los mismos miembros del club entre los cuales se encontraba Santiago Bernabeu. El esfuerzo de la dirigencia en materia económica y de personal se vio volcado a la construcción de este nuevo escenario por lo cual el club rescindió los logros deportivos durante la primera mitad de la década de 1910. Solamente volvió a ganar la Copa del Rey una vez durante este periodo, en 1917 en una final contundente de 4-0, de nuevo contra el Athletic Bilbao.

En 1920 vino uno de los grandes hitos en la historia del Madrid Football Club, ya que iba a dejar de reconocerse con ese nombre. El 29 de junio de ese año llegó a los predios del equipo una carta de la "Mayordomía de Su Majestad el Rey" con el siguiente mensaje:

"Su Majestad el Rey (q. D. g.) se ha servido conceder con la mayor complacencia el Título de Real a ese Club de Football, del que V. es digno presidente, el cual, en lo sucesivo, podrá anteponer a su denominación. De lo que Real orden participo a V. para su conocimiento y efectos consiguientes. Dios

guarde a V. muchos años”

Desde ese 29 de junio el club pasó a ser conocido como el Real Madrid.

En 1923 la ciudad de Madrid quedaría instaurada como la ciudad más apta para disfrutar del espectáculo del fútbol. La creciente masa de seguidores del equipo blanco iba a obligar a la Junta Directiva del club a solicitar a las instalaciones deportivas de la Ciudad Lineal la utilización del velódromo con capacidad para 8.000 espectadores para jugar sus partidos. Al mismo tiempo el Atlético de Madrid construyó el estadio Metropolitano dejando a la capital española con dos teatros perfectamente equipados para el deporte de comienzos de siglo XIX. Poco más de un año después de empezar a utilizar el campo de Ciudad Lineal se inauguró el campo de Chamartín construido por el arquitecto que pasó por el club, José María Castell, con capacidad para 15.000 espectadores. El club merengue se instaló ahí el 17 de mayo de 1924 e inauguró su nueva casa con un partido contra el campeón de la Copa Inglesa, el Newcastle United en el cual se impuso por 3-2. Hay que recordar que a principios de esta década el Madrid también participó de giras internacionales por Europa, esparciendo su nombre y su marca. En el verano de 1927 el nombre del club sería llevado hasta América, donde jugó 16 partidos con un saldo de nueve victorias, tres empates y cuatro derrotas. Según la página oficial del club “lo que es más importante, en el nuevo continente se empieza a hablar ya con admiración del Real Madrid.”

Barcelona.

La historia del FC Barcelona no puede ser contada sin utilizar un nombre, el cual pertenece a un hombre que creó el mayor símbolo de orgullo catalán, sin ser él nacido ni siquiera en España. El contador, columnista y futbolista suizo Hans Kamper visitaba a su tío en Lyon, Francia, cuando se le pidió que viajara a África para establecer una ruta para el intercambio de azúcar, y para hacer esto debería viajar por la península ibérica. Kamper no logró llegar muy lejos puesto que a las puertas de España encontró el lugar donde vivió el resto de su vida, Barcelona. Se

estableció en la ciudad condal⁶ y adoptó su cultura, inclusive reconoció su nombre catalán de Joan (Juan) Gamper. El suizo con múltiples profesiones había sido jugador del FC Basel y co-fundador del FC Zurich; y siempre se reconoció como un entusiasta del deporte. Este amor que le había cultivado al fútbol lo llevó a poner un aviso en el periódico “Los Deportes” el 22 de noviembre de 1899 convocando a un grupo de individuos a hacer parte de un colectivo que se reuniera a jugar fútbol.

NOTAS DE SPORT

Nuestro amigo y compañero Mr. Kans Kamper, de la Sección de Foot-Vall de la «Sociedad Los Deportes» y antiguo campeón suizo, deseoso de poder organizar algunos partidos en Barcelona, ruega á cuantos sientan aficiones por el referido deporte se sirvan ponerse en relación con el, dignándose al efecto pasar por esta redacción los martes y viernes por la noche de 9 á 11.

Aviso de Joan Gamper en Los Deportes

Según la página oficial del FC Barcelona:

“El 29 de noviembre (1899) Gamper y once hombres más (el suizo Otto Kunzle, el alemán Otto Maier, los ingleses John y William Parsons –hermanos- y Walter Wild y los catalanes Enric Ducal, Pere Cabot, Carles Pujol, Josep Llobet, Bartolomeu Terradas y Lluís d'Ossó) se reúnen para formar una asociación que llevará el nombre y el escudo de la ciudad: el Fútbol Club Barcelona”

(recuperado en <http://www.fcbarcelona.es/club/historia> el 04-05-2012)

“Deseó una entidad abierta a todo el mundo, sin tener en cuenta la procedencia de las personas”

⁶ Al ser la sede del Condado de Cataluña, Barcelona fue reconocida como la ciudad condal al ser la casa del conde.

dice la página oficial del club que la intención de Gamper al iniciar su gestión. Pretendía darle al club las mismas características que según él eran las que destacaban al pueblo de Barcelona, por las cuales decidió vivir ahí. “Catalanidad, democracia, polideportividad y universalidad”.

En un principio el escudo del club fue el mismo que el de la ciudad para que se diera a entender que era una sola representación. Fue recién en 1910 cuando se cambió el escudo al primero de la historia del equipo.



Escudo original del FCB



Segundo escudo del Barcelona

2013)

“La insignia explica bien las señas de identidad del Club. Tiene la Cruz de Sant Jordi y las cuatro barras de la Senyera, símbolos de Cataluña; los colores del Club, azul y grana; y un balón en el centro.”

(Tomado de <http://www.fcbarcelona.es/club/historia> el 21-05-

Desde su inicio, los colores que vestía el equipo perduran en su mayoría hasta hoy, salvo las bermudas. Camisa con una mitad azul y la otra mitad granate, con las mangas del color opuesto, junto con medias y pantaloncillo blanco. Las teorías más fuertes dicen que Joan Gamper tomo estos colores de la camiseta del FC Basel donde había jugado de joven.

El primer partido que jugó el “Barça”-como se le empezó a conocer afectivamente- fue en 1900 en el velódromo de Bonanova ante un combinado de ingleses que fueron como voluntarios, incluyendo a Walter Wild y los hermanos Parsons. El partido acabó 1-0 a favor de los ingleses. Ese mismo año se impulsó en la ciudad la intención de realizar un torneo entre equipos locales, la cual fue liderada por el presidente del Club Hispania, Alfons Macaya. Así se creó la Copa Macaya, primer

boceto del Campeonato de Cataluña, y en su primera edición quedó en manos del FCB. En 10 años el club iba a cambiar de campo cuatro veces, después de jugar en Bonanova (donde hoy se sitúa el Turo Parc) partieron para el campo del Hotel Casanovas (hoy en día el Hospital de Sant Pau) donde durarían menos de un año. Buscando un lugar más amplio para poder invitar a su concurrencia, el Barcelona mudó su sede al Campo de la carretera de Horta hasta 1905. Encontrando un espacio amplio y situado más adentro de la ciudad el club mudó su cancha al Campo de la calle Muntaner el cual fue reconocido como el *Camp de la Indústria* con una capacidad de 8.000 espectadores (algo más adecuado a las expectativas de Gamper). Ahí se determinó uno de los grandes rasgos de la identidad barcelonista, puesto que con la creciente popularidad del club los espectadores llenaban el lugar y les era complicado encontrar sitio. Aquellos que se sentaban en lo más alto de las gradas tenían la espalda hacia la calle, y junto con la espalda los transeúntes podían verle el *cul* a quienes atendían el espectáculo (*cul* es la palabra en catalán para el área de los glúteos). De esta forma quienes caminaban cerca del Campo de la Industria les gritaban “¡Ey culés!” dando así nombre al apelativo por el cual fueron reconocidos de ahí en adelante los simpatizantes del club azul y grana.

Desde que Gamper dejó de ser jugador y reemplazó a Walter Wilde como presidente del club en 1903, su tarea más continua fue encontrar un espacio propio en el que pudiera jugar el equipo y así poder recibir las ganancias de la boletería y generar una fuente de ingresos estable.

El primer partido que jugó fuera de Cataluña fue en el duelo por la Copa Alfonso XIII (Copa del Rey) ante Real Madrid, en el cual salieron victoriosos por 3-1 y pasaron a la final contra el Vizcaya, en la cual cayó por 1-2. A nivel regional, el Barça arrasó con los títulos, ganando todos los Campeonatos de Cataluña desde la temporada 1909-1910 hasta 1921-1922 con excepción de cinco (1911-12, 1913-14, 1914-15, 1916-17 y 1917-18). En la temporada 1911-12 ingresó al club uno de los nombres que más se reconocerían en la historia del club. Paulino Alcántara de 15 años se unía al Barcelona y en 359 partidos oficiales y amistosos anotaría 367 goles, récord que no se ha roto en más de un siglo.

En la Copa del Rey solo se coronó hasta la temporada 1909-1910 y repitió el título otras cuatro veces hasta de 1922. Al volver de Madrid con el trofeo en las manos, los

miembros de equipo fueron recibidos con fervor por la nueva fanaticada local, la cual centró su celebración cerca de un quiosco de bebidas cerca de la Fuente de Canaletas. Más de 100 años más tarde los simpatizantes culés celebran en esta fuente cada vez que su equipo gana un campeonato o vence al Real Madrid.

Hay que mencionar aquí la Copa de los Pirineos, en la cual competían equipos del sur de Francia y del país vasco al igual que los catalanes. En las cinco ediciones que se jugaron, los culés ganaron cuatro y la quinta la consiguió el equipo del otro lado de la vereda, el Espanyol de Barcelona.

Para 1922 Gamper había conseguido que la base de socios del FCB fuera de más de 20.000 integrantes a través de las campañas que había iniciado, por ende el club necesitaba un escenario con más capacidad que el campo que les vio nacer el nombre de *culés*. Se movieron las instalaciones el 20 de marzo de mismo año para el nuevo terreno de Les Corts, nombrado así por la avenida con el mismo nombre a la que era adyacente. El nuevo estadio tenía una capacidad de 22.000 espectadores los cuales con reformas hechas con tres décadas más de trabajo llegaron a los 60.000. Se asignó como el primer entrenador de cabecera de la historia al inglés Jack Greenwell, un inglés que había formado parte del plantel a partir de 1913. Greenwell duró siete años al mando del equipo, tiempo récord para la institución solo igualada en la década del '80 por Johan Cruyff.

Para finales de la década del '20 el Barcelona ya era un símbolo fuerte del sentido de pertenencia catalán y era seguido por toda la ciudad. En 1928 gana el título más disputado en lo que llevaba la alta competencia del fútbol español, ya que la final se tuvo que disputar tres veces. Después de dos empates ante el equipo vasco de la Real Sociedad, el Barça logró imponerse por 3-1 en el marcador. Este partido contó con una cobertura radial nunca antes vista en España al igual que la que se hizo al otro día en los medios gráficos.

Ricardo Zamora

Hasta este punto (1928) es posible hacer un recuento de la historia de ambos equipos de



Ricardo Zamora en épocas del Barcelona

manera paralela aunque se hayan cruzado entre sí, pero con la creación de la Liga de Fútbol empieza a crear una relación más estrecha y friccionada entre ellos, por eso es necesario introducir un asterisco a este punto del trabajo. Para ilustrar dicho asterisco el mejor ejemplo será tal vez la carrera del célebre portero español Ricardo Zamora. Nació en 1901 y a los 15 años entró al Espanyol de Barcelona y sus buenas actuaciones li llevaron a incorporarse al Barcelona, en el cual se volvió figura y marcó una época según la página oficial del club.

“En la década de los años veinte, el fútbol se convierte en un deporte de masas. El FC Barcelona sigue atrayendo una buena parte de la atención futbolística gracias a un equipo de ensueño, formado por figuras como Samitier, Alcántara, Zamora, Sagi, Piera y Sancho, que se convierten en los primeros grandes ídolos del barcelonismo.” (tomado de <http://www.fcbarcelona.es/club/historia> el 27-05-2013)

Tras su paso por el Barcelona volvió al Espanyol en 1922 donde seguía mostrando gran nivel y para finales de década el Madrid se iba a interesar por él. Según la página del club merengue “En septiembre del último año de la década, Ricardo Zamora llega al Real Madrid por la astronómica cifra de 150.000 pesetas. Zamora venía precedido de una gran fama, que acrecentará en el Madrid hasta convertirse en parte de su dilatada leyenda.”

Ricardo Zamora entonces fue la primera figura reconocida en haber usado ambas camisetas y es recordado hasta la fecha como uno de los mejores porteros españoles de la historia. En la primera edición de La Liga fue el arquero menos goleado con 24 goles en 15 partidos, logro que iba a conseguir dos veces más con el Real Madrid. Desde 1959 el diario madrileño Marca otorga premios al jugador con más goles y el arquero menos batido, este último lleva el nombre de Trofeo Zamora.

La primera Liga



Josep Samitier marcándole al Bilbao

Para 1928 seis equipos habían ganado la Copa de España Athletic Club, Arenas Club de Guecho, Real

Madrid C. F., Real Sociedad de Fútbol, F. C. Barcelona y Real Unión Club y tres habían sido subcampeones R. C. D. Español, Club Atlético de Madrid y C. E. Europa. Un torneo entre 12 equipos iba a dar cupo a la ser el décimo equipo para disputar contra los clubes ya mencionados, y lo ganó el Racing de Santander. Con estos diez equipos se jugó en la temporada 1928-29 la primera edición de la Liga Profesional de Fútbol de España. En la primera fecha de su historia ambos equipos consiguieron los dos puntos que se otorgaba en ese entonces por cada victoria (a diferencia de los 3 puntos que se dan en el fútbol moderno), el Real Madrid arrolló 5-0 al Europa de Barcelona mientras que el Barcelona ganó 0-2 (como visitante) al recién incluido Racing. En la segunda fecha se dio el primer clásico liguero de la historia en cancha del Barcelona en el cual se impondría el equipo merengue por 1-2 con dos goles de Morera al 10' y al 55'. Para los blaugranas descontó Parera al 70'. Da la casualidad que para los dos equipos el arquero era de apellido Vidal. Pese al triunfo del Real Madrid los catalanes fueron quienes se quedaron con la liga, dejando a los madrileños segundos. Ambos acabaron con 23 puntos sin embargo el Barcelona tenía un partido más en el campeonato contra el Espanyol por lo que se le otorgó el trofeo.

Los dos años siguientes el título fue para el Athletic de Bilbao, y al término de éstos, el Real Madrid consiguió su primer título y lo hizo de manera invicta ganando diez partidos y empatando ocho para sumar 28 puntos. El año siguiente reeditó el título. “El Real Madrid había escrito una gesta, no sólo al haber conseguido el título sino al hacerlo sin perder un partido. La solidez defensiva formada por el trío Zamora, Ciriaco y Quincoces —el equipo sólo encajó 15 tantos— tuvo una cuota importante en el éxito” (tomado de <http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/es/1193040472586/Historia/Club.htm> el 29-05-2013). Mientras tanto por los lados de Barcelona se auguraba una década fría y llena de vicisitudes debido al suicidio el 30 de julio de 1930 a los 52 años de su fundador Joan Gamper. Como es natural en todo tipo de asociaciones, el club quedó desvalorizado con la caída de su líder, y siguiendo esta tendencia socios y jugadores se alejaban del club, que mantenía su postura como representante de la sociedad. A mediados de 1932 el Barça se vio obligado a traspasar a su delantero estrella Josep Samitier al Real Madrid por el mal estado económico en el que se encontraba la institución. La final de la Copa del Rey en 1936 (menos de un mes antes de empezar

la guerra civil) ilustró la decaída del equipo blaugrana al tiempo que recalcó la forma en la que los merengues se beneficiaban de esto. El partido que se disputó en Valencia dio como vencedor al Real Madrid por 2-1 y con un protagonismo clave de Ricardo Zamora para evitar el empate culé.

Es importante detenerse en este momento y hacer un recuento. Para inicios de la Liga ambos clubes tenían más de 30 años y se encontraban en la elite del fútbol, no obstante no se constituía la elite entre estos dos. Como vemos el Athletic de Bilbao había sido campeón de Copa en varias ocasiones, fue el primero en reeditar el título de liga y antes de 1936 lo ganaría dos veces más. El Real Madrid de todas formas se mostraba fuerte, fue subcampeón en el bicampeonato del Athletic en el '33 y '34 al igual que cuando Betis salió campeón en el '35. Las tres ocasiones a solo un punto de distancia. Sin embargo en este punto el deporte tuvo que hacerse a un lado porque en España solo cabía la guerra. La página oficial del FCB lo describe diciendo lo siguiente: “En los años treinta, la población vivía con más entusiasmo los mítines políticos en las plazas de toros que los partidos de fútbol.”

Tiempos de guerra.

La guerra civil española comenzó el 17 de julio 1936 y terminó el primero de abril de 1939 con la proclamación de la dictadura General Francisco Franco (1892-1975). El “Generalísimo” (como se iba a autoproclamar una vez instaurado en el poder) es tal vez el personaje más determinante en la desigualdad entre los dos equipos en la primera mitad el siglo XX y en gran parte es el causante de las actitudes regionalistas de algunos pueblos de España, las cuales alimentaron la rivalidad deportiva. Desde este punto el FC Barcelona fue indudablemente perjudicado por la guerra y posteriormente la dictadura. Tan solo 20 días habían transcurrido de la guerra cuando el nuevo presidente del Barça Josep Suñol, se encontraba en Madrid con fines políticos y no deportivos. Según la página oficial del club:

Como parlamentario de ERC en las Cortes de Madrid, Suñol se desplazó allí desde Valencia, donde había ido a realizar tareas de enlace en nombre del presidente del Parlament de Catalunya, Joan Casanovas. Josep Suñol actuaba como enlace político y no para fichar a ningún jugador.

Por segunda vez en la década el FCB se quedaba repentinamente sin un líder y en el desconcierto y el conflicto bélico, los capitales huían alarmados. En este periodo de tres años se suspendió la liga española, en este recuento de campeones desde el principio de ésta del diario AS se demuestra el paro http://futbol.as.com/futbol/2010/05/16/mas_futbol/1273960832_850215.html No



obstante el fútbol se jugó practicando. Este ejemplar del diario Mundo Deportivo en el cual se anunciaba al Barcelona campeón de la Liga Mediterránea permite atisbar como los medios de la época se veían obligados a reflejar la guerra aunque fuesen deportivos. Hay que fijarse tan solo en la bolanta superior al nombre del diario en la cual dice “Diario de Deportes y Guerra”.

