

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Periodismo II



TESIS DOCTORAL

Identidad, imagen y cultura corporativas del club Atlético de Madrid a través de la información periodística

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Ricardo Martínez Platel

Director

Javier Fernández del Moral

Madrid, 2017

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Periodismo II



**IDENTIDAD, IMAGEN Y CULTURA CORPORATIVAS
DEL CLUB ATLÉTICO DE MADRID
A TRAVÉS DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Ricardo Martínez Platel

Bajo la dirección del doctor:

Javier Fernández del Moral

Madrid, 2015

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

DEPARTAMENTO DE PERIODISMO II



IDENTIDAD, IMAGEN Y CULTURA CORPORATIVAS
DEL CLUB ATLÉTICO DE MADRID
A TRAVÉS DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA

AUTOR: RICARDO MARTÍNEZ PLATEL

TESIS DOCTORAL DIRIGIDA POR JAVIER FERNÁNDEZ DEL MORAL

MADRID, 2015

**A Marga, a mis padres
y a la Keka,
que en aquellos días se estaba despidiendo.**

ÍNDICE

RESUMEN	25
ABSTRACT	27
1. INTRODUCCIÓN	29
1.1. Motivaciones	29
1.2. Objetivos.....	31
1.3. Delimitación del objeto de estudio	34
1.4. Hipótesis	36
1.5. Metodología.....	37
1.6. Fuentes documentales y bibliografía	41
2. APROXIMACIÓN A LOS CONCEPTOS TEÓRICOS DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS PARA CREAR VALOR	43
2.1. Identidad corporativa.....	43
2.2. Imagen corporativa	44
2.3. Cultura corporativa	45
2.4. La integración de la identidad, imagen, cultura en la empresa	46
3. EL CONCEPTO DE PERIODISMO ESPECIALIZADO PARA LA INFORMACIÓN DEPORTIVA	49
3.1. Introducción.....	49
3.2. Concepto de Información Periodística Especializada	50
3.3. La metodología de las ciencias sociales en el periodismo especializado	52

3.4. Condiciones y aptitudes del periodista especializado.....	53
4. INFORMACIÓN DEPORTIVA EN ESPAÑA.....	55
4.1. Historia y evolución de la información deportiva en España	55
4.2. El deporte en los diarios de información general	59
5. HISTORIA DEL CLUB ATLÉTICO DE MADRID	61
5.1. De los orígenes a los años 20.....	61
5.1.1. Los orígenes del fútbol	61
5.1.2. El fútbol en España.....	64
5.1.3. La fundación del Athletic Club de Madrid y los primeros años.....	66
5.1.4. La etapa de Ruete	70
5.2. Años de éxitos y fracasos hasta la Guerra Civil	73
5.2.1. La independencia oficial del Athletic de Madrid	73
5.2.2. La presidencia de Luciano Urquijo	74
5.2.3. La travesía por la Segunda División.....	76
5.2.4. Dos años en Primera antes de la Guerra Civil	77
5.2.5. La Guerra Civil.....	78
5.3. Comienza la leyenda.....	78
5.3.1. Del Athletic Club de Madrid al Atlético Aviación.....	78
5.3.2. Denominado Club Atlético de Madrid	81
5.3.3. De la "Delantero de Seda" a la "Delantero de cristal"	81

5.3.4. La presidencia del Marqués de la Florida.....	83
5.3.5. La etapa de Barroso	84
5.4. Vicente Calderón, la época dorada del club	85
5.5. Etapa de confusión.....	91
5.5.1. La estancia de Cabeza.....	91
5.5.2. La segunda etapa de Vicente Calderón.....	91
5.6. La "era Gil"	93
5.6.1. La llegada de Jesús Gil	93
5.6.2 Del doblete al descenso	97
5.6.3. Dos años en Segunda y ascenso	101
5.6.4. El Centenario y la marcha de Gil de la presidencia.....	104
5.6.5. La muerte de Jesús Gil.....	106
5.7. El Atlético actual	107
5.7.1. Años en tierra de nadie hasta volver a Europa	107
5.7.2. Vuelta a Europa y dos años en Champions	110
5.7.3. Vuelven los títulos, 14 años después	112
5.7.4. El efecto Simeone	116
5.7.5. Campeón de Copa en el Bernabéu	119
5.7.6. Una Liga para la historia	120
6. TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CLUB ATLÉTICO DE MADRID EN LA PRENSA GENERALISTA	123
6.1. Aproximación al análisis de contenido	123

6.2. Tratamiento informativo del Atlético de Madrid en la prensa generalista: <i>ABC, El Adelantado de Segovia, El Mundo, El País, Público, La Razón, La Vanguardia</i> y <i>La Voz de Galicia</i> durante el mes de noviembre de 2009	127
6.2.1. Informaciones	127
6.2.1.1. Informaciones del Atlético aparecidas en los periódicos estudiados	127
6.2.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid	129
6.2.2. Autores.....	130
6.2.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid	130
6.2.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid	131
6.2.3. Temas y géneros periodísticos	132
6.2.3.1. Temas de las informaciones	132
6.2.3.2. Géneros periodísticos	134
6.2.4. Espacio dedicado en los periódicos	142
6.2.4.1. Páginas de los diarios	142
6.2.4.2. Superficie de una página de cada periódico	143
6.2.4.3. Superficie total de los diarios	144
6.2.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético	145
6.2.4.5. Superficie de cada una de las informaciones	146
6.2.4.6. Superficie dedicada al Atlético	147
6.2.4.7. Páginas dedicadas a la sección de deportes	148
6.2.4.8. Superficie dedicada a Deportes	149
6.2.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes	149

6.2.5. Protagonistas	152
6.2.5.1. Actores que aparecen en las informaciones	152
6.2.5.2. Fotografías y fotógrafos	157
6.2.5.3. Protagonistas de las fotografías	158
6.3. <i>ABC</i>	160
6.3.1. Informaciones	160
6.3.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en <i>ABC</i>	160
6.3.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en <i>ABC</i>	161
6.3.2. Autores.....	163
6.3.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en <i>ABC</i>	163
6.3.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en <i>ABC</i>	164
6.3.3. Temas y géneros periodísticos	166
6.3.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en <i>ABC</i>	166
6.3.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en <i>ABC</i> ...	170
6.3.4. Espacio dedicado en <i>ABC</i>	173
6.3.4.1. Páginas del diario <i>ABC</i>	173
6.3.4.2. Superficie de una página de <i>ABC</i>	174
6.3.4.3. Superficie total de las páginas de <i>ABC</i>	174
6.3.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en <i>ABC</i>	175
6.3.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en <i>ABC</i>	176
6.3.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en <i>ABC</i>	177

6.3.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en <i>ABC</i>	178
6.3.4.8. Superficie dedicada a Deportes en <i>ABC</i>	178
6.3.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en <i>ABC</i>	179
6.3.5. Protagonistas	181
6.3.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en <i>ABC</i>	181
6.3.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en <i>ABC</i>	183
6.3.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en <i>ABC</i>	184
6.4. <i>El Adelantado de Segovia</i>	186
6.4.1. Informaciones	186
6.4.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	186
6.4.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en <i>El Adelantado de Segovia</i>	187
6.4.2. Autores	189
6.4.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en <i>El Adelantado de Segovia</i>	189
6.4.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en <i>El Adelantado de Segovia</i>	190
6.4.3. Temas y géneros periodísticos	192
6.4.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	192
6.4.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	195
6.4.4. Espacio dedicado en <i>El Adelantado de Segovia</i>	198
6.4.4.1. Páginas del diario <i>El Adelantado de Segovia</i>	198

6.4.4.2. Superficie de una página de <i>El Adelantado de Segovia</i>	199
6.4.4.3. Superficie total de las páginas de <i>El Adelantado de Segovia</i>	200
6.4.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	201
6.4.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	202
6.4.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	203
6.4.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en <i>El Adelantado de Segovia</i>	204
6.4.4.8. Superficie dedicada a Deportes en <i>El Adelantado de Segovia</i>	204
6.4.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en <i>El Adelantado de Segovia</i>	205
6.4.5. Protagonistas	207
6.4.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	207
6.4.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	209
6.4.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i> ...	210
6.5. <i>El Mundo</i>	212
6.5.1. Informaciones	212
6.5.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en <i>El Mundo</i>	212
6.5.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en <i>El Mundo</i>	213
6.5.2. Autores	215
6.5.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en <i>El Mundo</i>	215
6.5.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en <i>El Mundo</i>	216

6.5.3. Temas y géneros periodísticos	218
6.5.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en <i>El Mundo</i>	218
6.5.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en <i>El Mundo</i>	221
6.5.4. Espacio dedicado en <i>El Mundo</i>	224
6.5.4.1. Páginas del diario <i>El Mundo</i>	224
6.5.4.2. Superficie de una página de <i>El Mundo</i>	225
6.5.4.3. Superficie total de las páginas de <i>El Mundo</i>	226
6.5.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en <i>El Mundo</i>	227
6.5.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en <i>El Mundo</i>	228
6.5.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en <i>El Mundo</i>	229
6.5.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en <i>El Mundo</i>	230
6.5.4.8. Superficie dedicada a Deportes en <i>El Mundo</i>	230
6.5.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en <i>El Mundo</i>	231
6.5.5. Protagonistas	232
6.5.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en <i>El Mundo</i>	232
6.5.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en <i>El Mundo</i>	235
6.5.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en <i>El Mundo</i>	236
6.6. <i>El País</i>	238
6.6.1. Informaciones	238
6.6.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en <i>El País</i>	238
6.6.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid	

en <i>El País</i>	239
6.6.2. Autores	241
6.6.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en <i>El País</i>	241
6.6.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en <i>El País</i>	242
6.6.3. Temas y géneros periodísticos	244
6.6.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en <i>El País</i>	244
6.6.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en <i>El País</i>	248
6.6.4. Espacio dedicado en <i>El País</i>	251
6.6.4.1. Páginas del diario <i>El País</i>	251
6.6.4.2. Superficie de una página de <i>El País</i>	252
6.6.4.3. Superficie total de las páginas de <i>El País</i>	252
6.6.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en <i>El País</i>	253
6.6.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en <i>El País</i>	254
6.6.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en <i>El País</i>	254
6.6.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en <i>El País</i>	255
6.6.4.8. Superficie dedicada a Deportes en <i>El País</i>	256
6.6.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en <i>El País</i>	256
6.6.5. Protagonistas	258
6.6.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en <i>El País</i>	258
6.6.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en <i>El País</i>	260

6.6.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en <i>El País</i>	261
6.7. <i>Público</i>	263
6.7.1. Informaciones	263
6.7.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en <i>Público</i>	263
6.7.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en <i>Público</i>	264
6.7.2. Autores	266
6.7.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en <i>Público</i>	266
6.7.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en <i>Público</i>	267
6.7.3. Temas y géneros periodísticos	269
6.7.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en <i>Público</i>	269
6.7.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en <i>Público</i>	272
6.7.4. Espacio dedicado en <i>Público</i>	275
6.7.4.1. Páginas del diario <i>Público</i>	275
6.7.4.2. Superficie de una página de <i>Público</i>	275
6.7.4.3. Superficie total de las páginas de <i>Público</i>	276
6.7.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en <i>Público</i>	276
6.7.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en <i>Público</i>	277
6.7.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en <i>Público</i>	278
6.7.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en <i>Público</i>	279

6.7.4.8. Superficie dedicada a Deportes en <i>Público</i>	279
6.7.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en <i>Público</i>	280
6.7.5. Protagonistas	281
6.7.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en <i>Público</i>	281
6.7.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en <i>Público</i>	283
6.7.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en <i>Público</i>	285
6.8. <i>La Razón</i>	287
6.8.1. Informaciones	287
6.8.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en <i>La Razón</i>	287
6.8.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en <i>La Razón</i>	287
6.8.2. Autores	289
6.8.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en <i>La Razón</i>	289
6.8.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en <i>La Razón</i>	290
6.8.3. Temas y géneros periodísticos	292
6.8.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en <i>La Razón</i>	292
6.8.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en <i>La Razón</i>	296
6.8.4. Espacio dedicado en <i>La Razón</i>	299
6.8.4.1. Páginas del diario <i>La Razón</i>	299
6.8.4.2. Superficie de una página de <i>La Razón</i>	300

6.8.4.3. Superficie total de las páginas de <i>La Razón</i>	300
6.8.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en <i>La Razón</i>	301
6.8.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en <i>La Razón</i>	302
6.8.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en <i>La Razón</i>	302
6.8.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en <i>La Razón</i>	303
6.8.4.8. Superficie dedicada a Deportes en <i>La Razón</i>	304
6.8.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en <i>La Razón</i> ...	305
6.8.5. Protagonistas	306
6.8.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en <i>La Razón</i>	306
6.8.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en <i>La Razón</i>	308
6.8.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en <i>La Razón</i>	310
6.9. <i>La Vanguardia</i>	312
6.9.1. Informaciones	312
6.9.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en <i>La Vanguardia</i>	312
6.9.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en <i>La Vanguardia</i>	313
6.9.2. Autores	315
6.9.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en <i>La Vanguardia</i>	315
6.9.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en <i>La Vanguardia</i>	316
6.9.3. Temas y géneros periodísticos	317
6.9.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en <i>La Vanguardia</i>	317

6.9.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en <i>La Vanguardia</i>	320
6.9.4. Espacio dedicado en <i>La Vanguardia</i>	322
6.9.4.1. Páginas del diario <i>La Vanguardia</i>	322
6.9.4.2. Superficie de una página de <i>La Vanguardia</i>	323
6.9.4.3. Superficie total de las páginas de <i>La Vanguardia</i>	324
6.9.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en <i>La Vanguardia</i>	325
6.9.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en <i>La Vanguardia</i>	326
6.9.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en <i>La Vanguardia</i>	326
6.9.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en <i>La Vanguardia</i>	327
6.9.4.8. Superficie dedicada a Deportes en <i>La Vanguardia</i>	328
6.9.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en <i>La Vanguardia</i>	329
6.9.5. Protagonistas	330
6.9.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en <i>La Vanguardia</i>	330
6.9.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en <i>La Vanguardia</i>	332
6.9.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en <i>La Vanguardia</i>	333
6.10. <i>La Voz de Galicia</i>	335
6.10.1. Informaciones	335
6.10.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en <i>La Voz de Galicia</i>	335
6.10.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en <i>La Voz de Galicia</i>	335

6.10.2. Autores	337
6.10.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en <i>La Voz de Galicia</i>	337
6.10.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en <i>La Voz de Galicia</i>	338
6.10.3. Temas y géneros periodísticos	339
6.10.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en <i>La Voz de Galicia</i>	339
6.10.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en <i>La Voz de Galicia</i>	342
6.10.4. Espacio dedicado en <i>La Voz de Galicia</i>	345
6.10.4.1. Páginas del diario <i>La Voz de Galicia</i>	345
6.10.4.2. Superficie de una página de <i>La Voz de Galicia</i>	346
6.10.4.3. Superficie total de las páginas de <i>La Voz de Galicia</i>	346
6.10.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en <i>La Voz de Galicia</i>	347
6.10.4.5. Superficie de cada una de las informaciones en <i>La Voz de Galicia</i>	348
6.10.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en <i>La Voz de Galicia</i>	348
6.10.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en <i>La Voz de Galicia</i>	349
6.10.4.8. Superficie dedicada a Deportes en <i>La Voz de Galicia</i>	350
6.10.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en <i>La Voz de Galicia</i>	350
6.10.5. Protagonistas	352
6.10.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en <i>La Voz de Galicia</i> ...	

.....	352
6.10.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en <i>La Voz de Galicia</i>	354
6.10.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en <i>La Voz de Galicia</i>	355

7. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LOS PERIÓDICOS ESTUDIADOS DE LA PRENSA GENERALISTA357

7.1. Informaciones aparecidas sobre el Atlético de Madrid y días en los que hubo alguna información relacionada con el club	357
7.2. Autores que escribieron algún tema del Atlético y concentración de las firmas ...	357
7.3. Temas de las informaciones y géneros periodísticos	358
7.4. Páginas de cada diario, superficie por página de cada periódico y superficie total	360
7.5. Tamaño de las informaciones, superficie de cada una de ellas y superficie dedicados al Atlético	361
7.6. Páginas y superficie de la sección de deportes, páginas y superficie dedicada a fútbol y al resto de disciplinas deportivas	362
7.7. Actores que aparecieron en las informaciones	363
7.8. Fotografías, fotógrafos y protagonistas de las imágenes	364

8. TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CLUB ATLÉTICO DE MADRID EN LA PRENSA ESPECIALIZADA367

8.1. Informaciones aparecidas sobre el Club Atlético de Madrid en los periódicos <i>As</i> y <i>Marca</i> durante de mayo de 2010	367
8.2. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid	368
8.3. Temas	369

8.4. Géneros periodísticos	370
8.5. Espacio dedicado en los periódicos	371
8.5.1. Páginas de los diarios	371
8.5.2. Superficie de una página de cada periódico	372
8.5.3. Superficie total de los diarios	373
8.5.4. Páginas dedicadas a la sección del Atlético de Madrid	373
8.5.5. Superficie de cada una de las informaciones	374
8.5.6. Superficie dedicada al Atlético	375
8.5.7. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes	377
8.6. Actores	378
8.7. Fotografías y fotógrafos	379

9. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LOS PERIÓDICOS ESTUDIADOS DE LA PRENSA ESPECIALIZADA COMPARADOS CON LOS DE LA PRENSA GENERALISTA381

9.1. Informaciones dedicadas al Atlético en la prensa generalista y en la especializada	381
9.2. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid	382
9.3. Temas de las informaciones	383
9.4. Géneros periodísticos	384
9.5. Superficie	385
9.5.1. Superficie de una página.....	385
9.5.2. Superficie total de los diarios	385
9.5.3. Tamaño de las informaciones del Atlético	386

9.5.4. Superficie de cada una de las informaciones	387
9.5.5. Porcentaje dedicado a fútbol y resto de deportes	388
9.6. Fotografías y fotógrafos	389
9.6.1. Imágenes por fotógrafo	389
10. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	391
10.1. Opiniones de los aficionados a través de una encuesta	391
10.2. Aproximación a fuentes especializadas por medio de periodistas expertos	402
10.3. Entrevistas a exjugadores del Atlético de Madrid	423
11. CONCLUSIONES	427
12. BIBLIOGRAFÍA	433
13. ÍNDICE DE FIGURAS	439
14. ÍNDICE DE TABLAS	451

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad ofrecer una visión de la identidad corporativa del Atlético de Madrid. Para ello, partimos de conceptos que ayudan a realizar una aproximación teórica de elementos que son desarrollados a lo largo del proyecto. Se subrayan ideas relacionadas con los procesos de comunicación destinados a crear valor en las empresas, así como una exposición sobre el periodismo especializado, hasta llegar a analizar la historia del club para sentar las bases desde donde partir.

Conocer la trayectoria de la entidad facilita la comprensión de sus rasgos más característicos que influyen en su comportamiento y en la de sus aficionados, así como en el punto de vista que ofrecen los medios de comunicación a través de sus informaciones. Todos estos acontecimientos que han afectado al Atlético de Madrid en sus 112 años de bagaje han propiciado que se haya creado una cultura corporativa, compuesta por una serie de matices que los simpatizantes del conjunto colchonero tienen interiorizados y que se reflejan en la imagen que proyecta la propia institución.

Se ha realizado una descripción de las características básicas de la información deportiva, en términos históricos y su evolución en España, que localizan la especialidad futbolística dentro del contexto informativo al que pertenece, desde la óptica más general (la información deportiva) hasta la más concreta (la información sobre el Atlético de Madrid).

La documentación ha sido una pieza fundamental sobre la que se ha construido esta investigación. Así, además de libros y artículos de fútbol, hay que añadir una colección privada de material del Atlético de Madrid, creada a lo largo de más de 20 años, que ha permitido una catalogación temática lo más completa posible de las informaciones sobre el club aparecidas en los diarios *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* durante el mes de noviembre de 2009, y de *As* y *Marca* en mayo de 2010, de manera que se pueden delimitar con claridad los campos más significativos, los apartados en que a su vez se divide cada uno y la importancia cuantitativa de los mismos, en razón de la cantidad de trabajos periodísticos que le corresponden.

El análisis del tratamiento informativo de la entidad en la prensa generalista y especializada permite saber la manera en que ha sido abordada su actualidad en las principales cabeceras. La comparación de los resultados desvela factores que han sido utilizados para comprobar si la idiosincrasia del Atlético de Madrid queda recogida en los diarios, según la percepción de sus aficionados, periodistas especializados y exjugadores relevantes. Todo lo anterior facilita el acceso al objetivo planteado, que no es otro que descubrir si el mensaje que trata de transmitir la entidad llega a su público objetivo, tanto por los canales directos, como a través de la prensa.

Este trabajo demuestra empíricamente la identificación de los aficionados con los valores y la historia del club, pero muestra la desafección con el mensaje institucional, a pesar de coincidir en los conceptos. Del mismo modo, queda patente la escasa transparencia informativa que tiene la entidad, según los periodistas especializados y la atención continuada y tratamiento similar que recogen los periódicos sobre la entidad.

ABSTRACT

The present research paper has as its main purpose to offer a view of the identity, the image and the corporate culture of Atlético de Madrid. To that end, we start from concepts that help achieve a theoretical approximation of the elements that are developed throughout the project. The ideas related to the communication processes assigned to create value in corporations are highlighted, just as well as a statement about specialized journalism, until reaching to analyze the history of the club, in order to set the basis from which begin.

To have knowledge of the history of the entity makes it easier to understand its principal traits and characteristics, which have had a significant influence on its own behavior and also on its supporters. The point of view that the sports club offers to the Media throughout its information has also been shaped by these traits. All these features that have affected Atlético de Madrid through its 112 years of life have contributed to create a corporative culture formed by several aspects that the fans of the team have embraced and that are reflected on the appearance that the institution shows.

A description of the basic traits of sports information, in historical terms and concerning its evolution in Spain, has been made. These characteristics set the football specialization within the informative context to which it belongs; from the most general point of view (the sports information) to the most specific (information about Atlético de Madrid).

Documentation has been a fundamental part of this research; in addition to books and articles about football, a private collection of material related to Atlético de Madrid, and created throughout more than twenty years has been used to document the investigation. This paperwork has permitted a really accurate theme cataloguing of the information about the sports club appeared on the following newspapers: *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* and *La Voz de Galicia* during the month of November 2009; and the sports journals *AS* and *Marca* during the entire year of 2010. This way, the most significant areas, the parts in which each of them is divided, and their quantitative importance (depending on the number of journalistic researches that belong to them), may be clearly delimited.

The analysis of the entity's information treatment in the generalist and the specialized press allows comprehending the way on how its current issues have been tackled among the principal newspapers. The comparison of the results reveals some factors that have been used to prove if the idiosyncrasy of Atlético de Madrid is reflected on the journals, according to the perception of its fans, its important ex-players and the specialized press. All of the above makes easier the approach to the objective set before, which is to discover if the message that the entity intends to transmit reaches its target market; in means of direct channels or simply by the press.

This project shows empirically the sense of belonging of the crew to the values and history of the Club, but also shows the disaffection towards the message of the institution, even when they coincide in the main notions. In the same way, the lack of informative transparency of the entity is patently obvious; taking as a reference the opinion of the specialized journalists and the continuous attention and similar treatment of the news about the institution on the press.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Motivaciones

La consolidación del fútbol como deporte de masas ha supuesto una profesionalización de los clubes. Este paso no solo es producto de la conversión de estas entidades en sociedades anónimas deportivas, sino que se debe también a los cambios en los modelos de comunicación que se han producido en los propios medios, en las instituciones y en la manera de llegar a los aficionados.

Este fenómeno fue la consecuencia lógica de la evolución de su gestión, que obligó a las instituciones a buscar fórmulas para obtener más ingresos económicos, en un nuevo contexto en el que el fútbol pasa de ser un acontecimiento deportivo para convertirse en una estructura gestionada empresarialmente.

Antes, la forma de conectar con el hinchas se limitaba a las informaciones aparecidas en la prensa escrita, la radio o la televisión, pero en la actualidad cada organización cuenta con departamentos de Comunicación, que se encargan de enmarcar los públicos objetivos con los que estas empresas se relacionan y determinan las estrategias y acciones para llevar a efecto las iniciativas de imagen que pretenden trasladar.

Los canales comunicativos de los clubes de fútbol han variado especialmente desde principios del siglo XXI. Las organizaciones han pasado a crear y gestionar sus informaciones a través de plataformas propias, bien a través de sus webs o de las redes sociales, con la clara intención de reducir su dependencia de los medios tradicionales y así poder potenciar su mensaje.

Estos departamentos pretenden lanzar una información ordenada y diferenciadora de los productos, actividades y servicios de la entidad, tratando de generar una imagen positiva que contribuya a la aceptación general, al prestigio y la transparencia de su gestión, favoreciendo la relación exterior con el público y la captación de recursos para expandir su actividad. Su misión es lograr una personalidad diferenciadora, un posicionamiento.

El presente trabajo ayuda a descubrir cómo son las relaciones que mantienen los clubes de fútbol profesionales en España con los periodistas que habitualmente informan sobre la actualidad de estas entidades y cómo perciben los destinatarios, en este caso los aficionados, la labor comunicativa que emana desde las organizaciones.

Otra de las motivaciones que mueve esta investigación es destacar la relevancia ascendente del deporte en el terreno científico y académico, donde los estudios sobre este ámbito han crecido exponencialmente en los últimos años de manera significativa.

En la actualidad, el deporte se ha constituido como un fenómeno social, cultural, político y económico que interesa a millones de personas en todo el mundo. Por estas razones, el investigador no debe vivir ajeno a un tema que despierta tanta atención en la sociedad y, por lo tanto, el mundo del deporte requiere ser estudiado en el marco universitario.

La realización de esta investigación obedece también a una motivación de carácter personal, como es el interés que desde niño he tenido por el mundo del fútbol, en general, y por el Atlético de Madrid, en particular.

Con el paso de los años, lejos de decaer, esta afición por el club rojiblanco se fue acrecentando, a lo cual contribuyeron en gran medida la lectura diaria de periódicos especializados y revistas relacionadas con este tema, así como la escucha de programas radiofónicos. Además de llevar a cabo la recopilación durante de más de veinte años de un importante material de carácter personal de todo aquello relacionado con el Atlético.

Esto me llevó, primero a coleccionar, y luego a clasificar y analizar dicho material. Esta tarea la he desarrollado por simple gusto y curiosidad, y a la larga me ha permitido tener una visión detallada del Atlético de Madrid y acumular un nutrido fondo documental de sustancial utilidad para llevar a buen fin este trabajo, si bien, lógicamente, cuando comencé esta labor el mismo aún no era siquiera una idea lejana.

A raíz de iniciar mis estudios de Periodismo, trasladé mi afición al ámbito profesional y pasé por las redacciones de Radio Marca y Onda Madrid, donde colaboré cubriendo la información del Atlético de Madrid "B" y Atlético de Madrid "C", durante seis años.

1.2. Objetivos

El objetivo fundamental que con carácter general persigue el presente trabajo es conocer la **identidad, la imagen y la cultura corporativas del Atlético de Madrid**, a través de la información periodística.

La identidad es un conjunto de atributos que son en sí mismos rasgos propios y diferenciales, asumidos por la organización que pueden encontrarse desde en un logotipo, en unos colores, pero también en la forma de atender al público y se proyecta en todas las manifestaciones externas de la entidad.

Por su parte, la imagen es la opinión y las percepciones, experiencias, impresiones, sentimientos y conocimientos del público objetivo tras el contacto con la organización, empresa o institución.

Y la cultura es el conjunto integrado de comportamientos, creencias, estilos de funcionamiento y actuaciones, que conforman un pensamiento colectivo que caracteriza a los miembros de una organización.

Para adentrarnos en un análisis pormenorizado de la **identidad** corporativa, lo primero que tratamos de hacer es un acercamiento a la historia del club. Es fundamental conocer su trayectoria con la finalidad de **descubrir su rasgos característicos** más marcados, forjados a través de los 112 años que tiene la entidad para comprender la manera que tienen los medios de abordar su actualidad, así como las sensaciones que genera en sus aficionados y exjugadores.

1- Saber qué es. Para contextualizar esta idea, partimos de un desglose desde los orígenes del fútbol a su fundación, con la intención de detallar lo más claramente posible las diferentes etapas que ha atravesado.

La historia del Club Atlético de Madrid comenzó el 26 de abril de 1903 cuando un grupo de estudiantes vascos que residían en Madrid fundaron el Athletic Club de Madrid como una sucursal del Athletic Club de Bilbao en la capital de España, del que terminaron por independizarse.

Los complicados años iniciales en los que estuvo al borde de la desaparición, los colores rojiblancos, la llegada del campeonato a nivel estatal, las consecuencias de la Guerra Civil con la fusión con el Aviación Nacional, la llegada del profesionalismo, la

coexistencia en la capital con el Real Madrid o la figura del presidente Vicente Calderón son algunos de los hitos que han marcado lo que hoy se conoce como Atlético de Madrid.

2- Paralelamente al ejercicio anterior, uno de los objetivos que perseguimos en este proyecto es saber cuál es la **imagen** corporativa del Atlético de Madrid. Para llegar a este punto, es necesario **demostrar empíricamente cuál es el tratamiento que recibe en la prensa escrita**.

Para ello, planteamos una catalogación temática lo más completa posible de las informaciones sobre el Atlético de Madrid, de manera que se puedan delimitar con claridad los campos más significativos y los apartados en que a su vez se divide cada uno y la importancia cuantitativa de los mismos en razón de la cantidad de trabajos periodísticos que le corresponden.

En este punto, conviene estudiar el número de informaciones de cada medio, días en los que aparecen publicadas noticias del conjunto rojiblanco, periodistas que participan en la elaboración de los artículos, temas que abordan, géneros periodísticos utilizados, superficie dedicada al equipo colchonero, cantidad de páginas dedicadas al club, protagonistas de dichas informaciones, fotografías y fotógrafos.

3- La intención es **encuadrar la especialidad futbolística dentro del contexto informativo al que pertenece**, desde la óptica más general hasta la más detallada a través del análisis del espacio que cada periódico concede a la información deportiva, el espacio que se le dedica al fútbol y otros deportes, y dentro de este contexto, la presencia que tiene el Atlético de Madrid en sus páginas.

4- Tras averiguar las claves de la manera en que abordan la actualidad del Atlético de Madrid los diarios *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia*, *La Voz de Galicia*, *As* y *Marca* desde el punto de vista de los géneros y estilos informativos dominantes, pretendemos llegar a resultados objetivos para **averiguar la opinión de periodistas especializados**.

Se trata de conocer si realmente el club sabe transmitir los valores con los que se identifican los aficionados; su valoración de la información que sale desde el propio club; si perciben un cambio en el mensaje que emite la institución; si consideran que el

espacio que se le dedica al Atlético en los medios es suficiente; las principales diferencias en el abordaje de la actualidad por parte de las cabeceras o si los periódicos ofrecen información suficiente sobre aspectos que afectan a la directiva.

5- Otro elemento importante del trabajo es comprobar cuál es la **cultura del conjunto rojiblanco**. Las herramientas empleadas en este sentido van encaminadas a **conocer la idiosincrasia desde el punto de vista del aficionado y de los exjugadores**. Con los datos anteriores, la finalidad es saber si el **mensaje que trata de transmitir la entidad** llega a su público objetivo que son sus aficionados.

Por eso, resulta determinante saber cuáles son a juicio de los seguidores los valores que representan al Atlético de Madrid, así como el grado de satisfacción que existe en la transmisión de dichos valores por parte de la entidad o si han percibido algún cambio en el modelo comunicativo del club en los últimos años. También podemos conocer la visión que tienen los aficionados sobre la información que publican los periódicos y el espacio que le dedican al equipo y el abordaje que hacen de los aspectos institucionales.

1.3. Delimitaciones del objeto de estudio

El Atlético de Madrid, objeto de estudio del presente trabajo, se presenta como una entidad enormemente compleja. La historia del club abarca un dilatado periodo histórico, ya que fue fundado en 1903. Desde entonces hasta nuestros días han transcurrido 112 años, en los que se han sucedido miles de acontecimientos, generalmente deportivos. Es evidente que el Atlético de Madrid ha estado, está y estará alguna vez presente en las páginas de casi todos los medios de prensa escrita que se han publicado a lo largo del siglo, tanto en nuestro país como en el resto del mundo. Así como en medios audiovisuales y digitales.

Por tanto, llevar a cabo una referencia exhaustiva y pormenorizada de las publicaciones periódicas que a lo largo de la historia se han hecho eco en alguna ocasión de noticias relacionadas con el conjunto rojiblanco y del tratamiento en forma y fondo se ha hecho de las mismas, resultaría una labor de colosal magnitud y poco útil para otro fin que no fuera su mera catalogación.

Nuestra intención es analizar con profundidad el tema objeto de estudio y extraer del mismo unas conclusiones claras y útiles, por lo que los motivos antes referidos nos llevan a acotar nuestro trabajo. Así pues, nos centraremos en analizar el tratamiento informativo del Atlético de Madrid en los diarios *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* durante el mes de noviembre de 2009 y de *As* y *Marca*, a lo largo del mes de mayo de 2010.

Se trata, por consiguiente, de una muestra aleatoria y continua. Aleatoria, porque se eligió estos periodos sin otra razón que la de mostrar el tratamiento informativo que recibe el conjunto colchonero en un periodo habitual de competiciones y continua, ya que se analizaron los 30 días de mes de cada uno de los periódicos escogidos, aunque se desecharon aquellos en los que no apareció mención alguna al Atlético de Madrid.

Las referencias informativas al tema que nos ocupa son bastante más superficiales en los medios audiovisuales de carácter generalista. Por tanto, ni la densidad, ni el tratamiento de la información sobre el Atlético de Madrid en radio y televisión (excluidos programas especializados) nos proporcionan un campo de estudio medianamente amplio y sustantivo, si lo comparamos con el que ofrece la prensa

escrita, y su hipotética realización tendría objetivamente un carácter muy complementario.

El motivo por el que hemos elegido *ABC*, *El Mundo*, *El País*, *Público* y *La Razón* es, por un lado, porque se trata de diarios de Madrid, pero no son periódicos de carácter local, sino de clara vocación nacional. Por otro lado, la elección de los cinco medios nos permite compararlos entre sí y profundizar mucho más el análisis, y darle mayor grado de coherencia.

Además, el estudio de *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* nos permite conocer el tratamiento que dan al Atlético diarios de carácter más local, pero muy representativos en su zona geográfica y establecer las diferencias existentes con los cinco periódicos generalistas publicados en Madrid. Mientras que la elección de los especializados *As* y *Marca*, se ciñe a que son dos diarios esenciales en su ámbito, con peso histórico y vinculados a la ciudad de Madrid.

A partir de los resultados que hemos manejado en esta fase del estudio, ha llegado un periodo de discusión y análisis de los mismos con periodistas especializados que han aportado su visión profesional de los mismos. Se trata de redactores que escriben en la actualidad o han pasado por las páginas de las cabeceras estudiadas, lo que permite conocer de opinión desde la perspectiva del propio medio, del resto de periódicos y el contexto de relación del profesional con el departamento de Comunicación de la entidad.

Asimismo, se ha realizado una encuesta a cien aficionados del conjunto rojiblanco para llegar a comprobar si lo que plasman los periódicos es lo que ellos perciben. La muestra podría haber sido superior, pero la especificidad de las cuestiones planteadas exigía un conocimiento exhaustivo de la dinámica de los medios de comunicación y del Atlético de Madrid, por lo que algunos encuestados quedaron descartados para el análisis de dicho sondeo. No obstante, es lo suficientemente amplia como para determinar las cuestiones planteadas y arrojar luz sobre el sentir del aficionado.

Igualmente, la elección de Adelardo, Collar y Gárate, para reflejar la opinión de jugadores emblemáticos de la entidad siguió criterios de años en el club, trayectoria y palmarés. Cabe señalar que en los días que se estaba tramitando la entrevista a Luis

Aragonés, el para muchos jugador y entrenador más representativo de la historia rojiblanca, falleció.

1.4. Hipótesis

1- Los clubes de fútbol operan en un escenario mundial en el que compiten con otras organizaciones para atraer y mantener la fidelidad de sus públicos objetivos, que incluyen a clientes, consumidores, patrocinadores y medios de comunicación. Por eso, han evolucionado en su forma de gestionar las relaciones con sus aficionados, adaptándose al entorno que les rodea y con el que se relacionan.

2- El Atlético de Madrid es un club que acapara el foco mediático y los diarios *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*, *As* y *Marca*, realizan un seguimiento continuado de su actividad, aunque la distancia con el Real Madrid o el Barcelona es significativa.

3- Dada su condición de periódicos asentados en Madrid, *ABC*, *El Mundo*, *El País*, *Público* y *La Razón* ofrecen una información más completa del Atlético de Madrid que *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*.

4- Todos los diarios dan prioridad a los temas deportivos relacionados con el Atlético de Madrid, sin embargo, también se hacen eco de la situación institucional del club, especialmente a asuntos que tienen que ver con aspectos judiciales.

5- El fútbol ocupa una superficie mayor que el resto de deportes en cualquier periódico, pero los de carácter generalista le otorgan a éstos más relevancia.

6- A pesar de lo que el imaginario colectivo maneja, *As* y *Marca* ofrecen una visión similar del Atlético de Madrid en cuanto a tratamiento informativo se refiere.

7- Las relaciones entre los periodistas deportivos y los clubes como fuentes de información han evolucionado de la misma forma que el fútbol ha pasado de ser una mera competición a convertirse en un espectáculo deportivo, en el que confluyen variados intereses, por lo que los profesionales especializados atisban poca transparencia informativa desde el club.

8- Existe desarraigo entre los aficionados y el mensaje institucional, que no así con la idiosincrasia, la historia y los valores de la entidad.

1.5. Metodología

Tras una aproximación teórica a los diferentes conceptos manejados se ha pasado a delimitar el tratamiento que llevaron a cabo los diarios *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* durante el mes de noviembre de 2009, y de *As* y *Marca* en mayo de 2010, sobre área de especialización concreta, como es la información referida al Club Atlético de Madrid.

La metodología principal a seguir en esta tesis está basada fundamentalmente en el análisis de las informaciones aparecidas en estas cabeceras. La naturaleza social e informativa del objeto de estudio nos obligará a aprovechar las metodologías propias de las Ciencias Sociales y de las Ciencias de la Información.

Las investigaciones científicas cuyo fin es de naturaleza social, como es el análisis de la información especializada en la entidad que nos ocupa, exige un procedimiento enfocado a enlazar la teoría y praxis, es decir, estos dos ámbitos científicos se unen en el estudio de la realidad.

Lo que supone un tratamiento pormenorizado de la dinámica de la realidad informativa mediante la revisión y el desglose de los elementos informativos que nos permitan profundizar en la realidad social-cultural a la que vamos a dedicar nuestra atención.

Hemos partido de una primera fase dedicada a la aproximación al concepto de periodismo especializado, a las características de la información deportiva y al desarrollo de la historia del Atlético de Madrid para ubicar todos los factores y los componentes que intervienen en nuestro campo de estudio.

Esta fase se ha visto completada por otra empírica, consistente en el examen de la realidad en la que se sustentaban dichos conceptos, o a la que hacen referencia.

La adecuada consecución de los fines del proyecto exigía la realización de diferentes estudios de campo que aportasen datos sobre la realidad que hacíamos objeto de este análisis. Es decir, sobre la estructura material y formal de la información especializada en el Atlético de Madrid.

Tras clarificar los fundamentos conceptuales del proyecto, se ha llevado a cabo lo que constituye su base fundamental: la recopilación, la catalogación y el análisis de la mayoría de los textos informativos publicados en los diarios *ABC*, *El Adelantado de*

Segovia, El Mundo, El País, Público, La Razón, La Vanguardia y La Voz de Galicia durante el mes de noviembre de 2009 referidos al Atlético de Madrid y de *As y Marca* en mayo de 2010.

Se ha obtenido así una muestra de 609 informaciones, sobre la cual se realizan diferentes procesos analíticos, que nos han permitido obtener unas conclusiones detalladas, complejas y sistemáticas con un alto grado de fiabilidad, dada la gran amplitud de la muestra evaluada.

En este punto, para la realización de análisis de contenido, se ha desarrollado un estudio cuantitativo, que no tiene más secreto que el empleo de regla y calculadora, para obtener datos como la superficie total del medio analizado, el porcentaje que dedica a publicidad y a redacción, así como el porcentaje dedicado a superficie especializada, es decir, al tema objeto de nuestro estudio.

Desde el punto de vista de la mecánica de procedimiento que se ha llevado a cabo, ha resultado esencial el recurso a las herramientas informáticas que nos ha permitido el almacenamiento y la recuperación de los datos que integran la muestra, y su posterior tratamiento y edición final.

Para clasificar correctamente los datos en registros, elaboramos unas fichas, que incluyen los campos adecuados para recoger las variables más significativas de cada uno de los textos informativos recopilados, justamente aquellas que nos iban a servir para extraer las oportunas conclusiones que confirmasen o negasen las hipótesis de partida. Los resultados obtenidos fueron volcados en tablas y gráficos, para su comprensión visual, gracias al programa *Microsoft Excel*.

Finalmente, se realizó la interpretación de todos los datos obtenidos y la redacción de los textos definitivos se ha realizado a través del procesador de textos *Microsoft Word*.

También se ha utilizado como herramienta el tradicional género periodístico de la entrevista, con la finalidad de realizar una valoración de los resultados extraídos de la muestra anterior por parte de periodistas especializados y exjugadores del club. Así como una encuesta, utilizando las redes sociales como canal para conocer la opinión de los aficionados rojiblancos. A continuación, mostramos el modelo de ficha que se ha utilizado para analizar las 609 informaciones obtenidas en los periódicos estudiados:

EJEMPLO DE FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO

FECHA: 1 de Noviembre 2009

PERIÓDICO: La Razón

TITULAR: "El Atlético se pega con los postes"

SUBTÍTULO: "Tres disparos estrelló en los palos el equipo madrileño. Con Quique los resultados no cambian. Para el Athletic fue suficiente el gol de Javi Martínez en la primera parte".

AUTOR: Domingo García

TEMA: Crónica del partido correspondiente a la 9ª jornada de Liga

GÉNERO PERIODÍSTICO: Crónica

PÁGINA: 64

PÁGINAS TOTALES: 112

SECCIÓN: 6

FÚTBOL: 4

RESTO DEPORTES: 2

PÁGINA DE SECCIÓN: 2

TAMAÑO DE LA NOTICIA: 1 página

FOTOGRAFÍAS: 1

AUTOR: Efe

PIE DE FOTO: "Pablo y Antonio López saltan para despejar una pelota de cabeza ante la presencia de Fernando Llorente"

IDENTIFICACIÓN DE FUENTES: experta

IDENTIFICACIÓN DE ESCENARIOS: Estadio de San Mamés, Bilbao.

IDENTIFICACIÓN DE ACTORES: Atlético (6), Quique (2), Abel (2), Santi, Asenjo (2), Mallorca, Chelsea, De Gea, De Marcos, Orbaiz, Javi Martínez, Pablo (2), Juanito, Maxi, Athletic (3), Forlán, Agüero, Iraizoz, Jurado, Llorente y Reyes.

ATRIBUTOS MANIFIESTOS: envenenada,

ATRIBUTOS OCULTOS: "En el Atlético, hasta los detalles sin importancia pueden convertirse en trágicos".

1.6. Fuentes documentales y bibliografía

La documentación se ha convertido en uno de los ejes esenciales sobre los que se arma el presente trabajo en el proceso de gestación, realización y definición. El planteamiento documental ha sido una pieza clave tanto en lo que se refiere a la delimitación del objeto a investigar, como de los objetivos a cumplir.

La pieza sustancial para la realización de este estudio ha sido, como ya he comentado con anterioridad, la muestra informativa de los diarios *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* durante el mes de noviembre de 2009, y de *AS* y *Marca* en mayo de 2010 referida al Club Atlético de Madrid.

Hay que distinguir dos grandes bloques diferenciados de documentación:

- Documentación bibliográfica:

Libros y artículos de fútbol, así como una variada bibliografía sobre deporte, información deportiva y periodismo especializado obtenidos en diferentes fondos bibliotecarios, especialmente de la Facultad de Ciencias de la Información. La bibliografía relacionada con el conjunto rojiblanco ha aumentado en los últimos años y nos ha sido de gran ayuda la colección privada de material del Atlético de Madrid para escribir la historia del club:

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario “Marca”. 1996

DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid*. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. 2003 (4 tomos).

Y no podemos dejar de citar una tesis doctoral que ha sido muy importante en nuestro trabajo:

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005

- Documentación hemerográfica:

Ha sido especialmente abundante, ya que, como dijimos, sirve de base esencial para la realización de este análisis. Nos referimos tanto a la muestra informativa de la propia investigación como a una persistente y profunda consulta de periódicos y revistas en sus contenidos relacionados con el fútbol, y en concreto con el Atlético de Madrid.

2. APROXIMACIÓN A LOS CONCEPTOS TEÓRICOS DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS PARA CREAR VALOR

2.1. La identidad corporativa

A la hora de crear una concepción de la identidad corporativa se ha de tener claro cuál es el ser de la empresa, para el autor Justo Villafañe se trata de lo identitario. Es decir, tiene que ver con lo que la empresa es, no con lo que la empresa parece que es, su propia esencia. Por tanto, se trata de los atributos insustituibles que requieren permanencia, aunque muchas veces no son suficientes para explicar la noción de identidad corporativa. El autor señala que este concepto requiere una interpretación dinámica que supone la convergencia de tres ejes, como son el de la historia de la organización, su cultura corporativa y su estrategia empresarial.

Villafañe no estima necesario intentar una definición de la identidad corporativa por obvia, ya que ésta es igual que la identidad personal, es decir, el conjunto de rasgos y atributos que definen su esencia, algunos de los cuales son visibles y otros no. Componentes de la identidad corporativa, que conforman los atributos permanentes de identidad, como son la actividad productiva o *identidad sectorial*, la competencia técnica y comercial o *identidad mercadológica*, la historia de la organización o *identidad diacrónica*, la naturaleza societaria o *identidad mercantil* y el corpus social o *identidad social*.

Según recoge el estudio de Diógenes D. Mayol Marcó, 'Identidad e imagen en Justo Villafañe'¹, la organización puede poseer una identidad y, por tanto, es apropiado referirnos a la identidad de la empresa como identidad empresarial o identidad corporativa. Son muchos los autores que a lo largo de los años han discutido sobre este concepto. José Ferrater Mora sintetiza que la identidad es la “conveniencia de cada cosa

¹ MAYOL MARCÓ, Diógenes D.: *Identidad e imagen en Justo Villafañe*. Signo y Pensamiento, vol. XXIX, núm. 57, julio-diciembre, 2010, pp. 506-519 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia.

VILLAFAÑE, Justo: *Imagen Positiva. Gestión estratégica de la imagen en las empresas*. Madrid, Editorial Pirámide. 1998.

consigo misma”. Aldo Schlemenson incide en que "todo individuo normal posee conciencia de sí mismo y de los otros, y esta experiencia es el centro de lo que se dio en llamarse identidad individual".

Por su parte, Tejada Palacios lo concibe como aquello que crea un conjunto de significaciones que facilitan el lenguaje común y una mayor interacción de los miembros de la empresa. Permite que cada individuo sienta una pertenencia a una entidad superior con el fin de movilizarse por una causa, y Jorge Larraín la prolonga más allá de la individualidad, se refiere a una cualidad o conjunto de cualidades con las que una persona o grupo de personas se ven íntimamente conectados.

En este sentido la identidad tiene que ver con la manera en que individuos y grupos se definen a sí mismos al querer relacionarse con ciertas características”. En resumen, Diógenes D. Mayol Marcó destaca que la identidad es la forma como nos reconocemos, ya como persona, ya como grupo, en relación con los demás.

De este modo, entendemos la identidad de una organización como el conjunto de rasgos y atributos que definen su esencia, algunos de los cuales son visibles y otros no. Esto significa que tiene que ver con su forma de ser.

2.2. La imagen corporativa

La imagen corporativa es la síntesis en la mente de los públicos de la integración del comportamiento, la cultura y la personalidad corporativa. Desde finales del pasado siglo, un importante tema del campo de la comunicación organizacional viene ganando terreno al centro de los principales debates teóricos. Se trata de la necesidad de integrar esfuerzos para que la entidad en cuestión sea capaz de generar una *imagen* coherente de la empresa ante sus públicos.

La imagen corporativa resulta ser el conjunto de cualidades que los consumidores atribuyen a una determinada compañía. Es decir, es lo que la empresa significa para la sociedad, cómo se la percibe.

Joan Costa establece una distinción entre la imagen visual, es decir, la de componente físico, y la imagen mental, que es aquella presente en la memoria latente de las personas y que solo es imaginada por estos. Coloca en el centro de atención a los públicos, quienes serán en definitivas los que configuren de manera subjetiva la imagen mental. Ello dependerá de sus valores, estilos de vida, motivaciones, expectativas, experiencias personales y preferencias individuales.²

Costa lo entiende de tal manera que la imagen de la empresa es aquello que queda retenido en la mente del público, de tal manera que, al tratarse de una percepción psicosociológica, la entidad solo puede manejarla de forma indirecta, a través de sus acciones y comunicaciones.

Desde un sentido estratégico y operativo, la imagen guía el estilo y la conducta de la empresa, así como la dirección de sus decisiones, el modo de concebir su oferta y la manera exclusiva de comunicar, de conectar con los públicos y de relacionarse con ellos.

2.3. Cultura corporativa

Para Villafañe existen tres componentes básicos en la cultura: el somos (los atributos que definen la identidad corporativa), el pensamos (los valores de la cultura) y el hacemos (la unidad estratégica). La cultura se manifiesta de forma diferente en tres niveles:

- El de los comportamientos explícitos (es visible, se accede y se cambia fácilmente).
- El de los valores (es perceptible, se accede con más dificultad y su cambio requiere tiempo).
- El de las presunciones básicas (son creencias preconscientes que inducen comportamientos difíciles de cambiar si no se actúa sobre ellas)³.

² COSTA, JOAN: *Imagen Corporativa del Siglo XXI*. Buenos Aires, Ediciones La Crujía. 2001.

³ VILLAFAÑE, Justo: *Imagen Positiva. Gestión estratégica de la imagen en las empresas*. Madrid, Editorial Pirámide. 1998.

La cultura se convierte en un elemento que contribuye a construir una parte de la identidad de las organizaciones, pasa a ser un instrumento de cohesión de una organización, favorece la implicación y el alineamiento con el proyecto empresarial y determina el clima interno.

2.4. La integración de la identidad, imagen, cultura en la empresa

Costa fundamenta que para gestionar la empresa del siglo XXI se requiere de la integración de cinco elementos fundamentales:

-La identidad, equivalente a lo que la empresa *es*.

-La cultura, pues lo que la entidad hace se expresa en *actos, decisiones, actuaciones*; la Imagen, que significa aquello que la empresa *representa* para cada individuo.

-La comunicación de todo cuanto *dice*.

- Y el paso central obligado del *cómo* a través de la acción. Costa lo recoge así: "El eje horizontal expresa el *hacer* y el *comunicar* a través del cómo. Verticalmente, el cómo transforma y valoriza la identidad de partida en una imagen, y tal transformación incluye el cómo esta se configura y se instala en el imaginario colectivo"⁴.