Un torneo durante la temporada 1936-37 se jugó entre los seis equipos de la Federación Catalana y cuatro equipos de la comunidad de Valencia participaron en una “Liga Mediterránea”. Esta liga fue establecida con ayuda del gobierno republicano como una sustitución a la Liga. En un principio debían disputarla doce equipos, seis que disputaban el campeonato de Levante y los seis del campeonato catalán, pero el Hércules FC, el Murcia FC y el Cartagena FC no se inscribieron por que sus ciudades fueron bombardeadas. Otros torneos regionales se estaban formando fuera de la capital donde se concentraba la tensión de la guerra, sin embargo los clubes madrileños querían seguir jugando. Atlético de Madrid y Real

Madrid intentaron participar del Campeonato de Cataluña que se jugó antes de la Liga Mediterránea de la cual solo el Real Madrid quiso participar. El Barcelona vetó la inclusión en ambas instancias. Con muchos problemas financieros y la amenaza de clausura por las inclinaciones anarquistas de algunos dirigentes (disidentes con las de ambos bandos que peleaban la guerra) los culés encontraron una alternativa para reunir fondos, con una gira internacional. Así el FCB salió de gira por México y Estados Unidos el verano de 1937.

Para 1938 el “bando sublevado” (liderado por Francisco Franco) era más tenía una posición más firme sobre España y logró aislar a Cataluña de el sector republicano del país, lo cual borró toda posibilidad de crear una nueva liga. Para 1939 los sublevados consiguieron vencer en su campaña y el Generalísimo se situó como dictador y le declaró la guerra a todo símbolo regionalista o separatista que él considerara estuviese en contra de su centralismo y nacionalismo. No obstante tanto Madrid como Barcelona se habían visto afectados por la guerra y ambas instituciones no se salvaron, ambos campos estaban en mal estado y los socios y jugadores de toda España se habían concentrado en soportar los tiempos de enfrentamiento bélico, y en el caso del Barcelona, su sede social había sido destruida por un bombardeo. Franco emprendió su guerra contra el separatismo desde temprano en su dictadura. Sancionó a todos los jugadores que habían participado de la gira por América por dos años por lo cual el equipo debió reestructurar su plantilla radicalmente. También obligó al club a retirar la *senyera* (bandera catalana de rayas verticales amarillas y naranja) de su escudo y cambiar su idioma oficial al castellano, por ende también debió cambiar su nombre a Barcelona Club de Fútbol. Claro está que esto no solo se aplicó a la comunidad catalana. Cualquier símbolo de autonomía regionalista en España fue censurado y prohibido por el franquismo, lo cual posteriormente se sabrá, incrementó la rivalidad del resto de comunidades con Madrid, y volvió al apoyo de una entidad futbolística una afirmación política.

“El nuevo régimen dictatorial recelaba del Barça, al que identificaba como una entidad comprometida con la causa republicana y con el catalanismo.” (tomado de la página oficial del club). Poco después de terminar la guerra, ya que el campo se encontraba en condiciones utilizables (considerando que resistió tres años de guerra civil) se reabrió el campo de Les Corts, el 29 de junio de 1939. Este partido fue

utilizado para enviar un mensaje a todo el pueblo catalán, puesto que el partido fue precedido de varios discursos de parte del nuevo régimen, donde proclamaban que el club iba a dejar de ser un símbolo separatista y sería un símbolo de españolismo. La represión oficial del idioma catalán y de los símbolos de orgullo regional creó en los habitantes de esa ciudad un deseo de rebelión ante el centralismo impuesto. Sin embargo no el franquismo logró desestimar el apoyo del pueblo catalán hacia su equipo, lo cual convirtió al campo de Les Corts en el único ámbito en el cual podían expresar su cultura, incluso por el fenómeno de masa el cual las autoridades no podían controlar en su totalidad, se le daba la oportunidad a las personas de hablar su idioma catalán en el estadio.

Es posible aseverar que la historia de esta rivalidad se vio partida en 1943, con un episodio que plasmó la intervención del franquismo en inclinar la balanza a favor del club blanco. La semifinal de la Copa del Generalísimo que ya se jugaba en partido de ida y vuelta, enfrentaba a Barcelona y Real Madrid. En el partido de ida el Madrid visitó el estadio de Les Corts, donde fue recibido con hostilidad por ser el equipo que representaba el centralismo en el plano futbolístico. Entre una fuerte silbatina, los locales se impusieron por 3-0 con goles de Valla, Escola y Sospiedra. Teniendo en cuenta que en este momento histórico el ataque al visitante en un campo de fútbol mediante gritos, insultos y silbidos, no estaba tan instaurado en la cultura futbolera como lo está hoy en día, los medios madrileños tomaron esta hostilidad como un insulto. Los simpatizantes merengues prepararon un recibimiento agresivo para intimidar al rival desde que pisara la capital el 13 de junio de 1943. El autobús fue apedreado desde que los jugadores se bajaron del tren hasta que llegaron al hotel, donde las autoridades de seguridad fueron pasivos (por no decir negligentes) para asegurar el paso de los jugadores, que fueron manoteados y zarandeados por la turba iracunda. El partido fue una continuación de este comportamiento, con un estadio de Chamartín que alojaba más espectadores de lo que podía contener, y cada uno llevaba consigo un silbato. A los cinco minutos el Madrid ya había anotado su primero gol. Según testimonios de la época el Barcelona estaba más preocupado por su bienestar que por el partido. No podían acercarse mucho a las gradas por que se les arrojaban piedras, monedas u otro tipo de proyectiles, y quien más se vio afectado por esto fue el arquero Luis Miró, que para el final del primer tiempo ya había encajado ocho goles. No hay un acta oficial que compruebe lo siguiente, pero

existe una gran cantidad de versiones que aseguran que en el medio tiempo el Director General de Seguridad Nacional, el Presidente de la Delegación Nacional de Deportes: el General Moscardó, y el propio trío arbitral; bajaron acompañados de escolta militar y advirtieron a los jugadores, que no se acercaran a la tribuna, puesto que ni iban a poder protegerlos. Los jugadores aglutinados en el centro del campo y un arquero casi en el borde el área mayor, recibieron otros tres goles y lograron anotar el descuento. Según el portal Eurosport, el ex presidente del Comité Olímpico Internacional, Juan Antonio Samaranch (nacido en Barcelona en 1920) era miembro de la prensa que presencié el partido para el diario "La Prensa", en el cual escribió:

"¡11-1! Con 3-0 a su favor en la ida esta eliminado el equipo que más posibilidades tenía para llegar al título de Campeón De España. No se martiricen pensando en las causas de estos hechos los incondicionales del Barcelona. Es un buen consejo. No hay que buscar culpables, por que nos lo hay en el "equipo". Ya hemos dicho que el Barcelona no jugo ni bien ni mal. No existió. No se le vio en toda la tarde: Era lo mejor que podía pasar en aquellas circunstancias. Así han quedado las cosas y hasta aquí podía llegar. Para ellos es la final. Son lo mismo 11 que 50. Pero esto ha sucedido a costa de perder Madrid y el Madrid aquella fama de caballerosidad de que tanto y tantas veces nos hablaban esos cronistas de gran renombre y prestigio, que más bien en lugar de dar ánimos como era su obligación han sido lo que han inducido a crear el estado de ánimo para superar el 3-0 favorable al Barcelona con un resultado y una descortesía mucho mayores". (tomado de <http://es.eurosport.yahoo.com/05122011/47/liga-polemico-11-1-madrid-bar.html>, el 04-06-2013).

Según el portal después de esta publicación se le retiró el carné de periodista a Samaranch, lo cual lo impulsó a buscar una carrera en la política.

En sumatoria a todo esto, sanciones debieron ser impuestas por los disturbios causados en el campo, con aficionados invadiendo el terreno de juego y la influencia que estos tuvieron en el resultado. El Real Madrid fue



Portada del diario Marca el día después del 11-1

multado con 5.000 pesetas, mientras que el Barcelona tuvo que pagar 25.000 pesetas ya que según las autoridades allí fue que empezó el conflicto.

Esta fue la primera página del diario Marca del día siguiente:

El presidente del Barcelona en los años posteriores a la guerra fue elegido “a dedo” por el gobierno franquista para asegurar que el club representara el españolismo que buscaba el Generalísimo. Un año antes del 11-1 (1942) se había nombrado a Enrique Piñeiro como presidente del club. Éste renunció inmediatamente después de la histórica goleada.

El Madrid se impuso en la final por uno a cero y alzó la copa. Cabe recalcar que esta final y todas las otras jugadas en esta época se disputaban en el estadio del Real Madrid, puesto que este era el escenario escogido por el General Franco, una ventaja no menor con la que contaría Real Madrid en nueve ocasiones hasta 1970.

1943 contuvo otro hito de la historia del Real Madrid. En septiembre de ese año Santiago Bernabeu, que había sido jugador y directivo del club asume la presidencia de éste y emprende un proyecto para construir un nuevo estadio. Para Noviembre ya habían empezado las obras las cuales iban a concluir en 1947, con la inauguración del “Nuevo Chamartín”, el cual vio como ganaban su segunda Copa del Rey consecutiva ante el RCD Espanyol y la tercera en la década, en la cual no consiguió ningún título de liga.

Por parte del Barcelona, logró imponerse al yugo del centralismo ganando la liga en 1945 con Samitier como técnico. En 1947 llegó el uruguayo Enrique Fernández al banquillo azulgrana con una gestión muy exitosa ganando dos ligas consecutivas ('47-'48 y '48-'49) y consiguió un título de gran importancia pero ignorado por la historia. La “Copa Latina” se llamó la competencia que enfrentaba a los campeones de Italia, Francia, Portugal y España que se disputó entre 1949 y 1957. Barcelona fue campeón de la primera edición de esta copa ganándole al *Sporting de Lisboa*, y cerró una década de grandes vicisitudes con la consecución de esta copa el año de sus bodas de oro.

Esta década perfilaba al Barcelona como el mejor entre los dos, pero la buena gestión de Santiago Bernabeu, la cual le ganó el nombramiento del nuevo Chamartín en su honor, preparó al Madrid para la grandeza. No obstante el Barcelona no se

quedó atrás en gestión administrativa, multiplicó por diez los 2.500 socios que le quedaban después de la guerra.

Segunda mitad del siglo XX.

La década del '50 había concluido con grandes logros para los Culés mientras que los Merengues tuvieron un decenio discreto y escueto, y la segunda mitad del siglo iba a empezar con la misma tendencia. El Barcelona fichó en 1950 a uno de los grandes ídolos de su historia: el húngaro Ladislao Kubala, quien deslumbraba a los Balcanes con su disparo con curva nunca antes visto y por más de cincuenta años fue el máximo goleador del club en competiciones oficiales con 264 goles (solo superado hoy por Lionel Messi). El equipo que lideraba el húngaro alzó cinco trofeos en dos años: la Liga, la Copa, la Copa latina, la Copa Eva Duarte y la Copa Martini Rossi.

La Saeta Rubia.

En 1953 iba a llegar una situación de cara y sello que iba a cambiar la historia de uno de los dos clubes. Tras una huelga de futbolistas por el estado actual del torneo en Argentina, los jugadores del Río de la Plata se estaban trasladando a Colombia donde el debate entre profesionalismo y amateurismo no estaba tan presente. En River Plate que a finales de la década del '40 construyó un equipo reconocido como “la máquina”, tenía un jugador que se destacaba del resto, su nombre: Alfredo Di Stéfano, quien para algunos sabios en materia del fútbol como el periodista



Kubala y Di Stéfano vistiendo la camiseta Azulgrana

argentino Enrique Macaya Márquez es hasta el fecha el mejor jugador de fútbol de la historia. Tras la ya mencionada huelga, éste junto a algunos de sus compañeros de equipo se fueron a Bogotá a jugar para Millonarios, donde una vez más constituyeron un equipo de calidad suficiente para tener un apodo que aún se

escucha alrededor del estadio Nemesio Camacho “El Campín”⁷. Lo llamaban “el Ballet Azul” por la forma en la que bailaban en el campo como con una coreografía, y también por el color de la camiseta del club capitalino. Después de una marcada

⁷ Estadio donde juegan los equipos de la capital colombiana.

hegemonía en el fútbol colombiano, el nombre de Millonarios llegó hasta los oídos de Santiago Bernabeu, quien ideó que en conmemoración a las bodas de oro del Real Madrid, se jugase un partido contra el mejor equipo de Sudamérica. En 1952 Millonarios visitó la capital española y a sorpresa del público venció al Madrid por 4-2 y como era costumbre, Di Stéfano se hizo presente en el marcador. Éste jugador enamoró a todo Madrid con su fútbol, y el presidente Bernabeu se empeñó en traerlo para su equipo. Sin embargo el Barcelona ya había puesto sus ojos en el argentino y negociaba con River Plate, que tenía los derechos su pase, mientras que Real Madrid negociaba con Millonarios, equipo donde jugaba; lo claro era que “la saeta rubia” iba a jugar en España. Llegó primero a Barcelona, pero en 1953 se dio una reunión entre los presidentes ambos clubes. Bernabeu, y Enric Carreto se debatían por quién iba a ficharle, pero desde ese entonces hay rumores que los intereses franquistas se hicieron presentes en dicha reunión. Según la película (*) la Delegación Nacional de Deportes frenó el fichaje, y el mismo Francisco Franco amenazó con poner trabas al negocio de textiles del que Carreto era dueño si no permitía que éste jugase con el Madrid. La reunión dio una respuesta poco ortodoxa, el jugador debería jugar en ambos equipos alternando una temporada en cada uno y comenzaría en el Real Madrid. Dicha alternación entre camisetas blancas y azulgranas nunca se dio.

Desde el fichaje de Di Stéfano el éxito local del Real Madrid se iba a disparar, ganó dos ligas consecutivas en sus dos primeras temporadas, pero el real legado del argentino fue a nivel europeo. En 1955 la UEFA oficializa la Copa de Clubes Campeones Europeos, impulsada por la revista *L'Equipe* y el mismo Santiago Bernabeu. El Real Madrid debutó en la Copa de Europa el 8 de septiembre de 1955. Los esfuerzos de Santiago Bernabeu para sacar este proyecto adelante habían dado los resultados esperados y el Madrid naturalmente llegó a la final. El Stade Reims francés fue su rival en un encuentro que finalizó con el resultado de 4-3 favorable a los españoles. La segunda final de la Copa de Europa tuvo como escenario el Estadio Santiago Bernabeu. El 30 de mayo de 1957, el Madrid consiguió su segundo galardón europeo ante la Fiorentina. La tercera final europea se celebra en Bruselas, ante el AC Milán que forzó la prórroga. Un 3-2, con goles de Di Stéfano, Rial y Gento, dan al Madrid su tercer título. La cuarta Copa de Europa también se iba a quedar en manos merengues. El rival en 1959 fue de nuevo el Stade Reims, al que

el Madrid que ya contaba con Ferenc Puskas, venció por un convincente 2-0. Di Stéfano y Mateos serán los autores de los goles. La quinta final que se jugó la disputaron Eintracht de Frankfurt y Real Madrid en la cual el marcador acabó 7-3 para los blancos en lo que algunos reconocen como la mejor final del fútbol europeo. No hubo quién pudiera detener al Real Madrid



Di Stéfano en el vestuario del Real Madrid tras ganar una Copa de Europa

en ese entonces, y la hegemonía europea que es parte vital para el orgullo madridista se vio instaurada desde la primera edición del torneo... y las cuatro siguientes. La pregunta entonces es la siguiente ¿cómo se hubiese desenvuelto la historia si Di Stéfano hubiera fichado por el FC Barcelona? La respuesta nunca se sabrá.

El Barcelona por el otro lado tuvo una década similar a la del '40 del Real Madrid. No gozó de demasiados títulos después de 1952, pero se estructuró muy bien como institución con la construcción de un nuevo estadio y la contratación del gallego Luis Suárez en 1954 (único español en conseguir el Balón de Oro en 1960). En 1957 se inauguró el nuevo estadio del club en un partido contra un seleccionado de Varsovia, en el cual iba a ganar el Barça por 4-2. Ya que el presidente del club en la época

Francesc Miró-Sans se había afirmado que “si el Barcelona ha de crecer, necesita un campo nuevo” el nuevo estadio tomó el nombre de *Camp Nou*, que significa precisamente campo nuevo en catalán. Según la página oficial de FC Barcelona: “El estadio tenía una capacidad inicial para acoger a 93.053 personas. El coste total del Camp Nou fue de 288.088.143 pesetas. Hoy en día, el Camp Nou es el estadio con más capacidad de Europa, con espacio para 98.772 espectadores.”

Década del '60

El año después de los 5 títulos consecutivos en la mayor competición europea por parte del Real Madrid también marca una página en la historia del clásico, puesto que el primer equipo que se dio el gusto de eliminarlo de la Copa de Europa fue el mismo Barça. En la primera ronda del torneo se vieron enfrentados, primero en casa

del Madrid, en la cual empataron 2-2, con un doblete⁸ de Luis Suárez. En la vuelta el marcador de 2-1 para el los catalanes les dio el pase a segunda ronda y el placer de eliminar a su máximo rival. Esta fue la primera final de la Copa de Europa en la que no estuvo el Real Madrid, la protagonizaron el Barcelona dirigido por Helenio Herrera y el Benfica de Lisboa en 1961 en Berna. En una velada que los culés recordarían como “la noche de los palos” la gloria europea se les escapó de las manos por 3-2. El año siguiente el Benfica reeditó su título venciendo al Real Madrid por 5-3 con Eusebio como gran figura. Hay que recordar que esta década presencié las primeras televisiones del fútbol, motivo por el cual en ese entonces los partidos fueron seguidos por mucha más gente.