De esta forma, establece la doble cara de la identidad corporativa. Por un lado, su carácter objetivo, es decir, lo relativo a lo que la empresa *es* y lo que *hace*, y del otro, la marca "subjetiva, psicológica, funcional y emocional, que emerge en los públicos a través, por una parte, de los dos parámetros objetivos, pero, por otra parte, filtrados según la interpretación que dichos públicos hacen de estos parámetros".

Pero la identidad subjetiva procede además de aquello que la empresa *comunica* con respecto a lo que *es* y lo que *hace*. Aparecen así relacionadas identidad, acción y

⁴ COSTA, JOAN: *Imagen Corporativa del Siglo XXI*. Buenos Aires, Ediciones La Crujía. 2001.

comunicación, interconexión que permite al público percibir y experimentar la personalidad de la empresa.

Costa explica que la identidad corporativa se transforma en imagen (mental o corporativa, dependiendo de si se considera desde el público o desde la empresa) a través de un proceso que pasa por la percepción psicológica de los públicos, incluye el contacto directo y cotidiano con la empresa y se produce manera contextualizada, es decir, recibe la influencia del entorno en el que se ubican la marca, el producto, la empresa, el servicio, y donde se entrecruzan las opiniones, experiencias, actitudes, e incluso, los efectos de los medios de comunicación.

3. EL CONCEPTO DE PERIODISMO ESPECIALIZADO PARA LA INFORMACIÓN DEPORTIVA

3.1. Introducción

Hemos considerado la información del Atlético de Madrid como periodismo especializado ya que resulta evidente, teniendo en cuenta la especificidad del tema, que se encuadra genéricamente en el área informativa deportiva, y dentro de la misma, más concretamente, en la sub-especialidad de fútbol.

En información periodística se entiende por especialización, según Vicente Romano,⁵ "el conjunto de actividades encaminadas a la recogida, elaboración, transmisión y recepción de informaciones y conocimientos relativos a un área concreta del periodismo".

Un elemento característico de la información especializada es la progresiva búsqueda de la utilidad, tanto en la cobertura temática como en su tratamiento. Se trata de contar la historia de la manera más atrayente y significativa, y que la misma tenga un interés práctico para el lector. En busca de una mayor proximidad al lector, se impone como método de trabajo el llamado "estudio del caso", el relato con rostro humano, perfil o personaje. La historia vista a través de los ojos de uno de los personajes, partiendo del examen de una parte del conjunto narrada en escala ascendente: del plano particular al general.

Fernández del Moral y Esteve ⁶ afirman que "la especialización periodística responde a la especialización de los contenidos informativos, pero su cometido no se limita exclusivamente a la mera exposición de los hechos, sino que pretende profundizar en la

⁵ ROMANO, Vicente: *Introducción al periodismo: información y conciencia*. Barcelona. Teide. 1984.

⁶ FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco: *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid. Síntesis. 1996.

LÓPEZ DEL RAMO, Joaquín: *Análisis del tratamiento informativo del transporte ferroviario en el diario ABC (1975-2001)*. Universidad Complutense de Madrid. 2004.

fenomenología de los contenidos. La especialización periodística surge como una exigencia de la propia audiencia, cada vez más sectorizada, y, por otra parte, como una necesidad de los propios medios para alcanzar una mayor calidad informativa y una mayor profundización en los contenidos". Por exigencias de la audiencia o por cultura mediática, o por ambas cosas a la vez, la realidad es que las diferentes áreas de especialización han conseguido crear de su materia una necesidad informativa. El periodismo especializado emerge, por tanto, según señala Fernández del Moral "como un reto a la misma esencia de la comunicación de masas, intentando hacer periodísticos fenómenos que no habían podido pertenecer a esta categoría".⁷

Es preciso tener en cuenta, como matizan Fernández del Moral y Esteve que "especialización, en la actualidad, equivale a incomunicación, y contra esto nace el periodismo especializado, bien sea ejercido como un componente de un periódico o de una programación general, bien sea como periódicos o emisoras especializadas, intentaría precisamente ofrecer al público una visión en profundidad que la teoría de la responsabilidad demanda".⁸

3.2. Concepto de Información Periodística Especializada

El concepto de Información Periodística Especializada va íntimamente ligado a la necesidad de hacer accesible para el gran público, por medio de un lenguaje adecuado a tal fin, los conocimientos científicos o profesionales que tiene derecho a conocer de forma clara y veraz. Por ello, el periodismo especializado no debe caer en el tecnicismo,

⁷ FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier: *Modelos de comunicación científica para una información periodística especializada*. Madrid. Dossat. 1983.

⁸ FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco: *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid. Síntesis. 1993.

ESTEVE RAMÍREZ, Francisco (coord.): *Estudios sobre información periodística especializada*. Valencia. 1997.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier (coord.): *Periodismo especializado*. Barcelona. Ariel. 2004

sino más bien adecuarse a las audiencias no profesionales, y ello, como matizan Fernández del Moral y Esteve Ramírez, "sin bajar la calidad de contenido informativo"⁹.

Para Vicente Romano, "la especialización es el resultado del desarrollo de la producción y la consiguiente división del trabajo, que ha conducido a la automatización de diferentes fases y aspectos de la producción material e intelectual".¹⁰

Por su parte, Orive y Fagoaga indican que la especialización "puede ofrecer el soporte capaz de encauzar la nueva vertebración que necesita el periodismo en una sociedad que nunca ha gozado de una utilización tan amplia y diversa de los grandes medios de difusión, y cuando la información está propensa a concentrarse en una pequeña parte del espectro de opiniones posibles".¹¹

Señalan Fernández del Moral y Esteve Ramírez que los receptores de la información "quieren una mayor especialización basada en contenidos tratados con calidad profesional"¹². Ello es así, porque el público especializado, a pesar de su dispersión y heterogeneidad, está compuesto por personas que tienen intereses comunes o gustos semejantes, que los llevan a buscar mensajes hasta cierto punto homogéneos, bien tratados y adecuados a su nivel de conocimiento. El concepto de información periodística especializada se considera desde el punto de vista teórico como una rama de la profesión de escritor que cubre tanto el periodismo técnico como la escritura sobre otros trabajos especializados, de tal forma que en la figura del escritor especializado se

⁹ FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco: *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid. Síntesis. 1993.

¹⁰ ROMANO, Vicente: *Introducción al periodismo: información y conciencia*. Barcelona. Teide. 1984.

¹¹ ORIVE RIVE, Pedro y FAGOAGA DE BARTOLOMÉ, Concha: *La especialización en el periodismo*. Madrid. Dossat. 1974.

¹² FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco: *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid. Síntesis. 1993.

LÓPEZ DEL RAMO, Joaquín: *Análisis del tratamiento informativo del transporte ferroviario en el diario ABC (1975-2001)*. Universidad Complutense de Madrid. 2004.

fundamente una actitud especial para la escritura, junto con un conocimiento técnico de la materia sobre la que se escribe.

La combinación simultánea del lenguaje científico-profesional con el periodístico representa un gran reto para el periodista especializado, de manera que, sin desvirtuar los contenidos informativos, éstos sean entendibles para el receptor. Para conseguirlo, se ha de conjugar la especialización lingüística propia del área de especialización concreta, con la claridad expositiva propia del lenguaje periodístico y necesaria para redactar una información rigurosa pero inteligible para la audiencia, sea ésta especializada o no.

3.3. La metodología de las ciencias sociales en el periodismo especializado

El Periodismo se engloba dentro de las Ciencias de la Información, y éstas entran en el campo de las llamadas Ciencias Sociales. Su aplicación práctica tiene muchas similitudes con otras ciencias, como la Sociología o la Psicología. En general, los temas de que se ocupa el periodismo son similares a los de otras Ciencias Sociales, pues el terreno de actuación del Periodismo es el hombre, sus relaciones, sus comportamientos y su impacto en el mundo que habita.

Las técnicas empleadas por los periodistas para extraer información no son muy diferentes de las que utilizan los sociólogos y psicólogos, aunque cada uno se fije en distintos aspectos desde distinto punto de vista. La observación directa de los acontecimientos y la entrevista personal son dos métodos empleados con mucha frecuencia por unos y otros. La actitud de los profesionales también es afín. La descripción de los acontecimientos o de los comportamientos que han observado, la valoración o la interpretación siguiendo unos cánones más o menos fijos.

En cualquier caso, existe una gran diferencia entre el periodista y el investigador social. El periodista trabaja con fuentes, y muchas veces se cree lo más verosímil sin comprobación metódica, mientras que el investigador social trata de verificar lo que se dice. El periodista no debe tener miedo a buscar apoyo en los datos para cambiar los estereotipos o suposiciones populares. El informador técnico-científico ha de apoyar los datos comprobándolos exhaustivamente, aunque vayan contra la visión convencional. El científico social se basa en el análisis de los datos y no en el sentido común, por lo que

tiene que buscar, contrastar y verificar datos para atender a la auténtica relevancia, y no ofrecer un mero contraste de puntos de vista.

El periodista pretende explicar hechos particulares, narrar los mismos ateniendo a determinadas normas, analizar e interpretar la realidad y valorarla, pero los criterios universales los toma prestados. La actitud de los profesionales del periodismo y el resto de las Ciencias Sociales tiene como nexo común que ambos describen lo que observan, si bien, mientras el científico quiere explicar una teoría general, el periodista prefiere particularizar, con la mayor precisión y análisis, pero sin acuñar teorizaciones genéricas.

3.4. Condiciones y aptitudes del periodista especializado

Tal y como recoge Joaquín López del Ramo en su tesis doctoral ¹³, las condiciones que debe cumplir un buen periodista especializado, según CIMPE-OEA ¹⁴ son las siguientes:

- Capacidad de observación
- Sentido periodístico, es decir, la condición personal que permite al profesional visualizar el modelo periodístico que hará.
- Cultura general
- Claridad de pensamiento. Cuando uno piensa con claridad, se expresa con exactitud.
- Sentido ético, que implica:
 1. Distinguir el perjuicio que el avance científico o tecnológico puede inferir a la sociedad.
 2. Eliminar la apología de los delitos, los narcóticos, la violencia y los totalitarismos.
 3. Respetar las fronteras de honor, las dignidad y la vida privada de las personas.

¹³ LÓPEZ DEL RAMO, Joaquín: *Análisis del tratamiento informativo del transporte ferroviario en el diario ABC (1975-2001)*. Universidad Complutense de Madrid. 2004.

¹⁴ CIMPEC-OEA: *Periodismo científico y educativo*. Quito. Ecuador. 1976.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco: *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid. Síntesis. 1993.

LÓPEZ DEL RAMO, Joaquín: *Análisis del tratamiento informativo del transporte ferroviario en el diario ABC (1975-2001)*. Universidad Complutense de Madrid. 2004.

4. Atribuir el crédito por una idea o innovación solamente a quien en realidad corresponde.
5. Mantener lealtad a las grandes aspiraciones nacionales y objetivos supremos de la comunidad.
6. Atender al dictado de la decencia y las buenas costumbres
 - Entusiasmo y curiosidad
 - Buena memoria
 - Organización

4. INFORMACIÓN DEPORTIVA

4.1. Historia y evolución de la información deportiva en España

En nuestros días no parece concebible pensar en una competición deportiva de relevancia sin la cobertura de los medios de comunicación. El deporte se ha convertido en un elemento que forma parte de la sociedad, cuya trascendencia ha favorecido la intercomunicación de los pueblos. Hay que tener en cuenta que la información deportiva es un tipo de información especializada, de la misma manera que la información internacional, información local o la información económica, en cuanto a coherencia temática y un tratamiento específico de la información. Dueña de un lenguaje propio, utilización de unas fuentes determinadas, audiencia a la que se dirige y existencia de periodistas especializados. El interés que suscita la información deportiva se debe, según criterios de noticiabilidad, al interés humano y se ha convertido en uno de los contenidos más atractivos y que goza del favor del público.¹⁵

Uno de los primeros relatos conocidos sobre la actividad deportiva del hombre es la descripción que hace Homero sobre los juegos funerarios en *La Ilíada* y de Píndaro en sus *Olímpicas*.¹⁶

La presencia de la información deportiva en los periódicos fue provocada por el deseo de los aficionados de tener conocimiento de este tipo de informaciones. Por esta razón, los empresarios periodísticos comenzaron a satisfacer el interés y dedicaron al tratamiento de los deportes a especialistas. A las primeras crónicas y comentarios de carreras de caballos, le siguieron el boxeo o el ciclismo y, posteriormente, el resto de disciplinas deportivas. Esta tarea era realizada por antiguos deportistas y por algunos que realizaban hazañas en viajes arriesgados. Ya en los últimos años del siglo XIX, la mayor parte de los deportes comenzaron a instalarse en la sociedad y en la prensa a través de

¹⁵ ROJO VILLADA Pedro Antonio: "La información deportiva en la prensa digital española de información general: contenidos, servicios y comercio electrónico" en FERNÁNDEZ SANZ, Juan José., SANZ ESTABLÉS, Carlos y RUBIO MORAGA, Ángel Luis (coords.): *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual): III Congreso Prensa y Periodismo Especializado*. Guadalajara. Asociación de la Prensa de Guadalajara. Vol. 2. 2006. Págs. 419-427.

¹⁶ ALCOBA LÓPEZ, Antonio: *Periodismo deportivo*. Madrid. Editorial Síntesis S.A. 2005.

una pequeña sección, así como en revistas de espectáculos y surgieron publicaciones exclusivamente deportivas, pensadas para los escasos aficionados de la época. La acogida de las informaciones deportivas fue muy positiva y ante la demanda de más tratamiento sobre deportes, no tardaron en aumentar el número de páginas y ganaron espacio paulatinamente, e incluso, en ocasiones, las portadas se dedicaron a grandes acontecimientos deportivos. Los primeros periodistas deportivos buscaron un estilo literario e introdujeron palabras propios de cada modalidad deportiva. Su éxito propició que las páginas dedicadas a deportes se diferenciaron del resto. Se crearon cabeceras que indicaban el comienzo de la sección y se ubicó en páginas determinadas, para facilitarle la labor al lector.¹⁷

Las informaciones deportivas que se pueden consultar en las publicaciones a finales del siglo XIX son convocatorias y resultados. Sin embargo, la expansión del deporte propició que la sección ganara páginas en los medios de información general, aunque en ocasiones la crónica del evento no se ceñía a lo ocurrido sobre el terreno de juego, sino a circunstancias sociales que rodeaban el evento. Tal y como señala el periodista Julián García Candau¹⁸, en los primeros años de práctica del fútbol se realizaron crónicas en las que se mezclaron la falta de conocimiento en la materia deportiva y el ansia de mostrar las circunstancias sociales que rodeaban el acontecimiento. Así, en una de las primeras gacetillas de *ABC* dedicadas a un encuentro de fútbol, se hizo hincapié en la "considerable altura que alcanzaron algunas pelotas".

Fuera de España, años antes, aparecieron las primeras publicaciones especializadas. En 1852, en Londres se creó el primer diario especializado en deportes llamado *Sportsman* que posteriormente pasaría a denominarse *Sporting Life* a partir de 1859. En París, en 1828, se publicó una revista dedicada exclusivamente a la hípica *Journal des Haras*, lo que significa que es la primera publicación deportiva de la historia. En España, en 1856,

¹⁷ ALCOBA LÓPEZ, Antonio: *Enciclopedia del deporte*. Madrid. Librerías Deportivas Esteban Sanz, S.L. 2001.

¹⁸ GARCÍA CANDAU, Julián: "La crónica deportiva" en FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier (coord.): *Periodismo especializado*. Barcelona. Ariel. 2004.

SOTELO GONZÁLEZ, Joaquín: "Panorama actual de la prensa deportiva en España" en FERNÁNDEZ, Juan José (coord.): *Prensa especializada actual: doce calas*. Madrid. McGraw-Hill. 2007. Págs. 321-353.

se editó en Barcelona la revista *El Cazador*, que se convirtió en la primera publicación periódica deportiva española. Fue una revista quincenal, que se editó de 1856 a 1857, que se marcó como objetivo defender los derechos de los cazadores y a reclamar la observancia de las leyes de caza. Los boletines deportivos que surgieron años más tarde, nada tuvieron que ver con este ejemplo aislado. Por entonces, nada podía presagiar que la información deportiva, pese a que estaba en crecimiento, pero seguía ocupando un lugar secundario en la prensa española, iba a alcanzar la relevancia que posee en nuestros días.¹⁹

Ya en los primeros años del siglo XX, concretamente en 1902, apareció en Madrid *Heraldo del Sport* que se dedicó a las informaciones referidas a fútbol y automovilismo. En febrero de 1906, nació en Barcelona, el semanario *El Mundo Deportivo*. Esta publicación informaba de automovilismo, ciclismo, esgrima, atletismo, náutica, fútbol, colombofilia, tiro, pelota vasca, hípica, gimnástica, lawn-tennis, turismo, etc. La excelente acogida del público significó que desde el 23 de enero de 1922 pasase a ser bisemanal (aparecía lunes y viernes), luego trisemanal (lunes, miércoles y viernes) desde el 18 de octubre del mismo año, cuatrisesmanal desde el 31 de agosto de 1924 y, por fin, el 4 de marzo de 1929 se convirtió en un diario deportivo. *El Mundo Deportivo* dejó de publicarse durante la Guerra Civil para reaparecer el 31 de diciembre de 1939. Hoy en día, es el decano de la prensa deportiva española. El 25 de mayo de 1915, nació el *Heraldo Deportivo* en Madrid.

Esta revista aparecía cada diez días y contaba con una abundante información gráfica. Dejó de editarse en 1936. Gracias al éxito del equipo de fútbol en la Olimpiada de Amberes en 1920, entre otras razones, la afición al deporte continuó aumentando y la “crónica del sport” en los diarios de información general a comienzos de siglo se convirtió en una página semanal en su edición de los lunes. En los años de la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930), el deporte continuó al alza y logró consolidarse como un espectáculo de masas y por consiguiente los periódicos aumentaron el número de páginas dedicadas a las distintas disciplinas deportivas. El 31 de marzo de 1924, se

¹⁹ ALCOBA LÓPEZ, Antonio: *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid. Editorial Paraninfo S.A. 1993.

ALCOBA LOPEZ, Antonio: *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid. Hijos de E. Minuesa. 1980.

editó en Bilbao el primer diario deportivo español. *Excelsior* abordó información sobre atletismo, boxeo, ciclismo, deporte rural, fútbol, hípica y pelota con un estilo divulgador, didáctico, jovial y con un fino sentido humorístico. Se editó hasta el 10 de octubre de 1931 con el nombre de *Excelsior* y desde el día siguiente y hasta el 28 de febrero de 1937 con el título de *Excelsius*. A la par, los principales rotativos madrileños de información general aumentaron, poco a poco, el número de páginas dedicadas al deporte durante aquellos años. De esta manera, la información deportiva estuvo presente en *El Imparcial*, *El Liberal*, *Heraldo de Madrid*, *ABC*, *El Debate*, *El Sol*, *La Libertad*, *La Voz*, *La Nación* y *Ahora*.²⁰

En 1932, nacieron dos semanarios deportivos: *AS. Revista semanal deportiva* y *El Campeón*. El 7 de junio, apareció *As. Revista semanal deportiva* y su último número vio la luz el 29 de junio de 1936. El 7 de noviembre, vio la luz *El Campeón*. Este semanario aparecía los domingos y contaba con las firmas de los más notables críticos deportivos de la época. Ya entonces, el fútbol ocupaba 10 de las 32 páginas de la publicación. Durante la Guerra Civil, el 21 de diciembre de 1938, nació en San Sebastián el semanario gráfico de los deportes *Marca*. Esta publicación salía los martes, contaba con 32 páginas y su contenido se basaba en reportajes retrospectivos sobre temas deportivos nacionales y extranjeros, con enormes fotografías de enorme calidad.

A principios de 1940, *Marca* se publicó en Madrid y el 25 de noviembre de 1942 se transformó en diario deportivo debido al éxito de la publicación. Desde entonces, *Marca* se ha convertido en una guía básica para seguir el deporte.

En los años 60, nació el diario deportivo *As*. El 6 de diciembre de 1967, salió al mercado el primer número de *As* que heredaba la huella dejada por *As. Revista semanal deportiva* (1932-1936). Se colocó como el primer diario deportivo español superando a *Marca* en los 70 y los 80, además, el 3 de noviembre de 1979, vio la luz el diario *Sport* en Barcelona, que destacó por ser el primer diario español con paginación a color.²¹

²⁰ SEOANE, María Cruz y DOLORES SAIZ, María: *Historia del periodismo español. 3. El siglo XX: 1898-1936*. 1ª edición. Madrid. Alianza Editorial. 1996.

²¹ ALCOPA LÓPEZ, Antonio: *La prensa deportiva. Tratamiento inédito sobre el género específico del deporte, y como hacer una publicación deportiva ideal*. 1ª edición. Madrid. Instituto Universitario Olímpico de las Ciencias del Deporte. 1999.

4.2. El deporte en los diarios de información general

La diferencia más evidente entre un periódico deportivo y un periódico de información general es que el primero es una publicación diaria impresa cuya información se dedica, en exclusiva, al deporte, mientras que el segundo es un periódico que orienta su contenido a todos los temas de la actualidad: nacional, internacional, local, económica, etc. e incluye también informaciones de deporte. En un diario general, la sección deportiva cada vez gana más espacio e importancia. Diariamente ofrecen alrededor de las cinco páginas y los lunes aún más, debido al intenso flujo informativo relacionado con los deportes que se genera los fines de semana.

La información deportiva, incluso en los medios de información general, genera una ruptura de las estructuras establecidas en la comunicación provocada, fundamentalmente, por el público al que van destinadas las informaciones. En la información deportiva se utiliza un lenguaje específico con inflación de términos ingleses y proliferación de vocablos propios de la terminología bélica y una sintaxis más coloquial y menos seria que en el resto de géneros.

Si dentro del propio periódico de información general ya existe una importante diferencia entre el deporte y el resto de secciones, las distancias entre los medios de información general y los especializados en deporte son abismales. El formato y el diseño de la información deportiva también suponen una importante diferencia en los periódicos de información general. Es decir, es un tratamiento distinto a los restantes géneros específicos, con menos restricciones y muchas más libertades en el enfoque de los contenidos.²²

En las páginas de deportes de información general, el fútbol (como sucede en los diarios deportivos) es el principal protagonista, lo que ocurre es que, debido a problemas de espacio, los otros deportes quedan relegados a un segundo lugar, salvo en casos especiales como son los Juegos Olímpicos, Tour de Francia y Vuelta a España, campeonatos del mundo o europeos de baloncesto o balonmano, torneos de prestigio de

²² ALCOBA LÓPEZ, Antonio: *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid. Editorial Paraninfo S.A. 1993.

tenis, o grandes premios de Fórmula Uno, tienen una presencia inexistente, en algunos casos. Antonio Alcoba²³ señala que la selección de los deportes para una inserción en las páginas de un periódico debe realizarse bajo el parámetro de las siguientes elementos:

- 1º. El deporte o deportes, más practicados o seguidos por los aficionados del país.
- 2º. El deporte, deportes o actividades deportivas, productoras de publicidad.
- 3º. El deporte o deportes, cuyos deportistas o equipos cuenten con mayor número de seguidores.
- 4º. Los deportes que sin contar con gran número de aficionados poseen un respetable número de practicantes.
- 5º. Las competiciones que reúnen millares de practicantes.
- 6º. Los deportes, actividades o juegos deportivos, federados o no, seguidos por numerosos practicantes.

En la información deportiva existe una clara tendencia al sensacionalismo, no tanto en los periódicos de información general como en los especializados, abunda la utilización de gráficos y de cuadros estadísticos. La información deportiva debería marcarse como objetivo potenciar la práctica del deporte, fomentar el espíritu deportivo, desterrar las prácticas violentas en el deporte, posibilitar el diálogo y la comunicación, aunque en la actualidad fomentan el deporte espectáculo, propician el elitismo, politización del deporte, y la mercantilización del mismo.

²³ ALCOBA LÓPEZ, Antonio: *La prensa deportiva. Tratamiento inédito sobre el género específico del deporte, y como hacer una publicación deportiva ideal*. 1ª edición. Madrid. Instituto Universitario Olímpico de las Ciencias del Deporte. 1999.

LEVINSKY, Sergio: *El deporte de informar*. 1ª edición. Buenos Aires. Paidós. 2002.

5. HISTORIA DEL CLUB ATLÉTICO DE MADRID

5.1. De los orígenes a los años 20

5.1.1. Los orígenes del fútbol

La práctica del 'Ts'uh Kúh' es la forma más antigua del juego de la que se tiene certeza. Se remonta a los siglos II y III a.C, en China. Se trataba de una bola, hecha de cuero, con plumas y pelos en su interior, que era lanzada con el pie a una red. Así queda reflejado en un manual de ejercicios militares. También existía otra variante que tenía como finalidad que los participantes llegaran a la meta tras sortear los ataques rivales pudiendo conducir la bola con cualquier parte del cuerpo, excepto con las manos.

Aparecieron otra serie de juegos que tuvieron relación con lo que hoy se conoce como fútbol. En la Grecia clásica, el 'Episkyros' del cual no se tiene demasiada información; en el Imperio Romano, el 'Trigun', el 'Follis' y el 'Haspartum', que consistía en enviar el balón al campo del oponente, para lo cual se lo pasaban entre ellos, apelando a la astucia para lograrlo. En Corea hace 1.500 años, el 'chukkuk'; en la América precolombina, practicaron varios juegos con rasgos parecidos al fútbol; en el Japón medieval, el 'kemari'; en la Inglaterra medieval, se jugó el 'futballe'; en la Francia de la Edad Media, se puso de moda el 'soulé'; en el siglo XVI, surgió el 'calcio', el fútbol practicado en Florencia (Italia).

El fútbol más primitivo no entendía de reglamentos, ni limitaba el número de participantes. Es probable que existieran diversas modalidades en las que no estaba permitido utilizar los pies, debido al peso del esférico. Cabe señalar que el tamaño y el peso del balón fueron determinados hasta la primera fijación de las reglas de fútbol, en 1863. El 26 de octubre de ese mismo año, en la Freemason's Tavern de Londres, se reunieron los representantes de once entidades inglesas y crearon la Football Association. Aunque ya en 1710 el football se practicaba en la mayoría de los colegios de Gran Bretaña.²⁴

²⁴ *Historia del juego* [en línea]. Última consulta: 10 de Marzo de 2010. Página web en html. Acceso gratuito en: <http://es.fifa.com/classicfootball/history/game/historygame1.html>.

Desde 1848 hubo intentos de unificar la gran variedad de versiones existentes del deporte. Todos coincidían en la necesidad de rebajar métodos violentos, como hacer zancadillas, dar patadas al contrario y actos parecidos. Además, se quería prohibir el juego con la mano. Lo que supuso que la fracción de rugby decidiera separarse, ya que no querían prescindir del juego con los brazos

El 8 de diciembre de 1863, se fijaron las 14 reglas originales las llamadas 'The laws of the game':²⁵

1. El largo máximo del campo será de 200 yardas (1 yarda equivale a 0,914 metros) La anchura máxima será de 100 yardas.

El largo y el ancho estarán delimitados con banderas. Las porterías serán definidas por dos postes verticales separados ocho yardas el uno del otro y no habrá ni cinta ni barra entre ellos.

2. Los ganadores del sorteo inicial elegirán portería. El partido comenzará con un saque desde el centro del campo por parte del equipo que haya perdido el sorteo. Los jugadores del otro equipo no podrán acercarse a menos de 10 yardas del balón hasta que se saque.

3. Después de que se consiga un gol, el equipo que lo hay encajado sacará de centro y se cambiará de portería.

4. Un gol será concedido cuando el balón pase entre los postes a cualquier altura, sin haber sido lanzado, golpeado o transportado con el brazo o con la mano.

5. Cuando el balón salga fuera del campo, el primer jugador que lo toque deberá sacar enviando el balón en ángulo recto con la línea por el lugar que salió. El balón no estará en juego hasta que no toque el suelo.

6. Cuando un jugador haya golpeado la pelota, cualquiera del mismo equipo que esté más cerca de la línea de gol que un adversario estará en fuera de juego. Este jugador, de ninguna manera podrá tocar el balón o impedir que lo haga otro jugador hasta que el balón haya sido puesto en juego de nuevo. Ningún jugador estará fuera de juego cuando el balón se saque desde detrás de la línea de gol.

7. Cuando el balón salga por detrás de la línea de gol, si un jugador del equipo defensor toca primero el balón, su equipo tendrá derecho a un golpe franco desde el punto en que salió el balón. Si es un jugador del equipo contrario el que toca primero el balón, su

²⁵ MARTÍNEZ CALATRAVA, Vicente: *Historia y Estadística del Fútbol Español. Primera parte. De los inicios a los Juegos de Amberes (1920)*. Segunda edición. Barcelona. s. n. 2003.

equipo tendrá derecho a un golpe franco (pero sólo hacia portería) desde un punto a 15 yardas de la línea de gol en línea recta al lugar desde donde salió el balón. El equipo adversario se pondrá detrás de la línea de gol hasta el lanzamiento.

8. Si un jugador coge limpiamente el balón, tendrá derecho a un golpe franco con la condición de que previamente lo reclame haciendo una marca con el tacón del pie. Para efectuar el saque podrá retroceder cuando quiera y ningún jugador del equipo adversario podrá avanzar hacia él hasta que haya golpeado.

9. Ningún jugador conducirá el balón.

10. Ni zancadillas ni patadas serán permitidas, y ningún jugador podrá utilizar las manos para sujetar o para empujar a un adversario.

11. Un jugador no lanzará el balón ni lo pasará a otro.

12. Ningún jugador podrá coger el balón desde el suelo con las manos mientras que esté en juego bajo ningún pretexto.

13. A un jugador se le permitirá lanzar el balón o pasarlo a otro compañero si lo cogió limpiamente o tras el primer bote.

14. A ningún jugador se le permitirá llevar clavos salientes, placas de hierro o gutapercha (refuerzo de goma sólida) en las plantillas de las botas o en los tacones de las mismas.

El fútbol se extendió gran velocidad entre las clases acomodadas y progresistas del Imperio Británico.²⁶ En la segunda mitad del siglo XIX el fútbol se propagó por toda Gran Bretaña mientras que a finales de dicha centuria y principios del siglo XX se desarrolló por Europa y Sudamérica. Los soldados, marineros, funcionarios de las colonias, hombres de negocios, ingenieros, estudiantes y maestros ingleses fueron los encargados de exportar el fútbol al resto de países.

²⁶ GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

5.1.2. El fútbol en España

El fútbol llegó a España por medio de trabajadores inmigrantes, en su mayoría ingleses y escoceses, a finales del siglo XIX. Fueron los ingleses de la minas de Riotinto, en Huelva, los que comenzaron a disputar los primeros partidos, hacia 1870. Los partidos se jugaban en los terrenos cercanos a las fábricas situadas junto a las marismas onubenses. Se medían los escoceses de las minas de Tharsis contra los ingleses de las minas de Riotinto. De estos mineros surgió en 1878, el que probablemente fue primer club español, el Rio Tinto Foot-Ball Club. Pero esta sociedad no fue inscrita en ningún registro, lo que supone que no haya constancia legal de su existencia. No mucho después, 23 diciembre de 1889, se fundó el primer club de fútbol español con el nombre de Huelva Recreation Club, el que hoy se conoce como Recreativo de Huelva, el decano del fútbol español.²⁷

El fútbol se fue extendiendo por el resto de España. En 1898 se fundó el Bilbao F.C., padre del actual Athletic Club de Bilbao. En Cataluña, el Palamós nació en 1898 y el Barcelona, gracias al suizo Hans Gamper (Joan Gamper), vio la luz en 1899. En 1887 se constituyó la Sociedad Gimnástica Española en Madrid, aunque no tuvo sección dedicada al fútbol hasta 1908. En 1890 los alumnos y profesores de la Institución Libre de Enseñanza, fundada por Giner de los Ríos, fueron pioneros en practicar este deporte en la capital. En 1897 se fundó el primer club de fútbol madrileño: el Foot-Ball Sky, que poco tiempo después pasó a denominarse New Foot-Ball Club. El 6 de marzo de 1902 nació el Madrid F.C. (actual Real Madrid).

Fue en mayo de 1902 cuando se disputó el primer Campeonato de España, con motivo de la coronación del Rey Alfonso XIII. Cinco equipos acudieron a la cita: el Vizcaya Athletic Club, Español Foot Ball, New Foot Ball Club, Foot Ball Club Barcelona y

²⁷ MARTÍNEZ CALATRAVA, Vicente: *Historia y Estadística del Fútbol Español. Primera parte. De los inicios a los Juegos de Amberes (1920)*. Segunda edición. Barcelona. s. n. 2003.

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

Madrid Foot Ball Club. Este torneo era la única competición oficial que se jugaba a principios del siglo XX en España. El Vizcaya venció al Barcelona en la final celebrada en el Hipódromo de Madrid, localizado en lo que hoy es el Paseo de la Castellana, a la altura de la plaza de San Juan de la Cruz y los Nuevos Ministerios.²⁸

A raíz de esta competición, surgió la idea de la creación del Athletic Club de Madrid, que se concretaría un año más tarde, cuando comenzó a disputarse el Campeonato de España de Clubes, que ganaría el Athletic Club de Bilbao.

²⁸ GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario *Marca*. 1996.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

MARTÍNEZ CALATRAVA, Vicente: *Historia y Estadística del Fútbol Español. Primera parte. De los inicios a los Juegos de Amberes (1920)*. Segunda edición. Barcelona. s. n. 2003

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

5.1.3. La fundación del Athletic Club de Madrid y los primeros años

Tras la victoria del Vizcaya en la Copa de Coronación del Rey Alfonso XIII en mayo de 1902, a la salida del Hipódromo, un grupo de estudiantes vascos residentes en Madrid pensaron en crear un equipo para jugar al fútbol mientras estuvieran afincados en la capital. Sin embargo, hubo que esperar un año para que la idea se consumara. En 1903, el conjunto bilbaíno se hizo de nuevo con el título de Copa, tras vencer 3-2 al Madrid en la final. Ya entonces hubo polémica y desafíos entre ambas entidades.

Los vascos residentes en Madrid celebraron con entusiasmo la victoria del Athletic. Y así se aceleró el proceso para crear un club de fútbol donde jugaran los vascos que vivían en Madrid. El viaje de Eduardo de Acha, uno de los que tuvieron la idea de crear una nueva entidad en la capital, a Bilbao, en aquellos días, resultó fundamental, tal y como desvela Bernardo de Salazar: “Acha tenía que desplazarse a Bilbao a resolver diversos asuntos familiares y sus amigos le encargaron que solicitase del Athletic los requisitos para crear una sociedad futbolística. Allí fue recibido con entusiasmo. Un club bilbaíno en Madrid, ¡qué maravilla! Y ¿por qué un club nuevo? Qué mejores credenciales que ser la representación del Athletic Club en la capital, una sucursal en Madrid que permitiese jugar a los socios que, por estudios, actividad profesional o dependencia familiar residiesen la mayor parte del año en la Villa y Corte. Acha recibió los estatutos del Athletic, aprobados el 24 de noviembre de 1902, el escudo y fue invitado a posar en la foto oficial que los campeones de España, acompañados por la Directiva y realzados con sus mejores galas futbolísticas, realizaron en un conocido estudio fotográfico de Bilbao (Segura)”.²⁹

²⁹ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. De los orígenes a la primera Liga*. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. Vol. 1. 2003.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005

Cuando regresó a Madrid, Eduardo de Acha comunicó la noticia a los tertulianos que acudían con asiduidad a los salones de la Sociedad Vasco Navarra y fijaron una reunión para el 25 de abril. Dicha convocatoria se alargó y terminaron bien entrada la madrugada, por lo que se decidió fijar la fecha de fundación en el 26 de abril de 1903.

A la reunión de la calle Cruz 25, donde se estableció la sede social y que significó el nacimiento del club acudieron, entre otros: Daniel Abechuco, Ricardo de Gondra y Lazúrtegui, el doctor Usobiaga, Adolfo Larrinaga, Manuel Landecho y Allendesalazar, Celedonio Leyún, Luis Laguno, Raimundo Moreno y Aranzadi, Miguel Mugurio, los tres hermanos Murga (Tomás, Ramón y Juan), Rafael y Óscar Nárdiz, el marqués de Narros, Ignacio Noriega, Luis Ornilla Larrazábal, Enrique Goiri, Alfredo Alonso Allende, Enrique Allende Allende, Eduardo de Acha, Ignacio y Ricardo Gortázar y Manso, Manuel Rodríguez Arzuaga, Ramón de Arancibia, Andrés del Rivero, Celso Rodríguez Arango, Alberto Zarraoa, Fabio Bergamín, Eustaquio Celada, Manuel Goyarrola, Juan Inchausti, Joaquín de Elósegui, Teodoro Gamón, Jacinto Grases, Luis Badolato, Abdón de Alaiza, Darío Arana y Urigüen, Julián Palacios Gutiérrez, Juan de la Peña, el marqués de Riscal, Adolfo Astoreca, Luis Romero de Tejada, los hermanos Carlos, José María y Ramón Solano, José de Toda y Nuño de la Rosa, Castro Vidaurreta, Camarón Villamil, Francisco de Villota, Juan Zavala y Arellano, Sebastián de Zuviría y Emiliano Zuloaga.³⁰

Acha explicó a los asistentes la idea de actuar como sucursal del Athletic Club en Madrid y subrayó la importancia de nombrar una Junta Directiva. Algunos le propusieron como presidente, pero Ricardo de Gondra, bilbaíno y estudiante de ingeniería de minas, defendió la opción de Enrique Allende como primer mandatario. Allende disponía de bastante dinero y podría servir de mecenas para el club. Allende aceptó el nombramiento y a continuación se elaboró una nota informativa que fue leída y firmada por Eduardo de Acha:³¹

³⁰ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

³¹ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. De los orígenes a la primera Liga*. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. Vol. 1. 2003 y GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

“La Sociedad de football que fundamos en Madrid está basada en los artículos siguientes:

- 1º. Que la Sociedad sea una sucursal del Athletic Club de Bilbao.
- 2º. Que se regirá por el mismo reglamento que ella, como tal sucursal.
- 3º. La cuota mensual será de 2,50 pesetas, idéntica a la citada Sociedad.
- 4º. Que el socio de esta Sociedad tendrá derecho a serlo del “Athletic Club” Bilbao sin pagar la cuota de entrada y recíprocamente.
- 5º. Se adelantarán las cuotas de los meses de mayo, junio, julio y agosto, a fin de dejar ultimadas las compras y arreglo del campo, así como pelotas, etc.
- 6º. Importante. Siendo esta Sociedad una sucursal del Athletic Club de Bilbao, ambas sociedades se consideran una misma; por lo tanto no podrán jugar en contra en ningún campeonato.
- 7º. Los que quieran formar parte de esta Sociedad como socios fundadores lo verificarán antes de transcurridos los treinta días siguientes a la fundación, sin pagar cuota de entrada. Pasado este plazo, la cuota de entrada será de 25 pesetas.
- 8º. La Junta por la cual empieza a regirse esta Sociedad es la siguiente: presidente, Enrique Allende; vicepresidente, Juan de Zavala; secretario, Eduardo De Acha; tesorero, Enrique Goiri; vicesecretario, Juan de la Peña; vocales, Adolfo Astoreca, Juan Murga, Darío Arana y Alberto Zarroa”.

Tan sólo seis días después de la fundación del Club, el 2 de mayo se celebró en primer partido en el campo de la Ronda de Vallecas, en lo que actualmente es la avenida de Menéndez Pelayo. La primera vestimenta del club madrileño fue camiseta blanquiazul, a grandes rayas verticales, y pantalón negro y, a veces, también blanco. Había adoptado los colores de su progenitor, el Athletic Club de Bilbao ya que el rojiblanco y el apodo de colchoneros llegarían unos años después.³²

³² SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Allende dejó pronto la presidencia al mostrar poco interés por el fútbol. Ricardo de Gronda le pidió a Acha que asumiese la presidencia y en noviembre de 1903 la Junta Directiva del Athletic Club de Madrid quedó formada por:³³

Presidente: Eduardo de Acha y Otañes

Vicepresidente: Manuel Rodríguez Arzuaga

Secretario: Abdón de Alaiza

Vicesecretario: Ignacio Górtazar, conde de Superunda

Tesorero: Enrique Goiri

Vocales: Darío Arana, Ricardo de Gondra, Luis Romero de Tejada y José de Toda.

En aquellos primeros años, Athletic madrileño dependió de su patrón vasco. El Athletic Club de Madrid no participó en el Campeonato de España de 1904 porque no podía enfrentarse al Athletic Club de Bilbao en una competición oficial. En los inicios de 1906, el Athletic Club de Madrid tenía pocos socios y el estar subordinado al Athletic Club de Bilbao pesaba cada vez más en su crecimiento, ya que su cometido se centraba en disputar partidos amistosos y ceder jugadores al conjunto bilbaíno en las competiciones oficiales, aunque posteriormente sí que disputó en Campeonato de Madrid. Ese mismo año, el Athletic trasladó su domicilio social a la calle Fuencarral 27 y en 1907 se constituyó oficialmente ante las autoridades gubernativas y formalizó su primer reglamento, ya que hasta entonces se rigió por el reglamento del Athletic Club de Bilbao. Además, Eduardo de Acha, tras casi cuatro años, abandonó la presidencia y Ricardo de Gronda fue nombrado como máximo mandatario. El año 1909 comenzó con un cambio significativo en el Athletic Club de Madrid puesto que Ricardo de Gondra, que se había decantado en exceso por depender del Athletic de Bilbao, dejó su cargo en manos de Ramón Cárdenas, que ocupó su puesto en medio de una profunda crisis de los clubes españoles. Alguna de las entidades hoy centenarias atravesaron momentos muy complicados y en algún caso se llegó a hablar de disolución, ya que el deporte que introdujeron los británicos se tambaleaba en España. Los clubes cada vez tenían menos socios y la afición acudía en menor número a los campos.

En enero de 1911 se produce un hecho fundamental en la historia del Atlético de Madrid. El club madrileño cambió su camiseta blanquiazul a grandes rayas verticales

³³ GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

por la actual camiseta rojiblanca. En una cena que la directiva bilbaína ofreció a sus colegas de Madrid se habló, entre otras cosas, de las camisetas que habían vestidos los bilbaínos, de rayas rojas y blancas, con una gran textura y calidad. Juanito Elorduy fue el "culpable".³⁴

Juanito Elorduy realizó un viaje a Inglaterra y le encargaron que comprase unas camisetas que se hacían para futbolistas. Servían las que usaba el Blackburn Rovers, iguales en colores que las del Athletic, pero confeccionadas con mejor calidad. Elorduy dejó el encargo para el último día y no encontró en Londres lo que necesitaba para cumplir con el encargo. Antes de embarcar en Southampton, lo intentó por última vez y encontró las camisetas rojiblancas que utilizaba el club de la ciudad. Compró cincuenta unidades y, casualmente, cambió para el futuro los colores de ambas entidades. Los madrileños preguntaron a los bilbaínos si disponían de más camisetas rojiblancas. Juanito Elorduy afirmó: "Aquí, en una caja en casa de mis abuelos"; entonces, el directivo del Athletic madrileño, Rodríguez Arzuaga, le comentó: "Cuando vuelvas a Madrid después de Reyes te las traes, que yo las pago todas". Así, el 22 de enero de 1911, el Athletic Club de Madrid disputó su primer partido con su nueva camiseta enfrentándose a la Sociedad Gimnástica Española en la II Copa Rodríguez Arzuaga en el campo del Madrid.³⁵

5.1.4. La etapa de Ruete

El mandato de Ramón Cárdenas como presidente concluyó en 1912. Su sustituto fue Julián Ruete, que había militado en las filas del Madrid, quien con su propio dinero

³⁴ GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

³⁵ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. De los orígenes a la primera Liga*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 1. 2003

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario *Marca*. 1996.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

ayudó al club a solventar las dificultades, en numerosas ocasiones. Ruete marcó un antes y un después en el devenir de la entidad. Recién llegado a la presidencia, trasladó el domicilio social del club a la calle Espoz y Mina. Por aquel entonces, el Athletic Club de Madrid jugaba sus encuentros en su primer campo en la avenida de Menéndez Pelayo junto a las tapias del Retiro, pero era necesario un nuevo estadio cerrado y con mayor aforo porque el viejo campo del Retiro se había quedado pequeño y anticuado. Un nuevo recinto vallado haría crecer los beneficios económicos con la venta de entradas. El mismo año de la llegada de Julián Ruete a la presidencia, comenzaron las obras del estadio del Athletic. No resultó fácil para el club rojiblanco afrontar los gastos que suponían la construcción de un nuevo recinto deportivo. La situación financiera de la entidad no era la más favorable, ya que no había superado las dificultades económicas que venía arrastrando desde hacía varios años.

El de O'Donnell fue uno de los primeros campos vallados de España y el mejor de Madrid. El hecho de que fuera un campo cerrado supuso que para presenciar los partidos había que ser socio y pagar una cuota anual o comprar una entrada para ver el encuentro, lo que propició que el número de socios aumentara considerablemente y ayudó a sanear la maltrecha economía del club. El partido inaugural del nuevo campo se disputó el 9 de febrero de 1913 y el Athletic de Madrid perdió ante el Athletic de Bilbao por 0 - 4.³⁶

En 1913 se creó la Federación Regional de Centro que concedió plenos derechos al Athletic Club de Madrid para que formase parte de ella como un club más. El conjunto rojiblanco madrileño se inscribió como sociedad independiente, aunque en algún artículo se citaba su origen bilbaíno. Esto suponía que por primera vez en sus diez años de historia, el Athletic de Madrid podría jugar en el Campeonato de España, siempre que fue el campeón de la competición regional, con independencia de la participación del Athletic de Bilbao (la emancipación no se reflejó en los estatutos hasta 1924).

³⁶ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. De los orígenes a la primera Liga*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 1. 2003

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

En 1919, Julián Ruete Minuesa, que vivía por y para el club, llevaba ya casi siete años como presidente del Athletic necesitaba un descanso. Una temporada sabática para alejarse del fútbol cierto tiempo. En abril de ese mismo años, Julián Ruete Minuesa abandonó la presidencia del Athletic Club de Madrid y Alvaro de Aguilar y Gómez Acebo ocupó su lugar. El nuevo presidente reformó el reglamento del club para hacerlo más madrileño.

Terminada la temporada 1919-1920 el interés se centró en los Juegos Olímpicos de Amberes, donde la selección española consiguió la medalla de plata. Los aficionados se volcaron con el fútbol, que se convirtió en el deporte más popular del país y encumbraron a jugadores como Pichichi, Zamora o Samitier. El Athletic de Madrid no aportó ningún jugador a la selección, pero Álvaro de Aguilar, que había dejado la presidencia del Athletic en julio de 1920, acudió a Amberes como delegado del Comité Olímpico Español. Julián Ruete volvió a la presidencia Athletic tras la dimisión de Aguilar.

En su segunda etapa al frente de la entidad, Ruete consiguió importantes logros deportivos (campeones de Madrid y subcampeones de España) y dejó un nuevo campo (el Stadium del Metropolitano). El 23 de enero de 1921, el Athletic Club de Madrid venció por 2-1 al Racing en el campo del Paseo Martínez Campos proclamándose, por primera vez en su historia, campeón Regional de Centro. Fue el primer título oficial del club. En ese equipo destacaron Pololo, Monchín Triana o Luis Olaso. El Athletic accedió al Campeonato de España y llegó a la final, en la que se enfrentaría al Athletic Club de Bilbao, que había ganado con siete campeonatos. Los vascos derrotaron a los madrileños por 4-1 en el estadio de San Mamés. Pese al buen momento deportivo que vivía el club, el hecho de que Ruete hubiera accedido a las presiones para disputar la final en Bilbao fue determinante en su futuro como presidente. Su prestigio personal y dedicación absoluta al Athletic no eran suficientes, pues había perdido el apoyo de la masa social.³⁷

³⁷ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

El 13 de mayo de 1923 se inauguró el Stadium del Metropolitano, que no era propiedad del Athletic sino de la Sociedad Metropolitana Alfonso XIII. En el primer año compartió el estadio con otros equipos madrileños que terminaron desapareciendo. A partir de 1924 el Athletic rojiblanco jugó en el Stadium Metropolitano en alquiler, aunque en algunas temporadas dejó el campo de la barriada de Cuatro Caminos por discrepancias a la hora de las condiciones del arrendamiento y disputó sus encuentros como local en el estadio de Vallecas, construido por el Racing de Madrid. El fútbol evolucionaba a gran velocidad y se acercaba al profesionalismo. En los años 20 surge la figura del entrenador. Hasta entonces era el capitán el que dirigía al equipo y hacía las alineaciones. Aunque Manuel Ansoleaga, Ruete o Urbano Iturbe habían ejercido de técnicos, el británico Vicent Hayes fue nombrado entrenador profesional del equipo.³⁸

El 3 de noviembre de 1923, Ruete presentó su dimisión como presidente. Se marchó arruinado, decepcionado aunque su sentimiento atlético estaba por encima de todo.

5.2 Años de éxitos y fracasos hasta la Guerra Civil

5.2.1. La independencia oficial del Athletic de Madrid

Juan Estefanía Mendicute sustituyó a Ruete en la presidencia. En el verano de 1924, el Athletic contaba con las secciones de fútbol, tenis, hockey, rugby, pelota vasca y atletismo. Aunque el fútbol era principal la fuente de ingresos, ya que el resto de modalidades deportivas permanecían en un segundo plano, salvo el hockey.³⁹ El 4 de octubre de 1924, el Athletic reformó el Reglamento del Club que supuso la supresión definitiva de toda mención de dependencia con el Athletic Club de Bilbao. El 22 de febrero de 1925, el Athletic de Madrid ganó su segundo campeonato regional, al batir por 3-1 a la Real Gimnástica Sociedad Española en el Stadium del Metropolitano.

³⁸ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. De los orígenes a la primera Liga*. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. Vol. 1. 2003

³⁹ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Además, llegó a las semifinales del Campeonato de España donde cayó ante el campeón, el Barcelona, en el partido de desempate. A la campaña siguiente hubo cambios en el banquillo y llegó Frederick Beaconsfield Pentland, conocido como Mr. Pentland. El campeonato regional de ese año terminó con un gran escándalo ya que se clasificaron los dos primeros para el Campeonato de España, donde el Athletic llegó a la final, que perdió contra el Barcelona en Mestalla.

El 28 de junio de 1926, la Asamblea General de la Real Federación Española de Fútbol autorizó el profesionalismo en España con lo que se acabó con el amateurismo. Este importante cambio no fue bien recibido por algunos futbolistas que todavía conservaban su espíritu amateur. El Athletic era uno de los clubes españoles que tenía en su plantilla a más jugadores no profesionales. Muchos estudiantes que no quisieron pasarse al profesionalismo y acabaron retirándose debido al aire mercantilista que, ya entonces, había adquirido el fútbol.⁴⁰ Juan Estefanía dimitió como presidente del Athletic, en la temporada 1926 -1927 y ocupó su lugar Luciano Urquijo.

5.2.2. La presidencia de Luciano Urquijo

En la Asamblea General del Real Federación Española de Fútbol que se celebró a la conclusión de la campaña, algunos delegados de clubes trazaron las líneas para crear una Liga nacional que aumentase los beneficios de las entidades ya que mantener un equipo profesional era realmente complicado. Desde el primer momento, Luciano Urquijo, presidente del Athletic, se significó como uno de los principales defensores de la implantación de la Liga. Surgieron dos grupos: los minimalistas, que defendían que sólo jugasen los seis campeones de España, encabezados por José María Acha, vicepresidente del Arenas de Guecho, y los maximalistas que pedían que fuera más amplio, liderados por Luciano Urquijo, presidente del Athletic madrileño y Genaro de la Riva, máximo dirigente del Español de Barcelona. En la guerra entre minimalistas y maximalistas desde entonces se sucedieron las controversias, reuniones y ligas paralelas

⁴⁰ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

hasta que se creó el Campeonato Nacional de Liga para la campaña 1928 -1929.⁴¹ El Athletic Club de Madrid se hizo con su tercer Campeonato Regional tras un triple empate.

La llegada del profesionalismo complicó más aún la delicada situación económica del Athletic Club de Madrid, lo que provocó que Luciano Urquijo solicitase aportaciones ilimitadas y voluntarias de 100 pesetas a los socios rojiblancos. Los asociados apenas respondieron a esta iniciativa y Urquijo puso dinero de su bolsillo. En noviembre de 1928, Urquijo, respaldado por su junta directiva, reformó los estatutos de la entidad. El Athletic se convirtió prácticamente en una sociedad por acciones con Luciano Urquijo como su principal accionista y presidente. Además, instauraron una nueva clasificación de los socios en cuatro categorías: socios de honor (anteriores a 1920), de número, abonados y de deportes (todos los socios que hubiesen practicado algún deporte en el Athletic), al mismo tiempo que desaparecían los socios infantiles y protectores al agrupárseles en los socios de honor.⁴²

El 10 de febrero de 1929 se jugó la primera jornada de la Liga española con el Athletic en la 1ª División gracias a su presidente, Luciano Urquijo. El 4 de noviembre de 1928, se reunieron los clubes minimalistas además de estos equipos maximalistas invitados: Europa, Español y Athletic Club de Madrid. Se acordó que Europa, Español y Athletic Club de Madrid entrasen a formar parte del grupo de los minimalistas con lo que la Primera División del Campeonato Nacional de Liga quedaría formada por nueve clubes, pero la Federación Española de Fútbol quería una Liga con diez equipos.

Luciano Urquijo abandonó a los maximalistas y se unió a los clubes históricos para conseguir su objetivo de situar al Athletic en la Primera División, que quedó compuesta por los seis clubes campeones de Copa (Athletic Club de Bilbao, Barcelona, Real Madrid, Real Unión de Irún, Arenas de Guecho y Real Sociedad de San Sebastián) y los

⁴¹ DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993

⁴² DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. De la primera Liga a las bodas de oro*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 2. 2003.

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

tres subcampeones (Athletic Club de Madrid, Español de Barcelona y Europa de Barcelona), mientras que la décima plaza salió para el campeón de las eliminatorias entre Celta de Vigo, Deportivo de la Coruña, Sporting de Gijón, Oviedo, Racing de Santander, Deportivo Alavés, Iberia de Zaragoza, Valencia, Sevilla y Betis.

La temporada 1929-1930 fue la del primer descenso a Segunda división de la entidad. Pentland, abandonó el banquillo del Athletic Club de Madrid y se marchó a Bilbao. En apenas dos años, el Madrid le quitó al Athletic debido a su delicada situación económica, a tres de sus tres delanteros más importantes Monchín Triana, Cosme y Luis Olaso, por lo que el conjunto de Urquijo quedó muy mermado. El Athletic fue el farolillo rojo de la clasificación y descendió de categoría. El Athletic Club de Madrid entró en una época de crisis deportiva, social e institucional.

Los socios del club se manifestaron en contra de la gestión de Luciano Urquijo que caducó el derecho de voto de los socios del Athletic Club de Madrid buscando mayor margen de movimientos para mejorar la economía colchonera. A partir de ese momento, la presidencia de Urquijo estuvo abocada a su fin. Urquijo dimitió y el 1 de diciembre de 1931, se eligió una nueva junta directiva presidida por Rafael González Iglesias.

5.2.3. La travesía por la Segunda División

Tras varios intentos de ascenso fallidos, llegó la temporada 1933-1934, con el retorno de Mr. Pentland al banquillo, en la que el Athletic fue subcampeón de Segunda. En cuanto a la situación económica, el Athletic necesitaba ascender a Primera División para rentabilizar los gastos realizados en los fichajes, sobre todo, de Elícegui y Arocha. En julio de 1934 se acordó ampliar la Primera División. Subieron Sevilla y Athletic Club de Madrid y no descendió el Arenas de Guecho. El Athletic salió muy beneficiado puesto que había ascendido a la Primera División gracias a su subcampeonato. Los rojiblancos regresaban a la Primera después de cuatro temporadas en Segunda gracias a la ampliación aprobada en la Asamblea de la Federación Española de Fútbol.⁴³

⁴³ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005

5.2.4. Dos años en Primera antes de la Guerra Civil

El Athletic armó un equipo para mantenerse sin problemas en Primera División. Con lo que había costado ascender, los dirigentes rojiblancos reforzaron el conjunto todo lo posible para permanecer en Primera sin pasar excesivos apuros. Dentro del club hubo luchas internas que desembocaron en el relevo en la presidencia del club. El 17 de febrero de 1935, Rafael González Iglesias presidió su último partido como máximo dirigente rojiblanco en la victoria del Athletic por 1-0 ante el Sevilla en el Metropolitano. José Luis Del Valle Iturriaga fue elegido nuevo presidente. El año del retorno a la máxima categoría el Athletic completó una aceptable campaña, que pudo haber sido mejor si se hubiese mantenido una línea regular. El Athletic fue víctima de un mal inicio y final de Liga que le alejó de los primeros puestos que rondó en la mitad del campeonato gracias a una brillante racha de nueve partidos sin perder. Posteriormente se realizó una gira por Sudamérica, que según el presidente del club, José Luis Del Valle Iturriaga, sirvió para atender las elevadas nóminas de los futbolistas rojiblancos y mejorar la tesorería del club.⁴⁴

Nadie podía imaginar que a la temporada siguiente, aquella plantilla en la que había seis internacionales como Marculeta, Ipiña, Elícegui, Chacho, Arocha y Lazcano realizara una campaña tan pésima como para terminar de nuevo en Segunda División. En los últimos minutos de última jornada, Chacho marró una pena máxima que de haber entrado hubiera significado la permanencia, pero el balón se estrelló en la cepa del poste y condenó al Athletic. Fruto del mazazo deportivo, la crisis se instaló en el Athletic. El 4 de mayo de 1936, José Luis Del Valle dimitió como presidente. Apenas una semana después, José María Fernández Cabello asumió el cargo. En julio de 1936 estalló la Guerra Civil Española, que tendría también importantes consecuencias para el Athletic de Madrid y el fútbol español.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

⁴⁴ GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

5.2.5. La Guerra Civil

La Guerra Civil dejó trágicas consecuencias en el país y también en el mundo del fútbol. Los equipos padecieron importantes pérdidas en su potencial económico, que mermaron el aspecto deportivo. Durante los tres años de contienda, no se disputó la Liga ni la Copa. La actividad futbolística se redujo a torneos regionales, amistosos y dos encuentros de la selección española formada por el bando nacional. A finales de agosto de 1936, con Madrid cercado por las tropas nacionales, el Athletic llegó a comenzar los entrenamientos con su plantilla mermada por la guerra, ya que muchos jugadores marcharon al frente en ambos bandos corriendo distinta suerte. El Athletic Club de Madrid pertenecía al bando republicano debido a la incautación del Frente Popular y su ubicación en el Madrid que resistía el acoso de los ejércitos nacionales. Sin embargo, cuando terminó la guerra, el Athletic se fusionó con el Aviación Nacional y se convirtió en uno de los equipos poderosos en los inicios de la dictadura franquista.⁴⁵

5.3 Comienza la leyenda

5.3.1. Del Athletic Club de Madrid al Atlético Aviación

Cuando terminó la guerra, además del drama personal de muchos jugadores y ex jugadores del Athletic, hubo que sumarle el descenso que no se llegó a consumir por el inicio de la contienda y la pésima situación económica de la entidad, ya que la deuda superaba el millón de pesetas de la época.⁴⁶ El futuro era muy complicado y se barajó la opción de la desaparición. En los meses de julio y agosto, el Aviación Nacional (que había surgido en Salamanca en 1937 y quería entrar de lleno en la élite del fútbol español para representar los valores del orden castrense e ideológicos del nuevo régimen) negoció con el Club Deportivo Nacional y con el Athletic Club de Madrid una

⁴⁵ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. De la primera Liga a las bodas de oro*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 2. 2003.

⁴⁶ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

fusión. Ante la posibilidad de que los aviadores se unieran con los blanquiverdes de El Parral y quedar relegados a ser los terceros en Madrid, en el mejor de los casos, el Athletic decidió que Juan Touzón y Cesáreo Galíndez iniciasen las negociaciones con los representantes de los aviadores, pese a que la mayoría de los directivos rojiblanco no eran partidarios de la unión, ya que temían que el Athletic perdiera sus señas de identidad. Touzón sabía que no existía otra opción para el club que la fusión con el Aviación, porque de lo contrario al Athletic le llevaría muchos años equipararse a los equipos españoles más importantes. El 14 de septiembre de 1939 se cerró el acuerdo.

El Athletic mantuvo parte de su nombre, los colores del uniforme, su reglamento y el 50 por ciento de los directivos, mientras que el Aviación rebajó sus exigencias iniciales y compartió nombre, logró un presidente militar, el emblema de la rama de Aviación en el escudo y una serie de ventajas para los miembros del Arma de Aviación que quisiesen ingresar como socios en el club.⁴⁷ El Aviación Nacional aportó a Ricardo Zamora como entrenador.

El 4 de octubre de 1939 los representantes del Athletic Club de Madrid y el Aviación Nacional firmaron los acuerdos alcanzados el 14 de septiembre y designaron la primera junta directiva del Athletic-Aviación Club, presidida por el comandante de Aviación, Francisco Vives Camino, aunque al poco tiempo el Ministerio del Aire colocó a Luis Navarro Garnica. El Athletic-Aviación Club no pudo comenzar de mejor manera ya que se impuso en el último Campeonato Regional Castellano.

El Athletic-Aviación Club debió comenzar la campaña en Segunda División, ya que la Real Federación Española de Fútbol había declarado vigentes las clasificaciones de los campeonatos de la campaña 1935-1936. El Oviedo se vio obligado a renunciar a su plaza ya que su estadio estaba destrozado, como consecuencia de la guerra. Aunque deportivamente el Athletic-Aviación Club era el que tenía mayor derecho a jugar en

⁴⁷ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario Marca. 1996.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

Primera División, tuvo que jugar un partido de promoción con Osasuna, ya que el equipo navarro usó argumentos no deportivos como su contribución al ejército nacional durante la Guerra Civil para reclamar la plaza que había dejado vacía el Oviedo. El 26 de noviembre de 1939, ambos equipos se enfrentaron en Mestalla con victoria por 3-1 para los rojiblancos, que significó el retorno a Primera sin pasar por Segunda.

En aquella temporada 1939-1940, los pupilos de Zamora realizaron una segunda vuelta del campeonato extraordinaria, remontaron un inicio titubeante y la Liga se decidió en la última jornada entre el Sevilla y el Athletic-Aviación Club. Los andaluces dependían de sí mismos. Los madrileños sacaron adelante su compromiso y le transmitieron toda la presión al conjunto hispalense, que empató su encuentro. El Athletic-Aviación se proclamó así campeón de Liga.

En enero de 1941, el club madrileño se vio obligado a cambiar su nombre ya que un Decreto- Ley de la Jefatura de Estado prohibió el uso de extranjerismos en España. El Athletic- Aviación Club cambió su nombre y pasó a denominarse Club Atlético-Aviación.⁴⁸ El conjunto rojiblanco revalidó el título de Liga, tras vencer al Oviedo por 3-0 en Vallecas (el Metropolitano quedó muy dañado en la Guerra Civil). Antes de la conclusión de la temporada se produjo el relevo en la presidencia, ya que Navarro Garnica fue destinado como agregado militar a la embajada española de Roma y le sustituyó el teniente coronel Manuel Gallego.

En la temporada 1942-1943, el Atlético Aviación volvió a jugar en el Metropolitano gracias al acuerdo alcanzado con el Patronato Nuestra Señora de Loreto, que eran los dueños del estadio. El 7 de febrero de 1943, los rojiblancos disputaron su último encuentro en el Estadio de Vallecas y el día 21 del mismo mes se reinauguró el Stadium del Metropolitano con la victoria de los locales por 2-1 contra el Real Madrid en partido correspondiente a la 20ª jornada de la Liga.

⁴⁸ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. De la primera Liga a las bodas de oro*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 2. 2003

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

5.3.2. Denominado Club Atlético de Madrid

El 27 de diciembre de 1945, el coronel Manuel Gallego dimitió como presidente del club por razones profesionales, ya que le nombraron jefe de la base aérea de Tetuán y en los primeros días de 1946, se nombró presidente del Atlético Aviación a Juan Touzón. Por primera vez desde la fusión con el Aviación Nacional, un civil presidía el club tras los mandatos de los militares Francisco Vives, Luis Navarro Garnica y Manuel Gallego. Adrián Escudero, que en la actualidad sigue siendo el máximo goleador de la historia del club, fue el primer fichaje de Touzón. Cuando terminó la temporada, Ricardo Zamora dejó de ser entrenador rojiblanco, después de siete años dirigiendo al equipo.

El 14 de diciembre de 1946, desde el Ministro del Aire, solicitaron a la entidad rojiblanca que prescindiera de la palabra “Aviación” puesto que en España ya no existía ningún club con nombre militar. El 29 de diciembre de 1946, se jugó el último encuentro con el nombre de Atlético Aviación y pasó a llamarse Club Atlético de Madrid.⁴⁹ En junio de 1947 el hasta entonces presidente, Juan Touzón abandonó el Atlético para desempeñar un cargo directivo en la Real Federación Española de Fútbol. El vicepresidente del club, Cesáreo Galíndez, fue nombrado nuevo presidente.

5.3.3. De la "Delantera de Seda" a la "Delantera de cristal"

En la temporada 1947-1948, el equipo rojiblanco metió 73 goles en 26 choques. José María Úbeda, crítico deportivo del diario *Pueblo* acuñó el apodo de “Delantera de Seda” porque los delanteros atléticos trataban al balón con delicadeza, practicando un fútbol era suave, trenzado, eficaz y natural.⁵⁰ Estaba formada por Juncosa, Vidal, Silva, Campos y Escudero y dejó huella en la afición por sus goles y su juego vistoso.

⁴⁹ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. De la primera Liga a las bodas de oro*. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. Vol. 2. 2003.

⁵⁰ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario *Marca*. 1996.

En un partido amistoso que el Atlético disputó contra el Stade de Francais en Madrid como devolución de la visita de los rojiblancos días antes a París, el guardameta Marcel Domingo, y el delantero Ben Barek, deslumbraron con su juego a la prensa y afición española. El club rojiblanco no tardó en anunciar las incorporaciones del portero francés y de la "perla negra" (para sustituir la marcha de Campos). El marroquí ha sido uno de los mejores extranjeros que han jugado en España y que han vestido la camiseta rojiblanca del Atlético de Madrid. Poco después, se contrató a Helenio Herrera como nuevo entrenador y de la mano llegan, entre otros, jugadores que han pasado a la historia atlética como el sueco Carlsson y el canario Miguel.

Además, el 15 de abril de 1950, el Atlético de Madrid adquirió en propiedad el estadio del Metropolitano por 11.800.000 pesetas. El estadio de la barriada de Cuatro Caminos pertenecía al Patronato Nuestra Señora de Loreto desde el final de la Guerra Civil española. Firmaron la escritura de compra, en el domicilio social del Atlético (calle Barquillo, 22), el general José Martínez y Herrera por el Patronato Nuestra Señora del Loreto y Cesáreo Galíndez como presidente del colchonero.

El Atlético conquistó la Liga 1949-1950. La clave del campeonato estuvo en la sensacional segunda vuelta del conjunto madrileño, ya que alcanzó 21 de los 26 puntos en juego con un balance de nueve victorias, tres empates y una sola derrota. Los aficionados rojiblancos disfrutaron con un ataque de lujo que hizo recordar a la famosa "Delantera de Seda" de la temporada 1947-1948. En este caso se apodó la "Delantera de Cristal" compuesta por Juncosa, Ben Barek, Pérez Paya, Carlsson y Escudero. Fue bautizada de esa manera por las lesiones de Juncosa, Carlsson y Ben Barek, que no permitieron verles juntos en más ocasiones. A la temporada siguiente, el Atlético de Madrid conquistó la cuarta Liga de su historia y la segunda consecutiva.⁵¹

⁵¹ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. De la primera Liga a las bodas de oro*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 2. 2003.

DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. La Recopa, el Calderón... ¡la Intercontinental!*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 3. 2003.

En junio de 1952 se celebraron elecciones a la presidencia. Luis Benítez de Lugo, Marqués de la Florida venció en las urnas con lo que se convirtió en el nuevo presidente del Club Atlético de Madrid.

5.3.4. La presidencia del Marqués de la Florida

Helenio Herrera, el entrenador rojiblanco no conectó con la nueva directiva del club presidida por el Marqués de la Florida. El 26 de enero de 1953, tras una racha pésima de resultados, en los que el Atlético pasó de ocupar la segunda plaza a estar tan sólo dos puntos por encima de la promoción, Helenio Herrera dejó de entrenar al Atlético de Madrid. La atención se centró en la celebración de las Bodas de Oro del Atlético de Madrid. El club celebraba sus 50 años de vida y para festejarlo organizó diferentes actos desde marzo hasta junio de 1953.

La situación no fue cómoda para la nueva directiva ya que el equipo acabó octavo en la Liga, cayó con contundencia ante el Barcelona en las semifinales de la Copa y no consiguió el Trofeo de las Bodas del Oro del Club. Además, no se ficharon los jugadores de garantías necesarios para renovar una plantilla que lo necesitaba urgentemente y la masa social rojiblanco empezó a cuestionar la labor de Florida. El 13 diciembre de 1953, Ben Barek jugó su último partido como jugador rojiblanco. El Atlético de Madrid se libró de la promoción gracias a su sensacional segunda vuelta. En poco tiempo, y bajo la batuta del Marqués de la Florida, el equipo experimentó un negativo cambio de mentalidad. Cuando Galíndez dirigió el club siempre se hablaba de títulos y victorias mientras que con Florida la entidad se conformaba con no pasar apuros en la clasificación.

La Delegación Nacional de Deportes, a través de la Real Federación Española de Fútbol, destituyó al Marqués de la Florida de su cargo de presidente debido a su incorrecta actuación a la hora de solicitar el obligatorio permiso para acudir a la gira por Sudamérica en el verano de 1955.⁵² Uno de los únicos hechos positivos a destacar durante el mandato del Marqués de la Florida fue la reforma y ampliación del

⁵² SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Metropolitano desde el verano de 1954. El hasta entonces vicepresidente primero, Jesús Suevos tomó las riendas del Atlético de Madrid, como presidente de la Comisión Gestora del Club. El Atlético de Madrid realizó una buena temporada 1955-1956, donde se logró el 5º puesto en la Liga y el subcampeonato de la Copa del Generalísimo. El domingo 11 de diciembre de 1955 se celebraron las elecciones y Javier Barroso fue elegido presidente.

5.3.5. La etapa de Barroso

Los ocho años de presidencia de Javier Barroso llevaron al Atlético de Madrid a una de sus mejores épocas, y más si cabe, si se tiene en cuenta que el club venía de la nefasta gestión del Marqués de la Florida, que en pocos años dilapidó al herencia de Galíndez. Con Barroso, el Atlético se colocó entre los grandes de España y Europa. Entrenadores de gran categoría como Antonio Barrios, Fernando Daucik y José Villalonga dirigieron al equipo. Llegaron jugadores que escribieron su nombre en letras de oro en la historia rojiblanca, como Vavá, Mendoza, Madinabeytia, Calleja, Rivilla, Calleja, Griffa, Jones, Adelardo, Ramiro o Glaría, entre otros. También se marcaron las líneas directrices de la organización de manera profesional de la cantera. En la Liga, el Atlético consiguió tres subcampeonatos, un tercer puesto y cuatro quintos puestos. En la Copa del Generalísimo, se alcanzaron tres finales con dos éxitos consecutivos (1960 y 1961 que significaron los primeros títulos de Copa en toda la historia de la entidad). El primero de ellos al ganar 3-1 al Real Madrid, que venía de ganar la Copa de Europa al Eintrach. Y el segundo, también se cosechó en el feudo blanco de Chamartín, ante el eterno rival, por 3-2 ante el Real Madrid de Di Stéfano y Puskas.

Se debutó en las competiciones europeas llegando a las semifinales en la Copa de Europa para caer contra el Madrid en el partido de desempate en la campaña 1958-1959. En 1962 se conquistó la Recopa primer título europeo de la vida del club al vencer a la Fiorentina y se obtuvo un subcampeonato al año siguiente. Además, potenció la sección de balonmano, que conquistó dos Ligas y una Copa. Barroso consiguió la adquisición

de los terrenos del nuevo Estadio del Manzanares por un precio muy asequible, inició las obras del mismo y vendió el Metropolitano por 95 millones de pesetas.

En su contra, los socios le criticaron el traspaso de Peiró al Torino, que pagó 25 millones de pesetas por el traspaso, que solucionaron, en parte, los graves problemas de la tesorería rojiblanca. También las obras del nuevo estadio se vieron entorpecidas por problemas con la cimentación debidos a la proximidad del río. Lo que provocó que se sobrepasara el presupuesto y la economía del club aconsejó la paralización de las obras del Manzanares. Tampoco gustó la venta del Metropolitano sin estar concluido el nuevo estadio, así como la delicada situación financiera y deportiva de los últimos meses. La gestión de Barroso en la presidencia fue muy positiva para el Atlético de Madrid y ha quedado en la historia como uno de sus mejores presidentes.⁵³

El 21 de enero de 1964, Javier Barroso dimitió y Vicente Calderón pasó a ocupar la presidencia en funciones del Atlético de Madrid hasta la celebración de una Asamblea General en la que cual se debía elegir el futuro máximo dirigente de la entidad.

5.4. Vicente Calderón, la época dorada del club

El 17 de marzo de 1964 se ratificó a Vicente Calderón como nuevo presidente. Uno de sus primeros fichajes fue el de Luis Aragonés, que se convertiría en leyenda de la historia rojiblanca. El nuevo máximo mandatario tenía como objetivos mejorar la situación deportiva y la enquistada construcción de nuevo estadio. El 31 de marzo de 1964, el club debía entregar el estadio del Metropolitano a sus compradores, pero gracias al buen hacer de Calderón se consiguió una prórroga hasta enero de 1965.

⁵³ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. La Recopa, el Calderón... ¡la Intercontinental!*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 3. 2003.

El balance deportivo de la campaña 1963 - 1964 fue notable, si tenemos en cuenta los importantes cambios que acontecieron. Séptimo puesto en la Liga, subcampeonato en la Copa del Generalísimo y eliminación en los octavos de final de la Copa de Ferias.

Durante la temporada Calderón tomó el relevo de Barroso en la presidencia y Barinaga sustituyó a Tinte en el banquillo. Al final de la temporada siguiente, el 13 de junio de 1965 se reanudaron las obras del estadio del Manzanares después de cuatro años paralizadas. Los inicios de Calderón fueron claves para el futuro del Atlético de Madrid. El Atlético realizó una fantástica campaña con la conquista de la Copa del Generalísimo, el subcampeonato liguero y la eliminación en el partido de desempate de las semifinales de la Copa de Ferias. Los rojiblancos lucharon por los tres títulos logrando la Copa y muy cerca de conseguir la Liga y la Copa de Ferias.⁵⁴

Al curso siguiente el Atlético de Madrid ganó la quinta Liga de su historia., tras 15 años de sequía, que suponía la primera de Vicente Calderón. El 18 de mayo de 1966, se empezó a demoler el estadio del Metropolitano para la construcción de diversos edificios por parte de la propietaria de los terrenos, la inmobiliaria Vista Hermosa S.A.⁵⁵ Mientras que las obras proseguían en el futuro feudo rojiblanco, el Atlético se entrenó en el campo del Parque Sindical situado en Puerta de Hierro. Según los plazos previstos, el club podría jugar en el Estadio del Manzanares en septiembre justo para el inicio de la temporada 1966-1967.

El Atlético de Madrid contrató en dicha campaña a José Eulogio Gárate, que se convertiría para muchos en el mejor delantero de la historia del club. El equipo rojiblanco debía disputar su primer encuentro en su estadio el 18 de septiembre contra el Barcelona, pero el 7 de septiembre se aplazó este partido hasta el 1 de noviembre debido al retraso de las obras en el Estadio del Manzanares y la falta de una serie de trámites administrativos. Entonces se fijó el 2 de octubre contra el Valencia como el día de la

⁵⁴ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. La Recopa, el Calderón... ¡la Intercontinental!*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 3. 2003.

⁵⁵ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español :historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

puesta de largo del estadio del Manzanares, aunque no estaba totalmente terminado. La intención fue utilizar el nuevo campo inmediatamente y acabar de construirlo durante la temporada. No había otra opción porque el Metropolitano había sido demolido y la cesión del estadio Santiago Bernabéu ni se contemplaba. Así, el 2 de octubre de 1966, se inauguró el estadio del Manzanares en la cuarta jornada del Campeonato Nacional de Liga con el partido entre el Atlético y el Valencia. Luis Aragonés marcó el primer gol de la vida del nuevo estadio.

Se empezó a utilizar con una capacidad para 40.000 espectadores y cuando se terminara habría un aforo de 70.000 localidades, el primero de España en contar con todas sus localidades de asiento. El coste de la obra alcanzó los 240 millones de pesetas, una cifra importante para la época, que el Atlético afrontó sin ayudas de ninguna institución oficial.⁵⁶

El Atlético pasó varias temporadas de transición y llevaba tres campañas sin obtener ningún título. La plantilla se iba rejuveneciendo y el club tiraba de la cantera ya que no había suficiente dinero para acometer fichajes de renombre debido a la construcción del nuevo estadio. Pero sí hubo relevo en el banquillo rojiblanco, Marcel Domingo, que había defendido la portería del Atlético durante tres temporadas (1948-1951) llevaría la dirección del equipo. Importantes jugadores como Glaría, Ramiro, Mendoza, Jones, Madinabeytia, Ruiz Sosa, Rivilla, Collar, Griffa y Colo habían abandonado la disciplina colchonera en los últimos años, pero se incorporaron Capón, Salcedo, Quique, Alberto y Ovejero, además de Gárate, Irureta, Melo, Orozco y Eusebio que junto a veteranos como Calleja, Luis Aragonés, Adelardo y Ufarte tratarían de devolver al Atlético a lo más alto.⁵⁷ La victoria del Atlético por 2-0 en Sabadell le dio la Liga 1969-1970, la

⁵⁶ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

⁵⁷ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario Marca. 1996.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

sexta de su historia. El 23 de mayo de 1972, el Estadio Vicente Calderón se inauguró oficialmente con el amistoso internacional entre España y Uruguay ante 70.000 espectadores. Tras casi quince años de obras, paralizaciones, polémicas y delicados problemas financieros, los atléticos ya podía disfrutar de su estadio terminado en su totalidad. En una Junta General, celebrada el 14 de julio de 1971, se acordó el cambio de nombre al recinto deportivo, siendo elegido como nuevo nombre estadio Vicente Calderón, en honor al presidente del club.

Además, el Atlético ganó su cuarta Copa del Generalísimo y al año siguiente conquistó su séptima Liga. Tras la marcha del entrenador Merkel, el Atlético contrató al argentino Juan Carlos Lorenzo e incorporó al guardameta Reina, al defensa "Cacho" Heredia, al delantero "Ratón" Ayala, al lateral izquierdo Rubén "Panadero" Díaz y al centrocampista Bermejo. El 26 de mayo de 1973, la Delegación Nacional de Deportes y Educación Física autorizó a los clubes de fútbol de Primera y Segunda División incorporar a sus plantillas hasta dos jugadores extranjeros. Hay que recordar que desde 1965, se prohibía a los equipos fichar a futbolistas foráneos.⁵⁸

En la Copa de Europa se fue avanzando paulatinamente y se llegó a semifinales tras haber eliminado al Galatasaray, Dinamo de Bucarest y al Estrella Roja. El 10 de abril de 1974, en el partido de ida de las semifinales de la Copa de Europa, el Atlético de Madrid empató 0-0 ante el Celtic de Glasgow en Celtic Park. El Atlético acabó el encuentro con ocho jugadores, tras las expulsiones de Ayala, "Panadero" Díaz y

DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. La Recopa, el Calderón... ¡la Intercontinental!*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 3. 2003.

⁵⁸ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. La Recopa, el Calderón... ¡la Intercontinental!*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 3. 2003.

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario *Marca*. 1996.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Quique. El 24 de abril de 1974, en un Vicente Calderón lleno hasta la bandera, el Atlético venció por 2-0 al Celtic de Glasgow clasificándose para su primera final de la Copa de Europa. Los rojiblancos se jugaban la final ante el Bayern de Munich, para el que también suponía su primera final de la Copa de Europa, en el estadio de Heysel en Bruselas.

Los noventa minutos terminaron con el resultado inicial de 0-0 y hubo que ir a la prórroga. En el minuto 113, Schwanzenberck cometió falta sobre Becerra al borde del área grande. La situación era ideal para un especialista en los lanzamientos de falta como Luis Aragonés, que golpeó el balón con su empeine interior derecho superando con una perfecta parábola a la barrera y batiendo a un sorprendido Maier. Los colchoneros estaban a siete minutos de ser campeones de Europa. Sin embargo, a falta de 20 segundos para la conclusión, Schwarzenberck, lanzó un potente disparo desde unos 35 metros que se coló en la portería de Reina. Como en aquella época no había lanzamientos de penaltis, se debió jugar un partido de desempate en el mismo escenario dos días después. El Atlético de Madrid afrontó el partido de desempate con la moral por los suelos y roto físicamente. El Bayern de Munich ganó 4-0.

El Atlético comenzó la siguiente campaña con el recuerdo de la final perdida. Ovejero, Quique, Rodri y Ufarte abandonaron el Atlético. Iniciada la temporada "Toto" Lorenzo presentó su dimisión y el 26 de noviembre, se anunció que Luis Aragonés sería el entrenador del Atlético, con Joaquín Peiró como su ayudante. Luis pasó, en menos de dos días, de futbolista a entrenador.

En 1975 el Atlético de Madrid disputó la Copa Intercontinental. Se trataba de la final a doble partido entre el campeón de la Copa de Europa y el campeón de la Copa Libertadores. El Bayern de Munich, renunció a jugar esta competición con lo que su plaza pasó al subcampeón de Europa. El 12 de marzo, en el partido de ida el Independiente de Avellaneda venció por la mínima (1-0) al Atlético de Madrid en Argentina. El encuentro de vuelta se disputó el 10 de abril, cuando el Atlético de Madrid se impuso por 2-0 al Independiente de Avellaneda, con goles de Irureta y Ayala,

en el Vicente Calderón. El Atlético se convertía en el primer y único club capaz de ganar la Copa Intercontinental sin adjudicarse la Copa de Europa.⁵⁹

A la temporada siguiente se contrató a dos futbolistas brasileños de categoría internacional, como Pereira y Leivinha y el Atlético se hizo con la última Copa del Generalísimo, tras este éxito, Adelardo Rodríguez, el capitán y jugador que más veces ha vestido la camiseta rojiblanca colgó las botas. En la campaña 1976-1977, el campeonato liguero fue una pugna entre el Atlético y el Barcelona que se decantó a favor de los rojiblancos gracias a su mejor final. El Atlético cantó el alirón en el campo de su eterno rival, tras empatar 1-1 ante el Real Madrid. Este título daría paso a un interminable periodo de sequía de 19 años, que concluiría con la brillante consecución del doblete de 1995 - 1996. Antes de concluir la temporada, el Atlético organizó el homenaje a su delantero centro José Eulogio Gárate que había permanecido de baja todo el año y había decidido retirarse del fútbol al no poder recuperarse de un hongo que afectó a su rodilla izquierda.⁶⁰

La campaña 1977 - 1978 fue especial para los rojiblancos ya que se celebraba su 75º aniversario. El acto central del festejo fue un encuentro internacional amistoso entre el Atlético y la selección de Brasil. En los años siguientes la entidad entró en un periodo en el que fue perdiendo relevancia y en el que no consiguió ningún título hasta mediados de los años 80. El 13 de junio de 1980, Vicente Calderón, aquejado de problemas de salud, anunció su dimisión como presidente del Atlético de Madrid. El tesorero del club, Ricardo Irezábal, asumió la presidencia de manera interina con la misión de convocar elecciones. Una vez se convocaron las elecciones, se presentaron numerosos precandidatos. Sin embargo, el 23 de julio de 1980, último día para presentar las 1.361 firmas requeridas para proclamarse candidato a la presidencia tan sólo quedaban dos: Alfonso Cabeza, que aportó 1.939 firmas y Mariano Romero con 1.473. El primero consiguió validar un 96% de firmas sobre las 1.939 presentadas y que Mariano Romero obtuvo 1.243 firmas con lo que no llegó a las requeridas. El 31 de

⁵⁹ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. La Recopa, el Calderón... ¡la Intercontinental!*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 3. 2003.

⁶⁰ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia de un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

julio de 1980, Alfonso Cabeza tomó posesión de la presidencia del Atlético de Madrid.⁶¹

5.5. Etapa de confusión

5.5.1. La estancia de Cabeza

Después de conseguir un subcampeonato liguero, Cabeza se enredó en peleas con el estamento arbitral. El equipo se metió en una complicada situación deportiva a lo que se unió la inhabilitación por 16 meses a Alfonso Cabeza como presidente del Club Atlético de Madrid a causa de sus declaraciones a la conclusión de un encuentro liguero ante el Real Madrid disputado el 10 de enero de 1982 en el Vicente Calderón. Cabeza anunció su dimisión el 20 de mayo de 1982. El primer año de su presidencia resultó muy bueno para el club, pero le faltó la conseguir la Liga; en el segundo, el equipo no funcionó tan bien y arreciaron los problemas institucionales y económicos. Uno de sus grandes logros fue el fichaje de Hugo Sánchez. La junta gestora organizó el proceso electoral. El 9 de julio, Vicente Calderón presentó 1.955 firmas cuando hacían falta 1.327 para ser proclamado candidato. Los otros dos precandidatos, Antonio D. Olano y Fernando Rodríguez no entregaron ninguna firma con lo que Vicente Calderón fue nombrado presidente del Atlético de Madrid sin necesidad de convocar elecciones al convertirse en el único candidato.

5.5.2. La segunda etapa de Vicente Calderón

El 3 de agosto de 1982, Vicente Calderón tomó posesión del cargo de presidente del Atlético de Madrid y llegó con Luis Aragonés para ocupar el banquillo. El 'Sabio de Hortaleza' regresaba a su casa y contó con una plantilla sin grandes estrellas, que se había nutrido de jugadores de la cantera rojiblanca como Rubio, Quique, Juanjo, Clemente, Marina, Pedraza, Julio Prieto, Mejías, Mínguez, Pedro Pablo, Ruiz, Manolo Agujetas. El conjunto atlético realizó una gran campaña y logró el tercer puesto y el acceso a la Copa de la UEFA. Además, la economía del club había mejorado e incluso

⁶¹ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003

se había rebajado en más de 250 millones de pesetas la deuda. El tándem formado por Luis Aragonés y Vicente Calderón volvía a situar al Atlético entre los grandes. Más tarde en la 1984-1985 se consiguió la Copa del Rey y el subcampeonato de Liga, mejor puesto en el campeonato de la regularidad desde el título de la campaña 1976-1977. La temporada siguiente el Atlético realizó un excelente papel en la Recopa y alcanzó la final, donde el Dynamo de Kiev se impuso por un contundente 3-0.⁶²

El domingo 22 de marzo de 1987, Vicente Calderón sufrió un derrame cerebral que obligó a una operación quirúrgica urgente. El presidente del Atlético superó con éxito la intervención, pero dos días después, el martes 24 de marzo, falleció a consecuencia de un paro cardíaco. El vicepresidente primero, Francisco Javier Castedo, asumió el cargo, siguiendo las normas del reglamento interno del Atlético de Madrid. El 25 de marzo, llegó a Madrid el brasileño Alemão, último fichaje de Calderón.⁶³

El 17 de mayo comenzó la campaña electoral. Como precandidatos se presentaron Agustín Cotorruelo, Jesús Gil y Gil, Manuel Herrero, Enrique Sánchez de León, Salvador Santos Campano y Fernando Rodríguez (que se retiró poco después), que debían reunir 1.251 firmas necesarias para ser declarados candidatos a la presidencia de la entidad colchonera. Todos obtuvieron las firmas necesarias para formalizar sus candidaturas. Las elecciones se presentaban igualadas hasta que el 24 de junio Jesús Gil anunció el fichaje de Paulo Futre. El portugués, que era uno de los mejores jugadores del continente, acababa de ganar la Copa de Europa con el Oporto, ya había estado a punto de llegar al Atlético Madrid con Vicente Calderón. Gil pagó 450 millones por el luso.⁶⁴

El sábado 27 de junio, la junta electoral proclamó a Jesús Gil y Gil como vencedor de las elecciones a la presidencia del Atlético de Madrid. Gil consiguió 5.219 votos,

⁶² SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005

⁶³ *Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia*. Madrid. Editado por el diario *Marca*. 1996.

⁶⁴ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Enrique Sánchez León terminó segundo con 3.465, Agustín Cotorruelo quedó tercero con 1.885 y Salvador Santos Campano acabó en cuarto lugar con 907.⁶⁵ Justo un día después de las elecciones el Atlético de Madrid disputó la final de la Copa del Rey contra la Real Sociedad en el Estadio de La Romareda, donde ganaron los donostiarras en la tanda de penaltis.

5.6. La "era Gil"

5.6.1. La llegada de Jesús Gil

El 8 de julio de 1987, Jesús Gil tomó posesión oficial como presidente del Atlético de Madrid en un acto celebrado en el estadio Vicente Calderón, acompañado por el que sería su primer entrenador, Menotti. Además de con Paulo Futre, el equipo se reforzó con la llegada de Zamora, Marcos, Eusebio, Juan Carlos, Goicoechea, López Ufarte y Parra. Desde su llegada Futre se convirtió en el buque insignia de la presidencia de Jesús Gil y en una auténtica referencia de la afición rojiblanca. Una de las fechas más importantes del primer año de Gil, fue el 7 de noviembre de 1987, cuando el Atlético goleó por 0-4 al Real Madrid en el Santiago Bernabéu. La temporada terminó con el equipo tercero en la Liga y eliminado en los cuartos de final de la Copa del Rey. Gil había llegado como un auténtico huracán y tuvo encontronazos con todos los estamentos y también con técnicos y jugadores de su propio conjunto. El presidente buscó una serie de cabezas de turco en el vestuario, sobre todo, a raíz de la nota informativa publicada por la plantilla contra él, tras despedir a Ufarte, que había sustituido a Menotti en el banquillo y se anunció la suspensión de empleo y sueldo de cuatro jugadores de la plantilla: Landáburu, Arteche, Quique Ramos y Quique Setién.⁶⁶

⁶⁵ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid .Del "atraco" a Cabeza al doblete de Gil* . Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 4. 2003.

⁶⁶ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario *Marca*. 1996.

DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid .Del "atraco" a Cabeza al doblete de Gil* . Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 4. 2003.

El primer proyecto de Gil consiguió una buena clasificación liguera, pero las polémicas invadieron la entidad madrileña durante todos los meses. Y Gil ya mostró su tendencia a destituir entrenadores y arremeter contra los jugadores, aunque todavía no había sacado a relucir sus críticas contra el estamento arbitral. Gil puso su segundo proyecto en manos de Maguregui y reforzó la plantilla con Manolo, Baltazar (fue 'Pichichi' y 'Bota de Bronce' con 35 goles), Donato y Alfredo. En la temporada 1988-1989 hasta cuatro entrenadores (Maguregui, Atkinson, Addison y Briones) dirigieron al equipo. Tras una temporada con Javier Clemente como entrenador, el equipo acabó en cuarta posición.

En 1990, el centrocampista alemán Bernd Schuster llegó a un Atlético, que con Ivic en el banquillo rindió a excelente nivel y quedó segundo. El 17 de marzo, en el partido que enfrentó al Atlético de Madrid y al Sporting de Gijón, el portero colchonero Abel Resino entró en la historia y estableció un récord al permanecer 1.275 minutos sin recibir un gol. Además esa campaña acabó con un extraordinario colofón ya que el sábado 29 de junio de 1991, el Atlético de Madrid disputó ante el Mallorca la final de la Copa del Rey en el Bernabéu. El Atlético se impuso 1-0, con gol de Alfredo que le dio su séptima Copa y el primer título de Gil como presidente.⁶⁷

La temporada 1991-1992 fue muy importante para el devenir de la institución ya que el club se transformaría en Sociedad Anónima Deportiva. En 1992 se pusieron a la venta 1.976 millones que faltan para cubrir el capital social. El ritmo de compra de acciones no era muy alentador ya que en la primera fase apenas se recaudaron 86 millones de pesetas en acciones. La preocupación fue en aumento puesto que faltaban 1.900 millones y apenas restaban unos días para cerrarse el plazo. Sólo se habían conseguido 104 de los 2.062 millones del capital social.⁶⁸

⁶⁷ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid .Del "atracó" a Cabeza al doblote de Gil* . Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 4. 2003.

⁶⁸ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

En lo meramente deportivo, Manolo había ganado el 'Pichichi' al marcar 27 goles en la Liga y la atención se centró en la final de la Copa del Rey contra el Real Madrid en el estadio Santiago Bernabéu, que se celebró el 27 de junio de 1992. En el minuto 6 de partido, Schuster marcó una falta directa desde 30 metros. Al filo de la media hora de juego Manolo asistió en profundidad a Futre quien se marchó de su par en velocidad y lanzó un soberbio zurdazo que se coló por la escuadra derecha de la meta defendida por Buyo. En el minuto 69, el colegiado Díaz Vega señaló penalti en un derribo del portero atlético Abel al delantero madridista Butragueño. Michel fue el encargado de lanzar la pena, pero Abel detuvo el tiro. El Atlético de Madrid conquistó su octava Copa.

El club rojiblanco todavía no había cubierto su capital social de 2.062 millones de pesetas a 24 horas del cierre del plazo. Finalmente, Jesús Gil acudió la Comisión Mixta para la conversión de los clubes en sociedades anónimas deportivas con la escritura notarial y los avales necesarios para que el Atlético se convirtiese en una Sociedad Anónima Deportiva. La entidad colchonera había evitado el descenso a Segunda “B” en el último momento. El club pasaba a ser una Sociedad Anónima Deportiva con Jesús Gil y Gil como presidente del Consejo de Administración y accionista mayoritario. Fue a partir de este momento cuando Miguel Ángel Gil Marín (hijo de Jesús Gil) pasó a ser director general y se convirtió en la mano derecha del presidente.⁶⁹

En la temporada 1992-1993 el Atlético de Madrid tuvo con tres entrenadores (Luis Aragonés, Pastoriza y Heredia). El 26 de enero de 1993, el Atlético de Madrid traspasó a Paulo Futre por 700 millones al Benfica y poco después el club y Luis Aragonés llegaron a un acuerdo para rescindir el contrato que ligaba al técnico por lo que restaba de temporada y otra más. El equipo logró clasificarse para la Copa de la UEFA.

⁶⁹ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario *Marca*. 1996.

DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid .Del "atraco" a Cabeza al doblete de Gil* . Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. Vol. 4. 2003.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

El curso 1993-1994 comenzó con muchos cambios en la plantilla. Se fueron futbolistas importantísimos como Schuster, Futre y Donato, además de Moya, Aguilera y Alfredo. Y llegaron jóvenes promesas como Kiko, Quevedo, Pirri y Caminero y dos nuevos extranjeros, Kosecki y Moacir. El club vivió momento turbulentos ya que hasta seis entrenadores dirigieron al equipo esa temporada, que acabó con un decepcionante 12º puesto y con sufrimientos hasta el final para evitar la temida promoción. Sin embargo, el 30 de octubre de 1993, aquel equipo realizó uno de esos partidos que han pasado a la historia de la entidad. El Atlético de Madrid venció por 4-3 al Barcelona en el estadio Vicente Calderón. El conjunto azulgrana se llegó a poner 0-3 al descanso, gracias a los tantos de Romario, pero los rojiblancos dieron la vuelta al marcador con dos goles de Kosecki, otro de Pedro y el último de Caminero, en el último minuto del encuentro.

Cuando parecía que el Atlético había aprendido la lección, pocos podían imaginar que en la temporada 1994-1995 se sufriría aún más para evitar la promoción y el descenso. El encargado de ocupar el banquillo fue el colombiano 'Pacho' Maturana. Y la plantilla se reforzó con las altas de 'Cholo' Simeone, 'Tren' Valencia, Iván Rocha, Geli y Drobowski. Las resultaron fueron negativas desde el principio y tras la 9ª jornada de Liga, en la que el Atlético perdió por 2-0 frente al Betis en el estadio Vicente Calderón, Jesús Gil destituyó a Maturana y contrató a Jorge D'Alessandro como nuevo técnico.

El argentino había salvado al Atlético al final de la campaña anterior, pero esta vez no sirvió como revulsivo y no tardó en ser cesado. El club apostó por Alfio Basile como entrenador, que llegó con 'Panadero' Díaz, ex jugador rojiblanco en los años 70, como su segundo. Sin embargo, el escaso rendimiento deportivo y la poca sintonía entre técnico y presidente terminaron con la destitución de Alfio Basile tras 104 días al frente del equipo.⁷⁰ El club rojiblanco nombró a Carlos Sánchez Aguiar nuevo técnico de la

⁷⁰ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid. Del "atraco" a Cabeza al doblote de Gil*. Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 4. 2003.

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario *Marc*. 1996.

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

primera plantilla. Se apostó por un hombre de la casa, pero sin experiencia en Segunda ni Primera División. El 18 de junio de 1995, en la última fecha del campeonato, el Atlético empató a dos goles contra el Sevilla en el Sánchez Pizjuán con lo que eludió la promoción a Segunda División.

5.6.2. Del doblete al descenso

Radomir Antić fue el encargado de dirigir el siguiente proyecto. El Atlético fichó a Leo Biagini, Correa, Pantic, Penev, Molina, Santi, Roberto y Juan Carlos. Por contra, Abel, Diego, Ruano, Ferreira, Iván Rocha, Alejandro, Paulino, Soler, Esteban, Manolo, Benítez, Kosecki, Valencia y Dobrowolski abandonaron la entidad. Antić confió en un once tipo durante toda la campaña, que provocó que la afición rojiblanca lo recitara de memoria: Molina, Geli, Santi, Solozábal, Toni; Caminero, Vizcaíno, Pantic, Simeone; Kiko y Penev.

El Atlético ganó siete trofeos veraniegos, por lo que la prensa lo denominó “rey del verano”. El arranque liguero fue excelente y se lograron siete victorias y un empate. Estos resultados propiciaron que el Atlético se convirtiese en un claro favorito para el título de Liga. El 9 de diciembre, en la 16ª jornada de Liga, Atlético dio un golpe de autoridad y superó por 3-1 al Barcelona. El Atlético se plantó en la final de la Copa tras dejar por el camino al Almería, Betis, Tenerife y Valencia. El 10 de abril de 1996, se disputó la final de la Copa de S.M. El Rey ante el Barcelona en el estadio de La Romareda. Tras concluir los noventa minutos con el resultado inicial sin goles, hubo que jugar la prórroga. En el minuto 113, Geli se internó por la banda derecha, centró y Pantic marcó de cabeza. El Atlético de Madrid conquistó la novena Copa de su historia. Tan sólo 10 días después el Atlético visitó el Nou Camp en un choque que se antojaba clave para el devenir del campeonato. En los primeros minutos, Caminero realizó un regate magistral a Nadal que pasó a los anales de la historia del fútbol, se metió en el área y asistió a Roberto que empujó el balón a la red azulgrana. El Barcelona no se vino abajo en minuto 26, Jordi Cruyff quien empató el choque. En el minuto 48, un zurdazo de Vizcaíno sorprendió al portero culé y a tres minutos para el final, Kiko dejó sólo a

Biagini quien batió a Busquets en su salida. El Atlético de Madrid ganó por 1-3 dio un pase de gigante para adjudicarse la Liga.⁷¹

El 25 de mayo de 1996, en la última jornada del Campeonato Nacional de Liga, el Atlético derrotó por 2-0 al Albacete logrando la novena Liga de su historia y su primer doblete. Los tantos de Simeone y Kiko desataron la fiesta en Madrid. Tras una celebración que duró varios días, el 4 de junio, Caminero anunció que deseaba marcharse del Atlético de Madrid. Sin embargo, el 25 de junio, tras reunirse con Gil y su hijo, llegaron a un acuerdo y José Luis Pérez Caminero continuó en el club dos años más.

En la temporada 1996-1997, Antic apostó por el bloque que le había hecho campeón y sólo retocó la plantilla con la llegada de Aguilera, Bejbl, Esnáider y Pablo Alfaro. En cuanto a las bajas, hay que reseñar la marcha de Tomás, Pirri, Penev y Correa. En pleno mes de agosto, el Atlético de Madrid encaró los dos partidos de la Supercopa de España. El 25 de agosto, en la ida, el Barcelona doblegó por 5-2 al Atlético en Montjuic. tres días después se disputó la vuelta en el estadio de La Peineta, ya que no se pudo jugar en el Caderón porque le estaban cambiando el césped. El Atlético derrotó por 3-1 al Barcelona, que se adjudicó el título. El Atlético de Madrid jugó la primera jornada liguera en el Santiago Bernabéu por el pésimo estado del terreno de juego del Vicente Calderón.⁷²

⁷¹ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

⁷² DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid .Del "atracó" a Cabeza al doblete de Gil* . Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 4. 2003.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

El 11 de septiembre de 1996, el Atlético de Madrid afrontó su vuelta a la Copa de Europa después de 19 años. Los rojiblancos golearon por 4-0 al Steaua de Bucarest en el Vicente Calderón. Aunque pronto se distanció de la cabeza de la Liga, el Atlético de Madrid avanzó en Champions y Copa del Rey. En los cuartos de final de la máxima competición continental, el Ajax de Amsterdam apeó al Atleti de la competición y el Barcelona hizo lo propio en la Copa. En junio, Radomir Antic renovó su contrato por una temporada más y el Atlético de Madrid cerró una campaña en la que acabó quinto en la Liga.

La temporada 1997-1998 fue de las más ilusionantes de la "era Gil", ya que llegaron jugadores de la talla de Vieri, Juninho y Futre, que regresó al club. Además, José Mari, Andrei y Lardín, Jaro y Bogdanovic completaron los refuerzos. Por otra parte, dejaron el club varios futbolistas de peso como Simeone, Solozábal y Esnáider además de jóvenes como Juan Carlos y Biagini. En enero, después del derbi (como ya sucediera en su primera etapa con la camiseta rojiblanca) Futre anunció que deseaba abandonar el Atlético. El equipo no llegó a funcionar como se esperaba y no cumplió con las expectativas generadas.

Antes de la conclusión del campeonato, se anunció la marcha de Antic y la llegada de Sacchi. En la penúltima jornada liguera, el Atlético goleó por 5-2 al Barcelona, ya campeón, en el Vicente Calderón. El partido se convirtió en un homenaje y reconocimiento a la labor de Antic. Los aficionados atléticos le despidieron entonando el célebre "Radomir, te quiero". Lo más positivo de aquella campaña fue que Vieri obtuvo el Trofeo 'Pichichi' y que se logró el pase para la UEFA, competición en la que se había llegado hasta la semifinal.