El gran esfuerzo económico empleado en construir el Camp Nou dejó la Barcelona falto de recursos para formar una plantilla, y a esto se sumaron las paulatinas despedidas de los jugadores que habían sido emblema de club como Kubala y Suárez, y la caída europea frente a Benfica no hizo más que empeorar esta situación. Mientras tanto el éxito del Real Madrid no tenía frenos, en la década del '60 consiguió ocho de los diez títulos de liga, rompiendo récords en el campeonato local. Padeciendo de las mismas despedidas de los referentes que el Barça, el Madrid sí pudo constatar una buena plantilla y logró volver a situarse en lo más alto del fútbol europeo en 1966 frente al Partizan de Belgrado, con un equipo renovado que se conoció como los “yeyés”.

El gran episodio de la rivalidad en esta década fue la final de la Copa del Generalísimo en 1968 conocida como “la final de las botellas”. Se jugó en el Santiago Bernabeu y como sucedió 25 años antes la afición blanca recibió con hostilidad al equipo azulgrana que pese a las botellas que lanzaban los simpatizantes locales (por las cuales se nombró ese partido) se impuso por 0-1 y logró sacarle una copa al Madrid pletórico en títulos. Este mismo año se presentó Narciso de Carreras a la presidencia del club, y en su discurso de apertura en gestión, iba a decir: “el Barcelona es más que un club de fútbol”. Esta frase hizo eco en el resto de la historia del club y aún se utiliza como el eslogan del sentimiento “blaugrana”, aunque al darse la libertad para utilizar el catalán pasó a ser: *Mes que un club*.

⁸ Doblete: dos goles en términos coloquiales del fútbol.

Década del '70

La de 1970 es una década en la que se escriben páginas muy importantes de la historia de ambos clubes, las del Barcelona muy esperanzadoras, las del Real Madrid algo más tristes. La presidencia de Narciso de Carreras duró hasta diciembre de 1969, y después de él llegó Agustín Montal y consigo una nueva filosofía de institución. Contrató al holandés Marinus "Rinus" Michels en 1971, que fue el entrenador que condujo al Ajax de Ámsterdam a tres títulos europeos consecutivos practicando lo que hoy muchos llaman el "fútbol total". No obstante, la primera temporada en la que dirigió al Barcelona el Real Madrid se hizo con el título de liga, su decimoquinto hasta ese momento. El legado que Michels dejó en el primer equipo del Barça no puede ser atribuido solamente a él, también es necesario mencionar la influencia que tuvo la llegada de Laureano Ruiz. En el libro "Senda de Campeones" de Martí Perarnau están ilustradas las circunstancias de su llegada tras la derrota del Barcelona en la Copa Cataluña juvenil en 1972. El Club de Fútbol Damm (filial de la fábrica de cerveza Estrella Damm) venció se quedó con la final por 3-2. Según Perarnau:

"... aquella derrota fue catalogada como catástrofe. Sudoroso e irritado Agustí Montal desciende unas escaleras y se topa con Gil Carrasco, periodista de la desaparecida Revista Barcelonista que le interroga por el desastre y Montal estalla: <<Hay que hacer algo. Esto no se puede permitir. Vale que nos gane un equipo de fútbol, pero no que nos gane una fábrica de cerveza ¡no, eso no!>>. Ofuscado, Montal olvida que la Damm era la vigente campeona de España, pero decide tomar medidas drásticas y contratar a Laureano Ruiz, que por esas fechas se encontraba entrenando a los jóvenes de 15 años del Racing de Santander tras haber hecho lo mismo con el Torrelavega y Langreo"

Tras su llegada Laureano Ruiz se hizo cargo de los tres primeros equipos del Barcelona y consiguió cinco títulos españoles consecutivos en categoría juvenil. Para el autor el legado de Ruiz se desarrolló en dos aspectos, primero la filosofía de juego que logró instaurar con ayuda de Michel, mezclando el "fútbol total" de la escuela holandesa, y la lógica de la tenencia del balón para manejar los partidos. El segundo aspecto se dio en el plano institucional. Puesto que su rival clásico gozaba de una bastidad de recursos económicos Ruiz entendió que la única forma de

equiparar el éxito deportivo sería el mejoramiento de la capacidad de producción de futbolistas por parte de las divisiones inferiores. Así que uniformizó el trabajo que desempeñaban todos los equipos juveniles del Barça para que todo jugador del club se pudiera incorporar al primer equipo. Los frutos de esta "idea semilla" como la llama Perarnau solo se verían dos décadas después de su llegada.

El Barcelona pudo en esta década reestructurar su institución al modelo que se quería antes del franquismo. Con la influencia del generalísimo disminuyendo con el tiempo debido a su avanzada edad y problemas de salud, el club pudo retornar a su nombre anterior en catalán, y con la llegada de Montal llegó una época de democracia entre los socios del club. El cuarto nombre para la nueva gestión del Barça planteada por Montal, Ruiz y Michels, es uno de los más resonantes en la historia del fútbol: Johan Cruyff. El jugador holandés había sido parte de el Ajax de Michels en el tricampeonato europeo y era una de las estrellas del deporte en la época. Éste fue el representante en la cancha de la nueva era que había comenzado en el club catalán.

1974 marcó dos grandes victorias para cada uno de los clubes que sorprendieron al fútbol español. La liga '73-'74 consagró a un Barcelona campeón que no se había visto en décadas, consiguiendo el título a cinco fechas del final del campeonato y le propinó un categórico golpe a la hegemonía blanca de los últimos años venciendo al Real Madrid 0-5 en su estadio el 17 de febrero de ese año. Por su parte el Madrid dolido por esta derrota en casa logró llegar a la final de la Copa del Rey en la cual se enfrentaría a un Barça favorito en las apuestas por el triunfo conseguido por liga. El equipo blanco dio la sorpresa y se impuso por 4-0 ante el Barcelona quedándose con la Copa en uno de los títulos más celebrados por la afición de la capital.

El posterior año estuvo marcado en gran parte por la muerte de Francisco Franco en noviembre de 1975. Después de una dictadura de 36 años se había esfumado la presencia del Generalísimo lo cual inspiró a los pueblos autónomos de España a alzarse de nuevo con orgullo, lo cual se vio reflejado en los campos de fútbol. El 8 de diciembre de este año, un mes después de la muerte del dictador, se disputó un clásico español en el Santiago Bernabeu. De manera organizada pero clandestina los seguidores del Barcelona entraron miles de señeras (o *senyeras* e catalán) y las ondearon vigorosamente ante los locales. A esto hubo que sumarle el marcador de

0-1 para el Barça con gol de Carlos Rexach en el último minuto que desató la euforia de los catalanes que fue plasmada por las transmisiones de televisión que empezaban a pasar partidos de fútbol en diferido.

Pese al aparente arranque de calidad del Barcelona, de nuevo el poderío económico de Real Madrid triunfaría en términos generales en esta década, con la consecución de cinco de seis títulos de liga después de 1974 y la Copa del Rey del 1980 que se disputó de manera insólita entre el Real Madrid y el Castilla CF, la filial del club (hoy conocido como Real Madrid Castilla) la cual el equipo principal ganó por 6-1. Sin embargo hay que marcar un momento triste para el Real Madrid cuando durante el mundial de Argentina 1978 se anunció la muerte de uno de los patriarcas del equipo, Santiago Bernabeu. En señal de conmemoración la FIFA ofreció un minuto de silencio en su honor, algo nunca antes hecho.

El cierre de la década significó una gran alegría para el Barcelona que por conseguir el título de copa en 1978 ante Las Palmas lo cual lo clasificó para la Recopa Europea o la Copa de Campeones de Copa que se jugaba desde 1960. En la Recopa del año siguiente el Barcelona salió campeón de la competencia superando al Fortuna de Dusseldorf por 4-3 en una final en la que la fanaticada culé volvió a sacar a relucir miles de señeras. El Barcelona había conseguido su primer título europeo en la segunda final continental a la que llegó en su historia.

Década del '80

La década de 1980 trajo consigo grandes cambios para el negocio del fútbol al igual que para los dos grandes equipos del fútbol español. La transmisión de partidos por televisión había sido implementada en el decenio anterior lo cual trajo el fenómeno de los derechos de televisión, que fueron una vía de ingresos muy importantes que beneficiaban cada vez más a los clubes populares. A mediados de la década iba a empezar una tendencia de hegemonía impulsada por esta distribución de capitales la cual se mantiene aún.

La década comenzaba con un Real Madrid multicampeón de liga, y un Barcelona que acababa de conquistar su primer título europeo, y con un nuevo presidente – Josep Lluís Núñez- quien reforzaba cada vez más la expansión social del club. A todo esto hay que sumarle el venidero campeonato del mundo que se jugaría en

España 1982 que inyectó capitales a la infraestructura futbolística de todo el país.

En 1981 el Madrid tuvo la oportunidad de levantar por séptima vez el mayor galardón europeo, pero en la final se topó con el Liverpool de Kenny Dalglish, claro dominado de la época, con el que perdió por 1-0. Ese mismo año la Real Sociedad del país vasco se quedaba con la liga y el Barcelona fue campeón de copa, lo cual lo metió de nuevo en la Recopa. El año siguiente el Barcelona volvió a levantar este trofeo al vencer al Standard de Lieja en la final.

El Real Madrid comenzó la década tomando una página del libro del Barça al hacer una fuerte apuesta por la cantera. En la temporada siguiente jugadores del Castilla CF como Martín Vázquez y Sánchiz se incorporaban a la plantilla al igual que el goleador de la filial Emilio Butragueño lo hacía con un doblete en su debut ante el Cádiz. Esta nueva generación que se estaba incorporando a los jugadores experimentados del primer equipo sería conocida como “la quinta del Buitre”, nombraba por el sobrenombre del mismo Butragueño, el más destacado entre ellos.

Mientras en el Madrid se formaba la quinta del buitre, en Barcelona llegaba uno de los nombres más poderosos de la historia del fútbol: Diego Armando Maradona, que pudo llegar allí en gran parte por los ingresos que significaban los derechos de televisación. Aunque no gozó de gran suerte en su estadía en ese equipo debido a las lesiones y una fuerte hepatitis, Maradona fue parte del equipo que venció al Real Madrid en la final de la Copa del Rey de 1983, único título que consiguió con el equipo. Cabe hacer un paréntesis aquí para reflexionar acerca de la situación. El Barcelona hacía grandes incorporaciones explotando el mercado, mientras que el Real Madrid apostaba por la cantera y el fútbol base, cosa que hoy para muchos representa una paradoja de las políticas deportivas de ambos clubes.

El periodo entre 1981 y 1984 representó un momento dulce para el fútbol vasco, con dos títulos ligeros para la Real Sociedad y dos para el Athletic de Bilbao junto con la copa del rey de 1984. Sin embargo este sería tal vez el último lapso en el que el balompié español no estuviese dominado por Real Madrid o Barcelona.

En 1985 el Barcelona consigue una muy celebrada liga tras once años de sequía en los cuales Real Madrid fue campeón cinco veces. Muchos recuerdan el penal parado en el último por Urruti a José “el mágico” González que le dio el título a los

blaugranas. Esa misma temporada el Real Madrid consiguió la primera Liga Europea de la UEFA venciendo al Videotón de Hungría, título que reeditó la temporada siguiente.

Las cinco temporadas siguientes a 1985 dieron al Real Madrid campeón de liga, y las cuatro siguientes a éstas lo hicieron con el Barcelona. Desde 1985 solo tres equipos han logrado salir campeones de liga que no sean uno de estos dos, y solamente el Valencia pudo ganarla más de una vez (Atlético de Madrid 1996, Deportivo de la Coruña 2000 y Valencia 2002 y 2004). Esta tendencia fue sin duda auspiciada por el fenómeno de derechos de televisión ya discutidos.

El Barcelona tuvo esta década la oportunidad de quedarse con la Copa de Campeones de Europa en 1986, pero perdió por penales la final ante el Steaua de Bucarest. No obstante iba a tener una celebración continental en 1989 en la Recopa Europea de nuevo, esta vez contra la Sampdoria de Italia, equipo con el que se volvería a ver las caras en una final europea.

Década del '90

Los últimos diez años del milenio dieron dividendos a los años de esfuerzo que habían invertido los clubes en el pasado. Ambos se consagraron en el plano europeo, Barcelona por primera vez y Real Madrid haciéndolo dos veces y recolectando galardones por si rica historia. En esta década también se encuentra una tensión hacia los jugadores que llegaron a vestir ambas camisetas, que no se había dado ni en épocas de Alfredo Di Stéfano.

Los '90 comenzaban la suerte sonriéndole al Barcelona que dirigido por Johan Cruyff desde 1988. El holandés llegó a la dirección del equipo con la el siguiente mensaje "Conozco el Club y no quiero que la historia se repita. Si queremos cambiar las cosas, hay que cambiar la historia" (tomado de <http://www.fcbarcelona.es/club/historia> el 10-06-2013) . Cruyff, marcó un cambio de filosofía, tanto en el juego del equipo, que recuperaba el fútbol total de la Holanda y el Ajax de Rinus Michels, como en la gestión del vestuario, que recaía en el entrenador. Había conseguido la segunda de títulos más larga de su historia (1990-94), dos de ellos con un Tenerife dirigido por el argentino Jorge Valdano que en dos ligas consecutivas venció a Real Madrid en las últimas fechas dándole el título a los

catalanes. La temporada '91-'92 representó la culminación de 20 años de trabajo de la gestión que habían comenzado Laureano Ruiz y Agustín Montal. Consiguen en el estadio de Wembley alzar la Copa de Campeones, ya con el nombre de la Liga de Campeones de la UEFA. Ronald Koeman anotó el gol del triunfo frente a la Sampdoria que inmortalizó al que fue llamado el “Dream Team” (equipo de los sueños). El Barcelona había conseguido las dos metas que se había impuesto hacía 20 años, situarse en lo más alto del fútbol europeo, y hacerlo con un equipo nutrido por las divisiones inferiores del club. Según la página oficial del Barcelona la plantilla estaba compuesta por “Zubizarreta, Bakero, Begiristain, Laudrup, Koeman, Stoichkov, Romario, Eusebio, Nadal, Guardiola, Amor, Juan Carlos, Ferrer, Nando, Julio Salinas, Serna, Alexanco y Goikoetxea.” Solo cuatro de ellos nacidos fuera de España.

Las temporadas '93-'94 y '94-'95 albergaron dos de los clásicos más peculiares y al mismo tiempo contundentes de la historia del choque. El 8 de febrero de 1994 el Barcelona venció por una goleada de 5-0 al Real Madrid con tres goles del talentoso delantero Romario, quien le ganaba por esos días la pulsada al danés Michael Laudrup por la titularidad en el equipo. Esto debido a la legislación de entonces en la liga que solo permitía formar tres extranjeros en el once inicial, puestos que eran generalmente ocupados por Hristo Stoichkov, Ronald Koeman y Romario. Sin gozar de la titularidad en el Barça, Laudrup empleó sus servicios al Real Madrid dirigidos por Valdano, quien les había negado dos ligas consecutivas. En la reedición de este clásico en casa del Madrid se replicó el mismo resultado, esta vez a favor de los blancos y también con un *hat-trick*⁹ de un sudamericano, esta vez el chileno Iván Zamorano. Ambos equipos alzaron el título de liga en la temporada que vencieron al otro por 5-0.

Dos títulos más de ambos bandos cerraron una década más favorable al Barcelona en términos locales que a sumarse a la Liga de Campeones, ganó en total seis ligas, sin embargo el Madrid iba a cerrar el milenio en la cima del fútbol europeo. Su victoria en la final de la Liga de Campeones en 1998 ante la Juventus de Turín le ganó su séptima consagración europea, y recibió de la FIFA el premio al mejor club de la historia, y dos de sus jugadores emblemáticos, Di Stéfano y Puskas recibían el

⁹ Hat-trick: expresión tomada del cricket que se usa cuando un jugador anota tres goles en un mismo partido.

trofeo al ser ellos nombrados entre los diez mejores futbolistas de la historia.

Nuevo milenio

El Real Madrid ganó en el año 2000 ante el Valencia la primera *Champions League* del nuevo milenio, y la octava en su laureada historia. Es este mismo año llega al club la figura del nuevo presidente Florentino Pérez, cuya fortuna es de 1.4 billones de dólares lo cual lo convierte en el duodécimo hombre más rico en España según la revista Forbes (<http://www.forbes.com/profile/florentino-perez/> consultado el 11-06-2013). Pérez insta en el Madrid su política de los “galácticos” en la que prometía traer uno de los mejores jugadores del mundo cada temporada. El primero iba a ser sin duda el más polémico.

Pese a tener a Luis Figo, posiblemente el mejor jugador del mundo a principios de la década del 2000 el Barcelona no gozaba de títulos deportivos. La presidencia de Josep Núñez acabó en ese mismo año y fue seguida por la de Joan Gaspart que en un intento por reestructurar la plantilla haciendo la mayor venta hasta el momento en la historia del fútbol. Gaspart traspasó a Figo al Real Madrid por alrededor de 10.000 millones de pesetas, unos 60 millones de euros. El dinero fue utilizado para comprar a jugadores como Gerard del Valencia o el holandés Mark Overmans, pero el club no tenía éxito deportivo.

Figo llegó en el 2000 al Real Madrid comparado con Judas Iscariote por los simpatizantes del Barcelona. Su primer clásico fue agredido constantemente por éstos quienes le lanzaron pedazos de plata, monedas y en una ocasión, la cabeza de un cochinito, en uno de los clásicos con la afición más agresiva en los últimos tiempos. Florentino Pérez cumplió con su promesa e incorporó al mejor jugador del mundo en 2001, ganador del mundial de 1998, Zinedine Zidane en un pase desde la Juventus que con un estimado de 73 millones de euros se convertía una vez más en el más caro



de la historia. Ese año y con el francés de protagonista consiguió su novena liga de campeones venciendo al Bayer Leverkusen 2-1 con un gol de Zidane que para muchos es considerado el mejor de la historia de esta competencia. Hasta la fecha ha sido la última *Champions* conseguida por el Real Madrid y es en la actualidad (2013) el equipo con más veces en conseguirla. La política de los galácticos siguió con el ex-Barcelona Ronaldo (Luis Nasario da Lima) proveniente del *Internazionale* de Milán en 2002 por 45 millones de euros. Posteriormente llegó David Beckham de *Manchester United* por 38 millones de euros y en 2004 llegó Michael Owen del Liverpool por 12 millones. La millonaria inversión de Florentino Pérez fue seguramente factor principal en el gran éxito del Real Madrid a comienzos de milenio.