El club apostó por el modelo italiano e incorporó a Valerón, Mena, Njégus, Torrisi, Chamot, Jugovic, Serena y Correa. Mientras que se marcharon Nimny, Caminero, Vizcaíno, Ricardo, Futre, Andrei, Ezquerro, Vieri, Pantic, Prodan y Bogdanovic. Tras un aceptable arranque, el equipo se colocó en la zona noble de la clasificación, sin embargo, la afición nunca llegó a conectar con el fútbol que practicaba el equipo de Atlético.

Tras una mala racha de resultados, Sacchi dimitió en enero. Carlos Sánchez Aguiar, quien ya había cogido al equipo en alguna ocasión de manera provisional, fue elegido, pero tampoco fue el revulsivo que esperaban. Así, Jesús Gil y Miguel Ángel Gil Marín decidieron que Radomir Antic volviera al banquillo. El peligro del descenso acechaba y no se logró la salvación matemática hasta el 12 de junio, en la penúltima fecha del campeonato, el Atlético de Madrid batió por 3-1 al Madrid en el Vicente Calderón. El equipo cerró la temporada con la final de la Copa del Rey. Los rojiblancos se enfrentaban al Valencia. Además, el morbo estaba servido ya que se medían los dos entrenadores que podían dirigir al club madrileño la siguiente campaña: Radomir Antic y Claudio Ranieri. El técnico yugoslavo tenía un año más de contrato, pero el preparador italiano había firmado un precontrato con el Atlético desde hacía meses.⁷³

El Valencia ganó 3-0. Nada más terminar el partido, Jesús Gil le comunicó a Antic que no seguiría como entrenador del Atlético. La temporada terminó con un decepcionante 13º puesto en la Liga, semifinalista en la Copa UEFA y subcampeón de la Copa del Rey que le daba el pase a la UEFA de la próxima campaña.

Los dirigentes colchoneros confiaron en Claudio Ranieri para dirigir al equipo en la campaña 1999-2000. Pero el conjunto nunca llegó a funcionar. Ni antes, ni durante, ni después de la intervención judicial. El 22 de diciembre de 1999, Manuel García Castellón, juez de la Audiencia Nacional, decretó la destitución del presidente del Jesús Gil y de todo el Consejo de Administración de la entidad, y la intervención, así como el embargo de las acciones del Club Atlético de Madrid Sociedad Anónima Deportiva.⁷⁴

El juez nombró a Luis Manuel Rubí como administrador judicial del club con plenos poderes hasta el 31 de marzo de 2000 para llevar la gestión de la entidad mientras se investigaban los supuestos delitos de estafa, apropiación indebida, falsedad en documento público y mercantil y delitos societarios, que la Fiscalía Anticorrupción cifraba en 9.427 millones de pesetas, de la querrela criminal ante la Audiencia Nacional

⁷³ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

⁷⁴ DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid .Del "atracó" a Cabeza al doblete de Gil* . Madrid. Editado por el diario deportivo "AS". Vol. 4. 2003.

que el fiscal anticorrupción, Carlos Castresana, interpuso contra Jesús Gil a finales de julio de 1999. La venta de José Mari al Milán precipitó la decisión de Manuel García Castellón para garantizar que el dinero no saliese de las arcas del club.⁷⁵

En lo deportivo, el equipo, que estaba más preocupado por la situación institucional y de su futuro, se desangraba poco a poco. Ranieri se aseguró su contrato, abandonó el club y Rubí puso a Antic, de nuevo, al frente del banquillo rojiblanco. En abril, cuando el equipo tenía pie y medio en la Segunda División le devolvieron el club a Gil. El 7 de mayo de 2000, el Atlético de Madrid descendió al empatar a dos tantos contra el Oviedo en el Carlos Tartiere, en la penúltima jornada de campeonato.

Todavía quedaba tiempo para que veinte días más tarde el Atlético perdiera la final de la Copa del Rey ante el Espanyol por 2-1, en Mestalla. Para entonces, Gil ya había destituido a Antic y había colocado en el banquillo a Fernando Zambrano, técnico del filial. Este encuentro dejó una imagen para la historia, cuando Toni Jiménez, guardameta rojiblanco cometió un error garrafal que fue aprovechado por Tamudo para marcar el primer gol de los pericos. El Atlético firmó la peor campaña de su historia.

5.6.3. Dos años en Segunda y ascenso

Tras el batacazo que supuso el descenso a Segunda División, el club lanzó una campaña para la captación de abonados bajo el título: "Un añito en el infierno" y además, se rebajaron a la mitad los precios para la temporada 2000-2001. La afición rojiblanca parecía más que nunca identificada con sus colores y se llegó a la cifra de 40.000 abonados. La economía se iba a resentir en la división de plata, ya que los contratos por derechos televisivos y de publicidad bajaron su caché y hubo que vender a jugadores de

⁷⁵ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

la talla de Molina, Valerón, Hasselbaink Baraja y Solari, además de Bejbl, Gamarra Pilipauskas, Capdevila, Venturin, Gustavo, Ayala y Juninho retornó de su cesión al Middlesbrough y acabó cedido en el Vasco. En Atlético renovó sus filas y llegaron Juan Gómez, Salva, Juan Carlos, Hibic, Hernández, Amaya, Llorens, Carcedo, Sergio Sánchez y en el mercado de invierno Fagiani, Dani y Raphael Wicky.

El Atlético no pudo empezar de peor manera el Campeonato Nacional de Liga de Segunda División. Así, el 1 de octubre, en la quinta jornada, el Atlético de Madrid empató a un tanto frente al Betis en el Benito Villamarín. El conjunto rojiblanco ocupaba la 20ª posición, puesto de descenso, y se encontraba a siete puntos de la zona del ascenso. Al día siguiente, Jesús Gil destituyó a Fernando Zambrano como entrenador del Atlético. El club incorporó a Marcos Alonso como técnico hasta final de temporada.⁷⁶

Pero la situación con Marcos al frente no mejoraba y se perdió 2-1 ante el colista y recién ascendido, Universidad de Las Palmas, en el Municipal de Maspalomas. El momento era muy delicado para el club y sólo se destituyó al secretario técnico Miguel Ángel Ruiz. Paulo Futre llegó como director deportivo, acompañado por los ex jugadores rojiblanco Abel, como nuevo secretario técnico, y Manolo, como adjunto a la secretaría técnica.

La temporada discurría ya por la segunda vuelta y el ascenso se complicaba. El Atlético estaba 13º, a 12 puntos del tercero (último puesto de ascenso). Fue entonces cuando los rojiblanco comenzaron su remontada en la Liga. El equipo de Marcos enlazó cinco triunfos consecutivos. Sin embargo, dos derrotas seguidas frenaron en seco las aspiraciones colchoneras. El 28 de abril, en la 35ª jornada, el Murcia goleó por 0-3 al Atlético en el Vicente Calderón. Al día siguiente, el club destituyó a Marcos Alonso y nombró a Carlos García Cantarero, técnico del filial colchonero, como entrenador del primer equipo. Tras un empate ante el Lleida, el Atlético no tenía margen de error. Debía vencer los cuatro últimos encuentros y esperar que sus rivales por el ascenso pinchasen.

⁷⁶ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

Cantarero, por órdenes de arriba, decidió que Fernando Torres, juvenil de 17 años, entrenase con el primer equipo. El 27 de mayo, en la 39ª jornada, el Atlético venció por la mínima al Leganés y Fernando Torres debutó al sustituir a Luque, autor del gol, en el minuto 65. Sólo una semana más tarde, el 3 de junio, el Atlético de Madrid ganó por 0-1 al Albacete con un gol de cabeza de Fernando Torres, que posibilitó que el Atlético luchase por el ascenso en las dos últimas fechas del campeonato. El 17 de junio de 2001, última fecha del curso, el Atlético de Madrid venció por 0-1 al Getafe sin embargo, el Atlético no ascendió a Primera debido a las victorias del Betis por 2-0 en Jaén y del Tenerife por 1-0 en Leganés, a pesar de sumar los mismos puntos que los canarios y tener igualado el *goalaverage* particular. El equipo rojiblanco debía permanecer una temporada más en Segunda División por la diferencia de goles general con el Tenerife.⁷⁷

La esperanza rojiblanca para el retorno a Primera en la campaña 2001-2002 se aferraba a la figura de Luis Aragonés, que volvía al banquillo. La plantilla se modificó bastante con respecto al conjunto de la anterior temporada. Toni Muñoz, López y Kiko se fueron del club, entre otros. Después de cinco jornadas de Liga, el conjunto de Luis se colocó líder con doce puntos: cuatro victorias y un empate, once goles a favor y dos en contra. Los números invitaban al optimismo y el Atlético dejaba sensaciones muy positivas para lograr el ansiado objetivo.

Así, en la 25ª jornada, el Atlético ocupaba la primera posición y aventajaba en 13 puntos al cuarto. La tranquilidad deportiva se vio de nuevo alterada el 16 de abril de 2002, cuando el juez de la Audiencia Nacional, Juan del Olmo, decretó la prisión incondicional e incomunicada para Jesús Gil y Gil por los delitos de malversación de caudales públicos y falsedad documental en relación con el denominado “Caso saqueo”

⁷⁷ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

en el que se le acusaba de apropiarse de 26,7 millones de euros de las arcas municipales de Marbella.⁷⁸

El 20 de abril, en la 37ª jornada, el Atlético de Madrid venció por 1-2 al Polideportivo Ejido y Jesús Gil presenció el partido en la sala de televisión de la cárcel junto a cuarenta presos. Un par de días después el juez Del Olmo decretó la libertad de Jesús Gil bajo una fianza. El 27 de abril el Atlético se enfrentaba al Nastic de Tarragona. Si ganaba, se ascendía matemáticamente a Primera. En caso de empate o derrota debía esperar los resultados de sus más inmediatos perseguidores. Cuando todo estaba preparado para la fiesta del ascenso, Cuéllar batió al “Mono” Burgos al ejecutar una falta directa en el último minuto y hacer el empate 3-3. Al día siguiente, el Recreativo de Huelva perdió por 1-2 contra el Leganés en el Nuevo Colombino y el Oviedo empató a un tanto frente al Murcia en La Condomina, con lo que el Atlético continuaba primero con 72 puntos seguido por Racing con 66 y Xerez con 63 mientras que el Recreativo sumaba 60 y Oviedo 58. Como el Atlético tenía mejor *goalaverage* particular con los onubenses ascendía a Primera después de dos años en la categoría de plata del fútbol español y le sobraron cuatro jornadas.

5.6.4. El Centenario y la marcha de Gil de la presidencia

Para el regreso a Primera División hubo numerosos cambios en la plantilla. Llegaron once jugadores y se marcharon doce, aunque se mantuvo a la mayoría del bloque titular en Segunda División. Gil empezó a discrepar con Futre por algunos fichajes y a partir de ahí, su relación se resintió. El 1 de enero de 2003 arrancó el año del Centenario del Club Atlético de Madrid. El 13 de marzo de 2003, se presentó en un acto en la Casa del Correos de la madrileña Puerta del Sol, sede de la Comunidad Autónoma de Madrid. Pocos días después, tras varias semanas negociando su finiquito, Paulo Futre compareció ante los medios de comunicación para anunciar que abandonaba la dirección deportiva junto a su equipo de trabajo formado por Abel Resino, Manolo y

⁷⁸ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

Vicente Montes. El 3 de abril, Miguel Ángel Gil Marín, director general, presentó a Toni Muñoz como nuevo director deportivo.

El 26 de abril de 2003 el Atlético de Madrid cumplió cien años de vida. A las 12 horas, la plaza de Cánovas de Castillo con la estatua de Neptuno como referente, se llenó de miles de colchoneros dispuestos a portar la bandera más grande de la historia en un acto conocido como "La Caravana Atlética". Compuesta por más de 70.000 personas comenzó a moverse llevando la colosal bandera con los colores rojiblancos. Fueron dejando atrás el Paseo del Prado, la Glorieta del Emperador Carlos V, la Ronda de Atocha, la Ronda de Valencia, la Glorieta de Embajadores, el Paseo de Acacias, la Glorieta de Pirámides (donde se incorporaron varios veteranos del club a la marcha) y el Paseo de los Melancólicos hasta llegar la cabecera de la Caravana al estadio Vicente Calderón. Se batió el "Récord Guinness" toda vez que la bandera se convirtió en la más grande la historia con unas medidas de 1,5 kilómetros de largo por 8 metros de ancho.⁷⁹

S.A.R. el Príncipe Felipe de Borbón presidió el encuentro, correspondiente al Campeonato Nacional de Liga ante Osasuna. El Atlético perdió 0-1. A la conclusión del partido, un castillo de fuegos artificiales puso fin a la fiesta del Centenario y después se descubrió una placa con la siguiente inscripción: "S.A.R. Don Felipe de Borbón y Grecia, Príncipe de Asturias asistió en este Estadio Vicente Calderón al partido de Liga Club Atlético de Madrid vs. Club Atlético Osasuna como presidente de honor de los actos conmemorativos de nuestro Centenario. Madrid, 26 de abril 1903-2003".

El 21 de mayo de 2003, Jesús Gil y Gil anunció que dejaba la presidencia del Atlético. Desde el 14 de febrero, cuando se conoció la sentencia del "Caso Atlético", Gil estaba meditando su salida toda vez que se encontraba cansado de que se le señalase como principal responsable de la comprometida situación del club. Además, llegó el desastre del partido del Centenario y su posterior polémica con Luis Aragonés y la plantilla; los pitos y pancartas en contra en el encuentro frente al Alavés. Asimismo, el presidente no

⁷⁹ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

estaba dispuesto a seguir aportando dinero debido a la falta de apoyo de la masa social y también por sus problemas de liquidez.⁸⁰

El 28 de mayo de 2003, Jesús Gil y Gil presentó su dimisión como presidente del Club Atlético de Madrid S.A.D. al Consejo de Administración del club rojiblanco que aceptó su renuncia y nombró máximo mandatario, por unanimidad, a Enrique Cerezo, hasta entonces vicepresidente de la entidad.

El Atlético de Madrid acabó 12º la temporada del retorno a Primera. Tras una polémica sobre el finiquito, Cerezo y Luis Aragonés llegaron a un principio de acuerdo para que el técnico abandonase el equipo de forma inmediata.

5.6.5. La muerte de Jesús Gil

El 23 de julio de 2003, el Atlético presentó a Gregorio Manzano como nuevo entrenador. La entidad seguía inmersa en su Centenario del cual todavía quedaban varios actos. En el plano deportivo, Manzano y Toni apostaron por volver a Europa después del anterior año de consolidación. Enrique Cerezo Torres presidía el Consejo de Administración del Club Atlético de Madrid Sociedad Anónima Deportiva. Jesús Gil y Gil no contaba con poder ejecutivo, si bien era el máximo accionista de la entidad.

El 18 de marzo de 2004, el Atlético homenajeó a los fundadores de la entidad rojiblanca. En el salón de actos de la Escuela de Minas de la Universidad Politécnica de Madrid, el Atlético recordó el papel decisivo de los estudiantes de Ingeniería de Minas que en 1903 fundaron el Athletic Club de Madrid.⁸¹

Antes del compromiso liguero frente al Racing de Santander, el 9 de mayo, el ex presidente y máximo accionista del Atlético de Madrid, Jesús Gil y Gil, fue ingresado en la clínica Cemtro de Madrid tras sufrir un accidente cerebro-vascular agudo. El ex

⁸⁰ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

⁸¹ SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005.

presidente Atlético sufrió una hemiplejía en el lado derecho del cuerpo y, por tanto, tenía paralizados el brazo y la pierna derechos. El 11 de mayo, el parte médico certificó el empeoramiento del máximo accionista y el 14 de mayo a las 17,00 horas, en la clínica Centro de Madrid, Jesús Gil y Gil falleció debido a un infarto cerebral masivo cinco días después de ser ingresado.

Se aplazó el partido ante el Zaragoza a la tarde del 16 de mayo ya que en el día antes se instaló la capilla ardiente en la sala de honor del estadio Vicente Calderón y se celebró el entierro en el cementerio madrileño de La Almudena. El 15 de mayo, los restos mortales de Jesús Gil y Gil permanecieron toda la mañana en la Sala de Honor del estadio Vicente Calderón. Más de 25.000 aficionados del Atlético de visitaron la capilla ardiente. La llegada del féretro al cementerio, cubierto por una bandera del Atlético (Gil siempre había manifestado que quería ser enterrado con los colores rojiblanco), fue recibida con una ovación. El 16 de mayo, en la 37ª jornada de Liga, el Atlético de Madrid perdió por 1-2 ante el Zaragoza. Los aficionados guardaron respetuoso minuto de silencio por la muerte de Jesús Gil y Gil mientras la imagen del exmáximo accionista lucía en los marcadores electrónicos del estadio. El equipo rojiblanco no pudo dedicar victoria a Jesús Gil y cosechó una derrota que le complicó sobremanera la clasificación para la Copa UEFA, que finalmente no pudo conseguir. El 1 de junio, Enrique Cerezo presentó a César Ferrando como nuevo entrenador rojiblanco.

5.7. El Atlético actual

5.7.1. Años en tierra de nadie hasta volver a Europa

El Atlético continuó padeciendo las consecuencias de su descenso y vio como paulatinamente se alejaba ya no de los grandes, como Barcelona o Real Madrid, sino de clubes de su mismo nivel como el Valencia o el Sevilla. Fernando Torres se convirtió en el emblema de la entidad, en la referencia de los aficionados y en el paragon de los directivos. Demasiada presión para un chico que con 19 años ya era el capitán del Atlético de Madrid. Pero el 'Niño' Torres supo convivir y crecer como jugador en este ambiente. El equipo se convirtió en un ir y venir de jugadores. Cada año se fichaban ocho o diez incorporaciones y salían el mismo número. Falta de continuidad y falta de proyecto por los fracasos deportivos. El Atlético quería correr para recuperar su sitio, pero lo único que conseguía era dar bandazos. Con Ferrando en el banquillo, las cosas

tampoco funcionaron. El Atlético disputó la Copa Intertoto para tratar de llegar a la UEFA por esta vía, pero perdió la final ante el Villarreal y dijo adiós a sus aspiraciones europeas. En la Liga finalizó en una discreta 11ª plaza y se cayó en semifinales de la Copa del Rey ante Osasuna. Algunos de los fichajes si se asentaron como Leo Franco, Pablo o Perea, mientras que otros pasaron con más pena que gloria. Además, se empezó a rumorear la posible venta del estadio Vicente Calderón.

Para la temporada 2005-2006 el club realizó un importante desembolso económico para reforzar la plantilla. A la sólida defensa que había dejado Ferrando, que había sido sustituido por Carlos Bianchi, había que sumarle a Mateja Kezman, que llegó con la vitola de goleador; Martin Petrov, que para muchos era el sucesor natural de Stoichkov; Gabi, el canterano que regresaba su casa tras un año de cesión en el Getafe que estaba capacitado para ser el cerebro del Atleti; Galletti, un puñal por la derecha y Maxi Rodríguez, que aseguraba goles llegando desde segunda línea. Torres seguía siendo la bandera, un año más, del proyecto. Al Atlético no le acompañaron los resultados de inicio de la campaña y perdió muchos puntos en la recta final de los partidos, pero lo que más irritante resultaba era la actitud del "Virrey" Bianchi: impasible y poco comprometido, y eso que era el entrenador mejor pagado de la Liga (3 millones de euros). El entrenador argentino no conectó con nadie. Llegó, fracasó y se llevó seis millones de euros por un contrato que no cumplió porque le despidieron. Tras caer en los octavos de final de la Copa, el hasta entonces técnico del filial, Pepe Murcia, se hizo con las riendas del equipo. Murcia fue una inyección de moral para los jugadores. Los resultados se enderezaron y se sumaron seis victorias que permitieron alejarse de los puestos de descenso, aunque las opciones de entrar en Europa eran remotas. Un año más, no se llegó al objetivo marcado y Toni Muñoz, director deportivo, cumplió su palabra de marcharse si el equipo no entraba en competiciones europeas. Pero antes de salir del club, Toni dejó atado un importante fichaje, 'Kun' Agüero.

En el plano institucional, el 1 de diciembre de 2005, el Atlético de Madrid firmó con el Ayuntamiento de Alcorcón y los propietarios de los terrenos de la 'Venta la Rubia' el convenio para la construcción de la ciudad deportiva.

El 3 de julio de 2007, una escueta nota colgada en la web del Atlético oficializó el traspaso de Fernando Torres al Liverpool a cambio de 36 millones de euros. Temporadas

atrás, los rumores sobre la posible salida del "Niño" habían sido frecuentes, sin embargo, esta vez había motivos más que fundados para pensar que era la definitiva. Torres estaba cansado de que no se hiciera un proyecto serio, de que los fracasos se hubieran convertido en algo habitual y de cargar sobre sus espaldas con toda la responsabilidad de un club como el Atlético de Madrid. Durante la campaña, los del 'Vasco' Aguirre, que sustituyó a Murcia, cumplieron parte de las expectativas creadas. siempre rondaron los puesto de UEFA, e incluso, coquetearon con la zona de Champions League.

El equipo no convencía, pero los resultados llegaban. Algunos refuerzos que llegaron de la mano del nuevo director deportivo, Jesús García Pitarch, no rendían como se esperaba, como Maniche, Seitaridis, Costinha o Pernía. Agüero tampoco deslumbraba, sin embargo, al delantero argentino se le apreciaban unas condiciones extraordinarias y convenía tener paciencia, dada su juventud y proceso de acoplamiento al fútbol español. Las últimas diez jornadas resultaron desastrosas. Los rojiblancos perdieron la renta que tenían sobre los rivales que le perseguían y pretendían arrebatar al Atlético su plaza en zona UEFA. El 20 de mayo, a falta de cuatro jornadas para el final, el Barcelona goleó 0-6 al equipo de Aguirre en el Calderón, bajo cierta complicidad de un sector de la grada, que no veía con malos ojos "ayudar" al Barça en su lucha contra el Real Madrid por la Liga. La dolorosa derrota dejó especialmente tocado a Fernando Torres, que empezó a vislumbrar su futuro lejos de Madrid, lo que no impidió que jugara sus últimos partidos con la camiseta rojiblanca muy motivado y arriesgando a lesionarse ya que uno de sus tobillos estaba maltrecho.

El Atlético acabó 7º, empatado a puntos con el 6º, el Real Zaragoza, lo que volvía a condenar a colchoneros al castigo veraniego de disputar la Intertoto para llegar a dzla UEFA. Ni un mes había transcurrido desde el adiós de Torres cuando se confirmó lo que era un secreto a voces y sólo era cuestión de tiempo que se ratificara. El Atlético firmaba con el Ayuntamiento de Madrid la venta del estadio Vicente Calderón y el traslado al estadio de La Peineta.

5.7.2. Vuelta a Europa y dos años en Champions

La temporada 2007-2008 comenzó con un ambiente revuelto por el comportamiento y decisiones tomadas por la directiva. Aguirre repetía en el banquillo y equipo se reforzó en la parte ofensiva con jugadores de nivel contrastado y que podía aportar el plus de calidad que el Atlético tanto necesitaba. El fichaje más importante fue el de Forlán y se apostó por hombres de banda, como Luis García, Simao o Reyes. La primera tarea era hacer los deberes del año anterior y clasificar al equipo para la UEFA, a través de la Intertoto. Evidenciando todas las carencias posibles y con dificultades antes rivales de medio pelo, el Atlético volvía a Europa.

Pronto se pudo comprobar el desequilibrio del conjunto: mientras que la parte ofensiva brillaba, la defensa era un desastre, que tiraba por tierra el trabajo de los delanteros. La evolución de Agüero fue impresionante. La marcha de Torres le benefició. Hizo que se sintiera importante y tras ganar el Mundial sub 20 con la selección argentina, se mentalizó para ser el jugador más determinante del Atlético de Madrid, con permiso de Forlán. También hubo alguna decepción. La más sonada fue la de Reyes, que ofreció un pobre rendimiento, escaso compromiso y ningún gol para un hombre por el que se habían pagado 15 millones de euros. En un momento clave de la temporada, el equipo acusó la marcha forzada de Maniche por su mal comportamiento y cayó eliminado en dieciseisavos de final de la UEFA, ante el Bolton y en cuartos de la Copa ante el Valencia. Tras una segunda vuelta del campeonato liguero muy irregular, el Atlético mantuvo el tipo y siempre dependió de sí mismo. En la penúltima jornada, el Atlético ganó al Deportivo 1-0, con gol de Forlán y certificó su pase a la previa de la Champions League.

Todo el esfuerzo realizado para volver a la máxima competición europea había que refrendarlo en la previa de la Liga de Campeones. Al Atlético le tocó el Schalke 04 alemán, un equipo nada sencillo para acceder a la fase de grupos. El Atlético perdió 1-0 en el Veltins Arena, pero el 27 de agosto realizó un gran partido en el Calderón y goleó a los alemanes por 4-0 con tantos de Agüero, Forlán, Luis García y Maxi. La participación en la antigua Copa de Europa, once años después de aquella eliminatoria con el Ajax, el año siguiente al doblete, se empezó con enorme ilusión. El Atlético

mostró su mejor versión y arrancó la competición con una victoria contundente por 0-3 ante el PSV en Eindhoven.

Lo mismo ocurrió ante el Olympique de Marsella en el Calderón, al que se venció por 2-1. Sin embargo, este encuentro se recordará por los incidentes que causaron los aficionados radicales franceses, que provocaron varias cargas policiales y que se saldó con la incomprensible sanción de la UEFA al Atlético, con el cierre del Vicente Calderón, lo que obligó a los rojiblancos a disputar su partido ante el PSV a puerta cerrada. Antes el Atlético había jugado con el Liverpool en Anfield y en Madrid, con sendos empates a uno. Torres no se pudo enfrentar a los rojiblancos porque estaba lesionado. El equipo de Aguirre certificó el pase a octavos de final de la Champions como segundo de grupo. Se llegó al parón vacacional de Navidad en una privilegiada tercera posición, por delante incluso del Real Madrid. El inicio de 2009 fue pésimo para el Atlético, que cosechó 2 puntos de 15 posibles, además de la eliminación copera en octavos ante el Barcelona. Esta mala racha de resultados le costó el puesto a Javier Aguirre.

Abel Resino, guardameta rojiblanco en los 80 y en los 90, fue su sustituto en el banquillo. El 24 de febrero, el Atlético disputó la ida de los octavos de final de la Champions League, ante el Oporto, en el Calderón. El empate 2-2 no fue considerado un mal resultado, si se tiene en cuenta que los lusos gozaron de innumerables oportunidades y que el mejor de los rojiblancos fue su portero, Leo Franco. Además, un par de resultados positivos en la Liga, invitaron al optimismo. El 1 de marzo, en la 25ª jornada, el Atlético venció al Barcelona por 4-3, tras remontar un 0-2, en un partido sensacional de Agüero y Forlán. Una semana después, los de Abel empataron 1-1 en el Bernabéu ante el Real Madrid, pero el equipo salió muy reforzado del choque dada la superioridad reconocida por todos. Sin embargo, el 11 de marzo, en la vuelta del cruce de octavos ante el Oporto las cosas no les salieron tan bien a los atléticos, que no pasaron del 0-0 lo que supuso su eliminación de la Liga de Campeones. Abel recibió muchas críticas por el planteamiento conservador que sacó de inicio, con Forlán en el banquillo.

En la Liga, el Atlético se mantenía en posiciones europeas, pero no terminaba de alcanzar la zona de Liga de Campeones. El 23 de abril, a falta de seis jornadas para el

final del torneo, el Atlético salió goleado por 5-1 ante el Racing en El Sardinero. Tras la derrota el quipo quedaba fuera de los puestos que daban acceso a Europa y la Liga de Campeones se quedaba a seis puntos de distancia. A partir de ese momento, el Atlético reaccionó, gracias a unas actuaciones soberbias de Diego Forlán, que además peleaba por el "Pichichi". El Atlético encadenó seis victorias consecutivas. Especialmente importante fue la lograda ante el Valencia, rival directo por la Champions, en el Calderón por 1-0, a falta de dos fechas. El Atlético dependió de sí mismo en las dos últimas jornadas y logró certificar su 4º puesto tras derrotar al Athletic por 1-4 (tres goles de Forlán) en San Mamés y 3-0 al Almería en el Calderón. Forlán terminó como máximo goleador del campeonato, con 32 goles y "Bota de Oro" de Europa. Abel cumplió el objetivo exigido para su continuidad en el cargo, que era clasificar al equipo para la Champions y renovó su contrato.

5.7.3. Vuelven los títulos, 14 años después

En los últimos días de agosto de 2009, Atlético logra su clasificación para la Champions League tras eliminar al Panathinaikos. Los rojiblancos ganaron 2-3 en Grecia y lo mismo hicieron en el Calderón por 2-0. Para la nueva temporada el club colchonero sólo fichó al portero Asenjo y al central Juanito y se reforzó con jugadores que habían estado cedidos en otros equipos como Reyes, Jurado, Cléber o Valera. A pesar de haberse ganado su renovación por el rendimiento del equipo, Abel no contó en ningún momento con el respaldo de toda la directiva. Se hablaba de una bicefalia en la dirección del club, entre Enrique Cerezo, presidente y segundo máximo accionista de la entidad y Miguel Ángel Gil Marín, consejero delegado y máximo accionista.

Meses después Gil Marín expuso que en adelante Cerezo se ocuparía de las decisiones del área deportiva. La poca confianza que tenían depositada en él y el mal inicio en Liga y Champions propiciaron que el 22 de octubre, tras caer goleado 4-0 por el Chelsea en Londres, Abel dejara de ser entrenador del Atlético de Madrid. El Atlético había sacado 2 puntos de 12 posibles en la Champions, lo que le dejaba al borde de la eliminación y 6 de 21 en Liga, lo que le dejaba en una situación muy delicada y algunos medios hablaban ya de un posible descenso de categoría. Tras un partido de transición, en el que Santi Denia, uno de los componentes del equipo del doblete y hombre de la casa,

dirigió al equipo ante el Mallorca, Quique Sánchez Flores se hizo cargo del Atlético de Madrid.

Bajo la dirección del nuevo técnico el equipo se alejó de la zona de peligro en la Liga, pero no ha dejado de ser un campeonato marcado por la irregularidad y los malos resultados. El mayor logro de Sánchez Flores fue la recuperación de José Antonio Reyes, que no tuvo ni la confianza de Aguirre, ni la de de Abel debido a su poca actitud y su falta de compromiso y la confianza en David de Gea en la portería, en detrimento de Asenjo. En la Liga el Atlético no ofreció demasiadas alegrías a su hinchada y acabó el campeonato en un discreto 9º puesto. Sin embargo no ocurrió lo mismo en los torneos del KO.

Tras caer eliminados en la Champions League como terceros de grupo, el Atlético pasó a disputar la Europa League (antigua Copa de la UEFA). En dieciseisavos de final el rival fue el Galatasaray. En el partido de ida el resultado fue de 1-1, un marcador poco favorable con el que hubo que viajar a Turquía. Simao adelantó a los madrileños en el minuto 63, tanto que fue respondido por los locales tan solo 3 minutos después. Cuando la eliminatoria caminaba hacia la prórroga apareció Forlán para hacer el definitivo 1-2 y dar el pase al Atlético a la siguiente ronda.

En octavos de final el Atlético no pudo con el Sporting de Portugal (0-0) en el choque de ida que se disputó en el Calderón. Los rojiblancos no aprovecharon que los lusos jugaron una hora en inferioridad numérica y todo quedó por decidir para el partido del José Alvalade. Allí, Agüero adelantó a los colchoneros en el minutos 3. Un cuarto de hora después Liedson restableció la igualdad. Sin embargo, pasada la media hora de la primera mitad, Agüero en una gran acción personal volvió a poner en ventaja a los de Quique Sánchez Flores. Al borde del descanso, Veloso hizo el 2-2, resultado que valía al Atlético para clasificarse por el valor de los goles fuera de casa.

En cuartos de final el sorteo deparó un duelo español entre Valencia y Atlético de Madrid. El primer partido de la eliminatoria se disputó en Mestalla, donde Atlético arrancó un 2-2 con goles de Forlán y Antonio López que daban cierta ventaja a los rojiblancos al celebrarse la vuelta en su estadio. El Atlético se metió en las semifinales de la Europa League tras empatar sin goles frente al Valencia. El equipo dirigido por

Emery acabó indignado por un claro penalti de Juanito a Zigic, que terminó con la camiseta rota por el agarrón sufrido. El Atlético dominó gran parte del partido y el Valencia puso contras las cuerdas a los rojiblancos en los minutos finales.

Con la necesidad de volver a levantar un título 14 años después, la entidad atlética encaró las semifinales frente a un histórico como el Liverpool. Con un Vicente Calderón lleno hasta la bandera la ida se decidió con un gol de Forlán, que dio una ventaja mínima para afrontar la vuelta en Anfield. En Inglaterra, un gol de Diego Forlán en la prórroga metió al Atlético en una final europea 24 años después. El Liverpool ganó 2-1 pero la eliminatoria fue para los rojiblancos.

El 12 de mayo de 2010 se disputó la final de la primera edición de la Europa League en Hamburgo. El Atlético se proclamó campeón frente al Fulham (2-1) gracias a dos goles de Forlán, el último en el minuto 116 tras una buena jugada de Agüero. Los colchoneros se adelantaron en el minuto 31, pero los ingleses no tardaron en empatar, por medio de un gol de Davies, 6 minutos después. Hubo que esperar a la prórroga para que los rojiblancos consiguieran el segundo tanto, a la postre definitivo y que significó el segundo título europeo de su historia. Aquella noche el Atlético de Madrid formó con De Gea; Ujfalusi, Perea, Domínguez, Antonio López; Reyes (Salvio, minuto 78), Assunçao, Raúl García, Simao (Jurado, minuto 68); Agüero (Valera, minuto 119) y Forlán.

El sorteo del cuadro fue favorable para los rojiblancos en la Copa del Rey, que vieron como quedaban apeados el Real Madrid ante el Alcorcón y el Barcelona ante el Sevilla. Tras superar al Marbella, al Recreativo de Huelva (con muchos apuros ya que hubo que remontar el 3-0 de la ida, con un 5-1 en el Calderón), Celta de Vigo y Racing de Santander, el Atlético se clasificó para una final copera diez años después.

El 19 de mayo de 2010, una semana después de conquistar la Europa League, el Atlético disputó la final de la Copa antes el Sevilla en el Camp Nou de Barcelona, con el apoyo de 50.000 aficionados rojiblancos que se desplazaron para acompañar a su equipo. El conjunto hispalense ganó el título tras ganar 2-0 con goles de Capel y Jesús Navas.

Como campeón de la Europa League, al Atlético le correspondió enfrentarse al Inter de Milán, que había ganado la Champions, para disputar la Supercopa de Europa, que se jugó el 27 de agosto de 2010 en Mónaco. Quique Sánchez Flores alineó a De Gea; Ujfalusi, Perea, Godín, Domínguez; Reyes (Fran Mérida, minuto 68), Assunção, Raúl García, Simão (Camacho, minuto. 91); Agüero y Forlán (Jurado, minuto 81). El Atlético de Madrid se proclamó campeón de la Supercopa de Europa al derrotar a los interistas por 0-2, gracias a los goles de Reyes y 'Kun' Agüero que confirmaron la superioridad de los rojiblancos. Además, en los minutos finales De Gea le detuvo un penalti al delantero Diego Milito.

Después de los títulos europeos la temporada 2010-2011 comenzó llena de expectativas para el Atlético de Madrid, a pesar de que en los últimos momentos del mercado, con el primer partido de Liga ya disputado, Jurado (jugador clave para Quique Sánchez Flores que llegó a disputar los 64 partidos de la temporada anterior) abandonó las filas rojiblancas y firmó por el Schalke 04 alemán.

Tras un año en el que se cayó en la fase de grupos y a las primeras de cambio en la Europa League, con el Real Madrid en la Copa y se terminó la Liga en séptima posición, Quique Sánchez Flores, Forlán y Agüero, tres de los héroes de los triunfos rojiblancos, abandonaron la disciplina del Atlético de Madrid.

Quique Sánchez Flores recibió el cariño y el agradecimiento de una grada que coreó su nombre con el mismo ritmo con el que idolatrarón a Radomir Antić en los noventa. Era de justicia que Quique se marchara por la puerta grande. Los dos títulos europeos, tras 14 años sin abrir las vitrinas, fueron más que suficientes para que se ganara un puesto destacado en la historia más brillante del conjunto de la ribera del Manzanares. Sin embargo, en su deber estuvo el no saber gestionar el "tema Forlán" que terminó por perjudicarlo a él, al uruguayo y sobre todo al club. Es cierto que el desencuentro del 'Cacha' con la entidad se produjo antes que con el entrenador, pero a éste le faltó la psicología y empatía que se presupone a alguien que ha vestido de corto y que debe conocer cómo piensa un futbolista.

Forlán formó parte de los días más gloriosos del Atlético y pese a reconocer errores de actitud, sobre todo en los últimos tiempos, mereció salir con más respeto. Forlán no

recibió el reconocimiento que se ganó con sus tantos sobre el terreno de juego. La memoria colchonera reservó un sitio para la eternidad, aunque algunos le despidieron al grito de "mercenario".

Después de las sabidas, meses atrás, salidas de de Quique y Forlán se le unió la de Agüero. El argentino fue pionero en utilizar las redes sociales para anunciar que pretendía marcharse. Esta herramienta le sirvió para ahorrarse una rueda de prensa incómoda teniendo en cuenta que hacía dos semanas anunció su continuidad. Pero no cogió desprevenido a casi nadie. Era un secreto a voces. Sobre todo desde que presidente y jugador firmaron la renovación del argentino hasta 2014. Prórroga de contrato y bajada de la cláusula. Siguiendo paso, la venta. Y así fue. Kun cogió el testigo de Torres y fue el orgullo de la hinchada, pero la manera de irse no fue entendida por la afición, que se sintió traicionada al conocer que la intención de Agüero era jugar en el Real Madrid, aunque finalmente fichó por el Manchester City. El traspaso del argentino dejó 45 millones de euros en las arcas rojiblancas, a los que se sumaron alrededor de 10 más por el fichaje de De Gea por el Manchester United.

5.7.4. El efecto Simeone

De cara a la temporada 2011-2012 hubo que armar una plantilla prácticamente nueva. José Luis Pérez Caminero asumió la dirección deportiva, en detrimento de García Pitarch, y Goyo Manzano fue el elegido para pilotar la nave desde el banquillo. El fichaje más importante fue el del delantero colombiano Radamel Falcao, procedente del Oporto. A esta llegada hubo que añadir las incorporaciones del portero belga Courtois y del medio brasileño Diego, en calidad de cedidos, además de Miranda, Arda Turan, Gabi, Adrián o Silvio, entre otros.

A pesar de que los primeros partidos de la temporada invitaron al optimismo, el equipo no despegó. Las ideas de Manzano no cuajaron y los resultados no fueron los esperados. Así, la directiva puso fin a la segunda etapa del jiennense al frente del banquillo atlético, cuando los colchoneros estaban décimos en Liga, superada la fase de grupos de la Europa League y eliminados en dieciseisavos de la Copa del Rey por el Albacete, equipo que militaba en 2ª B.

La apuesta para enderezar la nave fue Diego Pablo Simeone. Viejo conocido de la afición colchonera por sus etapas como jugador entre 1994 y 1997 y año y medio más, ya en el siglo XXI. Desde el primer momento el 'Cholo' imprimió al equipo su sello. Fue un conjunto solvente en defensa, agresivo en la presión y recuperación, y mortal a las contras. En la Liga el déficit de puntos con el cuarto clasificado, que daba opción de jugar era importante cuando llegó el técnico argentino. El Atlético acabó el campeonato en 5º lugar, a solo 2 puntos del Málaga.

En la Uefa Europa League, el Atlético se deshizo del Lazio en dieciseisavos. Ganó en Italia por 1-3 con goles de Falcao, en dos ocasiones, y Adrián, que remontaron el tanto inicial del Klose. En el Calderón, venció 1-0, gracias a un tanto de Godín. El Atlético terminó el trabajo que inició en el Olímpico de Roma con una cómoda victoria.

Ya en octavos de final, los de Simeone no remataron al Besiktas en la ida cuando tenía todo a favor para hacerlo, después de una primera parte fabulosa. Salvio, por dos veces, y Adrián, hicieron los goles. En la segunda mitad, Simao, que volvía casa, puso en la escuadra un rechace, que supuso el definitivo 3-1. En la vuelta, el conjunto atlético fue muy contundente y logró la victoria por 0-3, con goles de Adrián, Falcao y Salvio.

En cuartos de final hubo que superar al Hannover. El escaso resultado de ventaja de la ida, 2-1 en el Calderón, supo mejor teniendo en cuenta que el segundo gol llegó en el minuto 89, obra de Salvio. Falcao hizo el 1-0 y Diouf empató. En Alemania Adrián y Falcao marcaron dos goles de bandera. El Hannover llegó a empatar 1-1 y metió presión pese a su poco fútbol, aunque el definitivo 1-2 dio el pase a la siguiente ronda.

En las semifinales se volvió a cruzar el Valencia, como ya ocurriera en cuartos de final dos años antes. La ida en el Calderón fue un festival rojiblanco de goles y fútbol. Los atléticos vencieron 4-2 con dos tantos de Falcao, Miranda y Adrián, aunque los goles de Jonas y Ricardo Costa para los che les dieron esperanzas para la vuelta. En Mestalla, un golazo de Adrián significó el definitivo 0-1 para los colchoneros.

La final se disputó el 9 de mayo en Bucarest. Enfrente estaba un Athletic Club de Bilbao con hambre de triunfo que había realizado una competición muy meritoria

eliminando a rivales de la talla del Manchester United. Simeone salió con Courtois; Juanfran, Miranda, Godín, Filipe Luis; Mario Suárez, Gabi; Diego (Koke, minuto 90), Arda Turan (Domínguez, minuto 93), Adrián (Salvio, minuto. 88); y Falcao.

El partido lo decantó, entre otras circunstancias, la actuación de Radamel Falcao. En el minuto 7, el colombiano recibió un balón en el pico derecho del área de Iraizoz. Tras controlar el esférico, el 'Tigre' aprovechó la permisividad de los zagueros bilbaínos para caracolear, perfilarse y sacarse un zurdazo que se convirtió en gol tras atravesar la escuadra. Sobrepasada la media hora, un balón cayó en los pies de Amorebieta que se entretuvo y Arda habilitó Falcao. El colombiano se retorció en el área, pisando el balón para cambiar de dirección y tumbar a Aurtenetxe y al propio Amorebieta que fútilmente intentó enmendar su error, y marcó por segunda vez, también con la izquierda. En la recta final, Diego hizo el tercero del Atlético de Madrid.

Después de conquistar un nuevo título europeo, se disputó ante el Chelsea la Supercopa europea en Mónaco. En las filas del conjunto londinense militaba Fernando Torres, que por primera vez se enfrentó sobre el césped al que fue su equipo, ya que militando en el Liverpool no llegó a hacerlo al encontrarse lesionado.

Una primera parte sublime y espectacular del colombiano Radamel Falcao y del Atlético anularon al Chelsea. El campeón de Europa fue goleado por los rojiblancos por 1-4. Tres goles de Falcao y dos balones a los palos, fueron el contundente balance de la primera parte. En la segunda mitad, Miranda hizo el cuarto y los ingleses marcaron por medio de Cahill.

Aquella noche en Mónaco, el Atlético disputó el que para muchos fue el mejor partido de su historia, tal y como recogieron los medios. Por los de la ribera del Manzanares jugaron Courtois; Juanfran, Miranda, Godín, Filipe; Mario, Gabi; Arda Turan, Koke (Raúl García, minuto 82), Adrián (Cristian "Cebolla" Rodríguez, minuto 56); y Falcao (Emre, minuto 87). En apenas unos meses, Simeone contagió su entusiasmo y la palabra victoria a todos los estamentos del club.

5.7.5. Campeón de Copa en el Bernabéu

Para la temporada 2012-2013 el club sufrió las bajas del brasileño Diego, que estaba cedido por el Wolfsburgo, Salvio, Domínguez, Assunção, Perea y Antonio López. Y se reforzó con los fichajes de Cata Díaz, Emre, Cebolla Rodríguez, y con los regresos de Raúl García y Diego Costa, que habían estado cedidos.

Desde comienzos de campaña el equipo fue muy sólido, especialmente en el Calderón, y sea aupó a los puestos de la zona noble de la clasificación. En noviembre de 2012, el Atlético se coloca en segunda posición en el ránking mundial de clubes de la IFFHS (Federación Internacional de Historia y Estadística de Fútbol). Los colchoneros, con 290 puntos, sólo son superados por el FC Barcelona, que acumula 349.

A lo largo de esta temporada y parte de la campaña pasada, el Atlético realiza un récord único en Europa, en partidos consecutivos ganados en competiciones continentales, con un total de 16 encuentros. El récord comenzó ante el Udinese (4-0), 3 de noviembre de 2011. También ganó al Celtic de Glasgow (1-0) y al Stade Rennes (3-1) en aquella fase de grupos de la Europa League. Llegaron los cruces, SS Lazio (1-3 y 1-0), Besiktas (3-1 y 3-0), Hannover 96 (2-1 y 1-2) y Valencia CF (4-2 y 0-1), todos en los dos partidos, cayeron. También lo hizo el Athletic Club en la final de Bucarest (3-0). La racha siguió en la actual temporada, a lo grande contra el Chelsea FC en la Supercopa de Europa (1-4). Más tarde llegó la Europa League 2012-13, con rivales a los que el Atlético no dio respiro. Ganó al Hapoel Tel-Aviv (0-3) en Israel, así como a Viktoria Pilsen (1-0) y al Académica de Coimbra (2-1), ambos en el Calderón. Hasta que el propio Académica en el encuentro de Coimbra, acabó la racha de 371 días sin perder en Europa.

Además, el Atlético de Madrid consiguió otros récords históricos: 13 victorias consecutivas en competición oficial, ocho partidos ganados seguidos en Liga y 24 partidos consecutivos sin perder, tanto en competiciones nacionales como europeas (desde abril de 2011 hasta 7 de noviembre de 2012).

El 17 de mayo de 2013, el Atlético se proclama campeón de la Copa del Rey 17 años después tras vencer al Real Madrid por 1-2. Los eternos rivales de ciudad volvieron a cruzarse en un derbi en la final de Copa, y de nuevo en el estadio Santiago Bernabéu, y

el Atlético doblegó al Real por 2 a 1 en la prórroga. En los 90 minutos, el choque finalizó 1 a 1. Cristiano Ronaldo puso la ventaja inicial a favor de los blancos tras la salida de un córner desde la derecha, mientras que Diego Costa igualó para los rojiblancos tras gran jugada de Radamel Falcao, también en la primera parte. En la prórroga, un cabezazo de João Miranda decretó el 2 a 1 final que le dio la victoria al Atlético, y cortó una racha de 14 años sin vencer a su clásico rival en partidos oficiales. Así, el equipo colchonero obtuvo su décima Copa del Rey en la historia de la mano de Diego Simeone como entrenador, nada menos que ante su clásico rival, y otra vez en su estadio.

5.7.6. Una Liga para la historia

La temporada 2013-2014 comenzó con la venta del jugador estrella de la plantilla Radamel Falcao, la llegada del goleador español David Villa y la derrota en la Supercopa de España ante el Fútbol Club Barcelona por el valor doble de los goles, tras un empate a 1 en el Vicente Calderón y otro empate sin goles en el Camp Nou. A pesar de esto, el equipo tiene un espectacular arranque en liga, cosechando 8 victorias consecutivas (incluyendo un 0-1 en el Bernabéu) y acabando la primera vuelta como segundo clasificado empatado a 50 puntos con el Fútbol Club Barcelona. Tras una segunda vuelta algo más irregular, el Atleti logró colocarse líder en la jornada 29, posición que no abandonaría hasta el final de Liga, incluyendo un brillante empate en la última jornada en el Camp Nou, para finalmente lograr ser campeón de liga por décima vez en su historia cantando el alirón contra el Fútbol Club Barcelona. Precisamente, debido a esto, el Atleti es el primer visitante que canta el alirón en dicho estadio.

En Copa del Rey, el vigente campeón eliminó a Sant Andreu, Valencia y Athletic de Bilbao. Esta última eliminatoria dejó como anécdota la primera victoria visitante en el nuevo campo de San Mamés. Sin embargo, el equipo fue eliminado en semifinales por el Real Madrid, impidiendo al equipo revalidar este título.

En UEFA Champions League el equipo quedó encuadrado en el grupo G, junto Oporto, Zenit de San Petersburgo y FK Austria Viena. Una brillante fase de clasificación permite al equipo acceder a octavos de final como primero de grupo, con 5 victorias y un empate.

Ya en la siguiente ronda, el rival a batir fue el AC Milan. En el partido de ida en San Siro, un gol de Diego Costa en los minutos finales decidió el encuentro, y en la vuelta en el Vicente Calderón el Atlético goleó con un contundente 4-1.

En cuartos de final, conjunto rojiblanco quedó encuadrado con el Fútbol Club Barcelona. Se adelantó el Atlético con un gol de Diego Ribas, pero el Barça consiguió empatar por mediación de Neymar. En la vuelta, a pesar de las notorias bajas de Diego Costa y Arda Turan, el equipo se sobrepuso, y tras un espectacular arranque de partido con un gol y tres palos en veinte minutos, el Atlético logra derrotar al Barça por un 1-0, llegando a semifinales de este torneo tras cuarenta años de ausencia. En semifinales jugó contra el Chelsea. En el partido de ida empataron 0 a 0 en Madrid. En el partido de vuelta, el 30 de abril, vencieron por 1-3, lo que les permitió acceder a la final, que se disputaría en Lisboa. Sus resultados durante el mes de abril le sirvieron para situarse en la Clasificación Anual de Clubes de la IFFHS como tercer mejor club del mundo, nombrándole este mismo organismo Mejor Club del Mundo del mes de abril de 2014.

Finalmente, el equipo colchonero perdió la final de la Liga de Campeones disputada en Lisboa. A pesar de adelantarse con un gol de Diego Godín al minuto 36, el Real Madrid logró empatar cuando el partido ya agonizaba, en el minuto 93, por mediación de Sergio Ramos, y finalmente sucumbiendo en la prórroga donde recibió tres goles más, dejando el resultado final en 4-1.

Paralelamente a esto, el 1 de febrero de 2014 falleció Luis Aragonés. Al día siguiente, el Atlético de Madrid venció por 4-0 a la Real Sociedad, en un partido marcado por los homenajes al 'Sabio de Hortaleza'. Si hubiera que definir con una palabra todo lo sucedido en el Vicente Calderón sería emoción.

En agosto de 2014 el Atlético se impuso al Real Madrid y conquistó la segunda Supercopa de España de la historia del club. La final, a doble partido, se resolvió con 2-1 favorable a los rojiblanco, tras empatar a uno en el Bernabéu, con gol de Raúl García y vencer por 1-0 en el Calderón en el partido de vuelta, con un tanto de Manzyuk.

El equipo notó las bajas de Villa, Courtois, Diego Costa o Filipe Luis, pero mantuvo una línea muy regular de resultados a lo largo de toda la temporada. En el mercado invernal, se materializó el regreso de Fernando Torres, ocho años después. El conjunto de Simeone fue eliminado en cuartos de Copa del Rey por el Barcelona, en cuartos de Copa de Europa por el Real Madrid y terminó tercero en la Liga.

6. TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CLUB ATLÉTICO DE MADRID EN LA PRENSA GENERALISTA

6.1. Aproximación al análisis de contenido

Berelson define el análisis de contenido como una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto, que tiene como primer objetivo interpretarla⁸². Efectivamente, se trata de una herramienta de interpretación de textos que puedan recoger datos cuya interpretación adecuada permita el conocimiento de diversos aspectos.

Posee una metodología similar al de cualquier otra técnica de recolección de datos de investigación social, observación, experimento, encuestas o entrevistas, pero lo característico es que se trata de un elemento que combina la observación y la producción de los datos con la interpretación o análisis de los mismos.

El investigador Jaime Andreu Abela, profesor titular del departamento de Sociología de la Universidad de Granada, sostiene que "todo contenido de un texto o una imagen pueden ser interpretado de una forma directa y manifiesta o de una forma soterrada de su sentido latente".

Según la definición de Berelson, el análisis de contenido debe someterse a ciertas reglas. La "objetividad" se refiere al empleo de procedimientos que puedan ser utilizados por otros investigadores de modo que los resultados obtenidos sean susceptibles de verificación, "sistematización" hace referencia a pautas ordenadas que abarquen el total del contenido observado y la "cuantificación" pide que se pueda cifrar

⁸² BERELSON, BERNARD. *Content analysis in communication research*, Free Press, Glencoe. 1952.

BERELSON, B. Y LASZARFELD P.F. *The analysis in Communications Content*. University of Chicago and Columbia University. 1948

ANDRÉU, JAIME; GARCÍA-NIETO, ANTONIO; PÉREZ CORBACHO, ANA M^a. *Evolución de la teoría fundamentada como técnica de análisis cualitativo*. Centro de investigaciones sociológicas. 2007

numéricamente la información para obtener el recuento de las unidades e indicadores de los fenómenos que estamos interesados en mostrar.

No obstante, señala Andreu, aunque la cuantificación ha sido y es importante en la aplicación de técnicas de análisis de contenido, hoy la mayor parte de los investigadores sociales reconocen que además de mostrarse los hechos se han de interpretar.

Por último, Berelson incorpora a su definición el atributo de que el contenido sea “manifiesto” simplemente para asegurar que la codificación de los datos en el análisis de contenido sea intersubjetivamente verificable y fiable.

El análisis de contenido engloba las actividades en las que, partiendo de un conjunto de técnicas parciales pero complementarias, consisten en explicitar y sistematizar el contenido de los mensajes y la expresión de ese contenido con la ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con la finalidad de efectuar deducciones lógicas y justificables concernientes a la fuente (el emisor y su contexto) o, eventualmente, a los efectos de los mensajes tomados en consideración, como señala Bardin.⁸³

No obstante, el interés del análisis de contenido no se limita a la descripción somera de los contenidos, sino en lo que éstos, una vez tratados, podrían mostrar. Como expresa el propio Bardin, a pesar de que, a veces, no lo parece, el análisis de contenido "es un método muy empírico, dependiente del tipo de discurso en que se centre y del tipo de interpretación que se persiga".

Este autor subraya que "no existen plantillas ya confeccionadas y listas para ser usadas, simplemente se cuenta con algunos patrones base, a veces difícilmente traspasables. Salvo para usos simples y generalizados, como es el caso de la eliminación, próxima a la descodificación de respuestas en pregunta abierta de cuestionarios cuyo contenido se liquida rápidamente por temas, la técnica del análisis de contenido adecuada al campo y al objetivo perseguidos, es necesario inventarla, o casi".

La primera tarea que toda investigación científica debe llevar a cabo, consiste en decidir qué se ha de observar y registrar, y lo que se considera como "dato". Aunque más que dato, sería más acertado hablar de "datos", ya que toda investigación de carácter empírico abarca una multitud de unidades portadoras de información. Determinar las

⁸³ BARDIN, LAURENCE. *Análisis de contenido*. Akal. Segunda edición. 1996.

unidades implica delimitar su definición, su separación, teniendo en cuenta sus respectivos límites y su identificación para el análisis, como destaca Krippendorf.⁸⁴

Por tanto, pertenecen al campo del análisis de contenido todo el conjunto de técnicas que explican o sistematizan el contenido de los mensajes comunicativos con ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con el objetivo de efectuar deducciones lógicas justificadas concernientes a la fuente, el emisor y su contexto, o eventualmente a sus efectos.

Para ello el investigador tiene a su disposición todo una amalgama de operaciones analíticas, más o menos adaptadas a la naturaleza del material y del problema que tratará de resolver, pudiendo utilizar una o varias que sean complementarias entre sí para enriquecer los resultados o pretender así una interpretación fundamentada científicamente.

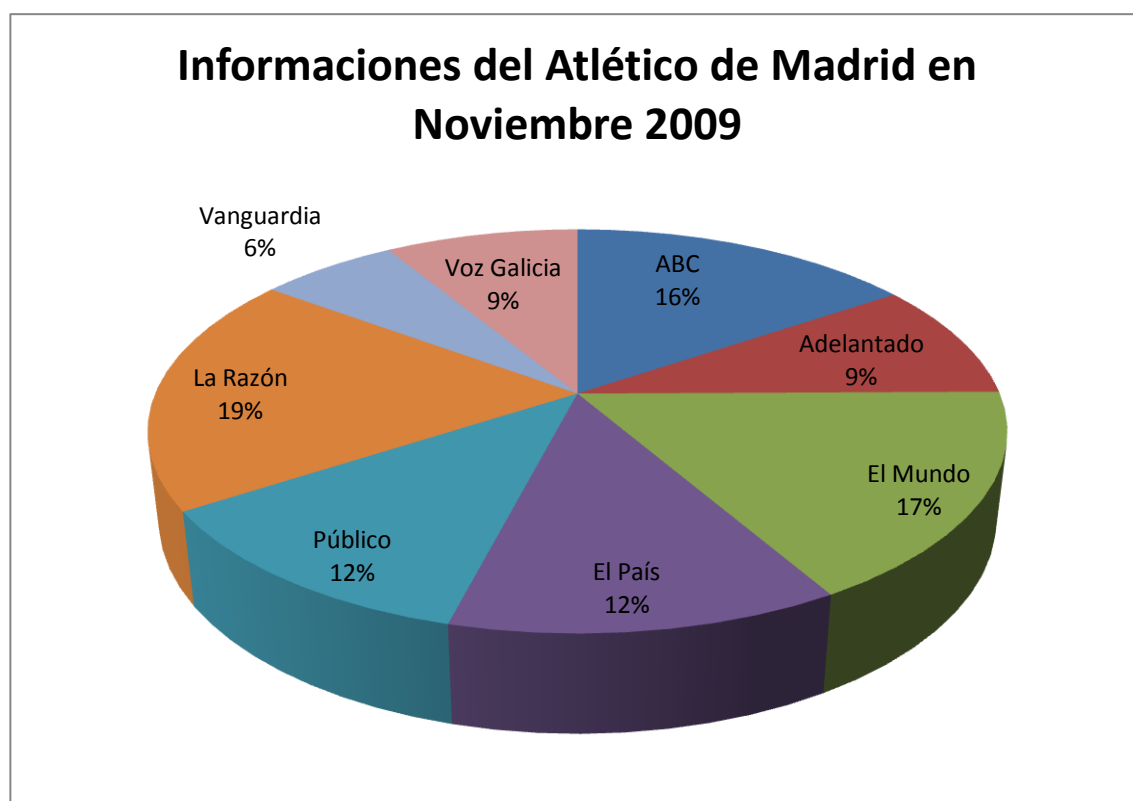
⁸⁴ KRIPPENDORF, KLAUS. Metodología de análisis de contenido. Barcelona. Paidós. 1990.

6.2. Informaciones aparecidas sobre el Club Atlético de Madrid en los periódicos ABC, El Adelantado de Segovia, El Mundo, El País, Público, La Razón, La Vanguardia y La Voz de Galicia durante el mes de noviembre de 2009.

6.2.1. Desglose de informaciones

6.2.1.1. Informaciones del Atlético aparecidas en los periódicos estudiados

FIGURA 1.1.



Como subraya Bardin, el objetivo de este análisis es efectuar deducciones "justificables"⁸⁵, algo que trataremos de reflejar en todo el presente capítulo. Como se

⁸⁵ BARDIN, LAURENCE. *Análisis de contenido*. Akal. Segunda edición. 1996.

BERELSON, BERNARD. *Content analysis in communication research*, Free Press, Glencoe. 1952.

KRIPPENDORF, KLAUS. *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona. Paidós. 1990.

observa en el gráfico, el diario que ofreció más informaciones relativas al Atlético de Madrid fue *La Razón* con 31. *El Mundo* ocupa la segunda posición con 27 y en tercer lugar está *ABC* con 26. *El País* y *Público* coinciden en el porcentaje de las informaciones, ya que en *El País* aporta 20, mientras que en *Público* se pudieron leer 19. A partir de aquí crecen las diferencias ya que se produce un descenso destacado de temas relacionados con el club rojiblanco. Entre *El Adelantado de Segovia* y *La Voz de Galicia* apenas hay diferencia con 15 y 14 informaciones, respectivamente. Y en el que menos información aparece es en *La Vanguardia*, con 10.

Para obtener la media aritmética, o lo que es lo mismo, el valor resultante que se obtiene al dividir la sumatoria de un conjunto de datos sobre el número total de datos, aplicamos la siguiente fórmula:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^k x_i}{n}$$

Siendo:

$$\sum_{i=1}^k x_i : \text{suma de elementos} = 162$$

n : número de elementos = 8

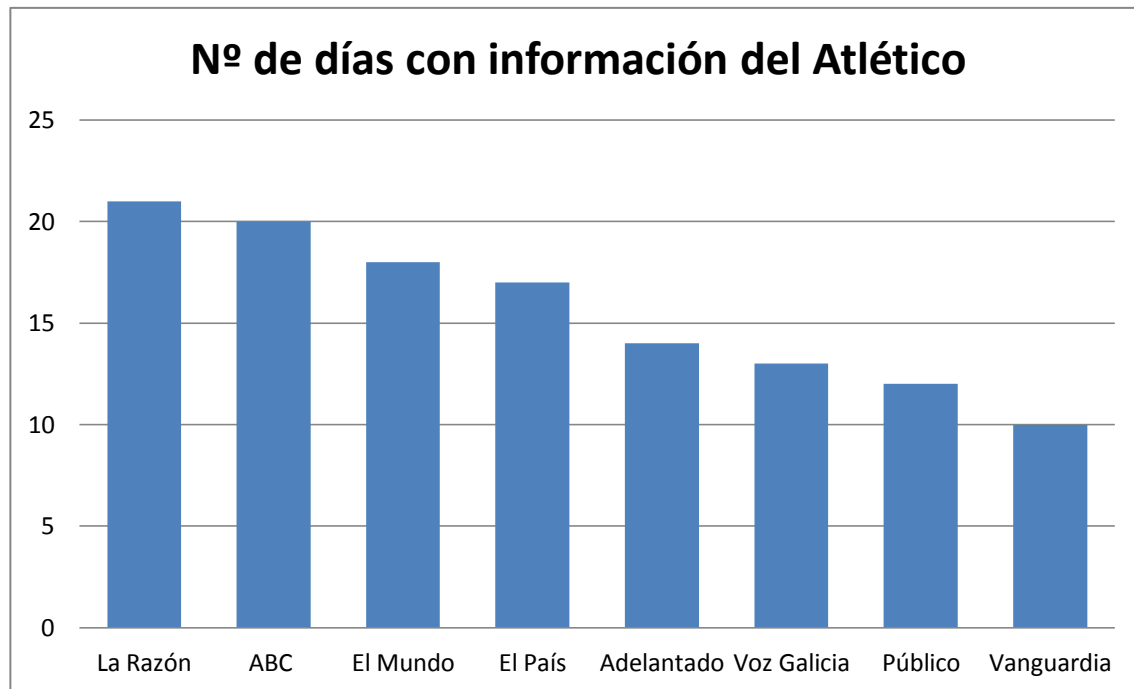
k : número de elementos con distinto valor.

\bar{x} : 20,25

El promedio de los ocho diarios con los que se ha realizado la investigación es 20,25 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid durante el mes de noviembre de 2009. A partir de ahora, se utilizará este dato para comparar todos los periódicos respecto al promedio.

6.2.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético

FIGURA 1.2.



Además del número de informaciones aparecidas a lo largo del mes, sabemos el número de días en los que aparecen temas relacionados con el Atlético de Madrid, lo que permite conocer cómo los periódicos concentran sus informaciones en determinados días directamente relacionados con algún acontecimiento de carácter deportivo. Más adelante, cuando se realice el desglose diario por diario, se conocerá cuando y por qué sucede.

Retomando lo anterior, de nuevo *La Razón* ocupa el primer lugar en este sentido, en 21 de los 30 días que tiene el mes publican algún tema relacionado con el conjunto colchonero, es decir, el 70%. En segundo lugar, *ABC* con 20 días (66,6 %). En tercera posición está *El Mundo*, con 18 días (60%). Detrás se sitúa *El País*, con un día menos que *El Mundo*, lo que supone el 56,6% y por debajo del umbral del medio mes, se localizan el resto de periódicos: *El Adelantado de Segovia*, 14 días (46,6%), *Voz de Galicia* (43,3%), *Público* 12 días (40%) y por último *La Vanguardia* con 10 días, lo que supone el 33,3%.

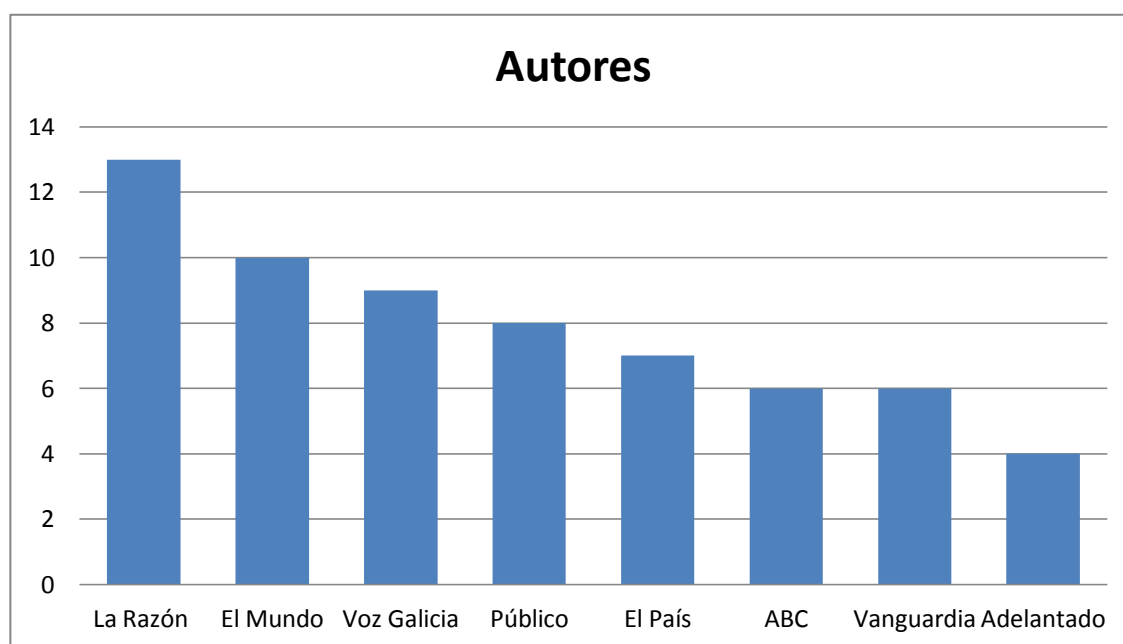
Así, si se vuelve a aplicar la fórmula de la media aritmética ya citada, se obtiene 15,62 días (52,08%) con información del Atlético. Es decir, que durante el mes de noviembre de 2009, cada dos días apareció una noticia, crónica, columna de opinión o entrevista que trató sobre el Club Atlético de Madrid.

También hemos podido comprobar el número de autores diferentes de las noticias, crónicas o entrevistas de cada periódico.

6.2.2. Autores

6.2.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid

FIGURA 1.3.

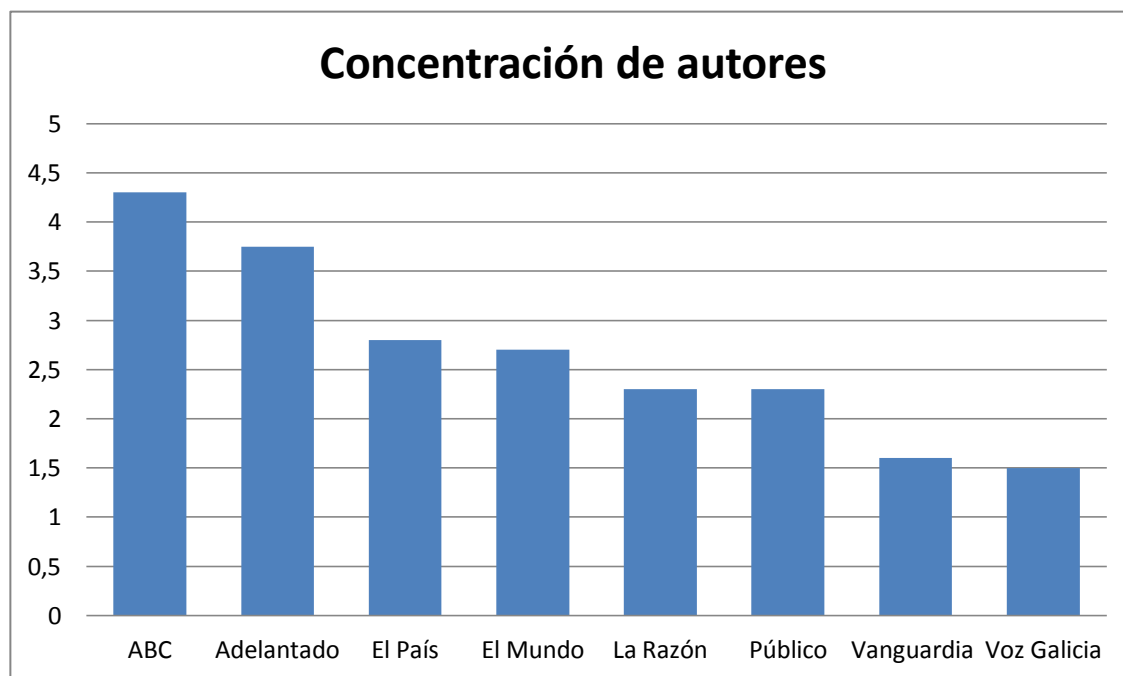


En este caso *La Razón*, además de ser el periódico que más información ofrece del Atlético de Madrid, también es el diario en el que escriben más autores. Llegan a alcanzar la cifra de 13. A continuación le sigue *El Mundo*, que también ocupa la segunda posición en lo que a número de informaciones rojiblancas se refiere, con 10 autores. Y en el tercer caso se produce un hecho destacable, ya que se sitúa *La Voz de Galicia*, que a pesar de tener 14 temas relacionados con la entidad del Vicente Calderón, los firman 9 autores diferentes. A continuación están *Público* y *El País*, con 8 y 7 autores, respectivamente. Después nos encontramos a *La Vanguardia* y *ABC*, con 6 (en el caso de *ABC* se demuestra una gran concentración de autores). Y el que presenta

menos autores distintos es *El Adelantado de Segovia*, con 4. El promedio de autores de los periódicos se sitúa en 7,8, por lo que *La Razón*, *El Mundo* *La Voz de Galicia* y *Público* se sitúan por encima de la misma.

6.2.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid

FIGURA 1.4.



Para hallar estos datos, hemos tenido en cuenta el número de informaciones publicados por cada diario a lo largo del mes, así como el número de autores diferentes que firman en sus páginas. *ABC* y *La Vanguardia* tienen el mismo número de autores, pero los primeros firmando 26 informaciones y los segundos 10. Es decir, que *ABC* es el periódico que ofrece una mayor concentración de autores. Cada uno de los seis firmantes en *ABC* escribe de media 4,3 noticias. Le sigue *El Adelantado de Segovia*, con 3,75 noticias por autor, aunque bien es cierto que en este diario la mayoría de las informaciones son de agencias. Cada agencia puede tener varios autores, pero no todas las agencias ponen el nombre de sus periodistas. Así las cosas, hemos contabilizado a las agencias que aparecen como autores en sí mismos. En tercer lugar está *El País*, en el periódico del Grupo PRISA cada periodista escribe de media 2,8 informaciones del Atlético de Madrid. Le sigue de cerca *El Mundo*, con 2,7. Después *La Razón* y *Público* obtienen el mismo resultado, 2,3 noticias por firma. Y a bastante distancia se encuentran

La Vanguardia con 1,6 y *La Voz de Galicia* con 1,5 informaciones firmadas por cada periodista que escribe en sus páginas sobre el Atlético de Madrid.

6.2.3. Temas y géneros periodísticos

6.2.3.1. Temas de las informaciones

Hemos dividido las informaciones relativas al Atlético de Madrid por temas para saber de qué tratan. Se han establecido cinco categorías. Dos de ellas han tenido una especial relevancia en nuestro estudio como son "Partidos" y "Situación deportiva". La primera se refiere a las informaciones que aparecieron el día después de los encuentros que la entidad del Vicente Calderón disputó durante el mes de noviembre de 2009. Por lo general crónicas, reacciones de los protagonistas y análisis de los encuentros por parte de expertos. Como por ejemplo la crónica aparecida el 8 de noviembre de 2009 en *El Adelantado de Segovia*, titulada "Nuevo capítulo, mismo final", firmada por Iñaki Dufour de la Agencia EFE. En ella se analiza el partido que disputó el Atlético de Madrid ante el Real Madrid, la noche del 7 de noviembre, en el estadio Vicente Calderón y que se saldó con una victoria por 2-3 para el cuadro merengue.

Aunque podríamos haberlo incluido en el apartado siguiente, preferimos diferenciarlo de "Situación deportiva" que hace más hincapié en el día a día de un club de fútbol: entrenamientos, cómo afrontan el siguiente choque, estado físico de los futbolistas y análisis de la situación del club en las distintas competiciones en las que está inmerso. Véase la noticia aparecida en *El Mundo* de 5 de noviembre de 2009, firmada por Eduardo J. Castelao, bajo el título "Agüero, que ayer no se entrenó, tal vez sólo pueda aguantar media hora en el enfrentamiento del sábado", donde se habla del estado físico de un jugador que atravesaba problemas musculares y que, por este motivo, se ponía en duda su participación para el siguiente encuentro.

Además, establecimos otras categorías que a pesar de no tener tanta repercusión como las dos anteriores sí que tuvieron su espacio. "Previas", son informaciones publicadas el día del partido en las que se avanza los posibles onces titulares, lesionados, sancionados, antecedentes y contexto.

Como la noticia de *El País* de 3 de noviembre de 2009, "A por el premio de consolación", cuyo autor es José Marcos. Esa noche el equipo dirigido por Quique Sánchez Flores jugaba un partido de ligilla de Liga de Campeones ante el Chelsea y

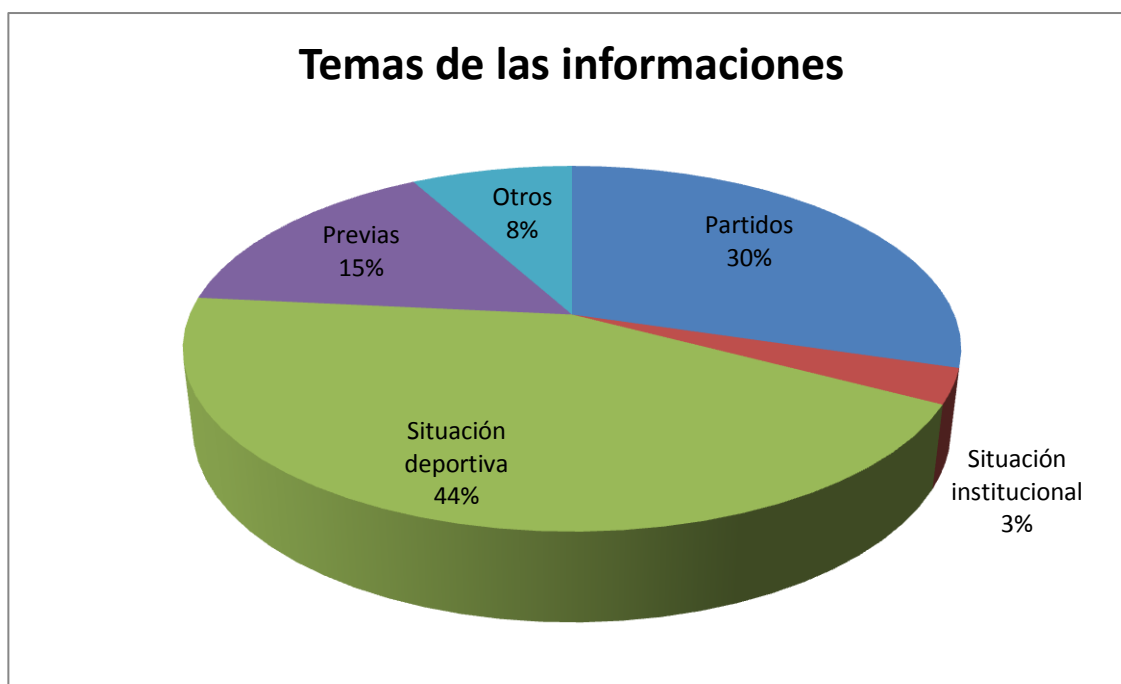
necesitaba sacar un resultado positivo para intentar lograr el tercer puesto del grupo y poder jugar la Europa League.

La cuarta categoría se refiere a la "Situación institucional", que son informaciones relacionadas con el clima social y político del club. Como la entrevista realizada a Enrique Cerezo, presidente del Atlético de Madrid, en *La Razón* el 6 de noviembre de 2009, en la que el mandatario aseguró que no tenían ofertas para vender el club y su continuidad junto a Miguel Ángel Gil Marín (máximo accionista) estaba garantizada.

Y por último establecimos una quinta categoría denominada "Otros". Es decir, noticias esporádicas que por su contenido no se podían clasificar dentro de los anteriores apartados y que tampoco tenían la relevancia y regularidad suficiente como para crear una categoría propia, como la información de *Público* de 17 de noviembre "Quique Flores, aislado con los protocolos de gripe A".

En este bloque también se han incluido una sanción de 150 euros al Atlético de Madrid, por los hechos ocurridos el 7 de noviembre en el Vicente Calderón, en el transcurso del Atlético-Real Madrid, en los que Manuel Pellegrini, entrenador del conjunto blanco, recibió el impacto de un objeto en su rostro.

FIGURA 1.5.



De las 162 informaciones de la muestra obtenida durante el mes de noviembre de 2009, 72 hablan situación deportiva del Atlético de Madrid. Lo que significa que los periódicos le dan importancia a la actualidad del equipo, más allá de los partidos.

Éstos, ocupan la segunda posición, a una distancia considerable del resto, con 48 crónicas. Entre estas dos categorías citadas se alcanza el 74% de las informaciones publicadas sobre el Atlético de Madrid.

Las "Previas" aportan 25 informaciones a la muestra, la categoría "Otros", 12 y por último la "Situación institucional", 5. Ésta última no aparece representada en cinco diarios y sólo se hacen eco de las noticias de carácter social y político de la entidad *ABC*, *El Mundo* y *La Razón*.

6.2.3.2. Géneros periodísticos

A continuación explicaremos los géneros que han aparecidos en la muestra:⁸⁶

- La noticia

Para muchos es la esencia del periodismo, la materia prima. La noticia es un hecho novedoso que tiene interés para el público. El periodista tiene la responsabilidad de relatar con la mayor objetividad y veracidad posible cómo se han producido esos acontecimientos o hechos.

El estilo lingüístico utilizado está claramente definido por las siguientes normas: claro, concreto y conciso.

El periodista ordena los datos en la narración de la noticia de manera decreciente a su importancia (la llamada pirámide invertida): parte de los datos más importantes para llegar hasta aquellos menos significativos que cerrarán el cuerpo de su noticia. Aunque para algunos expertos esta teoría haya quedado anticuada, no supone que haya que prescindir de ella. En la noticia se deben incluir los datos esenciales para la comprensión del acontecimiento. Se tiene que proporcionar al público las respuestas a las llamadas 5 W: "quién", "qué", "cuándo", "dónde", "por qué" (**who**, **what**, **when**, **where**, **why**) y habría que incluir "cómo" "según quién" y "para qué". Estas respuestas

⁸⁶ GRIJELMO, Álex: *El estilo del periodista*. 11ª edición. Madrid. Taurus. 2003.

El País: Libro de estilo. Madrid. Ediciones El País. 2004.

no tienen por qué estar incluidas en el primer párrafo y pueden estar desarrolladas a lo largo de la información, pero según la mayor o menor importancia que cada una tenga.

La redacción de la noticia presenta unas pautas rígidas con escaso margen para la creatividad u originalidad por parte del profesional de la información. Sin embargo, es el género que con mayor eficacia cumple la función que podemos considerar prioritaria para el periodista: la de informar. Se trata de ofrecer al lector los datos necesarios para que comprenda el entorno de los hechos que se narran. La noticia se compone de tres partes: titular, lead o entradilla y cuerpo de la noticia.

Como ejemplo de *noticia* citamos una información de *El Mundo* con fecha 17 de noviembre de 2009, titulada "Posible gripe A de Sánchez Flores".

- El reportaje

Existen dos tipos de reportajes: el reportaje objetivo y el reportaje interpretativo. El reportaje objetivo es considerado un género informativo, mientras que el reportaje interpretativo se clasifica como género interpretativo.

El reportaje objetivo cumple en gran parte las mismas funciones que la noticia, pero se presta mucho más al estilo literario. Presenta bastantes elementos comunes, sobre todo que el periodista mantiene la objetividad en la presentación de los hechos. Es un relato descriptivo que no debe incluir opiniones personales o valoraciones del periodista, si bien este tipo de reportaje tiene sus propios rasgos característicos que le diferencian de la noticia. El más evidente es que su extensión generalmente es mayor. El reportaje, por tanto, permite al periodista ofrecer un mayor número de datos complementarios que cuando redacta una noticia en la que debe ceñirse a los elementos esenciales, dada la limitación de espacio con la que trabaja. Parte de la recreación de un hecho que fue noticia y que no se pudo o no se quiso abarcar por completo. Es mejor tener una *percha*, es decir, un acontecimiento que da pie al reportaje.

El reportaje interpretativo encuentra su mejor acomodo en las publicaciones semanales, quincenales o mensuales.⁸⁷ En ellas el periodista tiene más tiempo, lo que le permite

⁸⁷ GRIJELMO, Álex: *El estilo del periodista*. 11ª edición. Madrid. Taurus. 2003.

El País: Libro de estilo. Madrid. Ediciones El País. 2004.

con distinta presión de cierre de la que rodea al reportero de un diario. La principal diferencia con la crónica es el campo temporal. No es un hecho ocurrido en el día, sino una serie de acontecimientos que se producen en distintos momentos, y con un nexo entre ellos, que sirven al autor para establecer una interpretación que los abarca.

Como ejemplo citamos el único reportaje que hemos encontrado en la muestra, cuya fecha es de 17 de noviembre de 2009 en *La Voz de Galicia*, titulado "El gafe colchonero de Lotina", cuyos autores son Ventura y Barreiros.

- La entrevista

Las declaraciones obtenidas mediante el diálogo con un personaje han de adquirir forma de entrevista. Nos referiremos al tipo de entrevista que está presente en la muestra. Se denomina "entrevista objetiva" a aquella en la que el periodista se ciñe a exponer su conversación con el entrevistado a través del sistema de pregunta y respuesta. Se obvian comentarios o descripciones interpretativas en torno al personajes. Esta "entrevista de declaraciones" debe contar con una presentación del entrevistado en la que se refleje su personalidad, así como cuantos datos reveladores sean precisos para situarle y explicar los motivos por los cuales se le interroga. En este tipo de entrevista, la pregunta irá precedida de una *P* (salvo en la primera, en la que escribirá "Pregunta"), y las respuestas de una *R* (salvo la contestación inicial, en la que se escribirá "Respuesta").⁸⁸

El objetivo de este tipo de entrevistas es trasladar la información. es decir, se *informa* de cuáles son las opiniones de la persona. Resulta adecuada para personajes que son conocidos y en los que no se buscan aspectos personales, sino que se pretende conocer ideas interesantes sobre su actividad profesional.

Véase la entrevista realizada por Tomás González Martín a Enrique Cerezo, presidente del Atlético de Madrid, en el diario *ABC*, el 1 de noviembre de 2009, titulada "Es falso que Gil me impusiera a Quique, decidí con total libertad".

⁸⁸ *El País: Libro de estilo*. Madrid. Ediciones El País. 2004.

GRIJELMO, Álex: *El estilo del periodista*. 11ª edición. Madrid. Taurus. 2003.

- La crónica

La crónica es un estilo interpretativo, y parte de un hecho noticioso. Se suele emplear cuando se trata de informaciones amplias escritas por especialistas del periódico en la materia de que se trate, en este caso, enviados especiales a un acontecimiento o comentaristas deportivos. Debe tener elementos noticiosos y por regla general, será titulada como una información. Además puede contener interpretaciones que no contengan juicios de valor. Las exigencias informativas de rigor en una crónica son asimilables a las indicadas para la *noticia*. Debe tener un estilo ameno, con anécdotas y curiosidades (si es posible) enmarcadas en un contexto y con descripción del ambiente.

Un ejemplo claro, es la crónica de *El País*, el 4 de noviembre de 2009, cuyo autor es José Marcos y que lleva por título "Adiós con la cabeza alta".

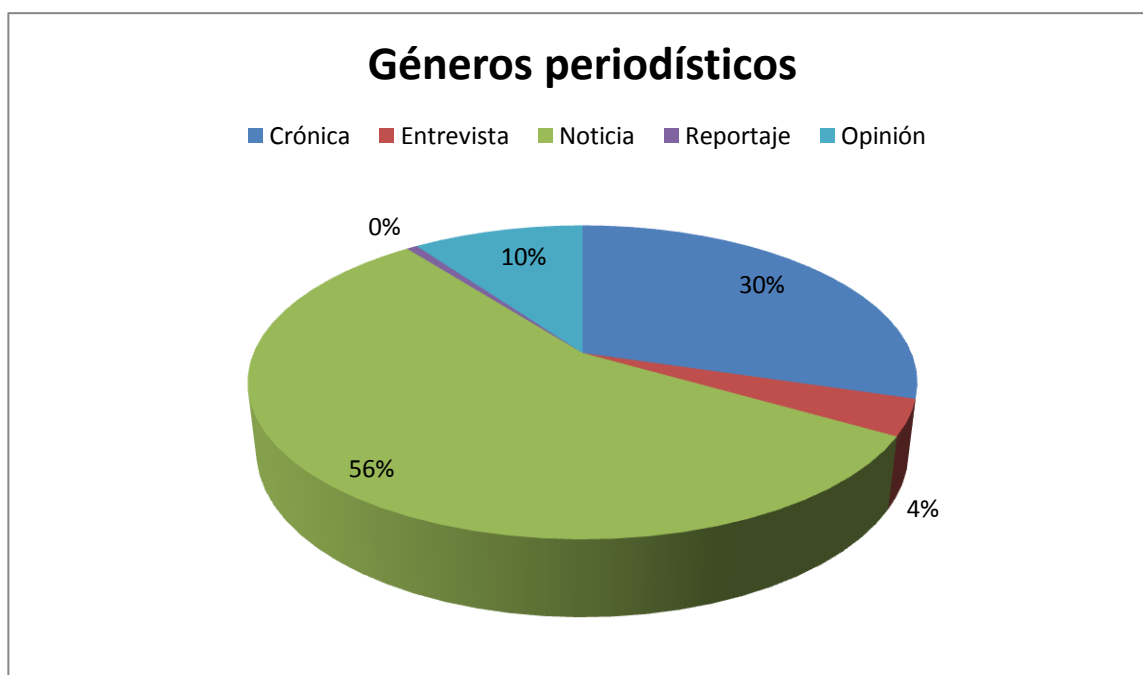
- El artículo de opinión

Es el género de mayor libertad posible, del que forman parte la columna, la tribuna libre y el comentario. En el caso que nos ocupa, la más utilizada es la columna. Es breve y suele abordar cuestiones triviales, o al menos cuestiones tratadas con trivialidad. Su estilo y contenido están estrechamente ligados al autor, por ello su credibilidad y capacidad de influencia dependen del prestigio y autoridad que merezca esa firma a los lectores.

Cómo ejemplo citamos la columna de opinión del entrador Juanma Lillo, en el diario *Público*, el 4 de noviembre de 2009, titulada "Más goleadores que juego".

Una vez que hemos explicado los diferentes géneros periodísticos, analizaremos cómo aparecen en los diarios que hemos estudiado.

FIGURA 1.6.



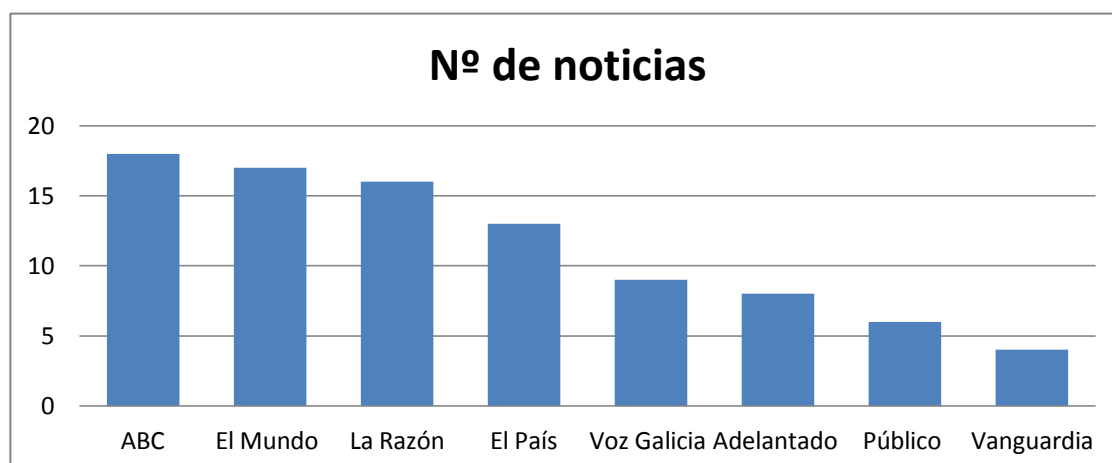
De un total de 162 elementos, la *noticia* es el género periodístico que más aparece con 91 ejemplos. Le sigue la *crónica*, con 48. Es decir, entre ambos suman el 86%. En tercer lugar está la *columna de opinión*, con 15. Sólo hay 7 *entrevistas* y un reportaje, cuya presencia es mera anécdota porque no llega a representar ni el 1%.

También se pone de manifiesto que, en este caso, los géneros informativos dominan el campo de los géneros periodísticos.

A continuación, se analizará por separado la presencia de cada uno de los distintos géneros en los periódicos, con el objetivo de hallar la media, para que posteriormente nos permita establecer parámetros comparativos con cada uno de los diarios de forma individual.

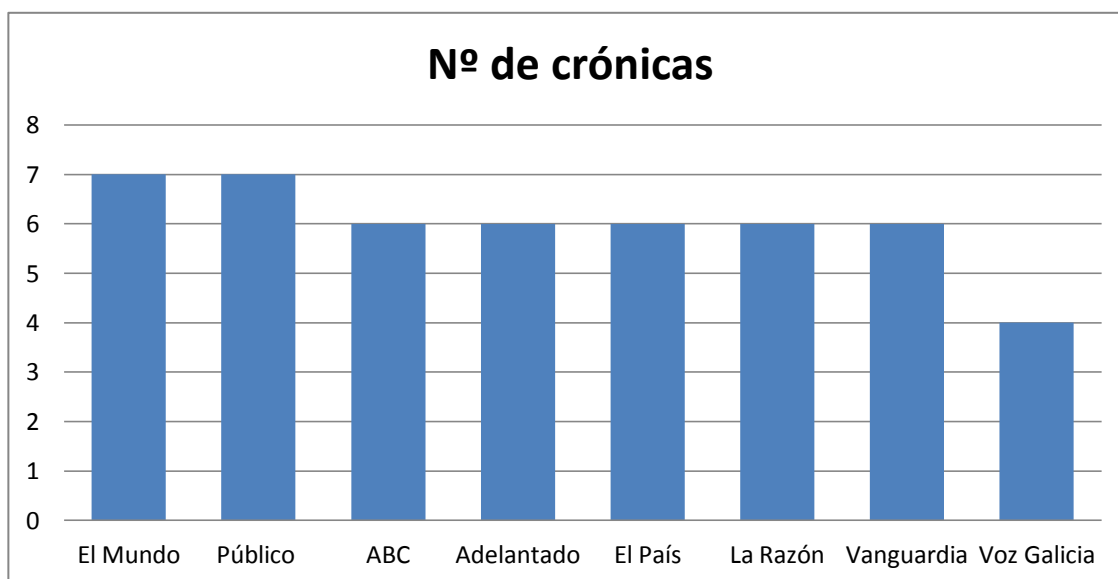
En primer lugar nos referimos a las *noticias*, debido a que ha sido el género más utilizado en casi todos los periódicos.

FIGURA 1.7.



En este apartado se aprecia como hay tres diarios que se destacan sobre el resto, como son el caso de *ABC*, con 18 noticias, seguido por *El Mundo* y *La Razón*, con 17 y 16 noticias, respectivamente. En cuarto lugar, un poco más distanciado, pero con una distancia considerable del siguiente grupo está *El País*, con 13. Y ya situados por debajo de la media que es 11,3 noticias, localizamos a *La Voz de Galicia* con 9, *El Adelantado de Segovia* con 8, *Público* con 6 y el que menos noticias aporta es *La Vanguardia* con 4.

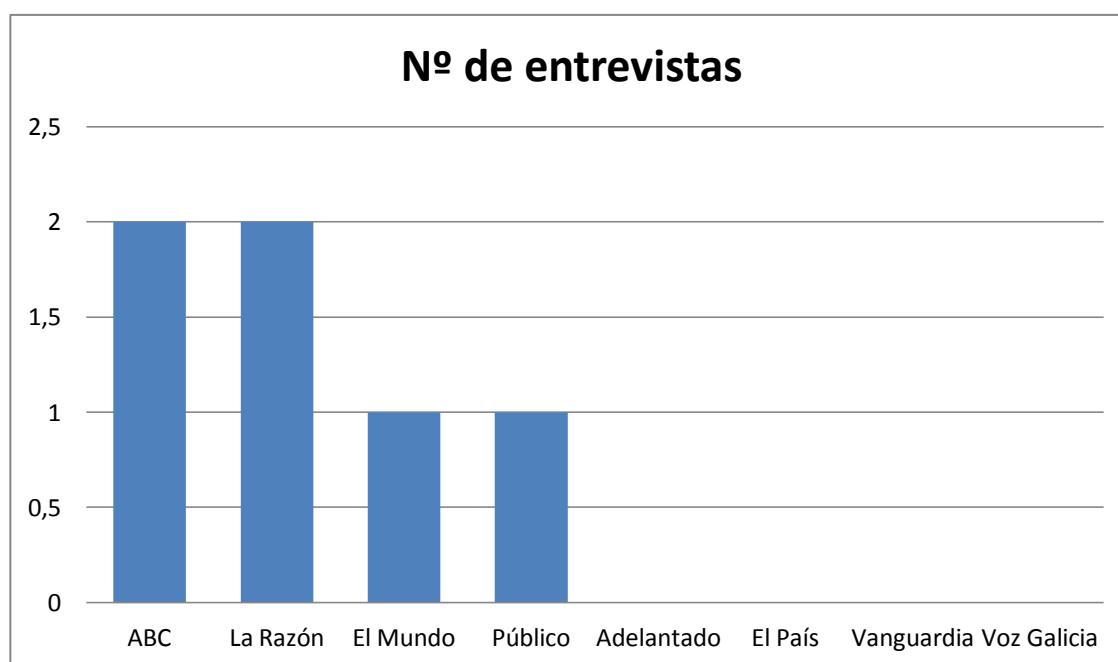
FIGURA 1.8.



Durante el mes de noviembre de 2009, el Atlético de Madrid disputó un total de 7 partidos: 4 del Campeonato Nacional de Liga, 1 de Copa de S.M. El Rey y 2 Champions League.

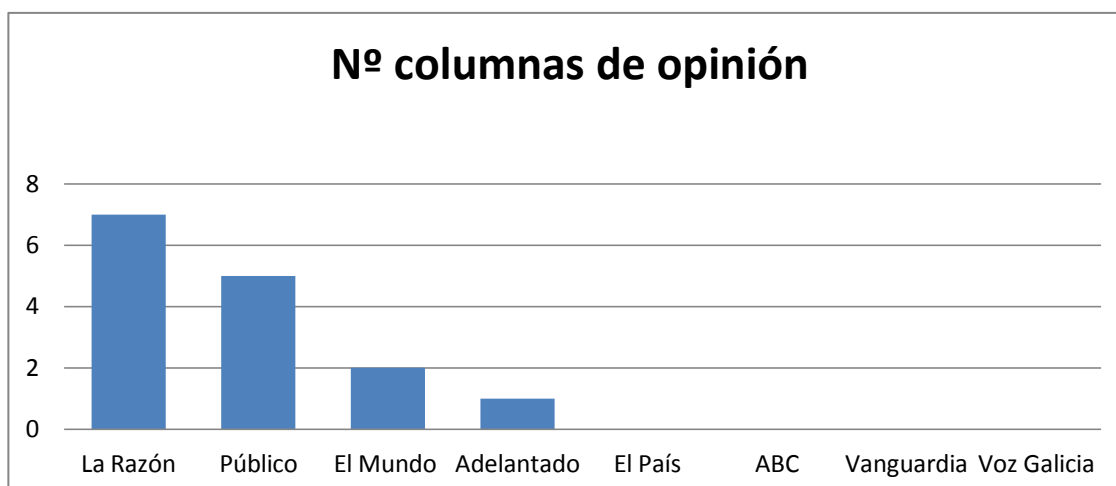
Los únicos periódicos que aportan 7 crónicas completas son *El Mundo* y *Público*. Por su parte, *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El País* y *La Razón*, ofrecen 6 y en último lugar se presenta *La Voz de Galicia* con 4. La media se sitúa en 6 crónicas por diario, por lo que el periódico gallego es el único que se sitúa por debajo de la misma.

FIGURA 1.9.



La entrevista ha sido un género poco utilizado por parte de los diarios a lo largo del mes de noviembre. *ABC* y *La Razón* son los que más entrevistas han realizado, con tan sólo 2. Lo que demuestra que no es un género que los periódicos frecuenten a la hora de cubrir la actualidad de un equipo como el Atlético de Madrid. *El Mundo* y *Público* hicieron una única entrevista. Sorprende que en *El País* sólo saliera una en todo el mes, y menos que no hubiera en *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*, ya que el grueso de sus informaciones provienen de agencia. En este género la media se sitúa en 0,875 entrevistas al mes, es decir, no alcanza ni una entrevista de promedio en los periódicos que hemos estudiado.

FIGURA 1.10.



En el género de opinión, *La Razón* es el diario que más columnas presenta con diferencia, 7. Le sigue *Público* que da tanta importancia a sus firmas como al género informativo. Recordemos que se situaban en penúltimo lugar en cuanto al número de noticias y en este apartado son segundos, con 5 columnas. A partir de aquí, la presencia del género de opinión en estos periódicos es testimonial. 2 columnas en *El Mundo*, 1 en *El Adelantado de Segovia* y ninguna en *ABC*, *El País*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*.

FIGURA 1.11.



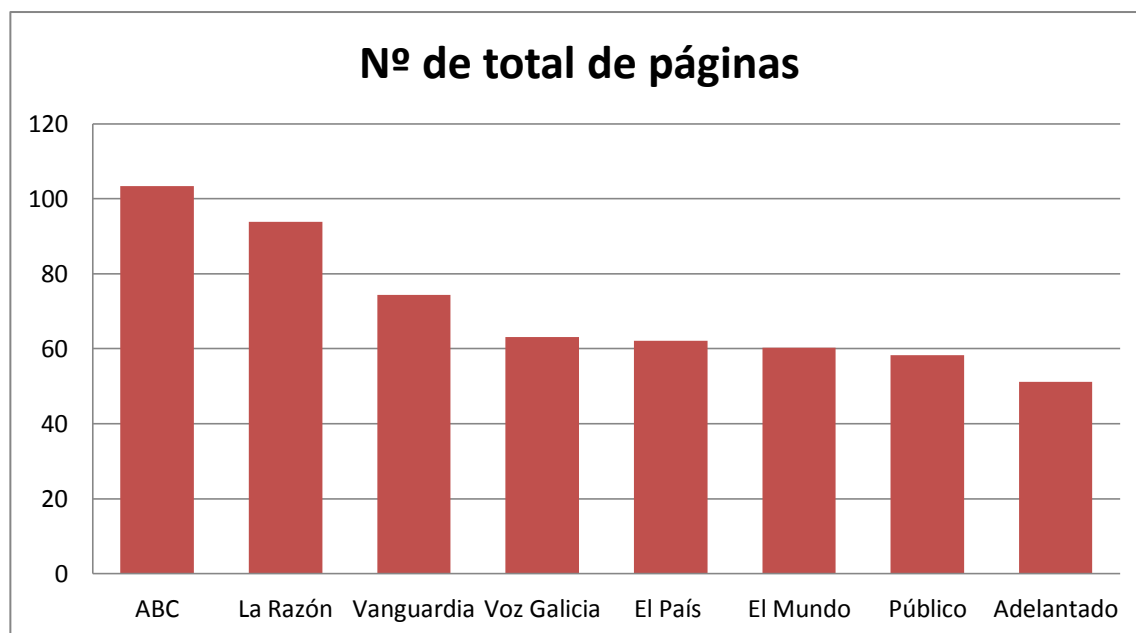
A pesar de que apenas hay representación de este género en los periódicos, como hay una muestra del mismo, en uno de los diarios, no lo hemos querido dejar pasar por alto y reflejamos que de los 162 informaciones del Atlético de Madrid durante el mes de noviembre en *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* sólo aparece un reportaje en el periódico gallego.

A continuación, veremos la media del número de páginas que tienen los periódicos durante el mes de noviembre, en los días que apareció alguna información referida al Atlético de Madrid. Este dato nos servirá una vez conozcamos la media de las páginas que dedican a la sección de deportes y veremos el espacio que ocupa el fútbol.

6.2.4. Espacio dedicado en los periódicos

6.2.4.1. Páginas de los diarios

FIGURA 1.12.