Mientras el Madrid nutría su plantel con lo mejor del fútbol mundial, el episodio Figo causó una debacle en el Barcelona que a partir del 2003 entró en una etapa de declive. El presidente Joan Gaspart no logró igualar o por lo menos competir con el poderío establecido por su eterno rival lo cual lo llevó a dimitir como presidente en 2003. Tras Gaspart estuvo por poco más de tres meses en cargo de la institución Enric Reyna como presidente interino, y para las elecciones a mediados de este año un candidato se destacó entre los otros, el abogado y empresario salido de la Universidad de Barcelona, Joan Laporta. Copiando el manual de estilo de Florentino Pérez, Laporta se aferró en su campaña a la promesa de traer a David Beckham, pero tras el anuncio de la contratación del inglés por parte del Real Madrid lo llevó a buscar otro nombre. El que surgió como alternativa era un muchacho brasileño que estaba impresionando a todos en Francia con el París Saint Germain. Su nombre era *Ronaldo Assis de Moreira*, pero la mayoría lo llamaba Ronaldinho. En palabras del mismo Joan Laporta en para el periodista David Robinson quien produce “el informe Robinson”: “La llegada de Ronaldinho era algo necesario, en Barcelona ya se empezaban a ver niños con la camiseta blanca del Real Madrid. Esto era algo casi inaceptable.” (<http://www.youtube.com/watch?v=pj-1fi5DvEo>). La llegada de Ronaldinho al Barça al igual que la del holandés Frank Rikjaard al banquillo del director técnico abrió una nueva etapa de triunfos para el Barcelona. A este equipo también se sumó el delantero camerunés Samuel Eto'o desde el Mallorca con pasado en el Real Madrid.

Con un equipo que mezclaba la magia de Ronaldinho, la precisión de Eto'o y el

gran trabajo de la cantera *culé*, el Barcelona consiguió en 2005 su segundo título de Liga de Campeones ante el Arsenal por 2-1, aunque dicha magia del astro brasileño se veía cada vez más tenue.

En 2008 después de dos títulos seguidos de liga para el Real Madrid parecía que el Barcelona había perdido su encanto, y que no podía depender más de la figura de



Ronaldinho. El declive del equipo no era muy marcado pero era constante, y en las temporadas 2006-2007 y 2007-2008 el clásico presenció dos capítulos históricos. El primero de ellos en el mes de marzo de 2007 en Camp Nou vio como el Madrid se arriba en el

marcador tres veces, y ante un público que estaba expectante a lo que hiciera Ronaldinho, apareció la primer hazaña de una leyenda contemporánea, Lionel Messi metió su primer triplete con el Barcelona empatando el marcador por su cuenta. El segundo capítulo se dio a dos fechas del final de la temporada 2007-2008 después de que una victoria de visitante del Real Madrid ante el Mallorca. Este triunfo significó que Real Madrid sería campeón con fechas de anticipación y de acuerdo con las reglas del campeonato español el Barcelona debía formar un “pasillo” para aplaudir a los jugadores del Real Madrid en su salida por el título conseguido. Esto representó una humillación para muchos simpatizantes del Barcelona, a lo que debieron sumarle el marcador de 4-1 por el que se impusieron los blancos.

Recapitulando

Sería posible seguir hablando de los años siguientes y las nuevas ediciones del clásico, pero con el pasar del tiempo todo esto se vuelve anecdótico, así que para redondear el tema del clásico se presentará el historial de este choque hasta la fecha (Junio 2013). Se han jugado 199 ediciones del clásico de España en las cuales el Barcelona se ha impuesto en 76 oportunidades, el Real Madrid en 83 y ha habido 40 empates. De los 199 juegos 166 han sido por liga, 11 por Copa del Rey, 12 por Supercopa de España 8 por Liga de Campeones de la UEFA y 2 por Copa de la liga. En casa del Barcelona se jugaron 101 partidos y en casa del Madrid 98. La mayor victoria del Real Madrid en casa fue el 11-1 en 1943, mientras que la del

Barcelona fue de 7-2 en 1951. La mejor racha de victorias del Barcelona fue de 5 partidos entre 13-12-2008 (2-0) y 11-29-2011 (5-0) mientras que la mejor racha del Real Madrid fue entre el 30-09-1962 (2-0) y el 28-02-1965 (1-2). Estos son los números del clásico más popular del mundo. (tomados de http://www.ceroacero.es/confronto Equipas.php?op=ver_confronto&equipa_1=40&equipa_2=50)

Contrato de lectura de los diarios deportivos de España.

¿Qué es el contrato de lectura?

Ya se ha planteado que el objeto central de esta tesis no es un análisis deportivo acerca de los dos equipos que protagonizan el clásico más visto en el mundo, sino establecer el efecto que esta contienda y sus dos participantes tienen en el periodismo que gira en torno a ellos. Sin embargo el conocer a fondo la historia de esta confrontación, junto con sus orígenes y los factores que hacen que esta división binomial trascienda lo futbolístico y llegue hasta lo regional, lo político y los valores individuales; es vital para entender el fenómeno que causa en los medios. La relación que guarda el medio con un equipo otro está enraizada en lo que se entiende como el contrato de lectura.

En el texto <El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los medios>¹⁰ de Eliseo Verón se explica que dicho contrato es el acuerdo tácito que guarda un medio en con su lector de mantener unas pautas de estilo y una línea editorial en sus publicaciones, que finalmente hará que hará que el consumidor lo mantenga como soporte de elección. Verón define de esta forma el acuerdo:

¹⁰ Eliseo Verón, El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en “Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications”, IREP, París, 1985.

La relación entre un soporte y su lectura reposa sobre lo que llamaremos el contrato de lectura . El discurso del soporte por una parte, y sus lectores, por la otra. Ellas son las dos “partes”, entre las cuales se establece, como en todo contrato, un nexo, el de la lectura. En el caso de las comunicaciones de masa, es el medio el que propone el contrato

En dicho texto se puede encontrar la metodología que puede ser empleada para entender este acuerdo y los diferentes factores a ser analizados para su comprensión. Según el autor, la elección de un medio por sobre otro por parte de un lector siempre trató a la audiencia y al medio como dos entes separados en las cuales la oferta del medio respondía a las necesidades socio-culturales de quien las fuese a leer, cosa que Verón desestima planteando cuatro situaciones:

1.– Dos soportes se dirigen a un mismo sector, tienen las mismas rúbricas, tratan los temas de la misma manera. Uno progresa y el otro, declina. ¿Por qué?

2.– Entre los individuos que tienen el mismo perfil sociodemográfico y que expresan las mismas configuraciones de motivación, intereses, de expectativas, etc., unos leen el soporte A y los otros, el B. ¿Por qué?

3.– En el sector de la novedad (juegos electrónicos, video, micro–informática, etc.) se asiste a una proliferación de negocios que tratan los mismos temas, y en esta plétora, sólo sobreviven algunos. ¿Cómo saber cuáles tienen esta chance y por qué?

4.– El posicionamiento de los soportes pertenece a un mismo universo de competencia y se realiza en un espacio cada vez más estrecho. En este espacio de competencia estrecha ¿cómo un soporte puede encontrar argumentos nuevos de valorización, capaz de poner en evidencia su singularidad entre los anunciantes?

Estas cuestiones son utilizadas por Verón para ilustrar por qué no es suficiente con entender los temas que interesen al lector, sino cual es la relación que el lector desarrolla con el medio, cómo se mantiene o modifica. Para hacer un paralelismo con la comida, se puede decir que no es solo suficiente entender que un individuo comió en McDonald’s porque tenía hambre y quería una hamburguesa, sino se debe entender por qué este individuo come hamburguesas cuando tiene hambre, y por qué escoge McDonald’s por sobre Burger King, Wendy’s o la parrilla de “choripan” en la esquina de su cuadra. Según el texto la efectividad de un contrato de lectura está determinada por tres vertientes:

El éxito de un soporte de la prensa escrita se mide por su capacidad de:

–Proponer un contrato que se articule correctamente a las expectativas, motivaciones, intereses y a los contenidos del imaginario de lo decible visual.

–Hacer evolucionar su contrato de lectura de modo de “seguir” la evolución socio–cultural de los lectores preservando el nexo.

–Modificar su contrato de lectura si la situación lo exige, haciéndolo de una manera coherente.

El texto de Verón plantea lo siguiente: “La primera cuestión es saber por cuáles mecanismos y en qué nivel de funcionamiento del discurso de un soporte de prensa se construye el contrato de lectura”. A partir de lo anterior es posible plantear que en distintos elementos de su composición el medio tomará medidas para determinar una relación con la noticia expresada a través de su contenido. En el papel de el enunciante, el diario tomará una decisión sobre la cercanía o lejanía que quiere tomar acerca de la noticia la cual determinará la forma en la que construye el enunciado. Según Verón, existen varios tipos de “estructuras enunciativas” que delimitan la relación el enunciado-enunciante. En materia de texto se verá reflejada en su máxima expresión por los títulos de cada noticia y sobretodo por aquellos que decida poner en su portada. En el texto esto está ejemplificado de la siguiente manera:

Hablar de la enfermedad de Pedro no es lo mismo que hablar de su partida: la teoría de la enunciación nunca ha negado una evidencia semejante. Pero afirma que la diferencia entre “Yo creo que Pedro ha partido” y “Yo sostengo que Pedro ha partido” es tan importante, y tal vez más importante, que la diferencia entre “Pedro partió” y “Pedro está enfermo”.

Otro tema subyacente al texto es el de la imagen, el cual debe ser analizado con igual o más cuidado ya que en muchos casos este puede expresar más facetas del contrato de lectura de lo que pueden hacer los títulos o textos, lo cual responde al viejo refrán “una imagen vale más que mil palabras”.

A la hora de analizar la penetración que pueda tener un diario con sus lectores, habrá inevitablemente que tener en cuenta que éste hacer parte de un mercado el cual está ligado a sus leyes tal como cualquier otro producto. Según el texto en necesario determinar lo que sería el “soporte de referencia”, el cual será la medida comparación para los medios de competencia inmediata. En este caso el universo de competidores será de cuatro diarios. A la hora de formalizar el análisis del

contrato de lectura el texto puntualiza en lo siguiente:

El estudio del contrato de lectura implica, en consecuencia, todos los aspectos de la construcción de un soporte de prensa, en la medida en que ellos construyen el nexo con el lector: coberturas, relaciones texto/imagen, modo de clasificación del material redactado, dispositivos de “apelación” (títulos, subtítulo, copetes, etc.), modalidades de construcción de las imágenes, tipos de recorridos propuestos al lector (por ejemplo: cobertura–índice de temas–artículo, etc.) y las variaciones que se produzcan, modalidades de compaginación y todas las otras dimensiones que puedan contribuir a definir de modo específico los modos en que el soporte constituye el nexo con su lector.

Tres exigencias presiden el análisis de un soporte a fin de localizar su contrato de lectura:

–La regularidad de las propiedades descriptas. Las propiedades que nos interesan, no son aquellas que, por azar, pueden aparecer en éste o en otro número, a propósito de tal o cual artículo, se trata de definir las invariantes, las propiedades relativamente estables, que son recurrentes en el discurso del soporte a través de temas diferentes. Esto nos obliga a trabajar sobre corpus que cubran, para un soporte, un período relativamente largo (no menos de dos años).

–La diferenciación obtenida por la comparación entre los soportes. Se trata siempre de localizar las semejanzas y las diferencias regulares entre los soportes estudiados, a fin de determinar la especificidad de cada uno.

–La sistematicidad de las propiedades exhibidas por cada soporte. La descripción, a partir de la localización de todas las propiedades que satisfagan los dos criterios precedentes (regularidad y diferenciación), debe permitir determinar la configuración de conjunto de estas propiedades, a fin de delimitar el contrato de lectura y de identificar sus puntos fuertes y débiles, sus zonas de ambigüedad y sus incoherencias eventuales.

Los diferentes recursos explicados hasta este punto serán los utilizados en este trabajo para entender, contrastar y diferenciar el contrato de lectura que tienen los cuatro diarios que serán analizados. No obstante el hacerlo desde un solo punto de vista –y mucho más desde el de un observador externo- daría cabida a entrar en el campo de la subjetividad. Por esto dos herramientas serán empleadas para fortalecer la información. Primero se utilizarán las cifras recolectadas por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AMIC) publicados anualmente en su Estudio General de Medios (EGM) las cuales darán soporte

numérico para el establecimiento de temas como el “soporte de referencia”. El segundo ítem utilizado será una entrevista con Fabián Ortiz, ex redactor del diario Mundo Deportivo entre 1990 y 1996, y ex redactor en jefe de la delegación del diario AS en Barcelona de 1996 a 2009. Este testimonio servirá para entender el funcionamiento interno de los medios a ser estudiados al igual que su política periodística y su orientación editorial.

Presentación de los diarios.

Antes de puntualizar en cada uno de los diarios hay que aclarar que cada uno tiene un costo de un euro por ejemplar.

Marca

El diario Marca fue fundado el 21 de diciembre de 1938 en San Sebastián (norte de España), su primer editor fue Manuel Fernández Cuesta. En los inicios del periódico su publicación era semanal hasta que en 1942 se empezó a emitir diariamente. Diariamente publica 15 ediciones diferentes: su edición nacional, 3 uniprovinciales y 11 regionales. El director del diario es Óscar Campillo, y es propiedad del grupo Unidad Editorial desde el 2007. La marca de Marca (con un nombre muy apropiado en materia de *brand managing*) tiene otros productos en distintos medios de comunicación. En 1995 se lanzó el sitio web marca.com en el cual se provee una versión digital del diario. Desde el 2001 está al aire Radio Marca la cual tiene cobertura nacional. En 2010 el canal Marca TV está disponible para toda España en televisión digital terrestre, y sus contenidos también son publicados vía Internet en marca.tv. En sumatoria a esto se encuentran revistas de diferentes tipos motor, golf y ediciones especiales para eventos deportivos particulares tales como el mundial de fútbol, Eurocopa, mundial de Fórmula uno entre otras.

Anualmente el diario Marca otorga distintos trofeos por méritos logrados por un jugador o equipo en la temporada de primera y segunda división de España. Aquí el listado de los trofeos que entrega:

- **Trofeo Pichichi:** máximo goleador de la liga de cada temporada. Se otorga desde la temporada 1952/53 en Primera y Segunda División.

- **Trofeo Zamora:** portero menos goleado de la liga de cada temporada. Se otorga desde la temporada 1958/59 en Primera División y desde la 1986/87 en Segunda División
- **Trofeo Zarra:** máximo goleador español de la liga de cada temporada. Se establece la temporada 2005/06 tanto en Primera como Segunda División.
- **Trofeo Gurruceta:** mejor árbitro de la liga de cada temporada, según las valoraciones de los corresponsales de Marca. Se otorga desde la temporada 1986-87 en Primera División y desde la 1993/94 en Segunda División.
- **Trofeo Miguel Muñoz:** mejor entrenador de la liga de cada temporada, según las valoraciones de los corresponsales de Marca. Se establece la temporada 2005/06 tanto en Primera como Segunda División.
- **Trofeo Alfredo Di Stéfano** mejor jugador de Primera División de cada temporada. Tras una primera selección por votación de los lectores de Marca.com y por el móvil, el ganador es elegido por un jurado integrado por ex futbolista y presidido por Alfredo Di Stéfano
- **Trofeo Patricio Arbolaza:** mejor representante del espíritu de la *Furia Española*. Se entregó desde 1953 a 1968 en colaboración con el Diario Arriba.
- **Trofeo Monchín Triana:** jugador más deportivo y fiel a unos colores. Se entregó desde 1953 a 1968 en colaboración con el Diario Arriba
- **Trofeo Amberes** club que mejor cuidase y promocionase su cantera. Se entregó desde 1953 a 1968 en colaboración con el Diario Arriba
- **Trofeo Champions Número 1** mejor jugador de la Liga de Campeones de la UEFA. Se entrega desde 2008. Al final de cada jornada un jurado formado por especialistas del rotativo italiano y del español eligen a los diez futbolistas más destacados y el público vota por el que considera que ha sido el mejor de todos. El trofeo esta creado junto con La Gazzetta dello Sport
- **Marca Leyenda:** El 'MARCA Leyenda' es un galardón otorga el diario Marca a los mejores profesionales de la historia del deporte.

En la actualidad el diario Marca es el periódico más leído de España no solo en el ámbito deportivo sino superando a todos los otros medios con una tirada promedio de 2.870.000 ejemplares vendidos por día según el EGM superando al diario El País que es segundo con 1.862.000. El sitio web del diario es el segundo más visitado de

España solo superado por Youtube (considerando solamente los sitios web considerados destinados para los medios de comunicación). De acuerdo con el EGM 4.854.000 visitantes únicos entran al portal web de este diario tomando en cuenta los últimos treinta días antes de el cierre de encuestas.

As

El diario AS fue fundado en 1967 por Luis Montiel con el nombre de Seminario Gráfico AS. Su primer número se publicó el 6 de diciembre del mismo año. Desde 1996 el diario es propiedad del grupo PRISA el cual maneja entre otros medios a Canal Plus y la Cadena SER que es la radio más oída de España con un 34.7% del mercado según el EGM. Desde ese entonces su director general es Alfredo Relaño.

Según el EGM publicado en 2013, AS es el tercer diario de mayor circulación en España con 1.426.000 ejemplares vendidos por día. Su página as.com es el cuarto portal de medios más visitado en España con 2.452 visitantes dentro de España en los treinta días previos a la publicación del EGM.

Sport

Diario Sport fue fundado en 1979 por Josep María Casanovas e Barcelona. Aunque el diario se publique en español castellano su nombre responde a la palabra deporte idioma inglés al igual que al catalán en el cual se dice *esport*. Desde su fundación el diario es propiedad del Grupo Zeta, que también es dueño El Periódico, segundo diario general de Barcelona de más consumido en España y en la actualidad su director general es Joan Vehils.

Según el EGM Sport tiene una circulación de 678.000 ejemplares diarios lo que lo hace el diario deportivo proveniente de Barcelona más consumido en España. Su portal digital sport.es se encuentra en la red desde 1997 y tiene 1.376.000 visitas promedio por mes.

Mundo Deportivo:

Fundado en 1906 como un semanario bajo el nombre de El Mundo Deportivo, es el periódico de deportes más antiguo que todavía circula en España y el segundo más antiguo de toda Europa después de *La Gazzetta Dello Sport* según la Asociación Internacional de Periódicos Deportivos. Desde 1929 su publicación pasó de ser semanal a ser diaria. El director delegado del diario es el periodista Santiago Nolla y su director gerente Óscar Rodríguez. El diario es propiedad del Grupo de Godó, cuyo presidente es el Conde de Godó (Javier Godó). El grupo es dueño también de canales como Barça TV, radios como RAC1 y el periódico La Vanguardia, fundado en 1881 y con una circulación actual de 790.000 ejemplares según el EGM lo cual lo convierte en el diario de procedencia catalana más consumido en España.

En 1999 el diario tuvo una reestructuración para hacerlo más moderno y equiparlo con la propuesta cargada de elementos gráficos con las que contaban sus competidores, al igual que inauguró su página web mundodeportivo.es. En esta renovación su nombre perdió el artículo y pasó a llamarse simplemente Mundo Deportivo. Desde el 2009 inauguró una hemeroteca virtual para que sus usuarios puedan consultar sus ediciones desde 1906. En 2011 su versión digital cambió su sufijo de .es a .com para hacerlo más globalizado. A pesar de ser un diario que se identifica con los equipos de Barcelona y centra sus contenidos en el Barça también ofrece contenidos especiales en sus suplementos Mundo Atlético acerca del Atlético de Madrid y al deporte vasco, especialmente al Athletic Club en Mundo Deportivo Bizkaia y a la Real Sociedad con Mundo Deportivo Gipuzkoa.

De acuerdo con las cifras del EGM, Mundo Deportivo vende alrededor de 672.000 ejemplares diariamente, lo cual lo convierte en el séptimo diario de mayor circulación en España y el cuarto diario deportivo más vendido superado por Sport por solo 6.000 ediciones. Las 1.096.000 visitas que recibe al mes su portal online lo sitúan en el puesto número catorce de los portales mediáticos más visitados dentro de España.

Análisis de Portadas

Una portada está entre los aspectos más importantes de una pieza editorial. En un diario, así como en una revista, es lo que lo identifica y lo que le permite ser elegido

ante otros. Yolanda Zapaterra en su libro *Diseño de periódicos y revistas* expone que “la portada de cualquier publicación soporta una responsabilidad inmensa: ha de ser muchas cosas para mucha gente. Ha de ser llamativa y sobresalir entre sus competidoras de manera que logre atraer la atención del lector en detrimento de aquéllas” (2012, p. 30)¹¹. Los elementos tomados en cuenta para analizar una primera plana son aquellos que afectan en la composición y diagramación de estas. Entre los que se encuentran la marca del diario y la cabecera, así como los titulares, el manejo de las fotografías, el uso del color, anticipos y destacados, jerarquía de noticias y las publicidades entre otros. Se presentan los cuatro diarios españoles: *Marca*, *AS*, *Sport* y *Mundo Deportivo* de la misma fecha, 20 de mayo del 2013. Se recomienda ver anexos para poder detallar con mayor claridad las tapas.

Mundo Deportivo



La marca del diario se compone de tipografías en tonos negro y amarillo las cuales generan contraste. Tiene un leve uso del rojo, lo que convierte esas partes en puntos de interés sin llegar a competir con la fotografía. El recorrido visual empieza en la parte media de la fotografía, después se lee el titular, luego lo que sobresalen en rojo debajo de las fotos en el destacado de la noticia, posteriormente la cabecera y las demás noticias. El código de barras ubicado lateral izquierdo para que no

choque con los demás elementos en tapa.

La portada trata cinco noticias de las cuales tres son de fútbol y las otras de tenis y motociclismo. Todas tienen filete, enmarcadas en un espacio delimitado en azul claro. La portada trabaja la misma volanta con mismo tono en mayúscula, y algunas son elaboradas a partir del titular. Se le da mayor jerarquía a la que se encuentra en la cabecera y en el borde de la pagina. Fotografías en noticias inferiores son muy reducidas, son imágenes con poco valor informativo en las cuales se necesita

¹¹ Zapaterra, Y. (2012) *Diseño de Periódicos y Revistas*. Barcelona: Gustavo Gili

complementar con la información para entender la noticia.

Tipografía palo seco la cual permite una lectura fácil y de rápida. En el titular se trabajan mayúsculas y misceláneas como flechas y círculos rojos.

Sport

La portada del diario es llamativa por su uso de colores, rojo, amarillo y azul. La mezcla de colores que maneja evoca a pensar en la camiseta del FC Barcelona. Sus



tipografías son *Sans Serif* (palo seco). El titular empleado es de buen tamaño y el uso del amarillo es llamativo, tal como los números en el respaldo de la camiseta del Barça. Incorpora una publicidad en la parte inferior derecha. La imagen es mas personal y se le da más importancia que a la marca al estar sobrepuesta la parte superior del trofeo. Tiene tres noticias en su tapa de las cuales ninguna es desarrollada solo anunciadas las cuales están aglutinadas en la parte inferior izquierda de la página. Tanto en la cabecera

como en el recuadro situado en la parte superior izquierda se promocionan los contenidos extra del periódico. La noticia principal de futbol, las demás de Moto GP y de tenis. Las demás noticias mantienen el tratamiento en mayúsculas, tipografía *sans serif* ante un recuadro azul. Se le da crédito al autor de la foto junto al Código de barras en el lateral izquierdo para no restar información a las noticias. La marca del diario es tipográfica, de color blanco sobre un fondo rojo lo cual la hace llamativa. Su tipografía mayúscula y de gran grosor. Los datos de la publicación se encuentran en la parte superior. Estos son el numero de edición, fecha, contenido y pagina web. También esta el precio y la promoción de la revista suplemento. Tapa de es de gran sutileza al tiempo que llamativa, ya que no está recargada. Su recorrido de lectura con el titular después hacia la fotografía, la marca y después los demás elementos en la pagina.

As

De los cuatro ejemplares para estudiar esta es la tapa más recargada. Aparecen de 2 publicidades, una en la parte superior a la cabecera y una la esquina inferior derecha de la pagina.

La tipografía de la marca es *Serif* blanca sobre fondo rojo, mientras que el resto de la tipografía empleada es a *Sans Serif*.

Difícil recorrido de lectura por la cantidad de elementos que hay, distraen al lector.

Aproximadamente 7 noticias en la tapa de las cuales cuatro son de fútbol, tres dedicadas al

Real Madrid y una acerca del Atlético de Madrid. Las tres restantes acerca de tenis, moto GP y baloncesto. Esta última dedicada al Real Madrid de básquetbol. El amarillo y el rojo se destacan como colores llamativos, pero son usados en demasía lo cual hace su lectura confusa. La cabecera solo incluye la marca y la pagina web, adicionalmente a una noticia sin titular, un copete con fotografía reducida y recortada. Las notas principales están en mayúsculas, amarillo y blanco con filete rojo. La fotografía es pisada por el texto y emplea el logotipo del Real Madrid detrás del personaje de tapa haciendo el papel de folio temático.

Noticias expuestas en los recuadros izquierdos conglomeradas de bajo interlineado. Se complica entender los textos en amarillo puesto que están muy pegados los unos con los otros. Uso de imágenes reducidas y cortadas que no se detallan. No se utilizan créditos ni pie de fotos. El uso de la alineación se diferencia con la de los otros, centrada y a la derecha.



Marca

En esta edición la marca del diario que se encuentra en color bermellón está puesta debajo de la fotografía y del escudo de celebración por los septuagésimo quinto aniversario del diario. La cabecera en blanco está compuesta por una noticia

de tenis español con fotografía recortada y una promoción de contenidos especiales del diario al igual que el canal de Marca TV junto con el nombre de marca. Los títulos están escritos en letra ancha en mayúsculas con tipografía *Sans Serif* de colores blancos y amarillos en los títulos. La mezcla de estos dos colores no captura inmediatamente al lector pero contrasta con la imagen para que el mensaje sea claro y conciso. La tapa solo incluye una publicidad en un recuadro en la parte inferior izquierda de la página. La parte inferior de la página está dividida en sub secciones de distintos tamaños dependiendo de su jerarquía con la noticia más de estacada de estos pisando la imagen principal. Se exponen cinco noticias en la portada de las cuales tres son de fútbol una de tenis y una de moto GP. La noticia principal tiene un título corto pero acompañado de una bolanta explicando el personaje que aparece en la imagen junto con una bajada dividida en tres secciones que describen el desarrollo de la noticia. Al mirar la página el orden de lectura comienza por la cabecera, después la fotografía seguida del título, la bolanta y los otros elementos no están claramente jerarquizados.

Observaciones generales



Por lo general estos diarios manejan las mismas noticias y entre tres y siete noticias, de las cuales un mínimo del 60% son de fútbol . Siguiendo con la línea editorial de cada diario se le da prioridad a las noticias está determinada el equipo por con los cuales cada diario se identifica, en este caso se puede discutir que AS y Marca le restan importancia a un hecho noticioso como es la consecución de un título de liga y le suman a una especulación debido al interés de sus lectores. Se incluyen pocas publicidades las cuales no interfieren con la composición de la tapa. Predomina la tipografía

grande y en letra mayúscula que pisan las fotografías las cuales centran la mirada sobre una sola noticia. El uso regular de misceláneas en todas las tapas es un factor común que responde a la naturaleza de diario popular característica de los medios deportivos. Esto se ve reforzado al tener en cuenta que todas las portadas son de formato tabloide. Los colores que predominan en la titulación o contrastación se los textos son el amarillo blanco y rojo, los cuales son destinados a guiar la atención del lector hacia un sector determinado de la página. Sport es posiblemente el diario más llamativo por la simplicidad de sus textos y la claridad de la imagen. También hay que recalcar que Sport es el único diario que menciona la fuente de la fotografía en la tapa. AS tiene la portada más desordenada de las cuatro, incluyendo muchas noticias en tapa y atiborrando de elementos de tamaño reducido y en colores llamativos lo cual difumina el foco del conjunto.

Análisis de tratamiento de los temas.

“Que un perro muerda a un hombre no es noticia, pero todo depende de quién es el hombre, y de quién es el perro”. Este viejo axioma del periodismo esta frase sirve para ilustrar que en el periodismo todo es circunstancial, las informaciones tiene un valor distintivo que depende de quienes estén involucrados y a quienes les importan los mismos. Hay que tener esto en mente para estudiar el tratamiento de los temas que maneja cualquier medio, ya que esto no es tan simple como ver si el medio contiene una información o no, sino que hay que ver en que orden de la agenda

temática está, que noticias tienen prioridad sobre esta y la extensión de la cobertura que se le da a la noticia; entre otros factores. Para esto resulta óptimo basarse una -vez más- en las portadas de los diarios ya que estos plasman la importancia que se le dio a cada hecho noticioso día a día. De igual manera se pueden estudiar las noticias principales que aparecen cuando se entra al sitio virtual de estos diarios. El primer vistazo del lector puede ser la diferencia entre cautivar a la audiencia, o pasar desapercibido entre la competencia, lo cual convierte a la portada en uno de los elementos claves en el entendimiento del contrato de lectura. Los componentes más importantes para diferenciar son el uso de imágenes, la postura del medio a través de los diferentes estilos de enunciación en el título y la diversidad o especificidad de noticias que maneja la portada.

Teniendo en cuenta lo dicho anteriormente, hay que considerar que la escogencia entre los miles de portadas por las que se podrían optar, será determinante para el resultado de esta investigación. Se compararán y contrastarán algunas tapas que contengan informaciones similares, pero para mantener un rigor científico se hará un recuento de las temáticas tratadas en todo el mes de agosto. Teniendo en cuenta que este mes cierra el mercado de fichajes y da inicio a las diferentes ligas, será el más variado en informaciones deportivas, institucionales y comerciales acerca del fútbol europeo, lo cual lo convierte en el periodo óptimo para un análisis estadístico.

Las tablas presentadas en las página siguientes muestran los temas que aparecieron en las portadas de los cuatro diarios estudiados durante el mes de agosto. Las variantes a considerar serán el número de noticias expresado con el símbolo (N), el número de imágenes empleadas, el tema principal de la portada y el equipo al cual este tema trate; el número de noticias de fútbol, número de noticias de Real Madrid (RMCF) y Barcelona (FCB), al igual que el equipo secundario de la ciudad, ya sea Espanyol de Barcelona (RCDE) o Atlético de Madrid (ATM) y cualquier otro equipo de la liga española. También estarán considerados el número de veces que se encuentran en las portadas noticias de la Liga de Fútbol Profesional (LFP) a nivel institucional, equipos de otras ligas fuera de España y la selección española de fútbol. El tenis y el baloncesto aparecen en las tablas por separado, pero por una cuestión de espacio las columnas de waterpolo, natación, deporte-motor (Moto GP y Fórmula 1), atletismo, boxeo, golf, ciclismo y balonmano aparecen condensadas en una columna llamada noticias de otros deportes.

Hay tres situaciones particulares que resultan beneficiosas para este análisis. En el periodo de transferencias del verano europeo de 2013 tanto Barcelona como Real Madrid cambiaron de entrenador por Gerardo "Tata" Martino y Carlo Ancelotti respectivamente. También realizaron la segunda compra más cara en la historia de cada club, el brasileño Neymar Da Silva llegó a Barcelona por 57 millones de euros (superado por Zlatan Ibrahimovic en 2009, pase valorado en 68 millones de euros). Al Real Madrid llegó el galés Gareth Bale desde el Tottenham Hotspur, por parte del club español se comunicó que la transferencia costó 91 millones de euros, haciéndolo el segundo jugador más caro de la historia detrás de su nuevo compañero de equipo Cristiano Ronaldo cuyo pase costó 94 millones de euros al Manchester United. Sin embargo los medios ingleses insisten que el precio real fue de 101 millones de euros lo cual lo convertiría en el jugador más costoso de la historia. La tercera situación que sirve para este análisis no es una novedad, se trata de la presencia en los clubes de Leonel Messi y el ya mencionado Cristiano Ronaldo, reconocidos como los dos mejores futbolistas en la actualidad, lo cual los convierte en constantes contribuyentes a las portadas de los cuatro diarios. Estos seis personajes fueron los tres nombres más mencionados por los medios de Barcelona y Madrid respectivamente, así que también contemplaremos cuantas veces fueron mencionados sus nombres o aparecieron sus imágenes en las portadas, así se consigue una idea de las tendencias de cada diario para apoyarse en una figura popular para hacer su diario más atractivo.

Marca

A lo largo del mes el diario Marca tuvo 222 noticias en su portada, con un promedio de 7,16 noticias por edición, el promedio más alto de los cuatro diarios, con un máximo de 10 noticias (en dos ocasiones) y un mínimo de 4 noticias (también en dos ocasiones). En cuanto a la moda, el resultado más repetido fue el de 7 noticias, en once ediciones. Utilizó un total de 200 imágenes, de manera que el 91% de las noticias de tapa fueron acompañadas con una imagen, de nuevo el promedio más alto de los cuatro diarios. En algunas ediciones se vieron 12 y 14 fotos para acompañar 6 y 10 noticias como máximo, y como mínimo se encontró un diario con solo 3 imágenes para 4



noticias.

Marca fue el diario que dedicó su noticia principal de tapa más veces a equipos distintos al que generalmente se enfoca. Dedicó 23 de sus tapas al Real Madrid, el 74%, es decir que una de cada cuatro tapas fue dedicada a otro equipo. Fue el único diario que dedicó su noticia principal al equipo femenino de waterpolo, y en consecuencia el único que le dio la noticia principal de tapa a un deporte distinto al fútbol. En dos ediciones el foco de le dio a la selección española o a los futbolistas españoles que militan en ligas del resto de Europa. En tres portadas la noticia principal fue acerca del Atlético de Madrid (cerca de 10%), la cifra más alta de portadas dedicadas al equipo secundario de la ciudad entre los cuatro diarios estudiados. 14 temas fueron noticia principal durante el mes de agosto, haciendo a Marca el que más temas tuvo entre los dos diarios **Portada Marca 03/08/2013**

de Madrid, sin embargo tuvo la misma cantidad de temas que Mundo Deportivo y fue superado por uno por Sport. El fichaje de Gareth Bale y sus ambivalencias con su ex equipo, el Tottenham fue el tema más repetido en como noticia central con las seis portadas que protagonizó. Junto a la portada del 10/08/2013 en el cual la noticia central fue el rumor de un posible fichaje de *Mattia De Sciglio* del AC Milán (que nunca llegó a consumarse) fueron siete las ediciones que dedicaron su noticia central a fichajes del club madrileño.

Del total de 222 noticias que aparecieron en la tapa en el lapso de 31 días, 161 fueron dedicadas al fútbol, el 72.5%, fue el diario que más noticias de fútbol puso en portada de los cuatro, sin embargo fue el de menor porcentaje –aunque supera a AS por tan solo 0.1%-. Marca dedicó un total de 62 noticias a Real Madrid promediando 29.9% de las noticias en total y 38.5% de las noticias de fútbol, es decir que este fue el diario que más veces mencionó en su tapa al club blanco y también fue el que tuvo mayor promedio, sin embargo ambos diarios de Barcelona lo superan en cantidad y promedio de ocasiones en las que publican noticias del equipo al que principalmente se dedican. En promedio hubo dos noticias acerca del Real Madrid por cada edición de Marca, cifra que fue la moda con 14 ejemplares de 31, el club merengue mencionado en tapa en cada una de ellas, con un máximo de tres noticias.

Al igual que AS, Marca publicó 25 noticias del FC Barcelona en sus portadas

generando un 11.3% en el total de noticias y 15.5% entre noticias de fútbol dedicadas al equipo rival de los intereses del lector (asumiendo que sea madridista). Junto a AS son los diarios que en total más veces dieron noticias al equipo de su rivalidad, sin embargo Marca es el que le dedicó el menor porcentaje de noticias a éste, 11.3% del total y 15.5% de las noticias de fútbol fueron dedicadas al Barça. Hubo un promedio de 0.81 noticias del FCB por portada de Marca, y hubo dos ocasiones en el que ésta contó con dos noticias del club *culé*. Hubo un total de 25 de las 31 portadas que incluyeron a este equipo lo cual resulta en un 80.6%.