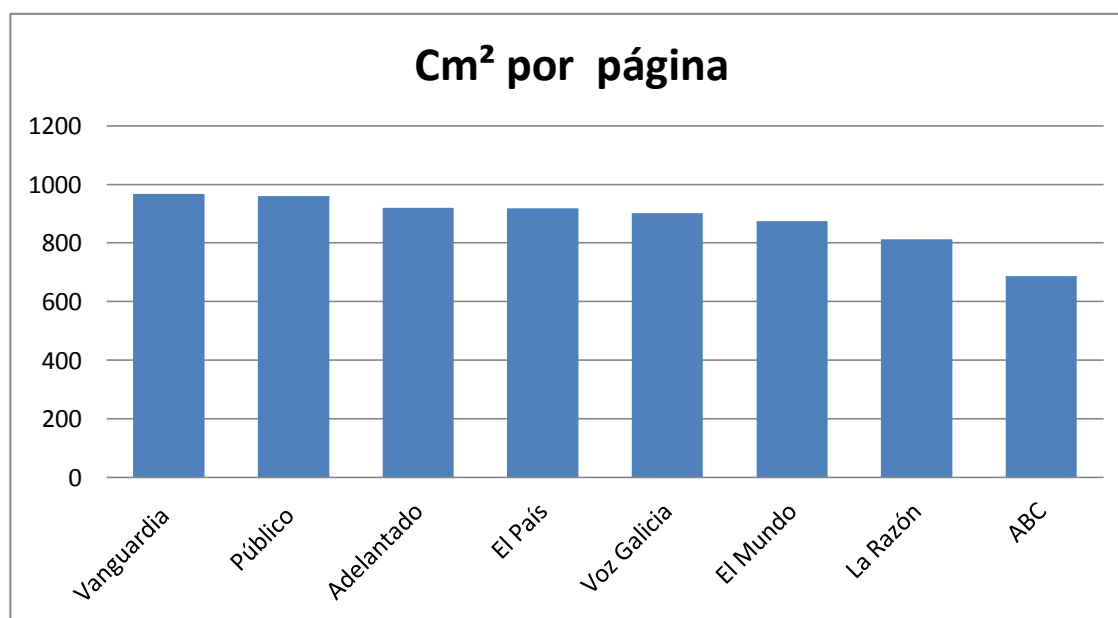
ABC es fiel a su historia y es el periódico que más páginas lleva, con un promedio de 103,4, en los días en lo que apareció alguna información sobre el Club Atlético de Madrid. A continuación aparece *La Razón*, con casi 94 páginas (93,9). *La Vanguardia* tiene 74,4 páginas, mientras que *La Voz de Galicia*, *El País* y *El Mundo* contienen 63,2, 62,1 y 60,3 respectivamente. *Público* tiene 58,3 y *El Adelantado de Segovia* 51,2 páginas. El promedio, en este caso, se sitúa en 70,8 páginas.

6.2.4.2. Superficie de una página de cada periódico

TABLA 1. Fuente: *Guía de los Medios de Comunicación de España. Diciembre 2008, Enero y Febrero 2009*. Madrid. Remarca. 2009.

Periódico	Dimensiones de la página	cm ²
<i>ABC</i>	30,5 cm x 22,5 cm	686,25 cm ²
<i>El Adelantado de Segovia</i>	36,1 cm x 25,5 cm	920,55 cm ²
<i>El Mundo</i>	34,3 cm x 25,5 cm	874,65 cm ²
<i>La Razón</i>	32 cm x 25,4 cm	812,8 cm ²
<i>El País</i>	36,9 cm x 24,9 cm	918,81 cm ²
<i>Público</i>	36,5 cm x 26,3 cm	959,95 cm ²
<i>La Vanguardia</i>	37,2 cm x 26 cm	967,2 cm ²
<i>La Voz de Galicia</i>	36,1 cm x 25 cm	902,5 cm ²

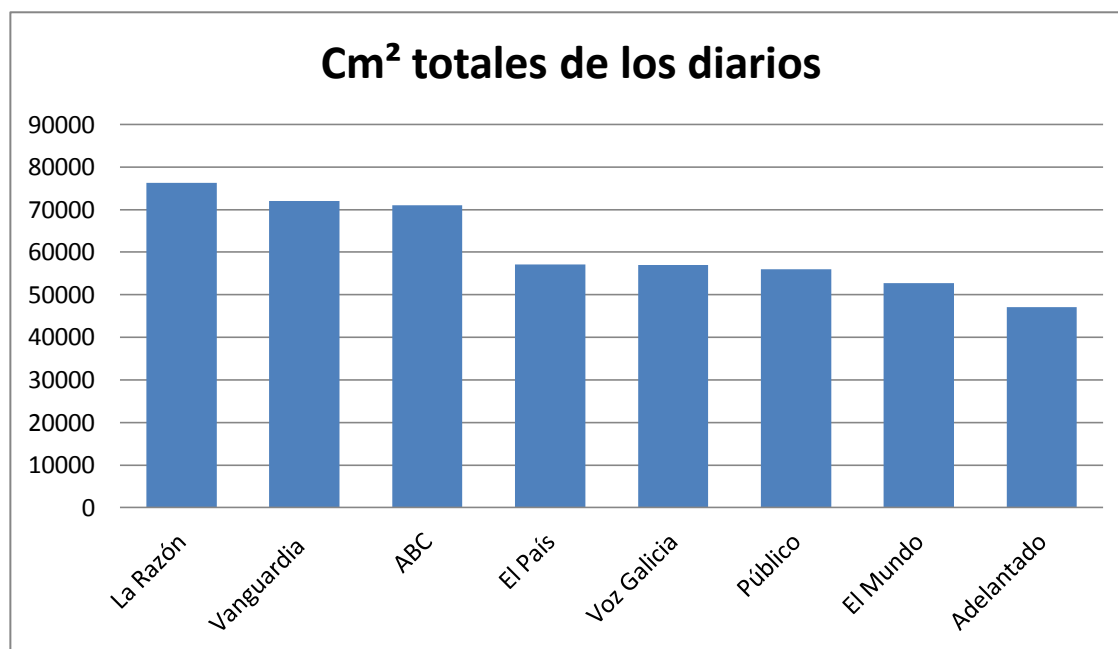
FIGURA 1.13.



Las dimensiones de la mancha también cobran una especial relevancia y observamos como *ABC* y *La Razón*, que eran los periódicos que más páginas publican, son los que menos cm² ofrecen por página . El promedio de todos ellos es 880,3 cm².

6.2.4.3. Superficie total de los diarios

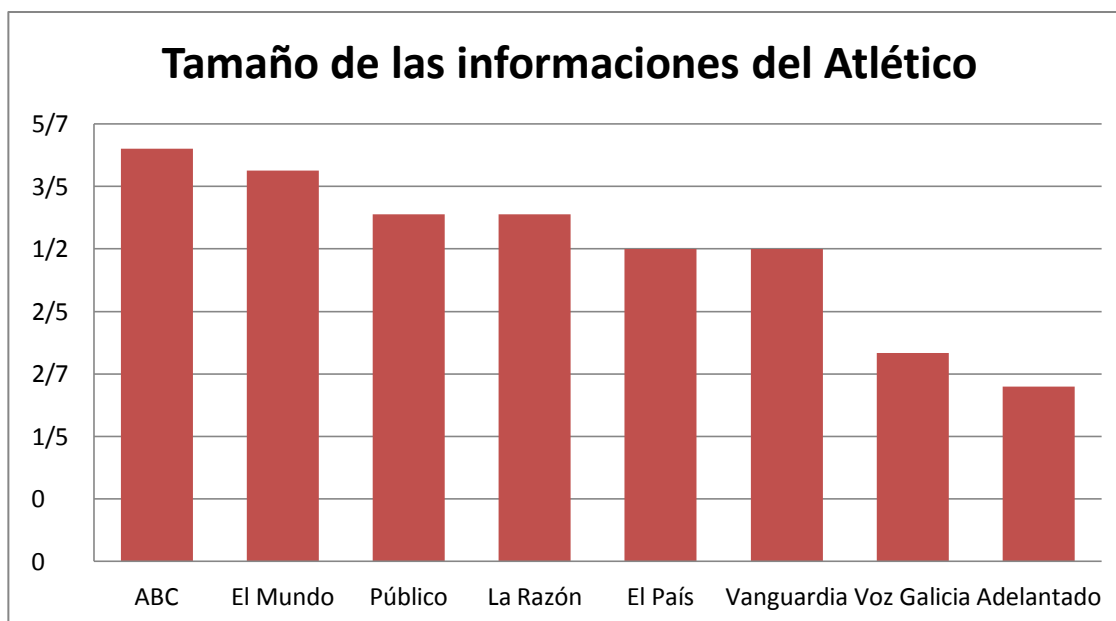
FIGURA 1.14.



Después de tener en cuenta el promedio del número de páginas totales de cada uno, así como los cm² por página de cada diario, podemos decir que *La Razón* es el periódico que más cm² publica, 76321,9. Le sigue *La Vanguardia* con 71959,6 cm² y *ABC* con 70963,4 cm². El siguiente escalón se encuentra a una distancia considerable, tal y como se aprecia en el gráfico. En cuarto lugar está *El País*, con 57058,1 cm² y con datos muy similares aparece *La Voz de Galicia*, con 57038 cm², *Público* ofrece 55965 cm², mientras que *El Mundo* y *El Adelantado de Segovia*, cuentan con 52741,3 cm² y 47132,1 cm², respectivamente. La media, en este caso, se sitúa en 61147,4 cm².

6.2.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético

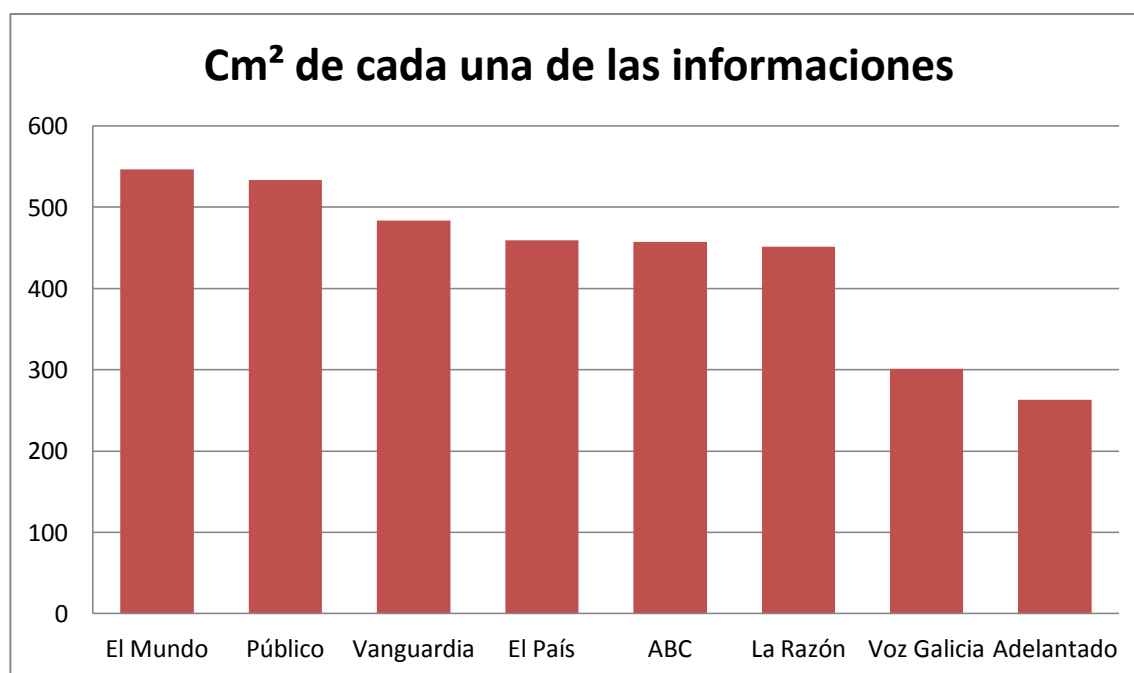
FIGURA 1.15.



En cuanto al tamaño de las informaciones que aparecieron en los periódicos estudiados durante el mes de noviembre, hay que señalar que *ABC* es el diario cuyas informaciones del Atlético de Madrid son más grandes, $\frac{2}{3}$, lo que supone que el 66,6% de la página. Datos similares los de *El Mundo* con $\frac{5}{8}$, lo que significa el 62,5%. *La Razón* y *Público* presentan los mismos datos, $\frac{5}{9}$, o lo que es lo mismo, el 55,5%. *El País* y *La Vanguardia* coinciden también en resultados, $\frac{1}{2}$, es decir, que cada vez que hay un tema del Atlético, ocupa de media el 50% de la página. Y por debajo del umbral de la media página se encuentran *La Voz de Galicia* con $\frac{1}{3}$ (33,3%) y *El Adelantado de Segovia* con $\frac{2}{7}$ (28,5%).

6.2.4.5. Superficie de cada una de las informaciones

FIGURA 1.16.



Si tenemos en cuenta los datos anteriores del promedio del tamaño de las informaciones de cada periódico y la media de los cm² de página de cada diario, obtenemos los cm² de cada información del Atlético que aparece en uno de estos periódicos. Cada vez que aparece un tema del club en *El Mundo* ocupa 546,6 cm², seguido por *Público*, con 533,3 cm². Después cada información del Atlético que se publica en *La Vanguardia*, supone 483,6 cm², tras ellos, con datos bastante parecidos, encontramos a *El País* con 459,4 cm², *ABC* con 457,5 cm², *La Razón* 451,5 cm², *La Voz de Galicia* 300,8 cm² y *El Adelantado de Segovia* con 263 cm², por lo que la media es 436,9 cm².

A los resultados obtenidos con anterioridad, referidos a los cm² de promedio que ocupan cada una de las informaciones hemos introducido una variante más. Se trata del número de noticias, crónicas, reportajes o columnas de opinión que aparecieron durante el mes de noviembre de 2009 en cada uno de los periódicos. Así, si se multiplica lo anterior por el número de informaciones de cada diario se obtiene el total de los cm² que cada diario dedicó al Atlético de Madrid.

6.2.4.6. Superficie dedicada al Atlético

FIGURA 1.17.



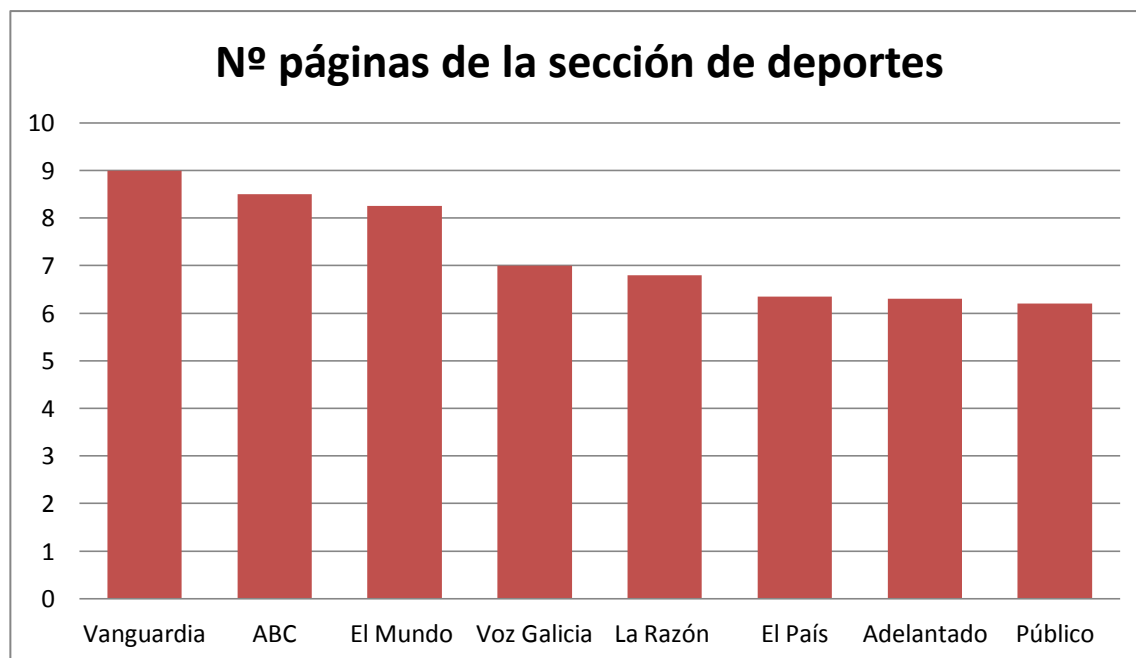
Este gráfico arroja resultados significativos en nuestra investigación. *El Mundo* fue el periódico que más cm² dedicó al Atlético (14758,2) en el mes de noviembre de 2009, a pesar de que no fue el que mayor número de noticias publicó. Precisamente fue *La Razón* quien lo hizo y es el segundo periódico que más espacio rojiblanco publicó (13996,5 cm²). La primera coincidencia de posición de número de informaciones y de cm² totales dedicados al club rojiblanco se produce con *ABC*, que fue el tercero que aportó más temas del Atlético y es el tercero en cm², 11895.

El País y *Público* recordemos que presentaron datos similares en cuanto a número de informaciones publicadas del Atlético, concretamente 20 y 19, respectivamente. Sin embargo, es *Público* (10132,7) el que ocupa el cuarto lugar en cm² y lo hace en detrimento de *El País*, que presenta 9188 cm². A partir de aquí crecen enormemente las distancias y se diferencian mucho los periódicos que van dirigidos a todo el país y los que tienen repercusión en zonas de carácter más regional. *La Vanguardia* escala dos posiciones respecto a la tabla del número de informaciones y a pasar de ser el diario que menos noticias ofreció del Atlético, con 4836 cm² se sitúa por encima de *La Voz de Galicia* (que repite penúltima posición, con 4211,2 cm²) y de *El Adelantado de Segovia*

que fue el periódico que menos espacio concedió al Atlético, concretamente 3945 cm². El promedio de este apartado se sitúa en 9120,3 cm².

6.2.4.7. Páginas dedicadas a la sección de deportes

FIGURA 1.18.



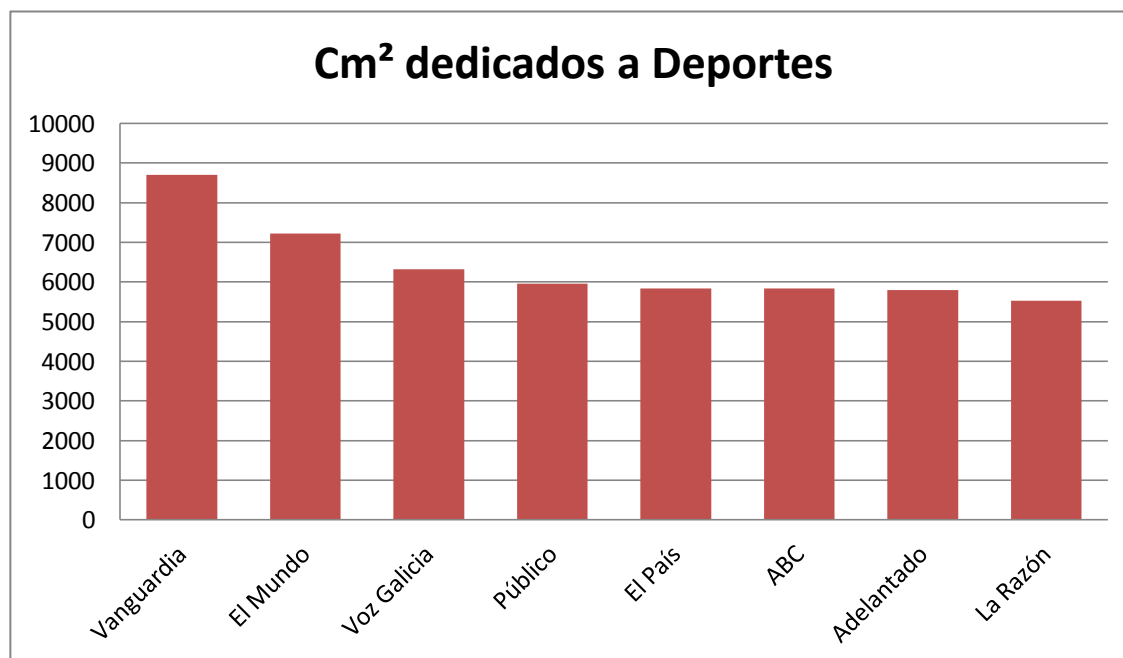
En la figura podemos observar el promedio del número de páginas dedicadas a la sección de Deportes, en los días que aparecieron informaciones del Atlético de Madrid. *La Vanguardia* es el periódico que más espacio concede a Deportes, con una media de 9. Le sigue *ABC* con 8,5 páginas de media y en tercer lugar *El Mundo*, con 8,25 páginas. Después aparece *La Voz de Galicia* con 7 y *La Razón*, con 6,8. *El País* y *El Adelantado de Segovia* ofrecen casi lo mismo, 6,35 y 6,3, respectivamente y por último *Público* con 6,2 páginas. Como resultado de todas las medias de los ocho periódicos, obtenemos que la media de páginas dedicadas a la sección de Deportes es 7,3 páginas. Por lo que *La Vanguardia*, *ABC* y *El Mundo* están por encima de manera destacable.

Sin embargo, a la hora de hablar de cm² dedicados a la sección deportiva, se producen algunos cambios en las posiciones citadas con anterioridad. Así, *La Vanguardia*, además de ser el que más páginas de Deportes ofreció en los días que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid, fue también el que más cm² le dedicó, 8704,8. *El Mundo* crece una posición y se coloca en segundo lugar, con 7215,8 cm². *La Voz de Galicia* aportó 6317,5 cm², seguida de *Público* con 5951,6 cm² y de *El*

País, 5834,4 cm². *ABC* pierde un buen número de posiciones debido fundamentalmente a las dimensiones de sus páginas, brindando 5833,1 cm². *El Adelantado de Segovia* se coloca en un invariable penúltimo lugar, con 5799,4 cm². Y por último, *La Razón*, al que le ocurre algo parecido a lo de *ABC* y suma 5527 cm².

6.2.4.8. Superficie dedicada a Deportes

FIGURA 1.19.



El promedio de cm² de las páginas dedicadas a Deportes, de todos los diarios que hemos estudiado en la muestra del mes de noviembre de 2009 es de 6397 cm². Lo que supone que tan sólo dos diarios, en este caso *La Vanguardia* y *El Mundo*, se sitúen por encima de la misma.

6.2.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes

Como es sabido y muchas veces criticado, el fútbol es con amplísima diferencia el deporte que más espacio ocupa en esta sección de los periódicos. Casi por norma hay informaciones relacionadas con el Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y del resto de equipos prácticamente a diario. Sin embargo, el resto de disciplinas aparecen sólo cuando hay un evento de importante envergadura o cuando algún deportista español destaca a nivel internacional. Los casos de Fernando Alonso en automovilismo, Rafa Nadal en tenis o Pau Gasol en baloncesto, son los casos más evidentes en la actualidad.

Esto se ha comprobado, una vez más, en el seguimiento de que hemos realizado de los diarios durante el mes de noviembre de 2009.

FIGURA 1.20.



La Vanguardia, además de ser el periódico que más información de Deportes ofrece, es el diario que dedica más espacio al fútbol, con 6,8 páginas de media y 6576,9 cm², en los días que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid, lo que supone el 75,5% de su espacio dedicado a información deportiva. Seguidamente está *ABC* con 6,1 páginas y 4186,1 cm² (71,7%) y *El Mundo* con 6 páginas y 5247,9 cm² (72,7%). En cuarto y quinto lugar se encuentra, *El País* y *Público*, con 5,1 páginas y 4685,9 cm² (80,3%), y 5 páginas y 4799,7 cm² (80,6%). *La Razón* (3901,4 cm²) y *La Voz de Galicia* (4332 cm²) ofrecen exactamente las mismas páginas, 4,8 y unos porcentajes de 70,5 % y 75,7%, respectivamente. Y en último lugar está *El Adelantado de Segovia*, con 4,4 páginas (4050,4 cm²) dedicadas al llamado "deporte rey" y un espacio de su sección de Deportes de 69,8%. El promedio de todos los periódicos es de 5,3 páginas de fútbol en la sección de deportes y 4722,5 cm², lo que significa el 74,6% del espacio. En cuanto al resto de disciplinas deportivas, queda de manifiesto que tienen una presencia mucho más escasa en los periódicos estudiados. Así, *ABC* es el diario que más páginas concede a otros deportes, 2,4 (1647 cm²), lo que significa el 28,2% de su espacio deportivo. *El Mundo* aparece en segundo lugar con 2,25 páginas

(1967,9 cm²) y un 27,2%. *La Vanguardia* (2127,8 cm²) presenta unos números similares a *El Mundo*, con 2,2 páginas, pero su porcentaje es inferior (24,4%). Cerca se sitúa *La Razón*, con 2 páginas y 1625,6 cm² (29,4%). *El Adelantado de Segovia* también ronda las 2 páginas, concretamente 1,8 y 1749 cm² (30,1%). Por su parte, *La Voz de Galicia* ofrece 1,7 páginas y 1534,2 cm² (24,2%) y más rezagados están *El País* y *Público*, con 1,25 páginas y 1148,5 cm² (19,6%) y 1,2 páginas y 1151,9 cm² (19,3%) respectivamente. La media, en este caso se sitúa en 1,8 páginas y 1618,9 cm² (25,3%).

FIGURA 1.21.

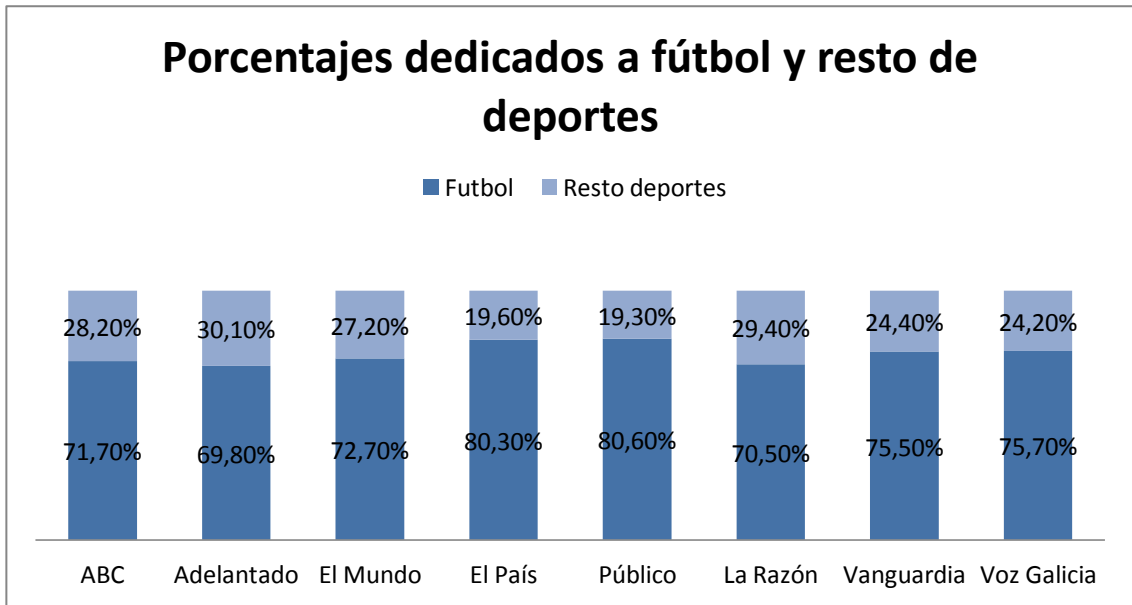
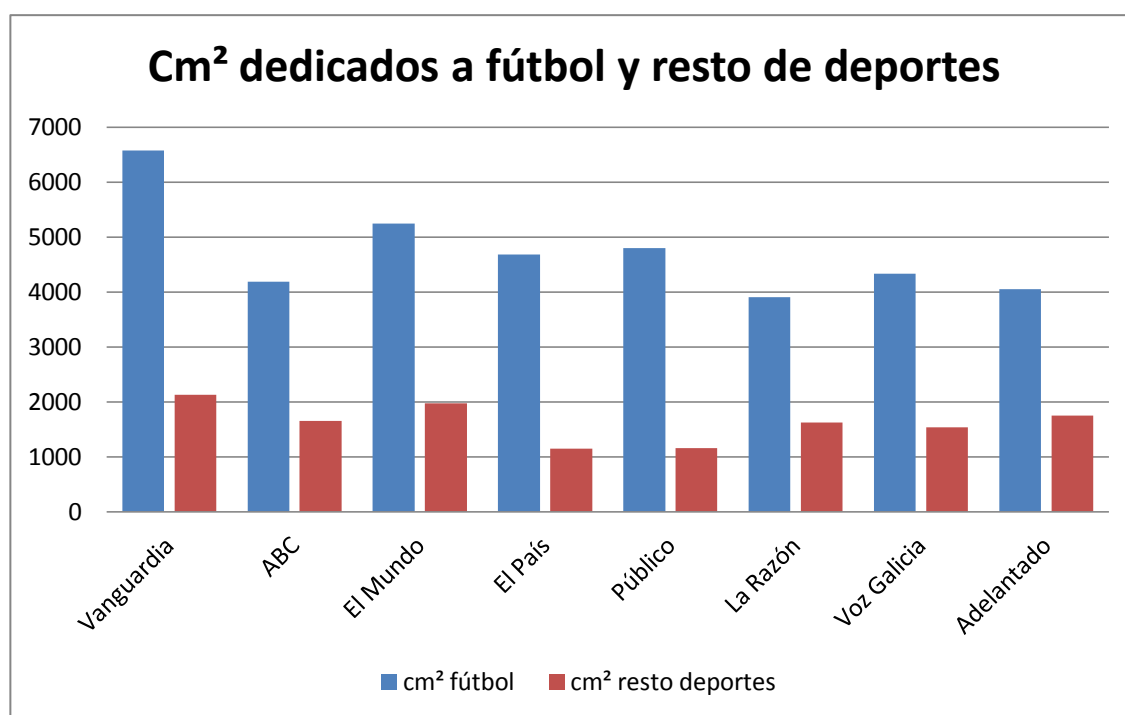


FIGURA 1.22.



6.2.5. Protagonistas

6.2.5.1. Actores que aparecen en las informaciones

Después de analizar los aspectos anteriores, hemos pretendido mostrar la presencia de los diferentes actores en los periódicos estudiados a lo largo del mes de noviembre. Debido a la cantidad de nombre que son citados, hemos establecido siete categorías que resultan más representativas. Así, la primera se refiere al "Atlético", es decir, cada vez que el nombre del club ha sido citado de una de estas tres maneras: "Atlético", "Atleti" o "Atlético de Madrid".

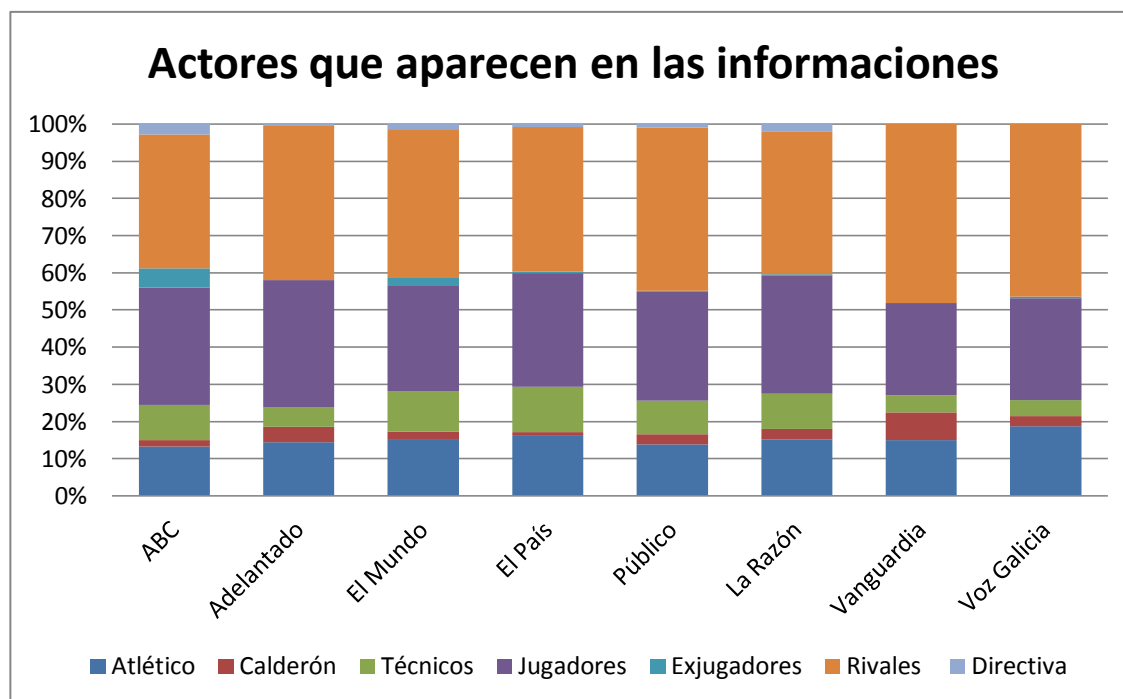
La segunda categoría, denominada "Calderón", está dedicada a las veces que se ha nombrado el estadio rojiblanco de las siguientes formas: "Vicente Calderón", "Calderón", "Manzanares" (cabe recordar que el recinto atlético se llamaba "Estadio del Manzanares" antes de pasar a denominarse de la misma forma del que fuera su presidente durante 21 años).

El tercer grupo "Técnicos" engloba al entrenador del equipo en ese momento, Quique Sánchez Flores, además de sus ayudantes y colaboradores y hemos querido incluir a Abel Resino, antecesor de Quique en el banquillo y que fue destituido pocas fechas del inicio de nuestro estudio, por lo que las referencias a su persona son frecuentes.

La categoría "Jugadores" se refiere a los todos los futbolistas de la plantilla del Atlético de Madrid. Aunque cuando se desglose la información de cada diario, se hará hincapié en la especial relevancia que tienen Forlán y Agüero en el momento actual del club. Otro apartado está dedicado a "Exjugadores" que han pasado por la entidad y que se hace alguna referencia en momento determinados.

Una categoría importante es la de "Rivales", ya que es una de las que más menciones suma. Están incluidos los equipos adversarios, así como sus directivos, entrenadores o jugadores. Y por último, la categoría reservada para la "Directiva" que se compone de las menciones que se hicieron de Enrique Cerezo, presidente del Atlético de Madrid; Miguel Ángel Gil Marín, director general y máximo accionista de la entidad; y Jesús García Pitarch, director deportivo, que aunque no tenía una función directiva en cuanto a toma de decisiones institucionales, era el responsable de la confección de la plantilla.

FIGURA 1.23.



El periódico que más se utilizó el nombre del club fue *La Razón*, el término "Atlético" fue citado 92 veces, o lo que es lo mismo, el 15,1% de los nombres citados por este diario durante el mes de noviembre. *El Mundo*, lo hizo 80 veces, lo que supone el 15,2% del total. En tercer lugar está *El País*, con 75 veces, que significa el 16% de todos sus nombres propios. *ABC* lo hizo 60 veces (13,20%). Después aparece *Público*, que lo cita en 58 ocasiones (13,7%), seguido de *La Voz de Galicia*, que lo hizo en 47

oportunidades, siendo el que más utilizó el término proporcionalmente, alcanzando el 18,6%. Y a una distancia prudencial se encuentra *La Vanguardia* y *El Adelantado de Segovia* que al Atlético de Madrid en 32 (14,9%) y 27 (14,3%), respectivamente. El resumen de esta primera categoría es que el término "Atlético" fue utilizado 58,8 veces de media, que supuso el 15,3% de los términos citados.

En cuanto a la categoría que se refiere al estadio del club, *La Razón* (17 veces y 2,8%) fue el diario que más hizo referencia al Vicente Calderón. Cerca estuvo *La Vanguardia*, que lo citó en 16 oportunidades, y porcentualmente, fue que el más lo nombró, con amplísima diferencia sobre el resto, llegando a 7,40% de todos los nombres propios que aparecieron en las informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid en este periódico. *Público* y *El Mundo* se refirieron al estadio casi las mismas veces 12 y 11, respectivamente, con unos porcentajes de 2,80% y 2%. *ABC* y *El Adelantado de Segovia* lo citaron 8 veces, pero esto supuso el 1,70% de los nombres propios para *ABC* y el 4,2% de *El Adelantado de Segovia*. *La Voz de Galicia* lo hizo 7 veces (2,7%) y *El País* sólo lo nombró en 5 ocasiones (1%). El promedio de las veces que los periódicos nombraron el estadio Calderón se situó en 10,5 veces y un porcentaje de 3,08%.

En cuanto a los "Técnicos", *La Razón* fue el diario que más citó a Quique Sánchez Flores, Abel Resino y sus ayudantes, con 58 ocasiones y el 9,5% de su total. Le siguieron *El Mundo* y *El País*, lo citaron 57 veces, lo que supuso el 10,8% para los primeros, y el 12,2% para los segundos. *ABC* los nombró en 43 citas y el 9,4% de todos sus nombres propios. Detrás se colocó *Público* con 38 y el 9%. Y a una gran distancia se sitúan los periódicos de corte más local, como son *La Voz de Galicia* (11 veces, 4,3%), *El Adelantado de Segovia* (10 ocasiones y 5,30%) y *La Vanguardia* (10 veces, 4,6%). La media de veces que se refirieron a los técnicos fue 29,5 veces, y el 8,1% de total.

La categoría "Jugadores" es la segunda que más nombres propios suma con amplísima diferencia. Este apartado en cuanto a cantidad de nombres por periódico, está directamente relacionado con el número de noticias que aportaron los diarios y que hemos visto en puntos anteriores. Así, *La Razón*, como es el diario que más informaciones rojiblancas aportó durante noviembre, también es el periódico que citó más nombres de futbolistas de la actual plantilla del Atlético de Madrid, en concreto 193. Lo que supuso 31,70% de su total. *El Mundo*, *ABC* y *El País* presentan unas cifras

muy similares en cuanto a cantidad, ya que después de un mes de estudio, sólo les diferencian unos pocos nombres. *El Mundo* nombró 148 veces, a los jugadores, *ABC* lo hizo 143 veces, mientras que *El País* 142. Como vemos, datos muy parecidos, apenas significativos si tenemos en cuenta la muestra total. Y esto también se traduce en sus porcentajes. Para *El Mundo* esta cantidad supone el 28,1% de todos los nombres encontrados en sus páginas, relacionados con el Atlético de Madrid, para *ABC* el 31,4% y para *El País*, un punto menos, es decir, 30,4%. *Público* está a medio camino, nombra a los futbolistas 123 veces, lo que significa el 29,20%. Y ya, mucho más rezagados están los diarios que no tienen tanta repercusión en toda España como son *La Voz de Galicia*, con 69 ocasiones y el 27,3%, seguido de *El Adelantado de Segovia*, con 64 veces, aunque sin embargo, es el periódico que más futbolistas de la plantilla nombra porcentualmente respecto a su total, el 34%. Y en último lugar aparece *La Vanguardia*, que nombra a los futbolistas 53 veces y, además, es el que menos porcentaje le dedica a este apartado, 24,7%. El promedio de todos los diarios es de 116,8 las veces que los nombran, lo que supone un porcentaje medio de 29,6%

En el apartado dedicado a "Exjugadores" se puede observar que, para algunos periódicos, no tiene demasiado interés citar a futbolistas que militaron en las filas del conjunto colchonero. De esta forma, sólo *ABC* (24) y *El Mundo* (12) nombraron exfutbolistas con más frecuencia, son los únicos que superaron el 2% de su total, 5,20% en el caso de *ABC* y 2,20% en el de *El Mundo*. El resto de diarios sólo nombraron uno o dos exjugadores en todo el mes. *El País* y *La Razón* lo hicieron 2 veces, *Público* y *La Voz de Galicia* 1 sola vez, y en *El Adelantado de Segovia* y *La Vanguardia* ninguna. En todos estos, esporádicos en unos e inexistente en otros, casos no llegaron ni al 0,5% de su total. Aún así, debido a los datos que presentan *ABC* y *El Mundo*, la media queda en 5,8 exjugadores nombrados y un 1% del total de actores.

En cuanto a las ocasiones que se nombra a la "Directiva", hay que señalar que en un momento de poca tranquilidad a nivel institucional, los diarios de información generalistas se centran más en el delicado momento deportivo que atravesaba el club en el mes de noviembre. *ABC* y *La Razón* citan a Enrique Cerezo, Gil Marín o García Pitarch 13 y 12 veces. *El Mundo* lo hace 7, *El País* y *Público* 4, *El Adelantado de Segovia* lo hace solamente 1 vez y *La Vanguardia* ninguna. En cuanto a porcentajes, para *ABC* supone el 2,8%, mientras y el resto no llega ni al 2%. Así, el promedio se

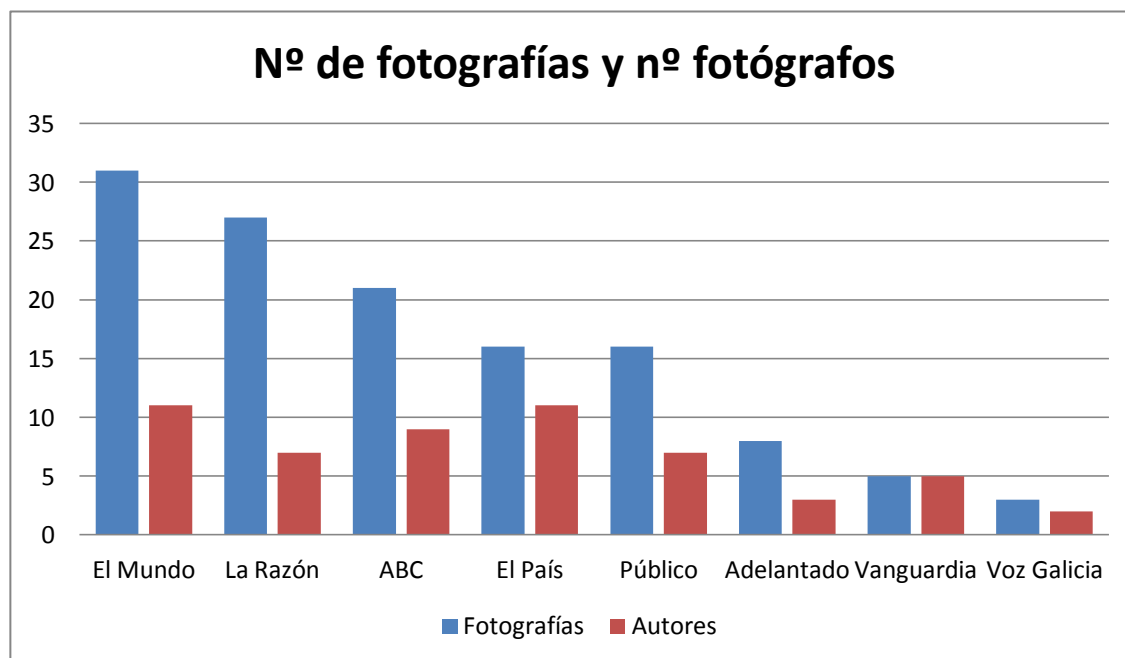
sitúa en 5,1 las veces que se nombró a la directiva en el mes de noviembre, lo que supone el 1% de los nombres de los actores que aparecen en las informaciones.

Si bien es cierto que si se suman todos los apartados anteriores superarían holgadamente a la categoría "Rivales", llegando aproximadamente al 58%, como en ésta se encuentran incluidas todas las categorías anteriores, pero referidas a otros clubes adversarios, es de las siete categorías establecidas la que más porcentaje tiene, el 41,6% y 158,7 veces de media. *La Razón* nombra a rivales del Atlético 233 veces, el 38,3% de su total. Le sigue *El Mundo* que lo hace en 210 oportunidades, lo que en consecuencia es el 40% de los todos los actores que citan. *Público* (185) y *El País* (181) presentan datos similares, lo que supone el 43,9% para los primeros y el 38,8% para los segundos. *ABC* menciona a 163 rivales (35,9%). Y por detrás están *La Voz de Galicia* (117), *La Vanguardia* (103) y *El Adelantado de Segovia* (78), con unos porcentajes de 46,40%, 48,1% y 41,4%, respectivamente.

6.2.5.2. Fotografías y fotógrafos

Nos ha resultado interesante conocer el número de informaciones del Atlético de Madrid que llevan fotografía. ya que, en muchas ocasiones, aporta una información absolutamente necesaria porque, por sus características propias, cuenta aquello a lo que no pueden llegar las palabras escritas.

FIGURA 1.24.



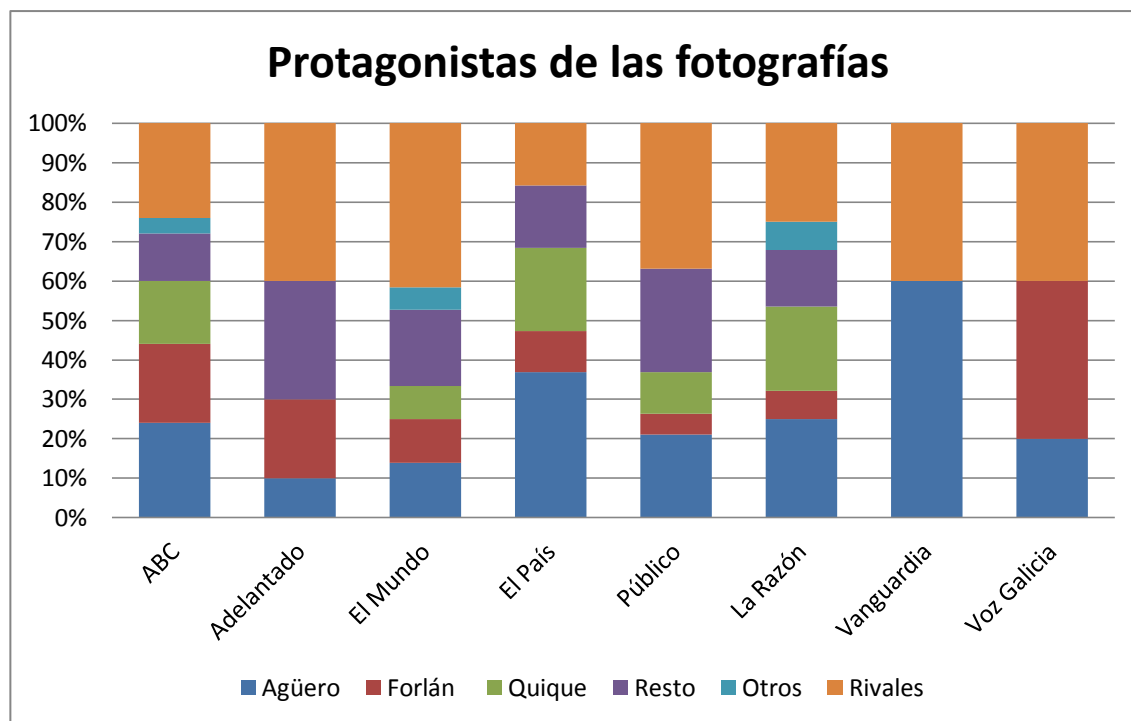
De esta forma, el diario que más fotografías publicó durante el mes de noviembre de 2009, relacionadas directa o indirectamente con el Atlético de Madrid fue *El Mundo*, con 31 fotos y una diferencia notable respecto a los demás. Estas 31 instantáneas fueron tomadas por 11 autores diferentes. *La Razón* publicó 27, pero en este caso sólo hicieron falta 7 fotógrafos. En tercer lugar se sitúa *ABC*, 20 fotografías de 8 autores diferentes. *El País* y *Público* aportaron 16, con 11 y 7 autores, respectivamente. Y partir de aquí hay una distancia importante con el resto. *El Adelantado de Segovia* portaba 8 fotografías de 3 autores, *La Vanguardia* 5 fotos de 5 autores y *La Voz de Galicia*, 3, de 2 autores. Hay que señalar, en este apartado, que muchos diarios utilizan fotografías de agencia. Aunque en algunos casos se especifica el nombre del autor, hemos contabilizado el nombre de la agencia, ya que eran pocos casos y así poder sacar conclusiones.

El promedio de las fotografías del Atlético de Madrid durante el mes de noviembre de 2009 se sitúa en 15,875. Es decir, cada dos días apareció una foto del conjunto

rojiblanco en los periódicos que hemos utilizado para la muestra. Y casi 7 fotógrafos de media fueron los autores de las mismas.

6.2.5.3. Protagonistas de las fotografías

FIGURA 1.25.



Hemos querido conocer quiénes son los protagonistas de esas fotografías. Para ello hemos establecido seis grupos representativos. El primero es el que integra las instantáneas en las que aparece el jugador argentino, Sergio "Kun" Agüero; el segundo lo forman las fotos en las que sale el jugador uruguayo, Diego Forlán; el tercero es el grupo en las que aparece el entrenador del equipo rojiblanco, Quique Sánchez Flores; en el cuarto grupo se han englobado al resto de jugadores de la plantilla del Atlético de Madrid; en el quinto grupo, denominado "Otros", lo forman directivos, ex directivos y antiguos jugadores de la entidad; y el sexto y último es en el que aparecen imágenes de rivales, pero en informaciones relacionadas con el club madrileño.

Agüero es el único futbolista del que aparecen fotografías en todos los periódicos. Ocupa el 24% de las fotografías del Atlético de ABC, el 10% de *El Adelantado de Segovia*, el 13,8% de *El Mundo*, el 36,8% de las de *El País*, el 21% de *Público*, el 25%

de *La Razón*, el 60% de *La Vanguardia* y el 20% de *La Voz de Galicia*. La media de todos los periódicos es 26,3%.

A una distancia notable de su compañero, Forlán es el segundo jugador de la plantilla del que más fotografías aparecen, Así, sale en el 20% de las fotografías del Atlético de ABC, el 20 % de *El Adelantado de Segovia*, el 11,1% de *El Mundo*, el 10,5% de las de *El País*, el 5,2% de *Público*, el 7,1% de *La Razón*, el 40% de *La Voz de Galicia* y no aparece ninguna fotografía suya en *La Vanguardia*. El promedio de los diarios en este caso se sitúa en 14,23%.

En tercer lugar, las imágenes de Quique Sánchez Flores, entrenador del Atlético de Madrid y que en esos días de noviembre vivía sus inicios en el banquillo de la entidad del Manzanares. Quique apareció en el 16% de las fotografías del Atlético de ABC, el 8,3% de *El Mundo*, el 21% de las de *El País*, el 10,5% de *Público*, el 21,4% de *La Razón*, y no hay ninguna en *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*. Para este apartado, la media aritmética es 9,6%.

El resto de jugadores de la primera plantilla del Atlético de Madrid ocupan el 12% de las fotografías del Atlético de ABC, el 30% de *El Adelantado de Segovia*, el 19,4% de *El Mundo*, el 15,7% de las de *El País*, el 26,3% de *Público*, el 14,2%% de *La Razón*, y no aparece ninguna fotografía de jugadores rojiblancos que no sean Forlán y Agüero en *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*. El promedio, en este caso, es 14,7%.

Las fotografías del grupo "Otros" ocupan el 4% de las imágenes de ABC, el 5,5% de *El Mundo*, el 15,7%, el 7,1% de *La Razón*, y no aparece ninguna en *El Adelantado de Segovia*, *El País*, *Público*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*. El promedio del grupo es 2%.

Y, por último, el apartado de las fotografías de los rivales que aparecen en las informaciones del conjunto atlético. Ocupan el 24% de las fotografías de ABC, el 40% de *El Adelantado de Segovia*, el 41,6% de *El Mundo*, el 15,7% de las de *El País*, el 36,8% de *Público*, el 25% de *La Razón*, el 40% de *La Vanguardia* y el 40% de *La Voz de Galicia*. La media de todos los periódicos es 32,8%.