El ítem de cubrimiento al equipo secundario de la ciudad (Atlético de Madrid y Espanyol de Barcelona) es crucial para entender el enfoque de cada diario, no obstante al compararlos hay que tener mente una situación en mente. El Atlético de Madrid jugó durante agosto la Súper Copa de España frente al Barcelona, certamen al que clasificó por vencer al Real Madrid en la final de la Copa del Rey, mientras que el Espanyol no suma un título desde 2006. Por ende hay que considerar que esta competencia atrajo la atención de los lectores hacia el equipo colchonero¹² mucho más que al periquito¹³. Marca dedicó el 9.9% de sus noticias en total y o sea 13.7% de sus noticias en total al Atlético, el cual apareció en 20 de las 31 portadas, es decir un 64.5%, con un máximo de dos noticias por tapa en dos ocasiones. Cabe reiterar que el equipo rojo y blanco fue el protagonista de tres ejemplares.



Las noticias de la Liga Profesional de Fútbol aparecieron en portada en siete ejemplares distintos, refiriéndose una posible sanción al Deportivo de la Coruña o al comienzo de la Liga BBVA. En las portadas del 12/08/13 y el 17/08/13 la noticia principal estuvo enfocada la totalidad de equipos de la liga española y al comienzo de la temporada oficial, fue el único de los cuatro diarios que no dio publicó un

¹² Término por el cual se reconoce a los seguidores del Atlético de Madrid.

¹³ Término por el cual se reconoce a los seguidores del Espanyol de Barcelona.

ejemplar dedicado al comienzo de la liga centrado en el equipo al que se dedica generalmente.

Hubo un total de siete noticias acerca de equipos o ligas internacionales. Para evitar confusiones hay que aclarar que las noticias de equipos internacionales solo fueron contadas cuando no tuvieran una incidencia directa con el fútbol español, por ejemplo, las noticias de conflictos entre Gareth Bale y el Tottenham fueron contadas como noticias del Real Madrid y no de equipos o ligas internacionales. De las siete noticias que aparecieron tres fueron acerca del choque por la Súper Copa de la UEFA entre Chelsea de José Mourinho y el Bayern de Munich de Josep Guardiola, ex directores técnicos de Real Madrid y Barcelona respectivamente. La tapa del 31/08/2013 tuvo como noticia central este encuentro pero su enfoque fueron los españoles involucrados en este partido. Todas las noticias de equipos internacionales tenían mención de futbolistas españoles. Marca y AS fueron los que más veces publicaron noticias de la selección española con un total de seis aunque estas representen el 2.7% de las noticias en total y 3.7% de las noticias de fútbol, considerando portadas como las del 3 y el 31 de agosto, es justo sentenciar que Marca es el diario con más enfoque en el deporte español.

Marca dedicó 61 noticias a otros deportes (27.5%) mayor cantidad y mayor porcentaje de los cuatro diarios. El baloncesto y el atletismo fueron los deportes más populares apareciendo en 12 ocasiones, es decir que estos dos deportes tuvieron el 5.4% de las noticias el 19.7% de las noticias de deportes diferentes al fútbol, cada uno.



Portada Marca 31/08/2013

totales y

De los tres personajes más mencionados en las tapas de diarios de Madrid Bale fue cuyo nombre o imagen aparecieron más veces en tapa en un 71% de las ediciones. El nuevo técnico de Real Madrid, Carlo Ancelotti apareció en el 55% de

las tapas mientras que Cristiano Ronaldo lo hizo en el 36% de ellas. Tan solo dos portadas no contaron con ningún contenido de estos tres, al menos uno de ellos apareció en el 94% de ellas, dos o más en el 61% y hubo un 16% de ediciones en las cuales los tres coincidieron en la portada.

As

El diario As publicó un total de 197 noticias en portada durante el mes de agosto, con un promedio de 6.36 noticias por cada edición, el segundo más alto entre los cuatro diarios. Fue el segundo diario que más imágenes empleó con 149 en total y un promedio de 4.81 imágenes por portada, pero con el segundo índice más bajo de imagen por noticia con 75.6%. Este diario es marcadamente el que menos varía de modelo en la portada exceptuando las ediciones del 26 y 30 de agosto que tienen 8 noticias, hubo un mínimo de 5 noticias y un máximo de 7, y el resultado más común fue de 6 noticias en presente en 14 ediciones. Esta condición también es apoyada por el número de imágenes por portada que tiene un máximo de 8 y un mínimo de 3, el rango de este ítem (5) es el más corto de los cuatro diarios. Por último esto se expresa en el número de temas que fueron la noticia central en las portadas, fue el diario que menos variedad tuvo en este rubro con un total de 9, dos terceras partes de la cantidad de temas que tuvieron los otros tres medios.

As fue el diario que más veces centró su tapa en el Real Madrid, lo cual hizo en 28 de las 31 ediciones, el Atlético de Madrid fue tema central en dos ocasiones, una de ellas acompañado por Barcelona, y la restante se le dedicó a la selección española de fútbol. De los dos diarios de Madrid, es el que más se centra en el fútbol superando por muy poco a Marca, y que sigue más de cerca los fichajes del Real Madrid, en especial a sus fichajes, la llegada de Gareth Bale por sí sola apareció 14 veces como noticia central. No obstante a esto, su porcentaje de noticias en tapa acerca del Real Madrid fue más bajo que el de Marca, con un 25.4% de las noticias en total y el 35% de las noticias de fútbol, generado por las 50 noticias de Real Madrid que aparecieron durante agosto.

De los cuatro diarios, As tuvo el promedio más alto de noticias acerca del clásico rival del equipo en el que se centran (Barcelona) por sobre el total de las noticias con el 17.5%, sin embargo el 12.7% de las noticias de fútbol son acerca del equipo azulgrana, ítem en el cual lo supera mínimamente Sport (en su caso con Real Madrid).

En solo seis ediciones la portada de As no contuvo noticias del Barcelona, mientras que en resto de ediciones solo apareció una, promediando 0.81 noticias del FCB por portada.

Sumado a las dos ediciones donde protagonizó, el Atlético de Madrid apareció 32 veces en total en las portadas de As, promediando un poco más de una noticia por cada edición. Con el 16.2% de las noticias en total y el 22.4% de las noticias de fútbol, es evidente que As fue el diario que más importancia de dio al equipo secundario de su ciudad. En materia de menciones de otros equipos de la liga española, fue el segundo con más noticias en total con 26 y en los promedios del total de noticias y de las noticias de fútbol con 13.2%/18.2% respectivamente, superando a ambos diarios de Barcelona. Es importante resaltar que fue el único diario que le dedicó más noticias al equipo secundario de la ciudad, que al equipo rival del club en el que se centra.

Tanto las noticias de la LFP a nivel institucional, la selección española y los equipos de otras ligas aparecieron 6 veces en total, lo cual representa el 3% de las noticias en total y el 4.2% de las noticias de fútbol. En los primeros dos rubros es el segundo diario con mayores promedios superado por Marca una vez más, sin embargo ambos diarios de Barcelona lo superan en menciones a equipos y ligas fuera de España.

Los otros deportes tuvieron el 27.4% de las noticias con un total de 54, segundo promedio y cantidad más altos, de los cuales el ciclismo fue el más mencionado con 11 noticias en los últimos días del mes, principalmente por el arranque de la Vuelta a

España. Esto promedió un 5.6% del total de las noticias y el 20.4% de las noticias de fútbol, siendo el diario que más le dedicó a este deporte. Después de Marca fue el diario que más publicó noticias de baloncesto en tapa con un total de 10, y promedios de 5.1% de las noticias en total y 15.5% de las noticias de fútbol.

No obstante el hecho de las 14 portadas con Gareth Bale como protagonista, el diario



As fue el que menos recurrió a las imágenes o menciones del nuevo fichaje, el técnico debutante o la estrella del club para hacer sus tapas más atractivas. El galés apareció 20 veces, el 65%, el jugador portugués en 10 ocasiones, 31%, mientras que el técnico italiano lo hizo en 7 ediciones, con un 23%. Los tres porcentajes son los más bajos entre los cuatro diarios a estudiar. Para complementar esto, en la combinación de estos tres personajes el diario As tiene los porcentajes más bajos, al menos uno de ellos apareció en tapa en 27 de las ediciones 31, el 87.1%. Una combinación de dos en portada apareció en 10 ocasiones 32.3%, mientras que los tres es solo coincidieron en la portada de la edición del 5 de agosto

Sport

El diario Sport es quizás el diario cuyas estadísticas y porcentajes resaltan más del grupo de los cuatro. De los cuatro diarios, fue el que tuvo la menor cantidad de noticias con un total de 173, y por consiguiente el menor promedio, 5.58 noticias por día. El máximo de noticias que usó en portada fue en la edición del 30 de agosto en el cual publicó ocho, mientras que el mínimo fue de tres noticias, en la edición del 3 de agosto. El resultado más común de número de noticias en tapa fue de 5, en 10 ocasiones. Fue el segundo diario con menos noticias en tapa, después de Mundo Deportivo, con 135, promediando 4.46 imágenes por portada, es decir que el 78% de las noticias fueron acompañadas por una imagen, el segundo promedio más alto.

Tanto Sport como Mundo Deportivo dedicaron todas las noticias principales de sus portadas en el mes de agosto al Barcelona, lo cual indica una intención marcada en mantener en claro los colores que los diarios defienden. No obstante, Sport fue el diario cuyas noticias principales en tapa variaron más, con 15 en total. El tema que más



Portada Sport 11/08/2013



Portada Sport 11/08/2013

veces protagonizó una portada está dividido entre Neymar y los resultados del FC Barcelona los cuales lo hicieron en 6 ocasiones. En las ediciones del 11 y el 22 de agosto ambos temas compartieron el foco de la portada. Los fichajes de Daniel Agger, David Luiz y Mamadou Sakho fueron tema central en cuatro ocasiones, por lo cual sería el diario que menos portadas dedicó a los fichajes de su equipo, esto sin sumar las seis ocasiones en las que Neymar fue noticia central. Sport fue el diario que más recurrió a una exclusiva con un miembro del Barcelona como tema central de tapa. Entrevistas a Gerard Piqué, Xavi Hernández, Gerardo Martino y Neymar (en dos ocasiones) protagonizaron una edición del diario, un total de 5 veces, dos más que Mundo Deportivo. Es importante recordar que ninguno de los diarios de Madrid recurrió a esto para su noticia principal de tapa.

Mientras que el porcentaje de noticias de fútbol en los otros tres diarios ronda entres se encuentra entre los 72%-75%, en las portadas de Sport el 83.2% de las noticias fueron acerca de fútbol con 144 en total, el segundo valor más alto junto con el de Mundo Deportivo, superando a As por una. Otra cifra en la que se destaca del resto es en las noticias dedicadas al Barcelona, fueron 106 en total, promediando 3.42 noticias del equipo azulgrana por edición, al igual que el 61.3% de las noticias en total y el 73.7% de las noticias de fútbol.

Junto con As, Sport fue el que más porcentaje noticias en tapa dedicó al rival de su equipo en el clásico, 13.3% de las noticias en total y 16% de las noticias de fútbol estaban dedicadas al Real Madrid. Las 23 noticias del club blanco que aparecieron en las portadas, jamás fueron más de una por edición, promediando 0.74 noticias del Real Madrid por tapa.

Sport hizo mención al Espanyol de Barcelona en 4 ocasiones, promediando 0.13 noticias de los periquitos por edición. Superado por ambos periódicos de Madrid en el rubro de noticias dedicadas al equipo secundario de su ciudad, es el diario catalán que más importancia le dio al Espanyol con el 2.3% del total de las noticias y el 2.7% de las noticias de fútbol.

El resto de los equipos de la liga española no son prioridad para Sport, solo tres veces aparecieron noticias de éstos en tapa, el 20 de agosto apareció una exclusiva con David Villa, ex delantero del Barcelona; y en las ediciones del 29 y 30 de agosto, las noticias que conciernen a otros equipos son acerca del sorteo de la Champions

League, competencia en la que participa el Barcelona. Esta es una tendencia clara, en las portadas de Sport solo se el da noticias a equipos españoles distintos a Barcelona, Real Madrid o Espanyol, cuando hay alguna relación al equipo culé. Esta afirmación es apoyada por los promedios de 1.7% sobre el total de noticias y 2.1% de noticias de fútbol, menos de la cuarta parte de los porcentajes del segundo en este rubro, Mundo Deportivo. Por su parte, la LFP solo apareció una vez en la tapa de Sport, el 6/08/2013, con la noticia de una investigación por amaño de partidos.

Si se comparan los diarios de Madrid con los de Barcelona se encuentra un patrón evidente. Mientras que el número de noticias de equipos de otras ligas y el de noticias de la selección española son casi los mismos en los diarios madrileños, en ambos diarios de Barcelona hay tres noticias de equipos internacionales por cada noticia de la selección española. En el caso de Sport, hubo 12 menciones de equipos internacionales, de las cuales 7 fueron del exfutbolista y ex técnico del club, Josep Guardiola, y 3 del fichaje del exjugador azulgrana Samuel Eto'o. Las otras dos noticias fueron acerca de selecciones nacionales de jugadores del Barcelona, lo cual fortalece esta idea de solo darle importancia a noticias por su relevancia al FCB. Inclusive cuando se menciona a la selección española, se le trata de dar a la noticia el enfoque que más tenga que ver con el club catalán, como podemos ver en el recorte de la portada del 15 de agosto en el cual el personaje central de la noticia (Tello, Neymar y Alexis) es el jugador del Barcelona. Mundo Deportivo también publicó 3 entrevistas como noticia central.

Las 29 noticias de deportes diferentes al fútbol en las portadas de Sport constituyeron el 16.8% del total, los valores más bajos de los cuatro diarios. El deporte que más fue mencionado fue la natación con 5 menciones (17.2% de las noticias de otros deportes) acerca del record que obtuvo la nadadora catalana Mireia Belmonte. Por su



Recorte de la portada de Sport 15/08/2013

parte el baloncesto apareció en tres ediciones, con noticias acerca de fichajes que llegaron al equipo de básquetbol del FC Barcelona.

Como ya fue establecido, el diario Sport fue el que más se apoyó en la figura del nuevo fichaje del club para fortalecer sus portadas, el brasileño apareció en el 78% de las portadas del mes. Fue el segundo diario que más recurrió al nuevo director técnico de su club y a su gran estrella, con apariciones de Gerardo Martino el 61%, y de Leonel Messi el 71% de las portadas, superado por Mundo Deportivo en estos rubros.

Mundo Deportivo

A lo largo del mes de agosto el diario Mundo Deportivo tuvo la segunda cantidad mas baja de noticias en su portada con un total de 192, promediando 6.19 noticias por edición. El resultado más repetido fue el de 7 noticias en 12 ocasiones, mientras que el máximo de 8 y el mínimo de 3 noticias hace que este periódico tenga un rango de 5. Fue el diario que menos imágenes empleó con 122, promediando 3.94 imágenes por portada, lo que significa que el 63.5% de las noticias estuvieron acompañadas de una imagen, de nuevo los valores más bajos de los cuatro.

Como ya había sido explicado, la noticia central en todas las tapas de Mundo Deportivo fueron dedicadas o enfocadas hacia el FC Barcelona. 14 temas aparecieron como noticia central, de los cuales el más repetido fue Neymar y su adaptación al club, y en 8 otras ocasiones se dedicó a otros fichajes, con un total de 17. Leonel Messi fue el protagonista de la portada del diario en 6 ocasiones, o sea que fue el que más basó sus portadas en el jugador estrella del club. De manera similar al diario Sport, Mundo Deportivo procura ajustar su discurso con fin de dar las noticias para los ojos de un hincha del Barça. Como se puede ver en la portada del 18 de agosto, la noticia principal fue el comienzo de la liga española, sin embargo



Portada Mundo Deportivo
18/08/2013

todo el protagonismo –comenzando con la imagen empleada- es para el dúo Neymar-Messi. Nótese también que la nota del cintillo es acerca del nuevo entrenador del FCB.

Con 144 en total, Mundo deportivo tiene el segundo promedio más alto de noticias acerca de fútbol con 4.65 por edición y un redondo 75%. El máximo de noticias de fútbol por portada fue de 8 y el mínimo fue de 1, ambos en una sola ocasión. El FC Barcelona tuvo 97 noticias en total a lo largo del mes con un máximo de 5 y un mínimo de 1 noticia. Esto da un promedio de 3.1 noticias acerca del club azulgrana por edición, 50.5% de las noticias en total y 67.4% de las noticias dedicadas al fútbol. Esto lo convierte en el segundo equipo que más prioridad da al equipo en el que se centra. El Real Madrid fue objeto de 22 noticias en total, la cantidad más baja de los cuatro diarios con un promedio de 0.71 noticias por edición, y por un corto margen compite los porcentajes más bajos de noticias dedicadas al equipo del rival del diario en el clásico con 11.5% de las noticias en total y 15.3% de las noticias de fútbol. Al menos una noticia del club de la capital apareció en 16 ocasiones, y en tres ocasiones hubo dos. Es decir que sin entrar en detalle, alrededor de la mitad de las portadas de Mundo Deportivo hablan de Real Madrid.

Mundo Deportivo publicó solo una noticia acerca del Espanyol la cual fue la simple mención del horario del equipo azul y blanco en liga. Sin duda fue el diario que menos se preocupó por el equipo secundario de su ciudad. Su promedio de noticias acerca de otros equipos de España también es bajo, con 0.45 noticias por portada, 14 en total y porcentajes de 7.3% de todas las noticias y el 9.7% de las noticias de fútbol. Los terceros valores más bajos, solo superados por Sport.

Este periódico fue el único de los estudiados que no incluyó ni una noticia de la LFP a nivel institucional en su portada. La selección española apareció en 5 ejemplares con un máximo de una sola noticia, lo cual da un 2.6% del total de las noticias y un 3.5% de las noticias de fútbol, segundos promedios más altos superando a Sport muy poco. Como habíamos visto antes el número de menciones a la selección española fue triplicado por el número de menciones a equipos internacionales, con 15 en total. Nótese que en el caso de Mundo Deportivo las noticias de equipos de fuera de España supera incluso el número de noticias de equipos españoles fuera del Barcelona, Real Madrid o el segundo equipo de la

ciudad. Hubo un promedio de 0.48 noticias de equipos internacionales por edición, tal como Sport, la mayoría involucraba a Josep Guardiola y su nuevo trabajo en el Bayern Munich, que apareció 8 veces (de las cuales en 3 fue por la Súper Copa de la UEFA), sin embargo a diferencia del otro diario catalán, Mundo Deportivo dedicó noticia de tapa a la posible salida de Wayne Rooney del *Manchester United*, el accidente que sufrió Gonzalo Higuaín y la llegada del ex técnico de Málaga, Manuel Pellegrini al *Manchester City*. Esto demuestra que Mundo Deportivo maneja un espectro de noticias menos comprometido con los intereses del Barcelona que Sport.

Mundo Deportivo publicó 48 noticias de deportes distintos al fútbol, el 25%, con un promedio de 1.6 noticias por edición. El deporte en el que más hizo énfasis fue el atletismo con 12 noticias en total, 6.3% del total de las noticias y 25% de las noticias de deportes distintos al balompié. El baloncesto apareció en siete ocasiones en las portadas de Mundo Deportivo, 3.7% de las noticias en total y 14.6% de las noticias no relacionadas al fútbol. De estas 7 noticias 5 fueron acerca del



Recorte Mundo Deportivo 5/08/2013



Recorte Sport 6/08/2013



Recorte Mundo Deportivo 6/08/2013

equipo de baloncesto del FC Barcelona. Los dos diarios de Barcelona fueron los únicos en hacer mención del balonmano, tres veces en el caso de Mundo Deportivo, dos en el caso de Sport. En cada ocasión con un tema relacionado al equipo de handball del Barcelona. Esto demuestra la prioridad que le dan a toda noticia relevante al FC Barcelona en todos las ramas de la institución los diarios de esta ciudad.



Recorte MD 31/08/2013



Recorte Sport 31/08/2013

Otro ítem en el que Mundo Deportivo se diferencia de los demás es con la publicación en tapa de columnas de opinión. En 8 ediciones se puso un sello

advirtiéndole que en el interior del diario había una columna de opinión de Santi Nolla, así que esto demuestra una de las afirmaciones que hace Fabián Ortiz, y es que este diario tiene más atención con la calidad de sus textos, y por los nombres que le dan prestigio al periódico.

Concierne a el uso de las figuras populares del Barcelona, Mundo Deportivo fue muy constante a lo largo del mes. Las caras nuevas en el Barcelona (Neymar y Martino) aparecieron en el 68% de las portadas, pero tal como habíamos visto antes, fue el diario que más se basó en la imagen o el nombre de Leonel Messi, que estuvo presente en el 77% de los ejemplares. Al menos uno de ellos apareció en tapa en 28 de las 31 ediciones, el 90.3%. Dos de ellos coincidieron en 25 portadas 80.6%, mismo porcentaje que Sport. Los tres aparecieron en 14 portadas, el 45.4% porcentaje más alto de los cuatro diarios.

Conclusiones

Los números recolectados anteriormente permiten construir una idea de lo que motiva a cada diario a publicar una historia, y qué considera que va a ser interesante para sus lectores. A partir de los resultados de el recuento de temas de tapa de los cuatro diarios se realizará una pequeña sinopsis del perfil del lector de cada uno de los medios, se compararán los unos con los otros. Estos también será contrastados con las opiniones del periodista argentino Fabián Ortiz, que desde 1983 vive en Barcelona, y ha trabajado en los diarios Mundo Deportivo (1990-1996) y As (1996-2009).

Como ya habíamos visto, **Marca** es el diario más vendido de los cuatro y el de más visitas online, lo cual es evidencia numérica que este es el soporte de referencia en cuanto a los medios deportivos españoles, lo cual confirma Ortiz en su entrevista: “Durante mucho tiempo el medio de referencia fue Marca, pero yo creo que lo fue más que por una línea editorial, lo fue porque tomó la delantera en una forma escandalosa en ventas y en cuanto a estructura financiera interna y en tanto a estructura de marketing.” La audiencia de Marca no se caracteriza por adentrarse en el lectura, está más interesado en la cantidad más que en la calidad, por lo cual el diario lo bombardea de noticias desde la portada. El diario utiliza un discurso incluyente para hablar de noticias del Real Madrid, de forma que su lector sienta que la información viene de parte de alguien con sus mismos intereses, no obstante

quiere informarse en el mismo medio de la actualidad del deporte español sin favoritismos, cuando este no es el balompié.

El lector de **As** es un tipo que probablemente dispone de más tiempo para leer el diario. En una comparación entre ambos diarios Fabián Ortiz dice que:

“Creo que AS tiene mejores redactores. Gente que escribe mejor que Marca, lo cual ha sido así por muchos años. A Marca no le preocupa tanto la calidad literaria de sus textos. Si algo prima en Marca por encima de lo demás es la exclusiva, o estar primero donde los otros no están. Después si está bien escrito o no, no es algo primordial. AS tiene mejores calidad en sus textos[...]. En este caso el tipo que manda en AS que es Alfredo Relaño, es un grandísimo redactor, muy buen escritor. Se preocupa por que sus textos sean buenos, lo cual se refleja en el resto del diario. Esa es una diferencia básica entre AS y Marca.”

Aunque **As** sea un diario que trata todos los deportes y temas, el fútbol el Real Madrid son sus prioridades, como podemos ver en las portadas de los cuatro diarios del 19 de enero, después que el Barcelona ganara 2-1 al Real Madrid por un partido de la Copa del Rey. El resultado fue el hecho noticioso en todas las portadas, pero podemos ver como **As** se trata de diferenciar del resto en el enfoque de la noticia y en la imagen principal empleada.

Teniendo en cuenta el seguimiento que hizo **As** al Atlético de Madrid, a los otros equipos de España, a la LFP y a la selección española, es apropiado reconocer a este como el diario más preocupado por el deporte

desde el punto de vista de la capital española.

El diario **Sport** y sus lectores tienen intereses muy marcados, sin embargo no es muy exigente en lo que espera de un periódico. Beneficia los colores azulgranas por sobretodo y espera una abundancia de noticias de noticias del Barcelona que contenga cada detalle posible. El diario no es solo una herramienta para informarse



Portadas del 19/01/2013

de las noticias del club, sino para adentrarse en sus entrañas, conocer a sus confortantes y sentir que los conoce personalmente a través de sus entrevistas. Fabián Ortiz describe al lector de Sport de la siguiente forma: “El lector de Sport era un tipo sin demasiado interés en que le contaran la verdad. Apostaba más por el entretenimiento o el pasatiempo que por informarse.” En cuestión del tratamiento de la imagen este también es un diario muy particular. Fabián Ortiz lo describe de la siguiente forma “El Sport siempre fue un diario barcelonista, nunca se escondió. Incluso los propios trabajadores del Sport se referían a su periódico como un teveo¹⁴.”



Portadas del 3/09/2013

Después de este equipo, el equipo del cual lector de Sport quiere mantenerse más informado es el Real Madrid, pero debido a que es la contraparte del Barcelona, así que las noticias que publica el diario acerca de este club generalmente se pueden interpretar como críticas. El ejemplo perfecto de esto es las portadas del 3 de septiembre, en las cuales el tema común fue el fichaje, la presentación y el precio de Gareth Bale. Naturalmente Marca y As estaban obligados a darle protagonismo a la noticia, Mundo Deportivo optó por una nota

con el presidente del Barcelona, pero Sport

aprovechó el doble sentido del nombre del jugador y su precio para hacer una crítica al club de la capital.

Históricamente **Mundo Deportivo** fue reconocido como el diario más equidistante a los intereses de un equipo en particular en Barcelona, según asegura Ortiz, sin embargo esto ha venido cambiado en años recientes. Así lo explica el periodista

¹⁴ Término español para una revista de historietas

argentino:

“Yo participé en una reunión en la que nos informó cuales eran los objetivos de línea editorial a partir de ese momento, lo que nos dijo fue que hasta ahí el MD había sido percibido por los lectores (según encuestas) como un diario ecuánime, riguroso y equidistante; pero también aburrido, poco atractivo y cargado de un conjunto de connotaciones negativas. Entonces se nos dijo que teníamos que procurar que estos dos vectores se juntaran. Es decir teníamos que mantener un rigor y una distancia, pero hacerlo cada vez más divertido y atractivo. Menos serio en sentido de pesado. Eso fue muy bonito planteado así, pero en la realidad esto llevó a ser un periódico descaradamente barcelonista”

Desde los colores de la marca del diario podemos ver que éste pretende diferenciarse del resto y no apostar por el impacto visual y la premisa para atraer al lector, sino que este prefiera al diario por la calidad de su producto. El rojo que prevalece en las portadas de los otros tres diarios tiene un efecto llamativo para el ojo humano, Mundo Deportivo usa un verde oscuro, que no cansa tanto la visión del lector. Fabián Ortiz dice: “ Creo que MD tiene un buen puñado de tipos que escriben muy bien, lo que cuesta más en Sport”. Esto una semejanza que Mundo Deportivo guarda con As, que trata de hacer sus textos ricos y apostarle los periodistas de gran nombre para hacer más atractivo su producto, lo cual es demostrado por varias menciones en la portada del periódico a la columna de opinión de Santiago Nolla.

Conclusiones

En el cuerpo de este trabajo fue establecido varias veces que el contrato de lectura es un acuerdo tácito entre el diario y el lector que determina qué medio va a escoger este por encima de los otros. Es posible que la palabra más importante en esta frase sea “tácito”. No hay una afirmación por parte del medio el la cual asegure defender a un equipo, o priorizar una información sobre otra, sin embargo esta es la diferencia que determina de qué lado cae la moneda a la hora de comprar un periódico u otro, por lo cual es un tema central de cualquier medio. Establecer que los diarios de madrileños se sitúan cerca del Real Madrid y los catalanes lo hacen con el Barcelona es casi una obviedad, pero es solo la superficie del trabajo. Para entender lo que hay en el fondo fue necesario adentrarse en la historia del deporte español e

incluso de la guerra civil que segmentó un país.

Cuatro diarios fueron analizados, comparados y contrastados; y en varios aspectos fue posible reconocer patrones que demuestran claras diferencias entre sus posturas hacia la información. Un ejemplo claro es la forma en la que los diarios de Madrid publicaron varias noticias acerca de la candidatura de la capital española para ser sede de los juegos olímpicos, mientras que los diarios de Barcelona solo le dieron importancia a esta cuando fue vencida por Tokio, y después le ridiculizaron en sus medios digitales. Otra muestra evidente de una posición acerca de un hecho noticioso fue la falta de menciones por parte de los diarios de Madrid a la muerte y el sepelio del ex arquero del Barcelona y la selección española, Andoni Ramallets, mientras que la noticia fue seguida de cerca por los diarios de la ciudad condal.

Si se hace un ejercicio de observación a las tendencias de estos periódicos se pueden reconocer hábitos en que en otras ramas del periodismo serían mucho más llamativas, pero en estos diarios son costumbre. “Tito”, “Carlo”, “Iker”, “Gerard”, “Tata”, “Mesut”, “Leo”, “Cristiano”, “Garreth”, “Ney”, “Florentino” “Pep”, “Mou” y muchos más nombres propios o abreviaciones de los mismos aparecen en cientos de portadas de estos cuatro diarios siempre con gran familiaridad, a veces contrastados por la frialdad con el que tratan otros temas de similar relevancia. También se encuentran palabras como “nuestros”, “somos” y “vamos” lo cual sitúan al medio como un actor activo de la información, práctica que algunas cátedras del periodismo consideran inaceptable.

Este trabajo se titula “El color de la tinta” puesto que la intención original era saber los motivos de un medio para acercar su postura a los intereses de un equipo, y quizás saber en qué medidas lo hacen. También si fuese posible saber que tinta es más fuerte, si la tinta blanca que se imprime en Madrid, o la tinta azul y grana de las rotativas de Barcelona. Sin embargo la verdad es que la tinta al final siempre termina siendo color verde. Las diferencias de un diario u otro han cambiado y se han adaptado a través de los años para complacer a un público cada vez más acostumbrado a la noticia como se la han dado toda su vida. Sería apropiado cerrar este trabajo con una frase que refleja la realidad de este periodismo, tomada la entrevista a Fabián Ortiz, en la que cuenta algo que le dijo Tomás Guasch, director del diario As cuando él era el jefe de sección del Espanyol de Barcelona: “tú no

puedes hacer crónicas del Espanyol Fabián, porque cuentas la verdad, y la gente no quiere oír la verdad, quiere oír lo que ellos quisieran que hubiese pasado”.

Anexo

Entrevista: Fabián Ortiz

(El) Mundo Deportivo 1990-1996

¿Hace cuanto tiempo vives en Barcelona?

- Vivo en Barcelona hace 30 años, todo el tiempo en Barcelona desde el 83. Vine a -España como enviado especial de la revista semanal El Estadio, que salió como réplica al poder omnímodo que tenía El Gráfico que en ese momento era semanal también. Tenía un poder enorme no solo en Argentina sino en Latinoamérica, El Estadio salió como una respuesta a esto. Era una revista de bajo costo y dirigido a un público más ancho. Era más abarcativa porque cubría hasta el fútbol de segunda B, el Gráfico se dedicaba al fútbol de primera división y como máximo el ascenso. Vine como enviado especial al mundial de España, me encantó Barcelona y el año siguiente me vine a vivir una temporada larga y me terminé quedando.

- **Coincidiste allá con Maradona entonces.**

- Bueno la intención original era esa, aprovechar la presencia de Maradona y Menotti con quien tenía una relación bastante próxima, y utilizar ese contacto para abrirme más fácil mi camino en le periodismo.

- **¿Hace cuanto trabajas en el diario AS?**

- En AS estuve desde 1996 hasta el 2009, 13 años.

- **¿Por qué te fuiste?**

- Me echaron en una de las reestructuraciones del diario. El periodismo en general está en crisis y sobretodo en España.

- **¿Estás familiarizado con el texto “el contrato de lectura” de Eliseo Verón?**

- No

- **Es el contrato tácito que se da entre un portal y sus lectores que delimita por qué un consumidor elige un diario u otro. Para entender esto hay que tener en cuenta varios factores y también hay que establecer el estadio en excelencia. Según tu opinión ¿cuál es el diario a los que los otros diarios tratan de emular?**

- Durante mucho tiempo el medio de referencia fue Marca, pero yo creo que lo fue más que por una línea editorial, lo fue porque tomó la delantera en una forma escandalosa en ventas y en cuanto a estructura financiera interna y en tanto a estructura de marketing. A partir de la década del '90 tomó la delantera de una forma brutal con respecto a los otros tres. Se aprovechó de una pérdida de rumbo del diario AS que de los diarios de Madrid era históricamente el más ecuánime, es decir que guardaba una distancia equidistante entre el interés que le guardaba a los equipos que le interesaban, es decir el Atlético de Madrid y el Real Madrid. De resto tenía un trato casi igual con el resto de equipos de la liga. Tanto Marca como AS miraron con bastante desdén el concepto del polideportivo, es decir volcaron su interés al fútbol, pero Marca

a partir de los 90 fue muy certero en cuanto a la política de marketing. Fue el que empezó con ideas como la liga fantástica o el Tour fantástico. Lo mismo que es hoy “el gran DT” en Olé. Ellos fueron los inventores de esto por lo menos en España mucho antes que lo que lo hizo Clarín en Argentina. Tomaron la delantera en eso lo cual les dio muchísimos lectores. A la vez su política monetaria estableció un nuevo patrón. Empezaron a fomentar el modelo de un periódico con muy pocas firmas de prestigio y muchísimo personal joven, lo que se conocen como pasantes. Era gente que cobraba muy poco o no cobraba, pero a la que rápidamente se le ponía en posición de hacer coberturas importantes, y viajar a grandes acontecimientos. Sitúan a los jóvenes en sitios en los que antes costaba muchísimo llegar. Esto empezó a tener un efecto perverso en el contenido de los trabajos en el sentido de que no es lo mismo enviar a una persona de gran trayectoria y experiencia a cubrir, un partido del Real Madrid para poner un ejemplo, o una Eurocopa; que mandar a una persona en formación. Entonces con esto consiguieron abaratar el costo del la plantilla de trabajadores, pero pagando un precio alto en cuestión de calidad y de rigor, porque muchas veces iban de la mano. Entonces Marca fue referencia durante mucho tiempo, después a mediados de los ‘90 AS pasa a ser propiedad del grupo prisa que es la editora de entre otros el diario El País, en ese momento la puesta parecía una osadía pero lo hicieron muy bien al conseguir una sinergia por parte de todo el grupo que en ese momento era único propietario de Canal Plus que tenía en exclusiva los derechos de retransmisión del fútbol. Esto generó que a través de Canal Plus y la cadena Ser que era la cadena de radio más escuchada en el país, esta sinergia que le dio rápidamente al diario (AS) muy buenos dividendos.

- **¿le reinyectó un poco de dinámica entonces?**
- Claro, pero hay que decir también que se apuntaló a una reorientación del diario en su conjunto, es decir que el AS pasó de ser un periódico equidistante, que intentaba tratar a los equipos de Madrid por igual entre ellos, y también al resto de equipos de la liga. Ahí se posicionó con unos colores, que fueron los del Real Madrid.
- **Fabián para esta entrevista no es necesario guardar formalidades, puedes utilizar términos como merengue o culé. Yo entiendo manejo la jerga del fútbol.**
- OK. La puesta del diario AS fue claramente madridista, antibarcelonista te diría. Aunque esto se puede matizar porque yo me encargué de toda la información del Barcelona cuando estuve en el diario y nunca hice “anti” nada. Lo que sí hice fue no callarme ninguna crítica, pero cuando se trataba de englobar las cosas buenas que hacía el Barcelona, yo lo hacía sin problemas. Desde entonces la línea del periódico se decantó en esa dirección y todavía sigue así.
- **¿nunca te instaron a ser más sutil para elogiar al Barcelona, o a ser más**

vehemente acerca del Madrid?