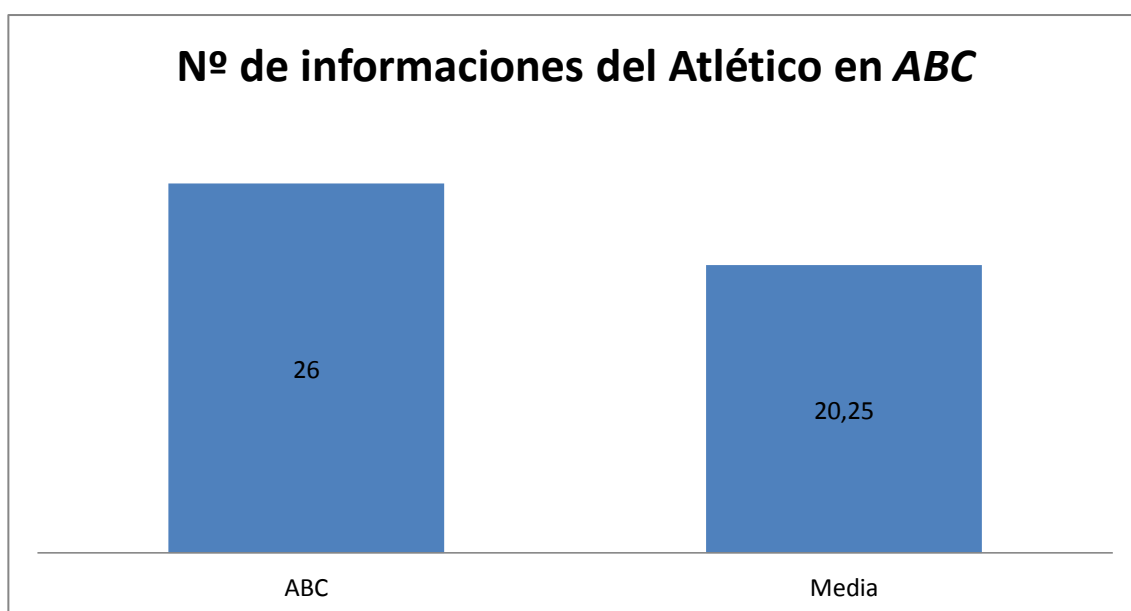
6.3. ABC

6.3.1. Informaciones

6.3.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en ABC

En el diario ABC aparecieron 26 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid, durante el mes de noviembre de 2009. Lo que supone que está 5,75 puntos por encima del promedio, situado en 20,25.

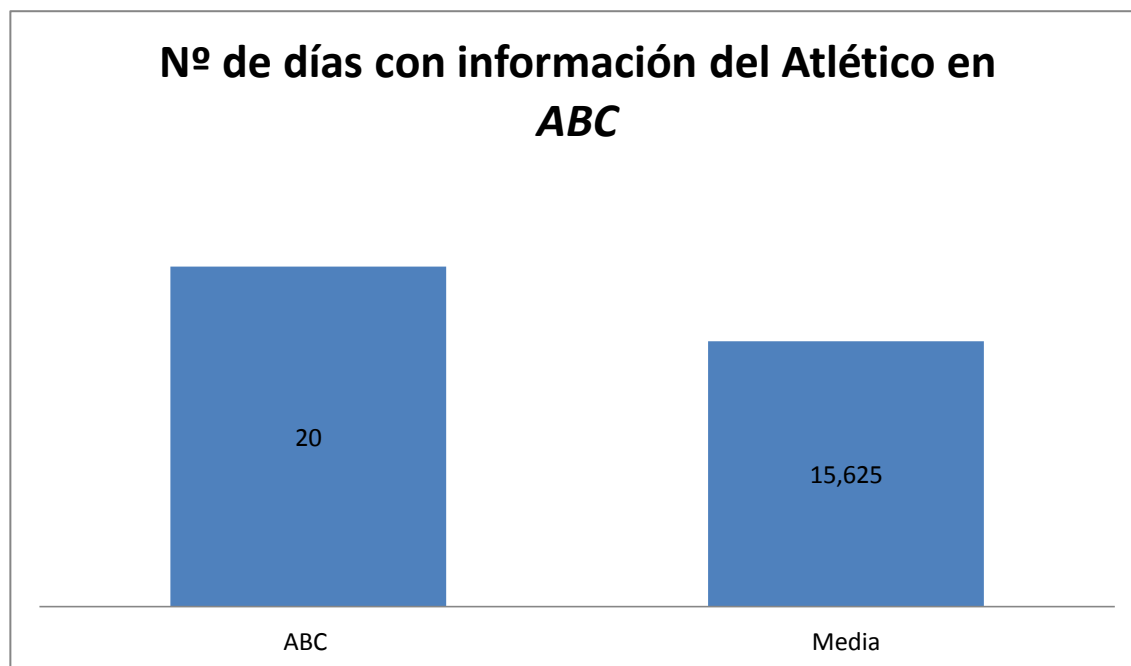
FIGURA 2.1.



Este dato significa, que de los ocho periódicos estudiados es el tercero en lo que a cantidad de información se refiere, con un 16%, sólo por detrás de *La Razón* y *El Mundo*, que atesoran el 19% y 17% .

6.3.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en ABC

FIGURA 2.2.



Esto supone que de los cinco grandes periódicos cuya sede central está en Madrid, se sitúa por delante de *El Mundo*, *El País* y *Público* y de otros que se editan fuera de la capital como *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*

Además, el diario del Grupo Vocento escala una posición en cuanto a días con información del conjunto colchonero se refiere. De los 30 días de muestra que seleccionados, el diario *ABC* informó sobre la entidad del Vicente Calderón en 20 de ellos. Sólo *La Razón* le supera en este sentido, ya que publicó algo relacionado con el conjunto de la ribera del Manzanares, 21 días. Es decir, sólo uno más que *ABC*.

Lo que se traduce en que *ABC* realiza un seguimiento regular del equipo, ya que 2 de cada 3 días informa de la actualidad rojiblanca. Le concede una importancia que provoca que tenga una presencia en el periódico el 66,6% de los días del mes.

FIGURA 2.3.



Como se puede observar en el gráfico, el día que más temas se publicaron del Atlético de Madrid fue el 8 de noviembre, con 4 informaciones. Esto se debe a que el día anterior, el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores jugó uno de los partidos más importante del año, al menos, en lo que a cobertura mediática se refiere, el derbi frente al Real Madrid, correspondiente a la 10ª jornada del Campeonato Nacional de Liga. Además de la crónica habitual, firmada por Ignacio Torrijos, hubo varias noticias relacionadas con el partido y un análisis de la situación deportiva que atravesaba el Atlético de Madrid.

A principios del mes, hubo tres días en los que aparecieron dos temas del Atlético de Madrid. El primero de ellos fue el día 1. La noche anterior el equipo había jugado el encuentro de la 9ª jornada liguera frente al Athletic Club en el estadio de San Mamés, por lo que la crónica del choque estaba asegurada, pero además hubo una entrevista de casi dos páginas al presidente de la entidad, Enrique Cerezo, en la que analizó toda la actualidad deportiva e institucional del club.

El día 3, también hubo dos noticias del Atlético: la primera tuvo que ver con el partido de Liga de Campeones que esa noche se jugaba frente al Chelsea en el estadio Calderón. Y la segunda relacionaba el bajo momento de forma que atravesaba el delantero uruguayo del Atlético, Diego Forlán, con la demora de la firma de su ampliación de su

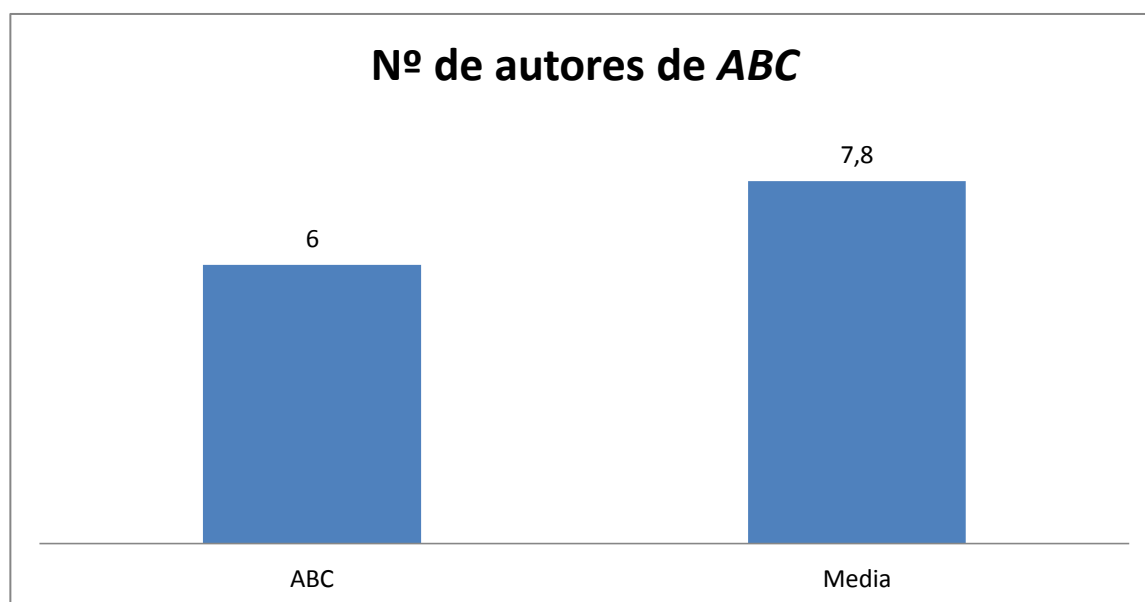
contrato. Y el tercer día con 2 noticias fue el sábado 7 de noviembre, día del choque ligero frente al Real Madrid, en el que además de la previa habitual, se hizo un análisis de los últimos derbis, concretamente desde que el Atlético recuperó la categoría de la 1ª división en 2001. Hubo 16 días en los que apareció una información del Atlético y 10 en los que no apareció ningún tema. Hecho, este último, provocado por el parón de la competición de Liga debido a diversos compromisos de la Selección Española, lo que propició que no hubiera jornada el fin de semana del 14 de noviembre. Es decir, que desde que el Atlético juega su partido de vuelta del 1/16 de final de la Copa de S.M. El Rey, el martes 10 de noviembre, hasta que vuelve la Liga el 22 de noviembre. Por este motivo, se acumulan 6 días sin noticias rojiblancas.

6.3.2. Autores

6.3.2.1 Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en ABC

Es preciso destacar que el diario *ABC* es uno de los que menor variedad de firmas presenta en las informaciones relacionadas con el Atlético. Mientras que en algunos periódicos como *La Razón* o *El Mundo* presentan 13 y 10 autores de las informaciones diferentes, *ABC* tiene 6, por detrás, en este sentido, también de *la Voz de Galicia*, *Público* y *El País*, igualado con *La Vanguardia* y por delante de *El Adelantado de Segovia*.

FIGURA 2.4.



Así, el diario *ABC* se sitúa por debajo del promedio del número de autores de todos los periódicos en 1,8 puntos. Sin embargo, como veremos a continuación, es el que mayor grado de concentración de firmas presenta (4,3), muy por encima de la media que se sitúa 2,6 informaciones por cada autor que escribe en estos diario sobre el Atlético.

6.3.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético en ABC

FIGURA 2.5.

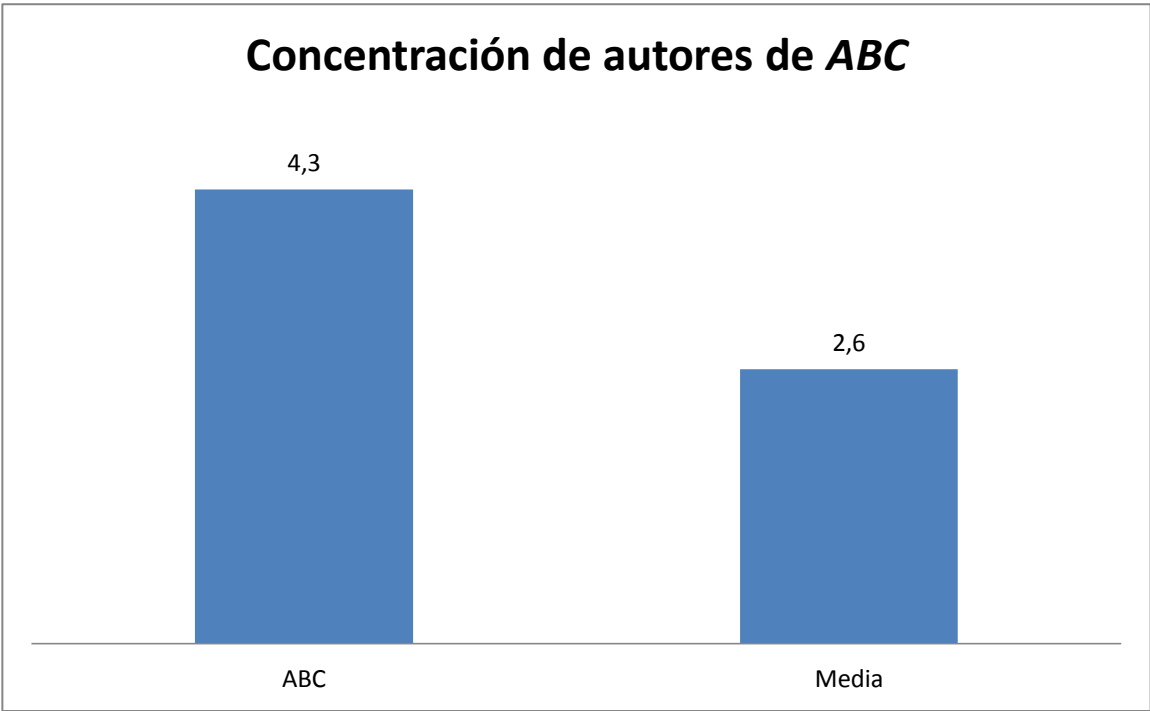
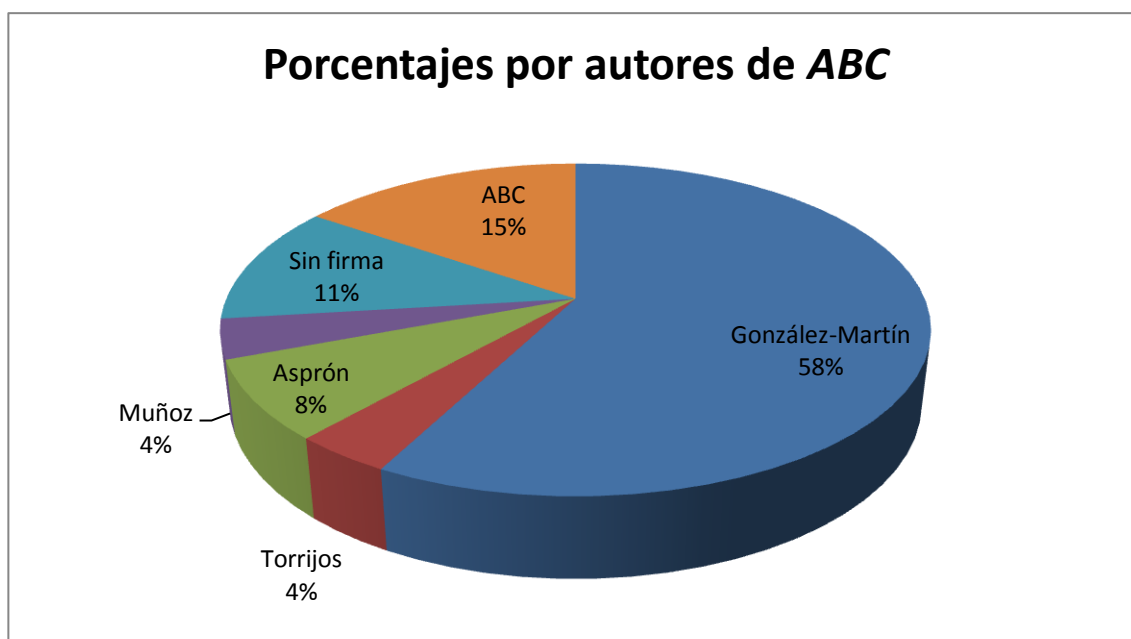


FIGURA 2.6.



De las 26 informaciones del Atlético de Madrid aparecidas en el diario *ABC* durante el periodo de muestra, 15 de ellas fueron firmadas por Tomás González- Martín, de lo que se traduce que este periodista es el encargado de seguir a diario los temas relacionados con el conjunto colchonero, ya que realiza entrevistas, crónicas y el seguimiento diario.

Hubo 4 noticias que no especificaron el nombre del autor y firmaron con el nombre del periódico. Además 3 informaciones no tuvieron ningún tipo de firma. Por su parte, Javier Asprón firmó 2 noticias, mientras que Ignacio Torrijos y G. Muñoz hicieron una cada uno.

En cuanto al temas sobre los que informa el diario, recordamos que habíamos dividido las informaciones relativas al Atlético de Madrid en cinco categorías. La primera se refiere a las informaciones que aparecieron el día después de los encuentros, es decir, la crónicas de los partidos.

Otro apartado tenía que ver con la "Situación deportiva": entrenamientos, cómo afrontan el siguiente choque, estado físico de los futbolistas y análisis de la situación del club en las distintas competiciones . Además establecimos la denominada "Previas", son informaciones publicadas el día del partido en las que se avanzan los posibles onces titulares, lesionados, sancionados, antecedentes y contexto.

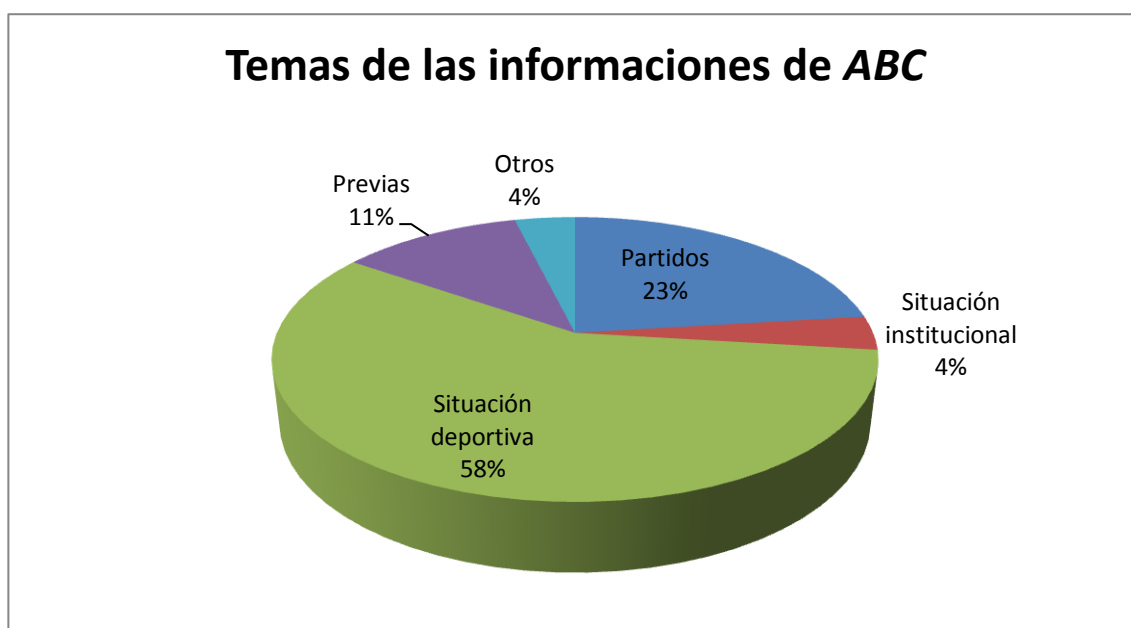
La cuarta categoría se refería a la "Situación institucional", que son informaciones relacionadas con el clima social y político del club.

Y, por último, establecimos una quinta categoría denominada "Otros". Es decir, noticias esporádicas que, por su contenido, no se podían clasificar dentro de los anteriores apartados.

6.3.3. Temas y géneros periodísticos

6.3.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en ABC

FIGURA 2.7.



Con 15 informaciones, la situación deportiva es la que conlleva un mayor espacio de las informaciones rojiblancas en ABC. Así, trataron este tema los siguientes días y con los siguientes titulares:

-2 de noviembre: "Forlán y Agüero, obsesionados".

-3 de noviembre: "El litigio de su contrato afectó al uruguayo".

-5 de noviembre : "Ahora creemos en nuestro juego y la afición cree en mí".

-6 de noviembre: "Raúl-Agüero, 11-1 en el derbi, el goleador contra el aspirante".

-7 de noviembre : "El descenso rompió el clásico".

- 8 de noviembre: "Reyes suma cincuenta partidos de sequía con la rojiblanca".
- 8 de noviembre: "Otra vez a la lona en el primer puñetazo".
- 8 de noviembre: "El gafe, con la presión del descenso".
- 9 de noviembre: "El Atlético es el segundo equipo más goleado de las grandes ligas europeas".
- 11 de noviembre: "Paseos triunfales de Atlético y Barça; el Valencia sufre contra el Alcoyano".
- 13 de noviembre: "Jurado renueva con el Atlético hasta 2013".
- 14 de noviembre: "Cléber Santana renueva con el Atlético".
- 21 de noviembre: "El peor Atlético lucha por Europa".
- 23 de noviembre: "No soporta tantas finales".
- 25 de noviembre: "Cerezo: La situación es crítica, pero no tengo miedo".

Los partidos que disputó el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores también tuvieron una especial repercusión en las páginas de *ABC*, con 6 informaciones:

- 1 de noviembre: "Quique se topa con los postes".
- 4 de noviembre: "Drogba tutea al "Kun" en calidad".
- 8 de noviembre: "Carta blanca al masoquismo".
- 22 de noviembre: "El Atlético da más miedo que pena".
- 26 de noviembre: "Agüero salva del gong".
- 30 de noviembre: "Agüero saca al Atlético del infierno".

En tercer lugar, en cuanto a cantidad, aparece lo que en el argot futbolístico se conoce como "previas", con 3:

- 3 de noviembre: "Forlán quiere renacer ante Drogba".
- 7 de noviembre: "La táctica que sorprendió al Chelsea".

-10 de noviembre: "Barcelona y Atlético, a cumplir el trámite copero ante Cultural y Marbella".

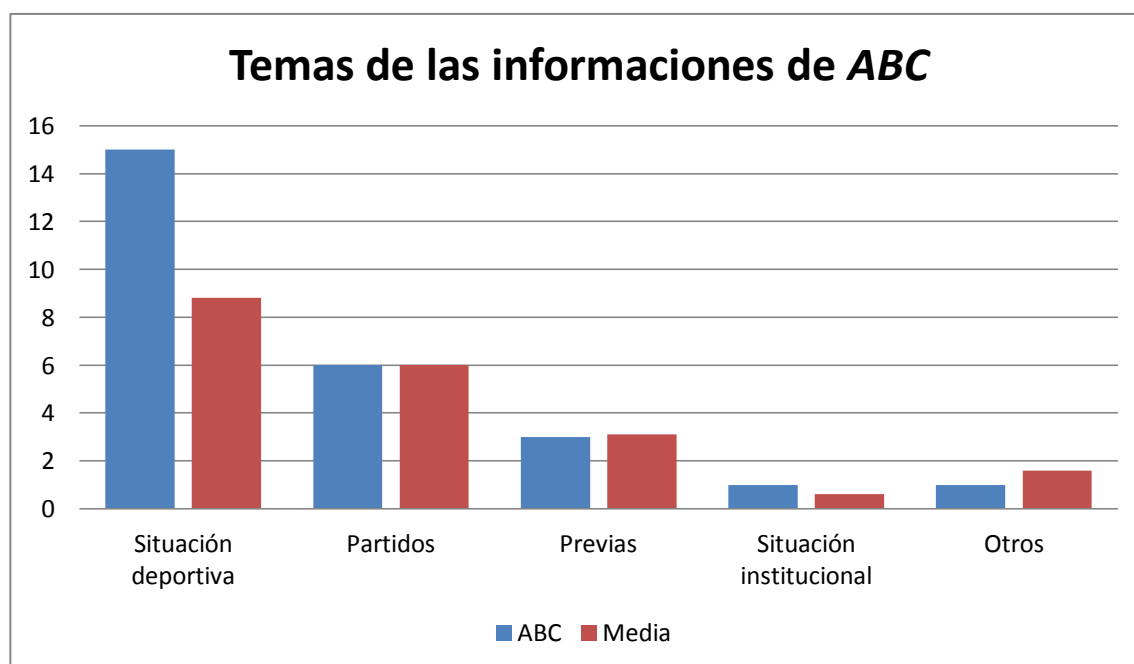
La situación institucional, a pesar de no tener una gran relevancia, estuvo presente en la muestra que tomamos durante el mes de noviembre en las páginas del periódico *ABC*:

-1 de noviembre: : "Es falso que Gil me impusiera a Quique, decidí con total libertad".

Y en cuanto al apartado "Otros", sólo hubo un ejemplo:

-18 de noviembre: "Sólo 150 euros por la pedrada a Pellegrini".

FIGURA 2.8.



El diario *ABC* ofrece un seguimiento de la situación deportiva del Atlético muy superior a la media de todos los periódicos que hemos estudiado. *ABC* publicó 15 informaciones, es decir, 6 más que la media. Por lo que podemos afirmar que tras *La Razón* es el periódico que más cuida el seguimiento del día a día del Atlético de Madrid.

En la segunda categoría, *ABC*, en este caso, coincide con la media de 6 partidos. Cubrieron los 7 choques que disputó el conjunto atlético durante el mes de noviembre, pero del que disputó el 11 de noviembre ante el Marbella, en partido correspondiente a la Copa de S. M. El Rey, no realizaron una crónica al uso, sino que resumieron todos los resultados de la ronda copera en una sola noticia, por lo que la incluimos dentro de apartado "Situación deportiva".

En el apartado "Previas" ofrece de nuevo unos números muy similares al promedio, que es 3,1, por los 3 de *ABC*. Si tenemos en cuenta que en el periodo de muestra hubo margen para haber publicado 6 previas, *ABC* sólo lo hizo la mitad de los encuentros, por detrás de *La Razón*, *El Mundo* y *El Adelantado de Segovia*.

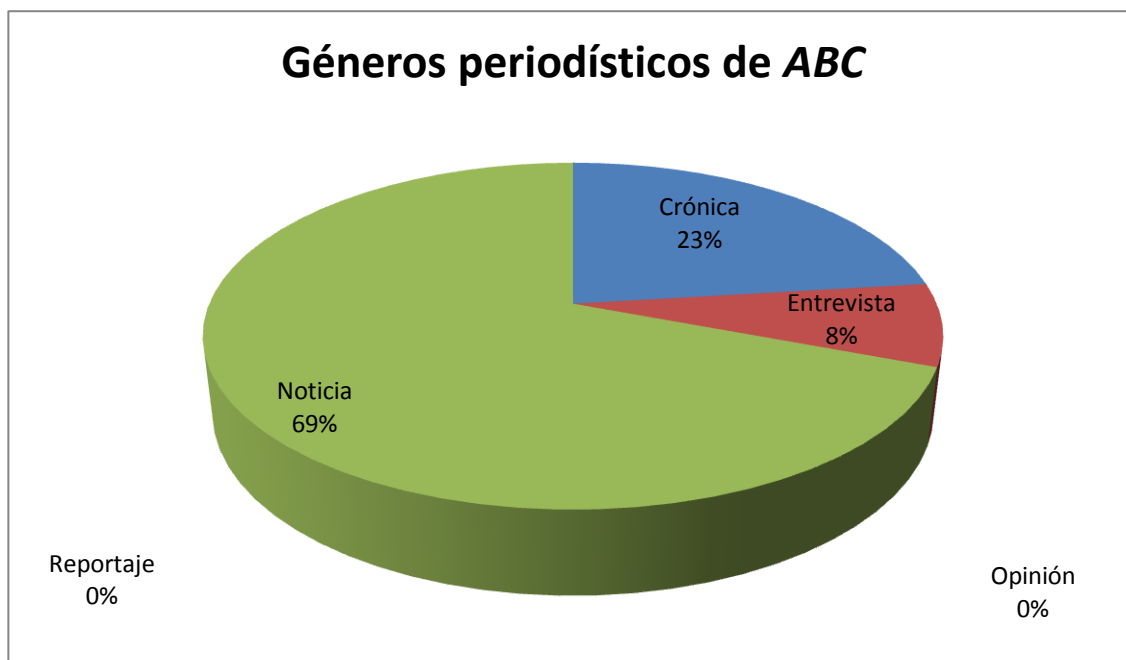
En cuanto a la situación institucional del Atlético, a pesar de que la presencia de esta categoría en todo el mes, se limita a una entrevista a Enrique Cerezo, presidente del club, publicada el 1 de noviembre, *ABC* se coloca 0,4 puntos por encima de la media de este apartado, pero otra vez por detrás de *La Razón* y *El Mundo*.

Y en la única categoría en la que este diario se encuentra por debajo de los resultado que arroja el promedio es en "Otros". Aquí, mientras que la media se sitúa en 1,5 informaciones, *ABC* sólo publicó un tema, el 18 de noviembre relacionado con una multa de 150 euros que impusieron al Atlético debido a una pedrada que recibió Manuel Pellegrini, entrenador del Real Madrid en el transcurso del derbi disputado el 7 de noviembre en el estadio Vicente Calderón, superado por *Público*, *El País* y *La Razón*, igualado con *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo* y *La Vanguardia* y por delante de *La Voz de Galicia*.

6.3.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en ABC

Recordemos que establecimos cinco categorías diferentes en este apartado: la noticia, el reportaje, la crónica, la entrevista y el artículo de opinión.

FIGURA 2.9.



Durante el mes de noviembre de 2009, ABC publicó 18 noticias relacionadas con el Atlético de Madrid:

- 2 de noviembre: "Forlán y Agüero, obsesionados".
- 3 de noviembre: "El litigio de su contrato afectó al uruguayo".
- 3 de noviembre: "Forlán quiere renacer ante Drogba".
- 5 de noviembre : "Ahora creemos en nuestro juego y la afición cree en mí".
- 6 de noviembre: "Raúl-Agüero, 11-1 en el derbi, el goleador contra el aspirante".
- 7 de noviembre: "La táctica que sorprendió al Chelsea".
- 7 de noviembre : "El descenso rompió el clásico".
- 8 de noviembre: "Reyes suma cincuenta partidos de sequía con la rojiblanca".
- 8 de noviembre: "Otra vez a la lona en el primer puñetazo".
- 8 de noviembre: "El gafe, con la presión del descenso".

-9 de noviembre: "El Atlético es el segundo equipo más goleado de las grandes ligas europeas".

-10 de noviembre: "Barcelona y Atlético, a cumplir el trámite copero ante Cultural y Marbella".

-11 de noviembre: "Paseos triunfales de Atlético y Barça; el Valencia sufre contra el Alcoyano".

-13 de noviembre: "Jurado renueva con el Atlético hasta 2013".

-14 de noviembre: "Cléber Santana renueva con el Atlético".

-21 de noviembre: "El peor Atlético lucha por Europa".

-23 de noviembre: "No soporta tantas finales".

-25 de noviembre: "Cerezo: La situación es crítica, pero no tengo miedo".

Cubrieron todos los partidos, como hemos visto en el apartado anterior, pero hemos considerado que realizaron 6 crónicas:

-1 de noviembre: "Quique se topa con los postes".

-4 de noviembre: "Drogba tutea al "Kun" en calidad".

-8 de noviembre: "Carta blanca al masoquismo".

-22 de noviembre: "El Atlético da más miedo que pena".

-26 de noviembre: "Agüero salva del gong".

-30 de noviembre: "Agüero saca al Atlético del infierno".

Realizaron 2 entrevistas, una de ellas a Enrique Cerezo, presidente del Atlético de Madrid y la otra a José Antonio Reyes, jugador rojiblanco, con motivo del choque ante el Real Madrid :

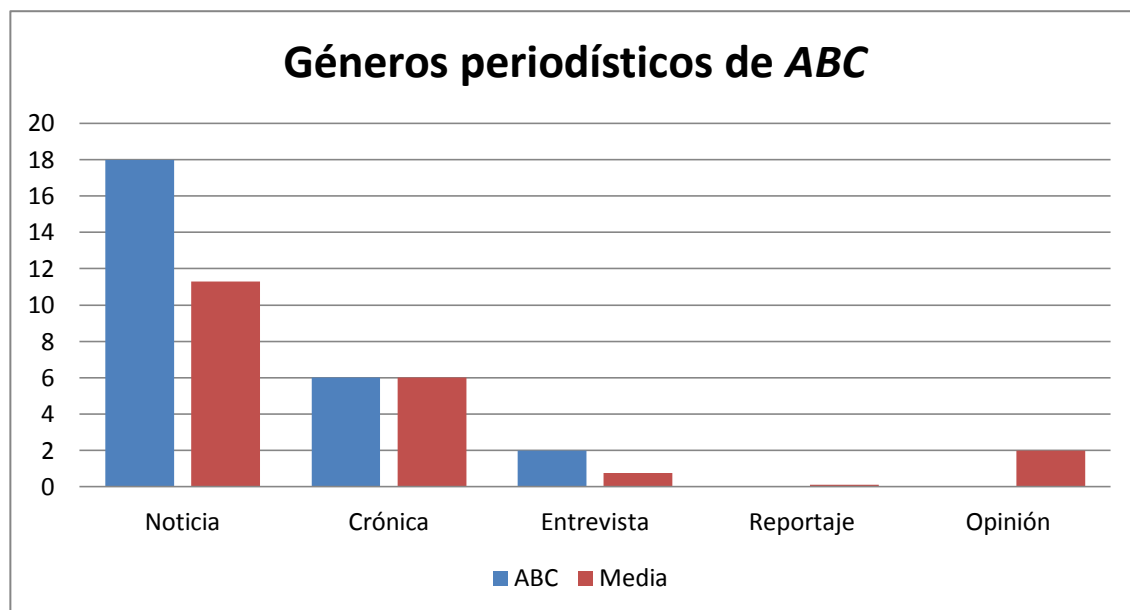
-1 de noviembre: "Es falso que Gil me impusiera a Quique, decidí con total libertad".

-5 de noviembre: "Ahora creemos en nuestro juego y la afición cree en mí".

Y no hubo ni columnas de opinión, ni ningún tipo de reportaje.

A continuación, podemos contemplar la comparación de los distintos géneros periodísticos que se dan o no, en *ABC*, respecto al promedio.

FIGURA 2.10.



En cuanto al número de noticias, el diario *ABC* publicó 18, de los ocho periódicos estudiados fue el que más ofreció. Situándose con 6,7 noticias por encima de una media, cuyo resultado es 11,3. Los únicos que están cerca de *ABC*, pero esta vez por detrás, son *El Mundo* y *La Razón*.

En la segunda categoría, *ABC* coincide con el promedio de 6 crónicas. Como hemos visto anteriormente, al referirnos a los temas sobre los que trataban las diversas informaciones, recordamos que cubrieron los 7 choques que disputó Atlético durante el mes de noviembre, pero del partido de Copa que disputó el 11 de noviembre ante el Marbella, no realizaron una crónica al uso, sino que resumieron todos los resultados de la ronda copera en una sola noticia, por lo que la incluimos dentro de apartado "Noticias".

Como hemos comentado, *ABC* hizo dos entrevistas a personajes relacionados con la actualidad atlética. No es una cifra muy elevada, pero sí es un número que le permite liderar el género periodístico junto a *La Razón*, por encima de todos los demás, lo que provoca que se sitúe 1,125 entrevistas por encima del promedio.

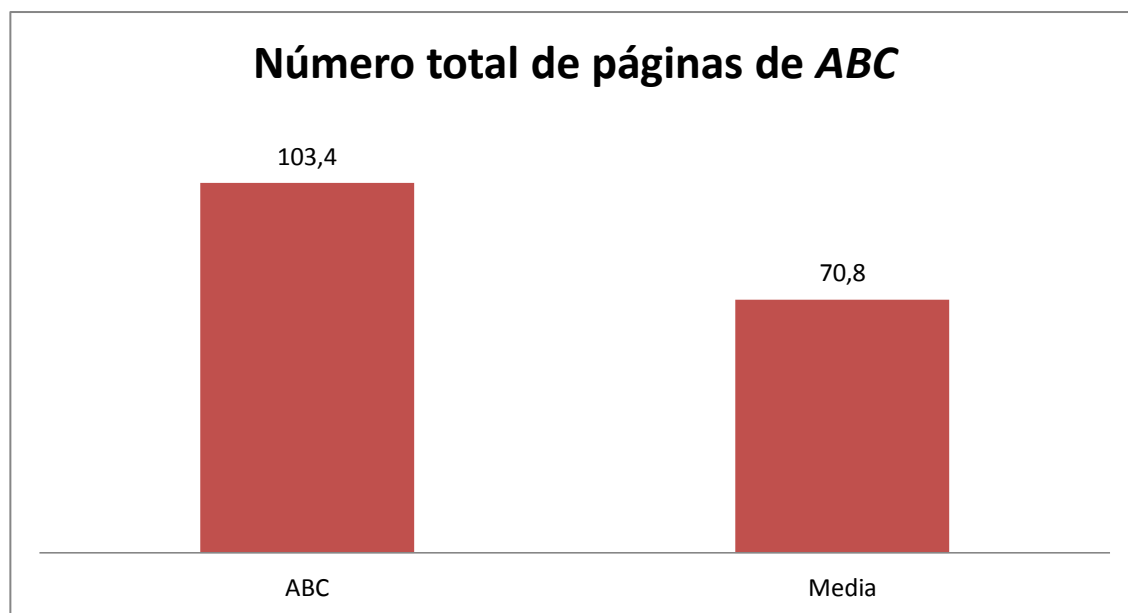
En cuanto a los reportajes, hay que indicar que ningún periódico utilizó este género, excepto *La Voz de Galicia*, que lo hizo una sola vez. Lo que sitúa la media en 0,1 reportaje de media, por lo que *ABC* está por debajo. Y por último el género de opinión. Durante el mes de noviembre *ABC* no utilizó este género para tratar la actualidad del Atlético de Madrid. Se sitúa al mismo nivel que *El País*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*, muy lejos de *La Razón* y *Público* que son los que más columnas de opinión publicaron. Como es lógico, se encuentra por debajo de la media en 1,875 columnas.

6.3.4. Espacio dedicado en *ABC*

6.3.4.1. Páginas del diario *ABC*

Históricamente, el diario *ABC* se ha caracterizado por ser el que más páginas publica. En el estudio que hemos realizado, este hecho vuelve a quedar de manifiesto.

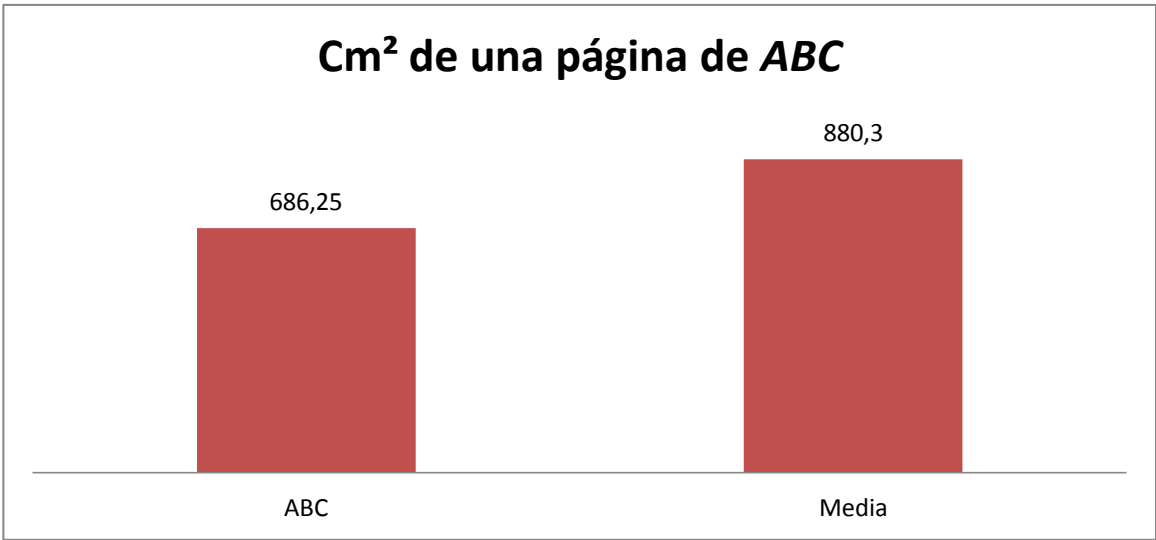
FIGURA 2.11.



El periódico *ABC* es que sale a los kioscos con más páginas, muy por encima del resto. Llega a ofrecer 32,6 páginas más que el promedio de los diarios. Le sigue en segundo lugar *La Razón* con casi 10 páginas menos. El resto se sitúa con alrededor de 30 menos. Con el que las distancias son más significativas es con *El Adelantado de Segovia*, al que saca 52,2 páginas. Es decir, en cuanto a páginas, dos periódicos del diario segoviano es uno de *ABC*.

6.3.4.2. Superficie de una página de ABC

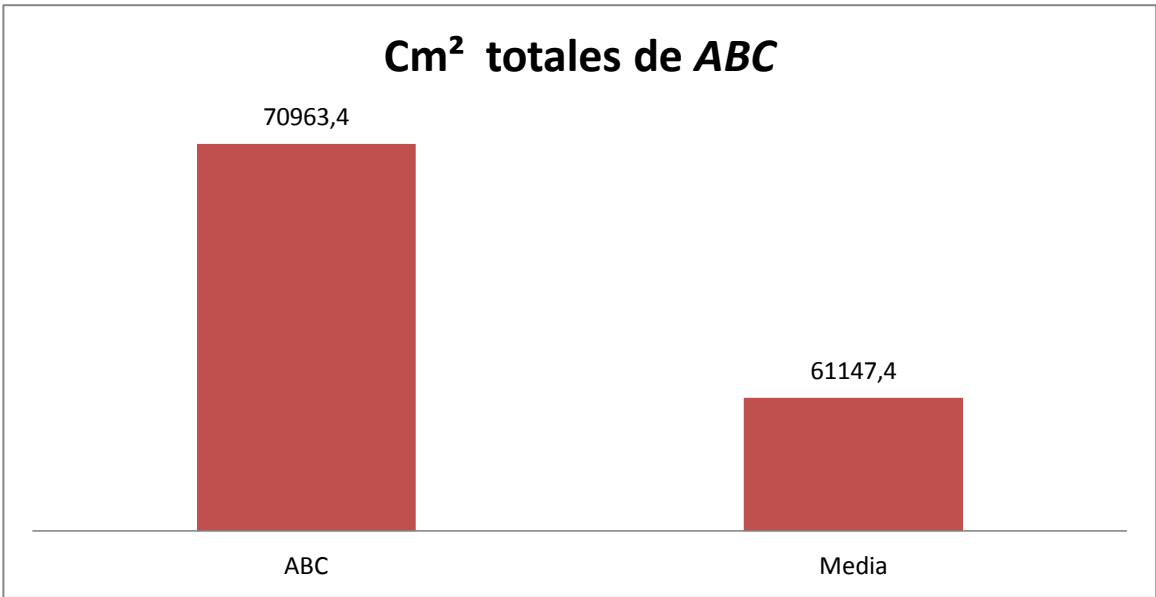
FIGURA 2.12.



Sin embargo, el diario *ABC* es el más pequeño en cuanto a sus dimensiones por página (30,5 cm de largo x 22,5 cm de ancho). Este hecho provoca que condicione los apartados que veremos a continuación. En este sentido, *ABC* tiene 194 cm² menos que el promedio de los periódicos tomados para la muestra.

6.3.4.3. Superficie total de las páginas de ABC

FIGURA 2.13.

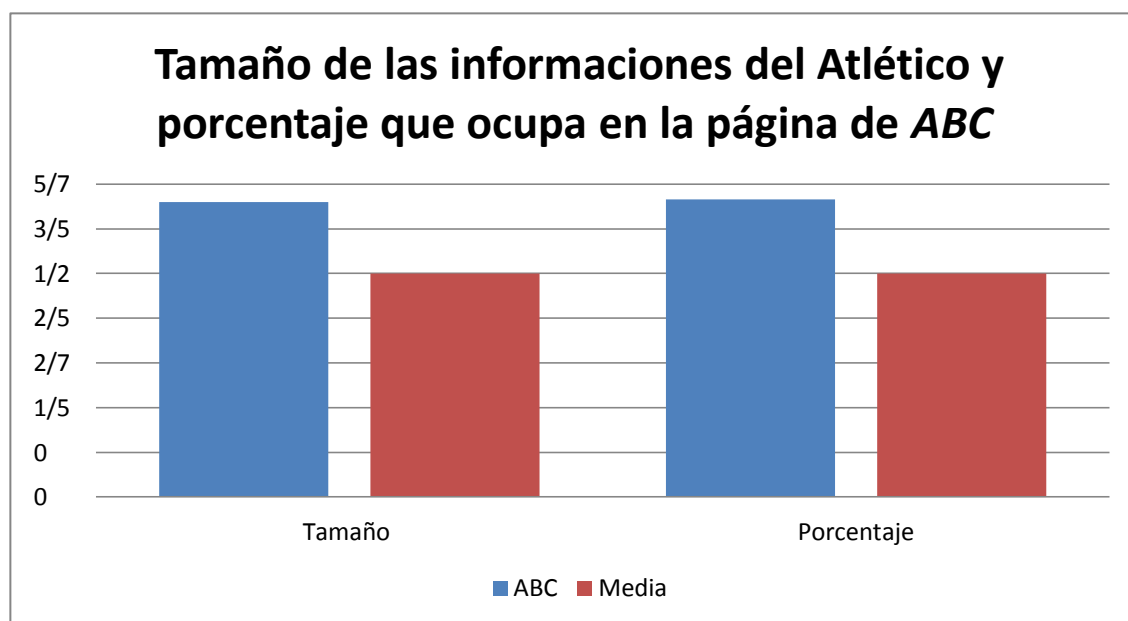


Se puede observar como *ABC* está muy por encima de la media en lo que a cm^2 totales, que ofrece el periódico día a día, se refiere.

Aunque también es cierto que antes era el primero en número de páginas, con una amplísima diferencia sobre los demás, y en este punto se sitúa tercero, por detrás de *La Razón* y *La Vanguardia*, que son los dos diarios que más cm^2 ofrecen al lector a diario.

6.3.4.4. *Tamaño de las informaciones del Atlético en ABC*

FIGURA 2.14.

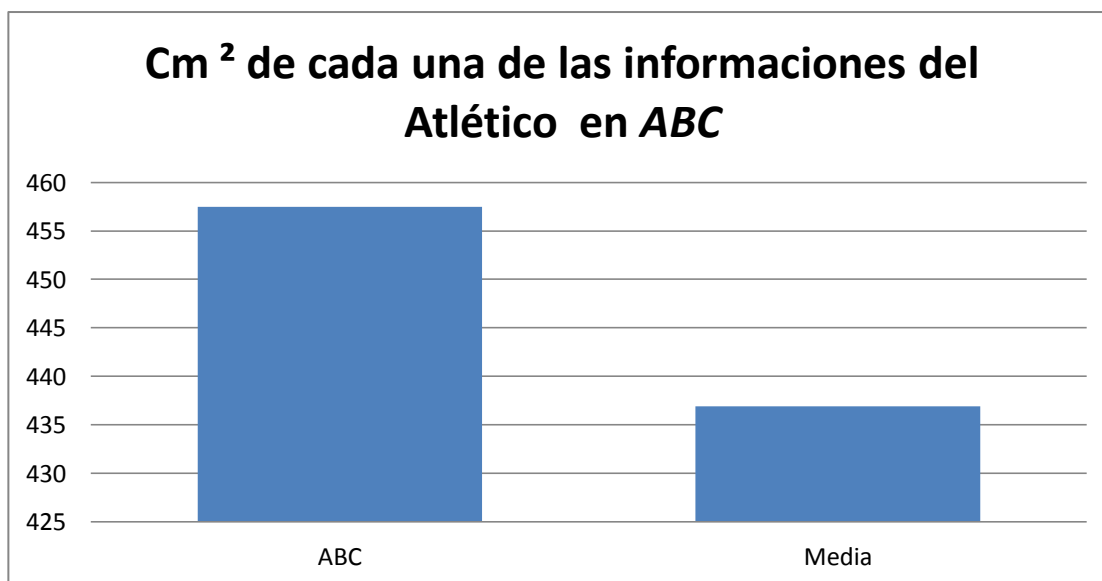


ABC es el periódico cuyas informaciones relativas a la actualidad del Atlético de Madrid son más grandes respecto al tamaño de su página. La media de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en este periódico se sitúa en $\frac{2}{3}$, es decir, el 66,6% de la página, mientras que la media de todos los diarios es $\frac{1}{2}$, lo que supone el 50% de misma.

Lo que significa que las informaciones de *ABC* ocupan un 16,6% más que el promedio. En este sentido sólo se acerca *El Mundo*, en segundo lugar, con el 62,5% de su espacio. Y está a una distancia considerable de los periódicos que no tienen tanta repercusión a nivel nacional, como son *La Vanguardia*, *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*.

6.3.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en ABC

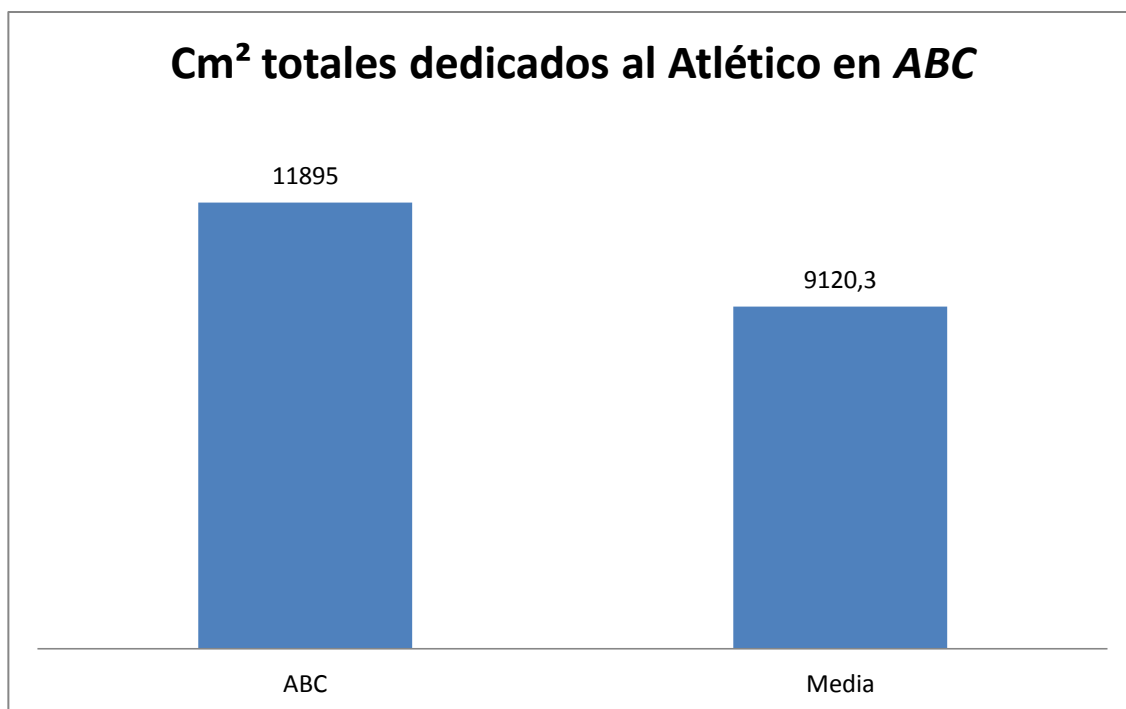
FIGURA 2.15.