- A mí nunca me tocó hacer información del Real Madrid. La información se encuentra muy segmentada, tal como los diarios en Argentina. El redactor que se encarga de un equipo no hace información de otros equipos, entonces no cubrí al Madrid. Después que me indicaran cómo tenía que hacer la información del Barcelona, no pasó nunca salvo los últimos dos años de permanencia en el diario, y siempre fue en sentido de suavizar las cosas, al contrario de lo que se podría pensar. El ser un diario madridista, muchos piensan que mi consigna era matar a los del Barça, y no es así. Al contrario, las diferencias que tuve con mis jefes, en particular con el director del diario, fue porque me querían imponer un criterio de blandura en el trato cuando yo consideraba que se necesitaba más contundencia. Después Sport y MD hace mucho se están moviendo en los mismo niveles, pero como también estuve en MD te puedo decir que en 1991, también se produjo un quiebre en la política editorial del diario.
- **¿en qué período estuviste en MD?**
- Yo estuve de 1990 a 1996 que me fui a AS. Hasta 1991, el Mundo Deportivo – de digo EL Mundo Deportivo porque se llamaba así hasta hace unos 10 años- tradicionalmente había sido un periódico riguroso, con una equidistancia en el trato de los dos equipos de Barcelona que eran y siguen siendo el Espanyol y el Barça. A partir del 91 que es cuando cambia el director que en ese momento era Manuel Tarín, y pasa a ser Santiago Noya que es quien sigue en la actualidad, el diario pasa a ser controlado por el hijo del Conde de Godó que es el propietario del grupo de Godó que maneja el diario La Vanguardia. Entonces cambia radicalmente la dirección del diario. Yo participé en una reunión en la que nos informó cuales eran los objetivos de línea editorial a partir de ese momento, lo que nos dijo fue que hasta ahí el MD había sido percibido por los lectores (según encuestas) como un diario ecuánime, riguroso y equidistante; pero también aburrido, poco atractivo y cargado de un conjunto de connotaciones negativas. Entonces se nos dijo que teníamos que procurar que estos dos vectores se juntaran. Es decir teníamos que mantener un rigor y una distancia, pero hacerlo cada vez más divertido y atractivo. Menos serio en sentido de pesado. Eso fue muy bonito planteado así, pero en la realidad esto llevó a ser un periódico descaradamente barcelonista. Para esto le fue bárbaro la aparición del “Dream Team” porque ya como que nadie se podía negar a los méritos del equipo, pero eso no ocultaba que detrás estaba una línea editorial y comercial que hasta entonces no había aparecido. El Sport siempre fue un diario barcelonista, nunca se escondió. Incluso los propios trabajadores del Sport se referían a su periódico como un “teveo”. Teveo es como le llaman en España a las revistas de historietas.
- **¿esto por el diseño, por la ilustración o por qué motivo?**

- Bueno por que no era nada serio, se inventaban cosas. En aquella época que el tratamiento de la fotografía era distinta, robaban fotos de revistas extranjeras, las recortaban, pegaban y reproducían sin mencionar la fuente o los autores.
- **¿Se puede decir que le dieron al profesionalismo periodístico un segundo plano?**
- Sí, era muy poco serio. Con el paso de los años fue adquiriendo un poco más de rigor periodístico, pero durante mucho tiempo fue considerado un periódico “trash”. En cuanto a cual de los 4 tenía la propuesta más diáfana en cuanto al lector, curiosamente era éste, que era el menos serio pero el que no engañaba a nadie. Era realmente el periódico que vendía realmente lo que uno al pararse en el kiosco veía en la tapa.
- **¿entonces los otros tres periódicos manejaban una metodología en la que llevaba al lector a comprar el diario buscando un contenido que en el interior del diario era menor de lo que parecía?**
- Claro, los otros tres durante mucho tiempo se movieron en la ambigüedad, para decirlo formalmente.
- **¿cómo lo dirían informalmente?**
- Bueno, que engañaban. Es decir, cualquier propuesta periodística que se mueva en la ambigüedad es un engaño. Para mí periodismo y ambigüedad es un oxímoron.
- **Con respecto a los dos equipos pilares del fútbol español, es decir Real Madrid y Barcelona, que cada uno cuenta con dos de estos diarios afiliados a su interés. ¿Cómo encaraban estos cuatro diarios lo que se iba a plantear acerca de ambos? ¿Se hacía una agenda de qué era lo que se iba a decir, o se trabajaba la noticia y después se le daba en enfoque?**
- Yo no tengo estadísticas pero me atrevería a decir que el 80% de tapa de estos periódicos tiene que ver con estos dos equipos. El Real Madrid en AS y Marca y el Barcelona en Sport y MD. Ahí claramente hay una apuesta comercial y no guarda una relación con una realidad informativa. Por lo tanto primero se mira el mercado del diario y después si, y solo si la realidad impone por fuerza otra línea, ésta es seguida.
- **¿hay variaciones en los precios de los diarios?**
- No, todos cuestan lo mismo. Un euro.
- **¿cómo describirías el perfil del lector de cada uno de estos diarios o la diferencia entre ellos? (obviando su relación con Barcelona o Real Madrid)**
- es difícil tu pregunta. Si me hubieras hecho esta pregunta hace 20 años, mi respuesta hubiese sido contundente. El lector de Sport era un tipo sin demasiado interés en que le contaran la verdad. Apostaba más por el entretenimiento o el pasatiempo que por informarse. Pero esto ha cambiado, y ahora los cuatro están en esta posición. Yo creo que las diferencias substanciales entre un lector y otro pasan por su inclinación acerca del equipo que sigan. No hay diferencias de rigor o tratamiento de información en lo

absoluto. Todos esos estándares se han tirado al piso.

- **¿cuándo remarcas la diferencia de tiempo en tus respuestas quieres decir que con el correr del tiempo en vez de Sport tratar de incrementar su pulcritud periodística, los otros le han apuntado cada vez más a esto del entretenimiento o del pasatiempo?**
- Sí, yo creo que ha habido un movimiento en ambas direcciones , pero sí ha sido más lo que los otros tres diarios tratan de moverse hacia lo que hace Sport en materia de entretenimiento y bajo rigor de la información, que lo que Sport se ha movido hacia los otros diarios. Aunque algo de movimiento hizo. Si se lee una edición de Sport de ahora y una de hace 20 años, son casi irreconocibles entre los dos. Sin embargo los otros tres se han movido hacia lo que se maneja en el periodismo “mainstream” estadounidense. Yo tengo una teoría al respecto de esto y es que cuando los periódicos pasan a ser propiedad de grandes grupos, que se dedican a otras cosas como America Online o la Fox. En ese momento dejan de ser medios de comunicación para convertirse en otra cosa que tiene más que ver con el espectáculo de la información. Yo creo que ahí el periodismo entendido en unos cánones de rigor seriedad y búsqueda de la verdad sale perdiendo.
- **Teniendo en cuenta que a través de Internet se apuesta a reflejar la línea editorial del diario hacia afueras de España ¿cómo te parece que las versiones digitales de estos diarios reflejan esto?**
- Internet lo único que hizo en los medios de comunicación, fue poner velocidad e inmediatez a algo que ya subyacía como línea editorial. El que era poco riguroso apremiado por el tiempo, apremiado por el tiempo se volvió aún menos riguroso. Y el que lo era más que el otro también se tuvo que herir esa consigna de buscar el rigor, la seriedad y el contraste de la fuente, porque no había tiempo. Entonces me parece que en ese sentido lo que hizo Internet en relación a estos medios fue subrayar con trazo grueso lo que ya estaba escrito con una pluma más fina.
- **Tomando como ejemplo las portadas del 9-Junio-2013 en las cuales el primer pantallazo de tres de los cuatro diarios mostraban a Rafael Nadal mordiendo el trofeo de Roland Garros mientras que Sport tendía un titular acerca de Neymar y el amistoso que jugaron Brasil y Francia. ¿qué te parece que refleja esto acerca de la línea editorial que quieren proyectar estos diarios?**
- Yo creo que ahí está reflejado claramente la puesta comercial por encima –casi aplastando- el interés informativo. Y me parece que en esto no se salva ninguno. En esto también se puede ver una intención de quien se encargara de la portada digital de Sport de diferenciarse de los otros tres diarios. Eso puede responder a esa estrategia, no se puede pensar que eso no está pensado. La lógica de éste puede ser la siguiente:

Viendo que los otros tres van con Rafa Nadal, vamos a dar algo diferente y vamos a darle a nuestro lector que es decididamente culé, lo que a lo mejor está esperando leer entre tanto Nadal.” Es una posibilidad.

- **Partiendo los diarios cada uno en su “bando” ¿qué diferencias encuentras en detalle entre AS y Marca y entre Sport y MD?**
- Creo que AS tiene mejores redactores. Gente que escribe mejor que Marca, lo cual ha sido así por muchos años. A Marca no le preocupa tanto la calidad literaria de sus textos. Si algo prima en Marca por encima de lo demás es la exclusiva, o estar primero donde los otros no están. Después si está bien escrito o no, no es algo primordial. AS tiene mejores calidad en sus textos. Yo creo que todo pasa por quién esté en mando. La calidad de un restaurante no solo pasa por su decoración o su vajilla, sino por lo que te pongan en el plato, y eso es responsabilidad del maestro chef. En este caso el tipo que manda en AS que es Alfredo Relaño, es un grandísimo redactor, muy buen escritor. Se preocupa por que sus textos sean buenos, lo cual se refleja. Marca en este sentido ha sido más errático, ha sido un periódico que ha tenido directores de muy distinto pelaje y la mayoría no ha tenido mucho interés por la calidad periodística. Esa es una diferencia básica entre AS y Marca. Creo que la misma se puede establecer entre MD y Sport. Creo que MD tiene un buen puñado de tipos que escriben muy bien, lo que cuesta más en Sport. Después podríamos decir que a lo mejor cuestiones de titulación y estilo como estas hacen parte de la diferencia. AS es como más formal en la manera de titular, y a Marca le gustan más los juegos de palabras. Estaría más cerca al estilo de Olé en Argentina. Títulos con doble sentido. Entre Sport y MD no hay mucha diferencia en esto porque ambos manejan este estilo.
- **En el caso específico del clásico Barcelona-Real Madrid ¿qué tendrías para decir acerca de la forma y los recursos con la que encaran estos cuatro medios un partido de estos?**
- Lo primero que te tendría que decir es cómo me sorprendió a mí que venía de una cultura editorial porteña, darme cuenta de cómo estaba de preestablecido todo lo que iba a publicar, ya sea en un clásico o un partido normal. De antemano se estructuraba todo lo que se iba a publicar, independientemente de lo que pasara. Todo estaba previsto. Te pongo un ejemplo, yo no podía creer que el diario estuviera pensado en función de: página 2 y 3 va la crónica, la 4 la contra-crónica, en la 5 el entrenamiento local, en la 6 el visitante y declaraciones de los jugadores. Todo esto antes de que hablaran. Yo siempre trabajé con la metodología de ver qué tendrían que decir los protagonistas y en base a eso decidir qué se publicaba. Con el pasar de los años me acostumbré y terminé trabajando así, pero siempre me llamó la atención. En los dos de los cuatro diarios en los que trabajé se manejaba así. Tenía que pasar algo estruendoso como

aquel clásico cuando Figo volvió al Camp Nou que tiraron una cabeza de cochinito a la cancha para que se modificaran las cosas. En esa ocasión se cambiaron solo dos páginas, tomándolo como la mayor improvisación que presencié. En cuanto a la planificación de un clásico, el enfoque va a ir determinado por las filias y fobias del periódico. Si somos del Barça primará en nuestra mirada todo aquello que sea susceptible al Barça, en sentido de la actuación del árbitro, la dureza del equipo rival, etcétera. Todo era medido en función de eso. Como si nos pusiéramos unos anteojos con el color de la camiseta y viéramos todo a favor de ese prisma. Claro está en viceversa el caso contrario. Por lo tanto, esto le resta de nuevo rigor informativo a lo que se va a publicar. Yo por ejemplo tuve discusiones bastante airadas y estuve en peligro de ser despedido, porque me querían imponer un criterio a la hora de valorar, una jugada de un penal por ejemplo en el que yo opinaba distinto a los editores. Yo recibí varias llamadas desde Madrid diciendo por ejemplo: dice Alfredo (Relaño, director en el momento) que en la jugada tal digas que hay penal.” Yo me negaba y venían los grandes quilombos.

- **¿esto sucedió tanto en MD como en AS?**
- En MD no me pasó a mí, pero pasaba. Acá nadie está libre de esas miserias, por lo tanto te digo que en términos de rigor informativo, eso deja mucho que desear. Yo creo que en el fondo lo que hay es una mirada un tanto desdeñosa de la inteligencia del lector. Es como partir de la idea que el lector es tonto y que lo que piense va a estar determinado por lo que le digamos nosotros, y en cierta medida pasa así, hay quienes no tiene opinión propia y lo que hacen es repetir lo que dicen los medios de comunicación o su mamá o su vecino. Pero tomar eso como punto de partida para un texto informativo me parece un menosprecio del lector.
- **¿desarrollaste alguna afinidad acerca de uno de estos clubes?**
- No y me cuesta sostenerlo porque nadie me cree. Otra de las cosas que me llamó la atención fue la profesión de pertenencia que se hace públicamente por parte de los periodistas. Recuerdo que siendo yo de Racing cuando empecé en El Gráfico, yo hacía todo lo posible para que eso no influyera en mi trabajo. La primera vez que me mandaron a hacer una crónica de Racing me parece que me pasé de crítico en algunas cosas que Racing hizo mal para que nadie pudiera intuir que yo estaba influido por los colores. Acá como que es al revés, como que si no dices que eres del Barça te miran mal. Yo en eso soy bastante radical, me parece que equipo uno solo tiene uno.
- **¿conociste un caso de alguien que haya entrado a uno de estos medios siendo simpatizante del rival de éste, o es casi una cuestión excluyente en la que tienes que tener proximidad afectiva con el medio para el que escribes?**
- Hay un caso en Barcelona de una periodista madrileña llamada Gemma Guerrero, que

por lo menos hasta que llegó era del Madrid y nadie le puso impedimentos o problemas para poder desarrollar su trabajo. Nadie te impone nada en ese ítem. Sin embargo hay gente que movida por sus colores le niegan el pan y la sal a sus rivales.

- **¿te parece que los periodistas que se dejan mover por su afinidad con un equipo tienen más cabida en medios como AS, Marca, Sport y MD?**
- Sí, de hecho yo fui segregado por ser neutral en una ocasión. Mi jefe directo en el AS, Tomás Guasch, no me dejaba escribir sobre el Espanyol (equipo del que él es hincha) porque me pasaba neutral. Una vez me dijo: “tú flaco (sobrenombre con el que reconocía a Fabián) no puedes hacer crónicas del Espanyol porque cuentas la verdad, y la gente no quiere oír la verdad, quiere oír lo que ellos quisieran que hubiese pasado”. Yo me sitúo en un lugar que puede sonar pretencioso pero soy hincha del buen fútbol y quiero gozar de esa libertad de hablar bien de los equipos que juegan bien.

Bibliografía

Perarnau, Martí. 2011, *Senda de Campeones* Barcelona: Salsa Books

Verón, Eliseo 1985 *El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media*, en “Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications”, IREP, París, .

Zapaterra, Y. (2012) *Diseño de Periódicos y Revistas*. Barcelona: Gustavo Gili

Historia del Futbol Club Barcelona 2013 Recuperado en <http://www.fcbarcelona.es/club/historia> el 06-05-2013

Historia del Real Madrid 2013 Recuperado en <http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/es/1193040472586/Historia/Club.htm> el 08-05-2013

Robinson, David (2010) *Ronaldinho, la abdicación de un rey* [Video de web] Madrid: Canal Plus. Recuperado de http://www.plus.es/videos/Futbol/Informe/Robinson/Septiembre/-/Ronaldinho/abdicacion/reylpluvidftb/20080924pluutmftb_4/Ves/ el 20-05-2013

Robinson, David (2012) *La leyenda de la Champions* Madrid: Canal Plus. Recuperado de <http://www.canalplus.es/guia/ficha.html?id=989490&tipo=E> el 17-05-2013

Eurosport (2011) *Liga - El polémico 11-1 del Madrid al Barça* Recuperado de <http://es.eurosport.yahoo.com/05122011/47/liga-polemico-11-1-madrid-bar.html> el 06-06-2013

Tapas de diarios recuperadas de:

Sport: http://www.sport.es/es/edicion_impresa/

Mundo Deportivo: http://www.mundodeportivo.com/20130610/fc-barcelona/http-imagenes-mundodeportivo-com-20130610-th10porbn-jpg_54375503148.html

AS: http://www.as.com/futbol/fotogaleria/portadas-as-2013/20130102dasdasftb_2/Zes/pf_3/#info_rel8

Marca: <http://www.marca.com/multimedia/primeras/mayo13.html>

Estudio General de Medios (EGM)(2013) , provisto por: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AMIC)

Referencias bibliográficas

Perarnau, Martí. 2011, *Senda de Campeones* Barcelona: Salsa Books

Verón, Eliseo 1985 *El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media*, en "Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications", IREP, París, .

Zapaterra, Y. (2012) *Diseño de Periódicos y Revistas*. Barcelona: Gustavo Gili

Historia del Fútbol Club Barcelona 2013 Recuperado en

<http://www.fcbarcelona.es/club/historia> el 06-05-2013

Historia del Real Madrid 2013 Recuperado en

<http://www.realmadrid.com/cs/Satellite/es/1193040472586/Historia/Club.htm> el 08-05-2013

Robinson, David (2010) *Ronaldinho, la abdicación de un rey* [Video de web] Madrid: Canal Plus. Recuperado de

http://www.plus.es/videos/Futbol/Informe/Robinson/Septiembre-/Ronaldinho/abdicacion/reylpluvidfb/20080924pluutmfb_4/Ves/ el 20-05-2013

Robinson, David (2012) *La leyenda de la Champions* Madrid: Canal Plus. Recuperado de

<http://www.canalplus.es/guia/ficha.html?id=989490&tipo=E> el 17-05-2013

Eurosport (2011) *Liga - El polémico 11-1 del Madrid al Barça* Recuperado de

<http://es.eurosport.yahoo.com/05122011/47/liga-polemico-11-1-madrid-bar.html> el 06-06-2013

Tapas de diarios recuperadas de:

Sport: http://www.sport.es/es/edicion_impresa/

Mundo Deportivo: http://www.mundodeportivo.com/20130610/fc-barcelona/http-imagenes-mundodeportivo-com-20130610-th10porbn-jpg_54375503148.html

AS: http://www.as.com/futbol/fotogaleria/portadas-as-2013/20130102dasdasfb_2/Zes/pf_3/#info_rel8

Marca: <http://www.marca.com/multimedia/primeras/mayo13.html>

Estudio General de Medios (EGM)(2013) , provisto por: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AMIC)