Una vez más, *ABC* se sitúa por encima del promedio. En este caso, en cuanto a cm² de cada una de las informaciones que del Atlético que aparecieron en sus páginas. *ABC* aporta 457,5 cm² y la media es 436,9 cm². Lo que supone 20,6 cm² más. Sin embargo, no es uno de los apartados donde este diario destaca más debido a que su página es la que menos cm² tiene. De hecho, en este punto, se encuentra por detrás de *El Mundo*, *Público*, *La Vanguardia* y *El País*. Con datos similares a *La Razón* y sólo por delante de dos periódicos cuya repercusión es menor, como *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*.

6.3.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en ABC

FIGURA 2.16.

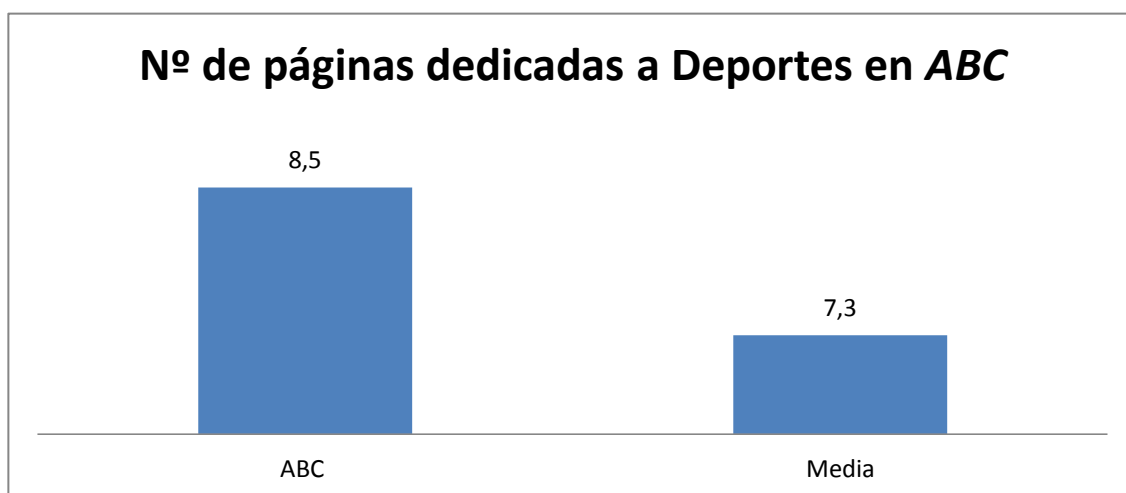


Recordemos que para obtener el resultado de este gráfico, tuvimos en cuenta los datos de la media del tamaño de las informaciones de cada periódico por la media de los cm² de página de cada diario. Así supimos los cm² de cada información del Atlético que aparece en cada uno de estos periódicos y este dato lo multiplicamos por el número de informaciones rojiblancas aparecidas en las páginas de cada uno.

De nuevo en este apartado, *ABC* se ve afectado por las dimensiones de sus páginas. El promedio es 9120,3 cm² y el diario del Grupo Vocento aporta 11895 cm². Lo que supone 2774,7 cm² más. Sin embargo, está por detrás de *El Mundo* y *La Razón*, que son los que lideran este punto y coincide su posición de número de informaciones y de cm² totales dedicados al club de la Ribera del Manzanares, ya que fue el tercero que aportó más temas del Atlético y es el tercero en cm².

6.3.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en ABC

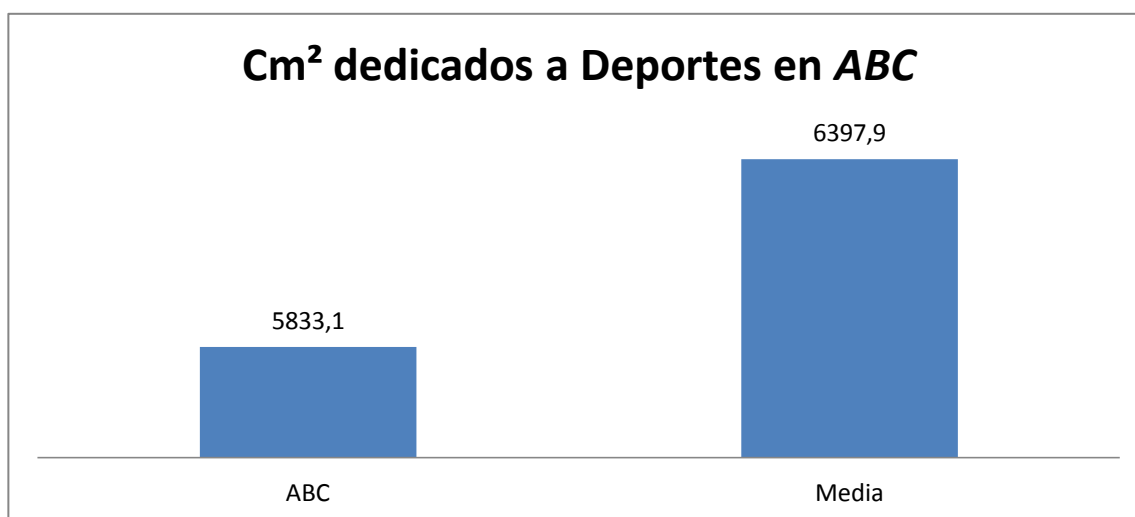
FIGURA 2.17.



En la figura podemos observar el promedio del número de páginas de *ABC* dedicadas a la sección de Deportes, en los días que aparecieron informaciones del Atlético de Madrid y la media de todos los diarios. Sólo *La Vanguardia* se posiciona por delante en este apartado de *ABC*, que ocupa un lugar de privilegio respecto a sus competidores más directos, como es el caso de *El Mundo* que le sigue de cerca. Aunque sí deja algo más rezagados a *La Razón*, *El País* y *Público*. Situándose con 1,2 páginas de Deportes más que la media de periódicos.

6.3.4.8. Superficie dedicada a Deportes en ABC

FIGURA 2.18.



La media de cm² de las páginas dedicadas a Deportes, de todos los diarios que hemos estudiado en la muestra del mes de noviembre de 2009 es de 6397 cm². Sólo dos diarios, en este caso *La Vanguardia* y *El Mundo*, se situaron por encima de la misma. Como es frecuente cuando hablamos de cm², *ABC* se ve afectado por ser el diario cuyas dimensiones son más pequeñas. Así, a pesar de ser el segundo periódico que más páginas ofrece de la sección deportiva, es el sexto periódico de los ocho estudiados en cuanto cm² se refiere. Sólo por delante de *El Adelantado de Segovia* y de *La Razón*.

6.3.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en ABC

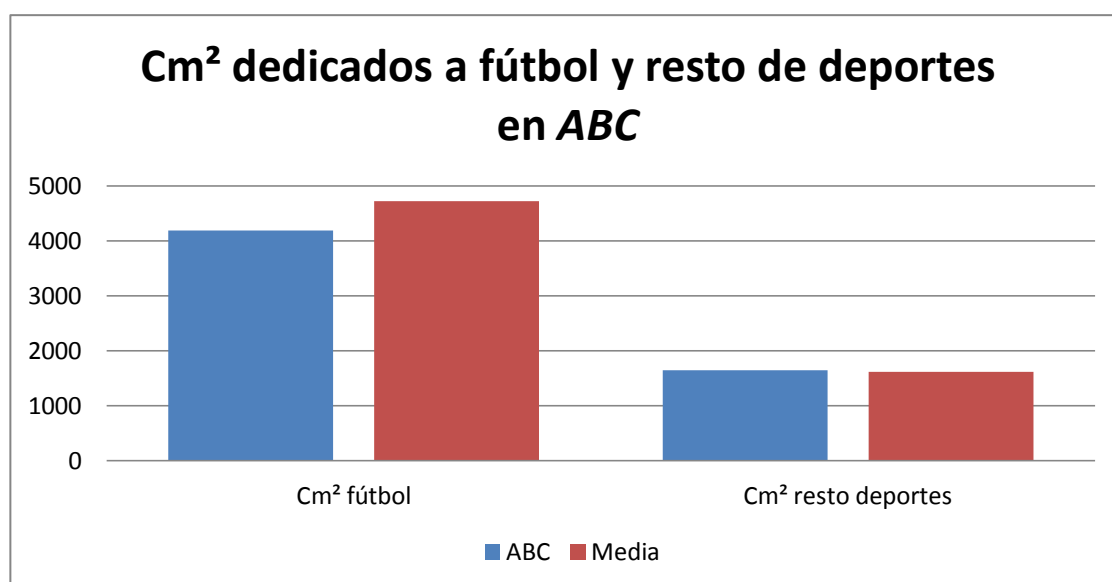
FIGURA 2.19.



En esta gráfico vemos como *ABC* se sitúa por encima del promedio en las dos categorías. Primero en las páginas en las que se escribe sobre fútbol. Este periódico es el segundo que más páginas dedica al llamado "deporte rey". Mientras que *ABC* ofrece 6,1 páginas de fútbol, la media es 5,3. Es decir que se acerca a casi una página más. Sólo está por detrás de *La Vanguardia* y aunque por delante, presenta unas cifras muy similares a *El Mundo*. Al resto los supera con holgura.

Y en cuanto a las páginas dedicadas a otras disciplinas deportivas que no son fútbol, cabe señalar que *ABC* es el que más páginas ofrece del resto de deportes. Así, mientras que el promedio se posiciona en 1,8, *ABC* tiene 2,4, el doble que *El País* o *Público*.

FIGURA 2.20.



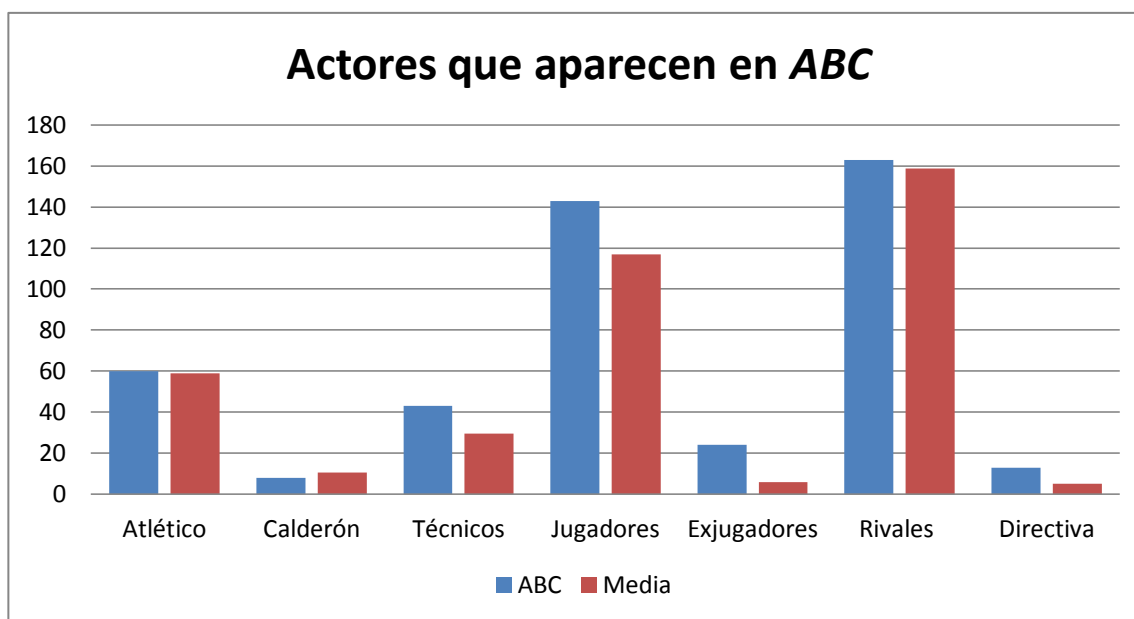
ABC, pese a ser el segundo periódico que más información de fútbol publica, se sitúa por debajo del promedio de cm² dedicados a este deporte de los ocho periódicos analizados. Se sitúa en 4186,1 cm² y la media en 4722,5 cm². Lo que significa que tiene 536,4 cm² menos. Está en sexto lugar, por detrás de *La Vanguardia*, *El Mundo*, *Público*, *El País* y *La Voz de Galicia*. Sólo por delante de *El Adelantado de Segovia* y *La Razón*.

En el apartado dedicado al resto de disciplinas deportivas, *ABC*, es el periódico que más páginas dedicó al resto de deportes, se posiciona detrás de *La Vanguardia*, *El Mundo* y *El Adelantado de Segovia*.

6.3.5. Protagonistas

6.3.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en ABC

FIGURA 2.21.



Durante el mes de noviembre de 2009, *ABC* utilizó 454 nombres propios en las informaciones relativas al Atlético de Madrid. La media fueron 390,8 nombres, por lo que este diario escribió 63,2 nombres más que el promedio de todos los periódicos. En la categoría "Atlético", se mantuvo prácticamente en los datos del resto. El nombre del club apareció en sus páginas 60 veces, mientras que la media se sitúa en 58,8. Sin embargo, empleó 32 nombres menos que *La Razón* y 20 que *El Mundo*.

Algo similar ocurre con el nombre del actual estadio del conjunto colchonero, el Vicente Calderón. *ABC* se encuentra ligeramente por debajo de la media, pero con datos muy similares, aunque lejos cifras como las de *La Razón* y *La Vanguardia* que lo hicieron más de 15 veces. Así, en este diario se mencionó el estadio en 11 ocasiones y el promedio se localiza en 10,5 oportunidades.

En cuanto a los "Técnicos", *El Mundo* los nombró en 57 veces y se situó con *El País*, justo por detrás de *La Razón*, que fue el diario que más citó a Quique Sánchez Flores, Abel Resino y sus ayudantes (58 veces). El promedio de las ocasiones en las que se refirieron a los técnicos fue 29,5 veces, por lo *ABC* los nombró en 27,5 ocasiones más.

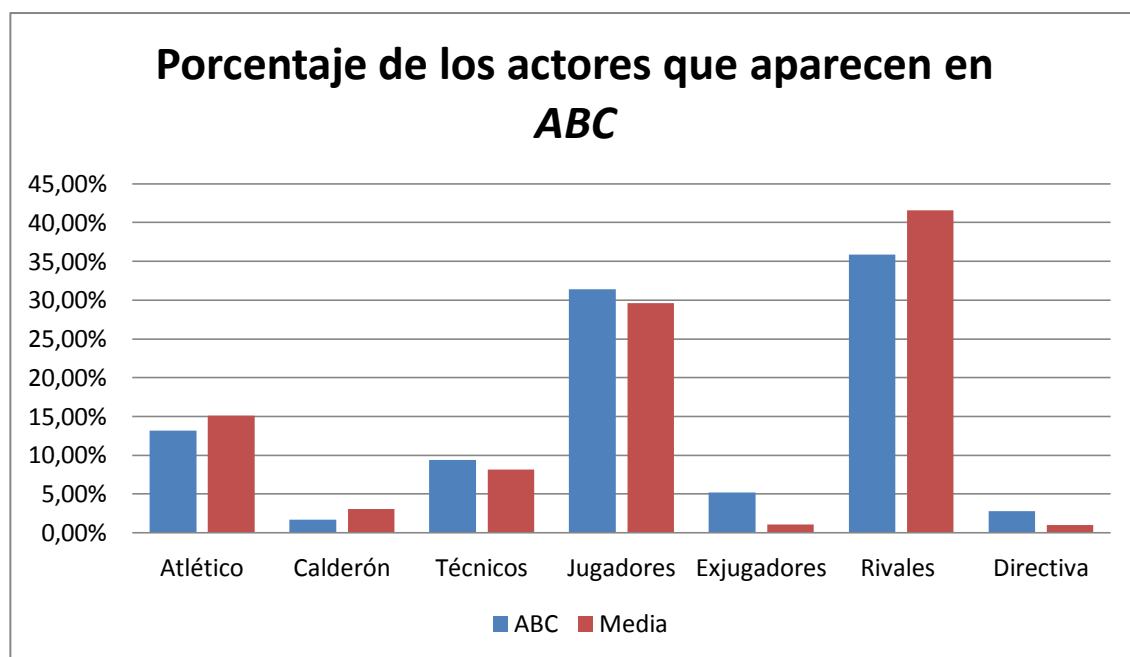
La categoría "Jugadores" está directamente relacionada con el número de noticias que aportaron los diarios y que hemos visto en puntos anteriores. *El Mundo* se refirió a ellos 148 veces. El promedio de todos los diarios es de 116,8. *La Razón* es el periódico que mencionó más nombres de futbolistas de la actual plantilla del Atlético de Madrid. *El Mundo*, *ABC* y *El País* ofrecieron unas cifras muy parecidas en cuanto a cantidad, ya que después de un mes de estudio, sólo les diferencian unos pocos nombres.

En el apartado dedicado a "Exjugadores" sólo *ABC* (24) y *El Mundo* (12) mostraron algo de interés a la hora de citar a futbolistas que militaron en las filas del conjunto colchonero. La media quedó en 5,8 exjugadores nombrados. El resto de diarios sólo nombraron uno o dos exjugadores en todo el mes.

En la categoría "Rivales", *ABC* mencionó a 163 adversarios, cuando el promedio estuvo en 158,75. Situándose después de *La Razón*, *El Mundo*, *Público* y *El País*, pero por delante de *La Voz de Galicia*, *La Vanguardia* y *El Adelantado de Segovia*.

En cuanto a las ocasiones que se nombra la "Directiva", *ABC* fue el diario donde más se citó a Enrique Cerezo, Gil Marín o García Pitarch, en 13 ocasiones. La media fue de 5,1 las veces que se nombró a la directiva en el mes de noviembre.

FIGURA 2.22.

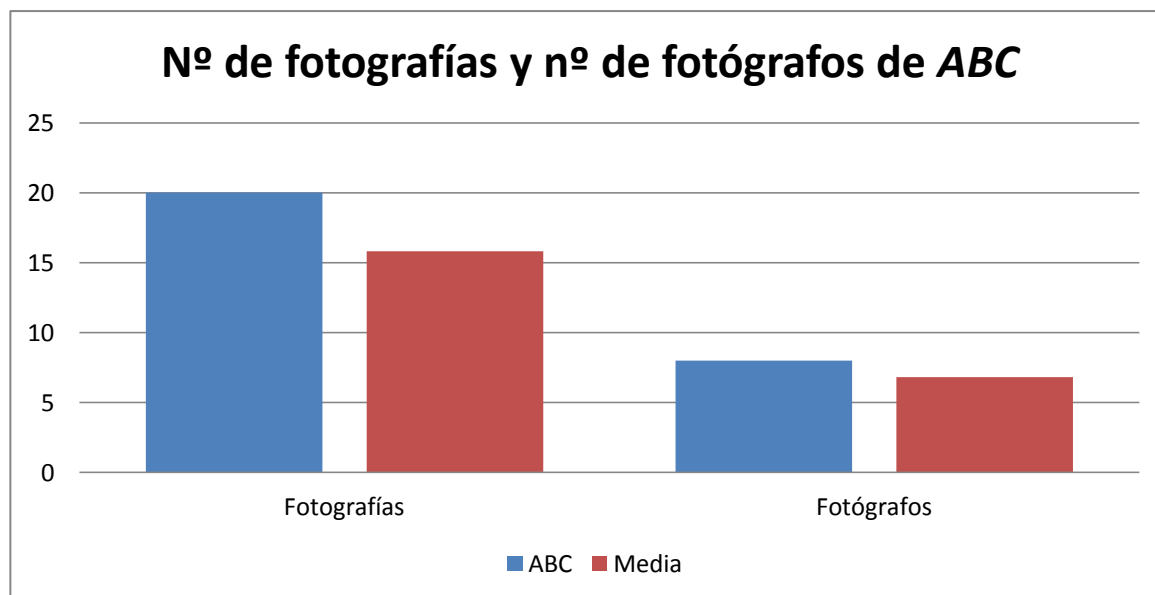


En cuanto a los porcentajes, no hay grandes cambios entre este gráfico y el que hemos comentado anteriormente referido al número de actores que aparecieron en las páginas

de *ABC* en noviembre de 2009. El dato donde encontramos mayor diferencia es en la categoría rivales, donde para *ABC* supuso el 35,9% y para la media 41,6%

6.3.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en ABC

FIGURA 2.23.

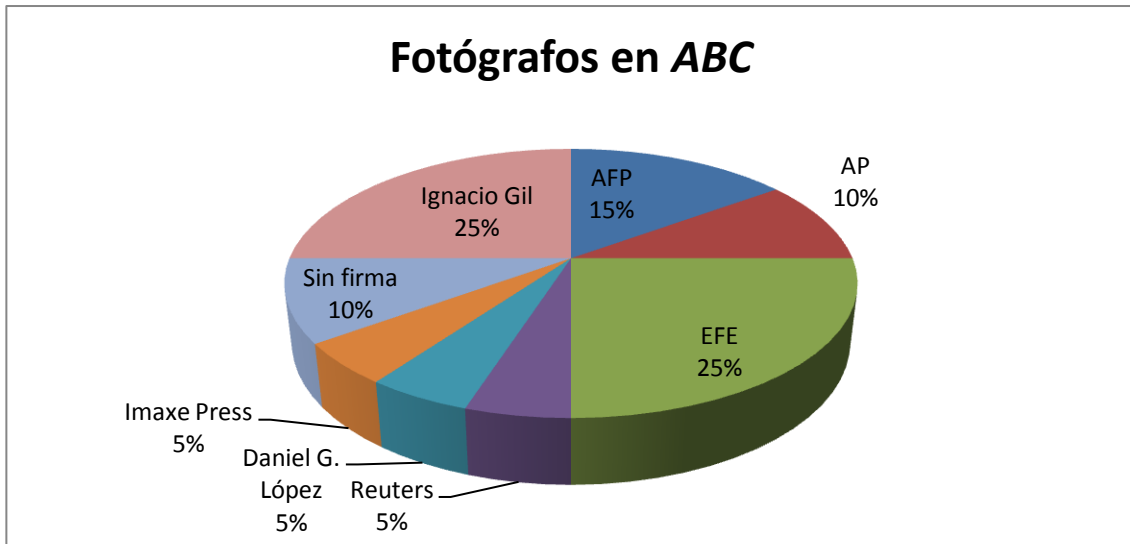


Las 26 informaciones que el diario *ABC* publicó en noviembre sobre el Atlético de Madrid fueron acompañadas por 20 fotografías, colocándose en tercer lugar del gráfico. Bastante lejos de *El Mundo* que, en este caso, fue el periódico que más imágenes publicó (31). Pero por delante de periódicos de tirada a nivel nacional como *El País* y *Público* y, por supuesto, a gran distancia de diarios como *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* o *La Voz de Galicia*. El promedio fueron 15,8 instantáneas.

ABC también está por encima en cuanto al número de fotógrafos cuyo trabajo precisaron durante el mes. Utilizaron 9 profesionales (muchas agencias no especifican el nombre del autor y se contabiliza como el nombre de la agencia) y la media estuvo en 6,8 fotógrafos. En este caso, sólo está por detrás de *El Mundo* y *El País*. Por delante, de *La Razón* y *Público*. Y de nuevo a una distancia considerable de *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* o *La Voz de Galicia*.

A continuación, podemos observar un gráfico en el que se detalla de manera exhaustiva el número de fotografías que realizó cada uno de los fotógrafos profesionales que participaron con sus instantáneas en las informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid en las páginas de *ABC*, durante el mes de noviembre de 2009.

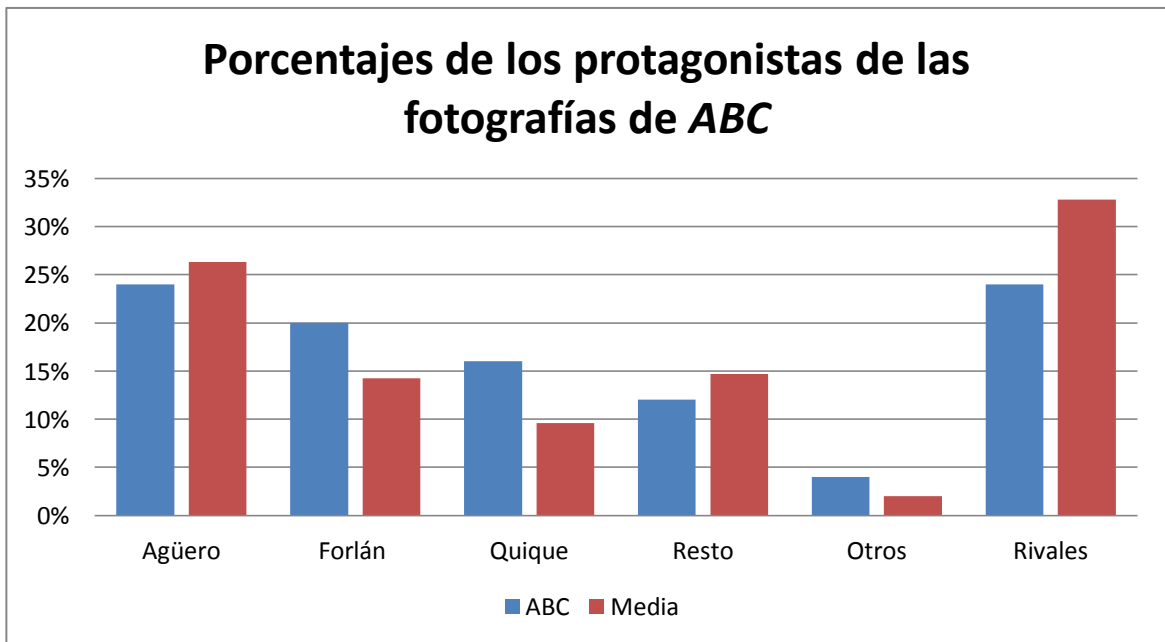
FIGURA 2.24.



El 60% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético de Madrid fueron de agencia. Generalmente, fueron imágenes tomadas en partidos que el equipo disputó lejos del Vicente Calderón, por ejemplo, en Nicosia. Sin embargo, en los partidos que el equipo rojiblanco disputó en su feudo frecuentaron más a sus propios fotógrafos. El que más instantáneas publicó fue Ignacio Gil, con un total de 5 y Daniel G. López realizó una.

6.3.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en ABC

FIGURA 2.25.



El 56% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético tuvieron como principales protagonistas a los jugadores de la plantilla. Hay que señalar que dos futbolistas fueron los que coparon gran parte de las instantáneas, Sergio "Kun" Agüero y Diego Forlán.

Se publicaron más fotos de cada uno de ellos que del resto del equipo. El argentino Agüero salió en 6 ocasiones, lo que supone el 24% de todas las imágenes (2,30% menos que el promedio); el uruguayo Forlán lo hizo en 5, lo que significa el 20% (5,77% más que la media), mientras que el resto de todo el plantel sólo estuvieron en 3 fotografías, es decir, el 12%, lo que supone el 2,7% menos que los datos del promedio.

El entrenador, Quique Sánchez Flores, también tuvo más espacio fotográfico que la mayoría de sus jugadores, a excepción de Agüero y Forlán. El técnico, que en ese mes de noviembre acababa de ocupar su cargo, apareció en el 16% de las fotos, con 4 imágenes. Es con diferencia del que más fotos por encima de la media hubo, concretamente 6,4%

Los rivales de los compromisos que disputó el Atlético en noviembre de 2009, además de tener especial importancia en las informaciones escritas, como ya hemos visto en apartados anteriores, también tuvieron especial relevancia en cuanto a imágenes se refiere, ya que aparecieron en 6 ocasiones, las mismas en las que salió "Kun" Agüero. Sin embargo, se sitúan en un 24% y el promedio en 32,8%. Es decir, un 8,8% menos.

Por último, señalar que en la categoría "Otros" está incluida una única fotografía. Fue la que Daniel G. López tomó al presidente de la entidad colchonera, Enrique Cerezo, durante la entrevista que le realizó Tomás González-Martín y que se publicó el 1 de noviembre de 2009. Y que representa el 4% del total de las instantáneas que se publicaron del Atlético de Madrid, lo que supone un 2% más que el promedio.

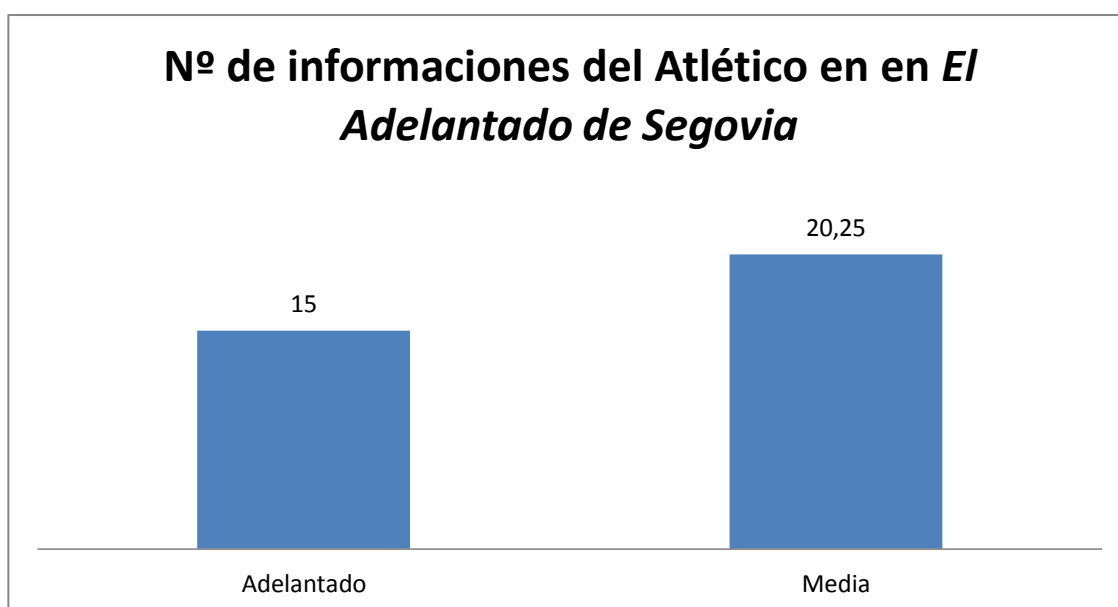
6.4. *El Adelantado de Segovia*

6.4.1. Informaciones

6.4.1.1. *Informaciones dedicadas al Atlético en El Adelantado de Segovia*

En *El Adelantado de Segovia* aparecieron 15 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid, durante el mes de noviembre de 2009. Situándose 5,25 puntos por debajo del promedio, que se coloca en 20,25.

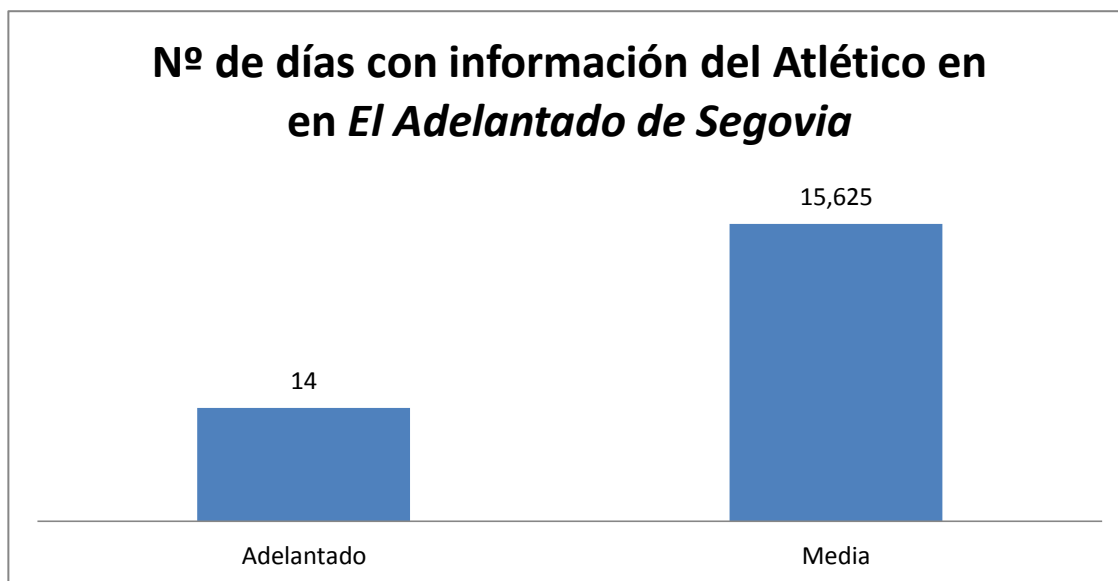
FIGURA 3.1.



Este dato supone que, de los ocho periódico estudiados, es el sexto en lo que a cantidad de temas se refiere, con un 9%, de toda la información que se publicó del Atlético, por detrás de *La Razón*, *El Mundo*, *ABC*, *El País* y *Público*. Pero ligeramente por delante de *La Voz de Galicia* y de *La Vanguardia*.

6.4.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en *El Adelantado de Segovia*

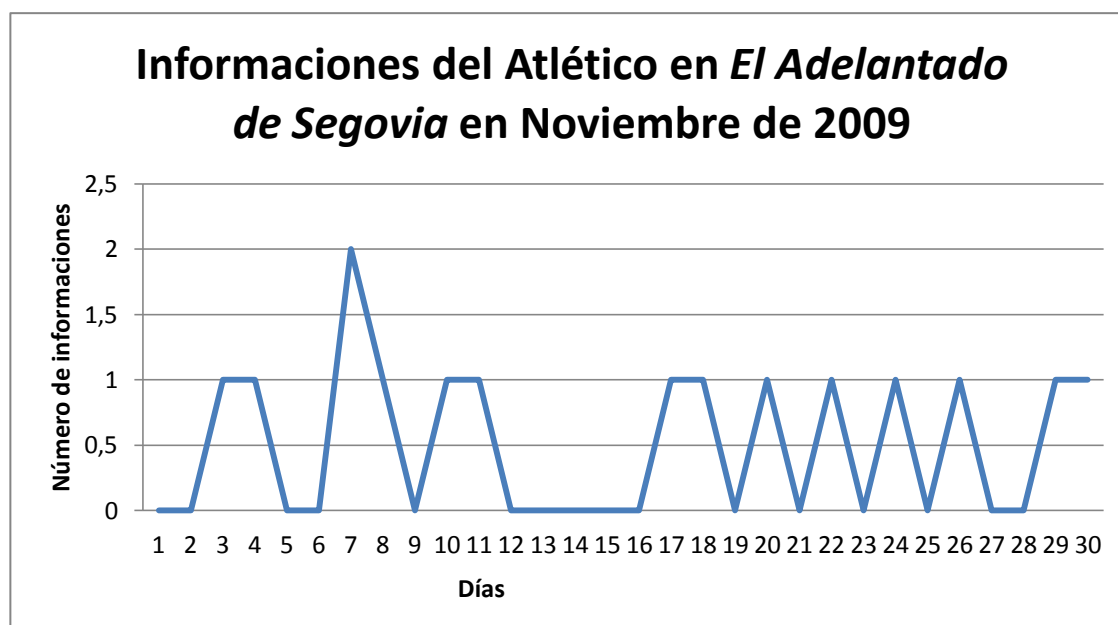
FIGURA 3.2.



Estos datos sitúan a *El Adelantado de Segovia* detrás de cuatro de los cinco periódicos cuya sede central está en Madrid, está por detrás de *La Razón*, *El Mundo*, *ABC*, *El País*. Sin embargo, supera al diario *Público* en lo que a días con información rojiblanca se refiere y a los otros dos diarios estudiados, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*.

Es decir, escala una posición en cuanto a días con información del conjunto colchonero se refiere. De los 30 días de muestra que seleccionados, el diario *El Adelantado de Segovia* informó sobre el club de la Ribera del Manzanares en 14 de ellos. Lo que se traduce en que *El Adelantado de Segovia* realiza un seguimiento regular del equipo, ya que 1 de cada 2 días informa de la actualidad rojiblanca. Le concede una importancia que provoca que tenga una presencia en el periódico el 46,6% de los días del mes.

FIGURA 3.3.



En el gráfico se puede apreciar que el día que más temas se publicaron del Atlético de Madrid fue el 7 de noviembre. Ese día el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores jugaba uno de los partidos más importantes del año, el derbi frente al Real Madrid, correspondiente a la 10ª jornada del Campeonato Nacional de Liga. Además de la previa habitual, firmada por la agencia EFE, hubo una columna de opinión relacionada con los años que el conjunto del Atlético de Madrid llevaba sin conocer la victoria ante su rival de siempre, el Real Madrid.

Hubo 13 días en los que apareció una información del Atlético y 16 en los que no apareció ningún tema. Hecho, este último, como ya ocurriera con otros diarios estudiados, provocado por el parón de la competición de Liga debido a diversos compromisos de la Selección Española, lo que propició que no hubiera jornada el fin de semana del 14 de noviembre. Es decir, que desde que el Atlético juega su partido de vuelta del 1/16 de final de la Copa de S.M. El Rey, el martes 10 de noviembre, hasta que vuelve la Liga el 22 de noviembre, se acumulan 7 días sin noticias rojiblancas, por este motivo. Sorprende que el día 1 de noviembre, a pesar de que la noche anterior el conjunto atlético había disputado el encuentro de la 9ª jornada liguera frente al Athletic Club en el estadio de San Mamés, no hubiera crónica o referencia alguna a este encuentro. Esto se debió a que el choque comenzó a las 22 horas, lo que propició que a la hora de su conclusión, ya habían cerrado la edición. Este hecho suele ser habitual en diarios de provincia.

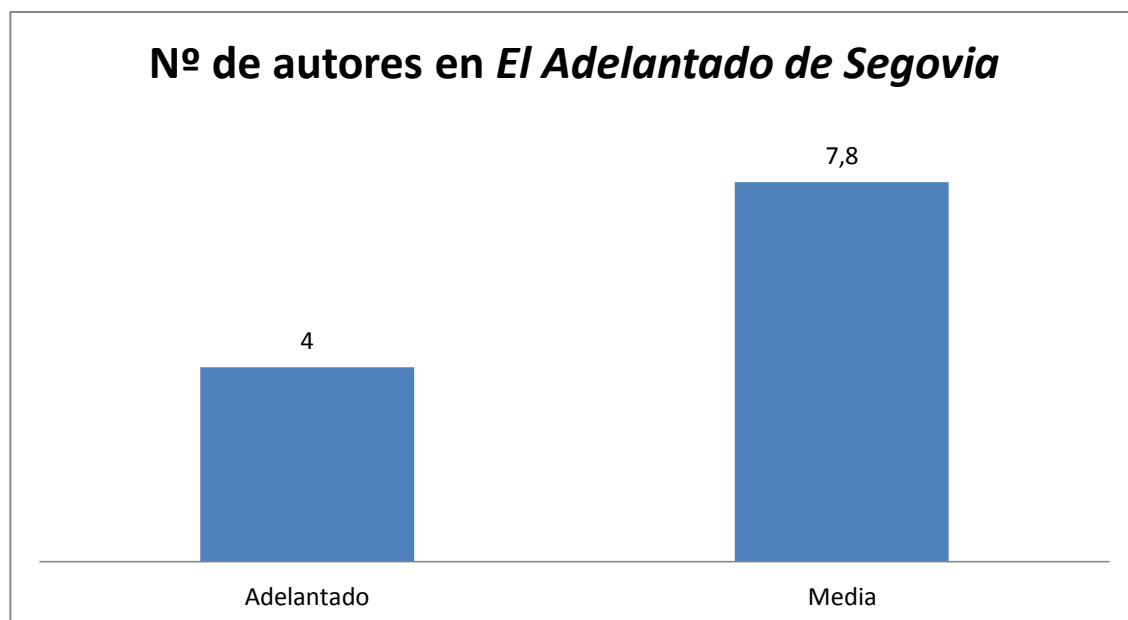
6.4.2. Autores

6.4.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en *El Adelantado de Segovia*

En este punto, conviene hacer especial hincapié en que el diario *El Adelantado de Segovia* es el que menor variedad de firmas presenta en las informaciones relacionadas con el Atlético. Mientras que en algunos periódicos como *La Razón* o *El Mundo* presentan 13 y 10 autores de las informaciones diferentes.

Seguidos de *La Voz de Galicia*, que a pesar de tener 14 temas relacionados con la entidad del Vicente Calderón, los firman 9 autores diferentes. A continuación están *Público* y *El País*, con 8 y 7 autores, respectivamente. Después nos encontramos a *La Vanguardia* y *ABC*, con 6. Y el que presenta menos autores distintos es *El Adelantado de Segovia*, con 4.

FIGURA 3.4.



Así, el diario *El Adelantado de Segovia* se sitúa por debajo de la media del número de autores de todos los periódicos en 3,8 puntos. Sin embargo, como veremos a continuación, es el segundo que mayor grado de concentración de firmas ofrece (3,75), muy por encima del promedio que se sitúa 2,6 informaciones por cada autor que escribe en estos diario sobre el Atlético.

6.4.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en *El Adelantado de Segovia*

FIGURA 3.5.

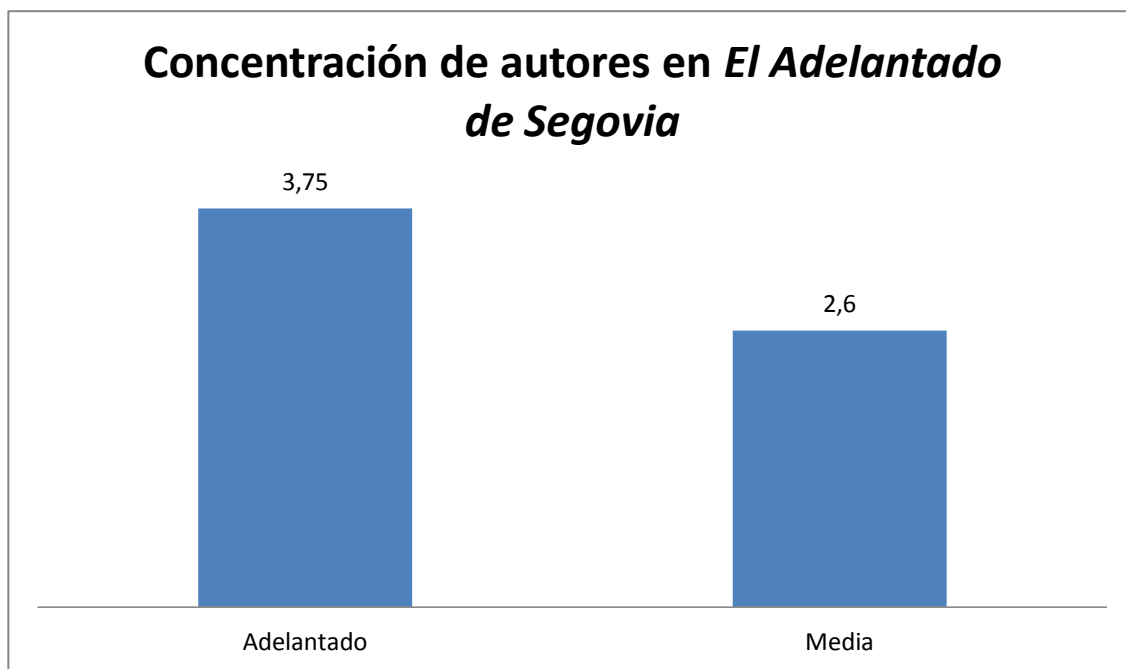
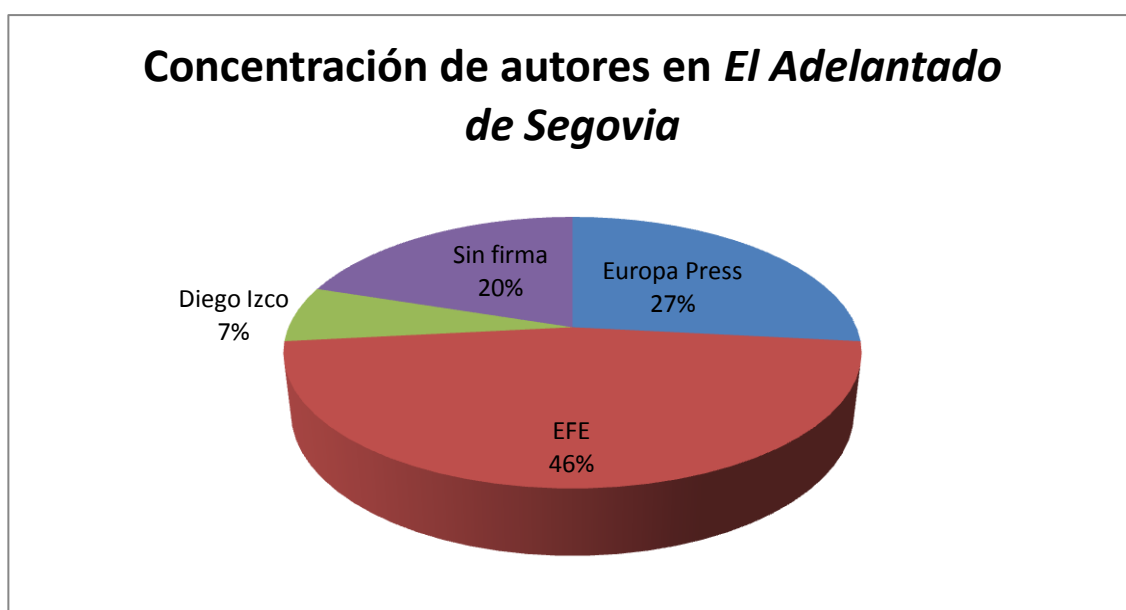


FIGURA 3.6.



De las 15 informaciones del Atlético de Madrid aparecidas en el diario *El Adelantado de Segovia* durante el periodo de muestra, 7 de ellas fueron firmadas por EFE, lo que

significa que esta agencia es la que más nutre de informaciones a este periódico. Hubo 3 noticias que no especificaron ni el nombre del autor, ni firmaron con el nombre del periódico. Por su parte, otra agencia, en este caso Europa Press, firmó 4 noticias, mientras que Diego Izco fue la única firma que no procede de agencia que escribió algo relacionado con el Atlético de Madrid, concretamente, fue una columna de opinión del 7 de noviembre, titulada "10 años".

En cuanto al temas sobre los que informa el diario, recordamos de nuevo que habíamos dividido las informaciones relativas al Atlético de Madrid en cinco apartados específicos. La primera categoría se refiere a las informaciones que aparecieron el día después de los encuentros, es decir, la crónicas de los partidos. Otro apartado tenía que ver con la "Situación deportiva": entrenamientos, cómo afrontan el siguiente choque, estado físico de los futbolistas y análisis de la situación del club en las distintas competiciones . Además establecimos la denominada "Previas", son informaciones publicadas el día del partido en las que se avanzan los posibles onces titulares, lesionados, sancionados, antecedentes y contexto.

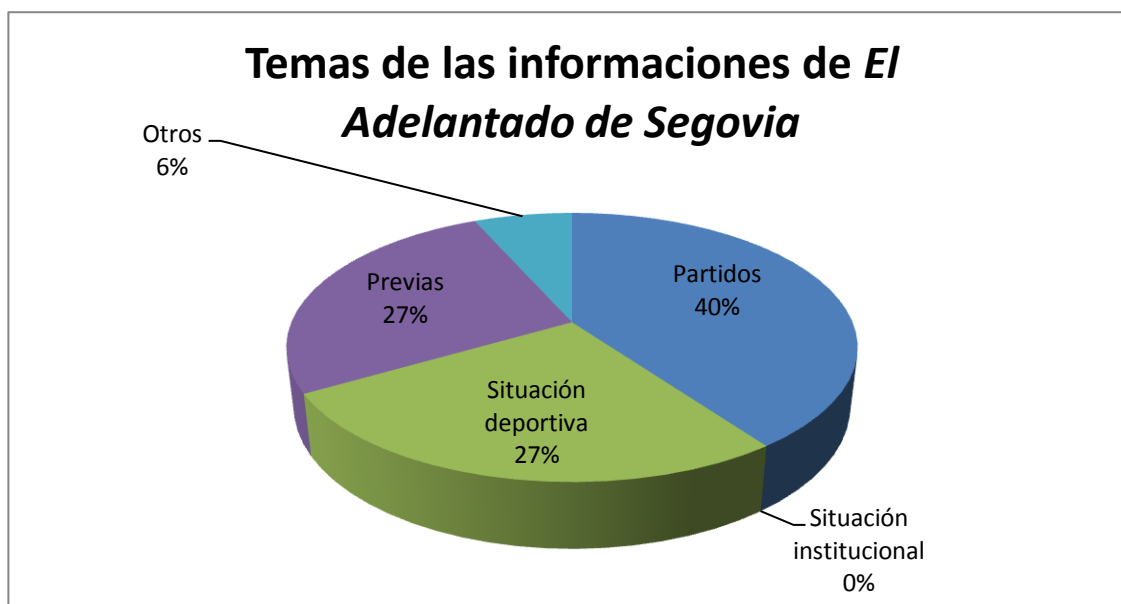
La cuarta categoría se refería a la "Situación institucional", que son informaciones relacionadas con el clima social y político del club.

Y, por último, establecimos una quinta categoría denominada "Otros". Es decir, noticias esporádicas que, por su contenido, no se podían clasificar dentro de los anteriores apartados.

6.4.3. Temas y géneros periodísticos

6.4.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en *El Adelantado de Segovia*

FIGURA 3.7.



Al contrario de lo que hemos visto en visto en *ABC*, no ocurre lo mismo en *El Adelantado de Segovia*, con 4 informaciones, la situación deportiva no es la que conlleva un mayor espacio de las informaciones rojiblancas en *El Adelantado de Segovia*. Así, trataron este tema los siguientes días y con los siguientes titulares:

-7 de noviembre: "10 años".

-17 de noviembre: "Domínguez firma su primer contrato como profesional".

-20 de noviembre: "Antonio López cree que se ha lavado la imagen del equipo".

-24 de noviembre: "Cerezo: Hay que tener paciencia, saldremos de ésta".

El Adelantado de Segovia es tras *La Vanguardia* el periódico que menos importancia otorga al día a día rojiblanco a su situación deportiva. Situándose lejos de periódicos como *La Voz de Galicia* y *Público*, que tienen 7 y a una distancia abismal de *La Razón* y *ABC*, que son los que lideran este apartado con 16 y 15 informaciones sobre la situación deportiva del Atlético de Madrid, respectivamente.

Los partidos que disputó el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores tuvieron una especial repercusión en las páginas de *El Adelantado de Segovia*, con 6 informaciones:

-4 de noviembre: "El Atlético empata y dice adiós al torneo".

-8 de noviembre: "El Real Madrid derrota al Atlético en el Vicente Calderón gracias a los tantos de Kaká, Marcelo e Higuaín".

-11 de noviembre: "Maxi Rodríguez lidera la goleada del Atlético".

-22 de noviembre: "Guardado frustra al Atlético con un penalti muy polémico".

-26 de noviembre: "El Atlético prolonga su agonía en Europa".

-30 de noviembre: "El Atlético golea y retoma el camino de la victoria".

En este aparatado, cabe decir, que se mantiene en el promedio los periódicos, ya que el único que se encuentra por debajo es *La Voz de Galicia*.

La categoría "Previas", en cuanto a cantidad de informaciones, fue la que más repercusión tuvo, junto a la dedicada a la "Situación deportiva" en *El Adelantado de Segovia*, con 4, sólo por detrás de *La Razón* e igualado con *El Mundo*. Por delante de periódicos de difusión nacional como *ABC*, *El País* o *Público*:

-3 de noviembre: "El Atlético juega su primer "match ball" ante el Chelsea".

-7 de noviembre: "La prueba del derbi".

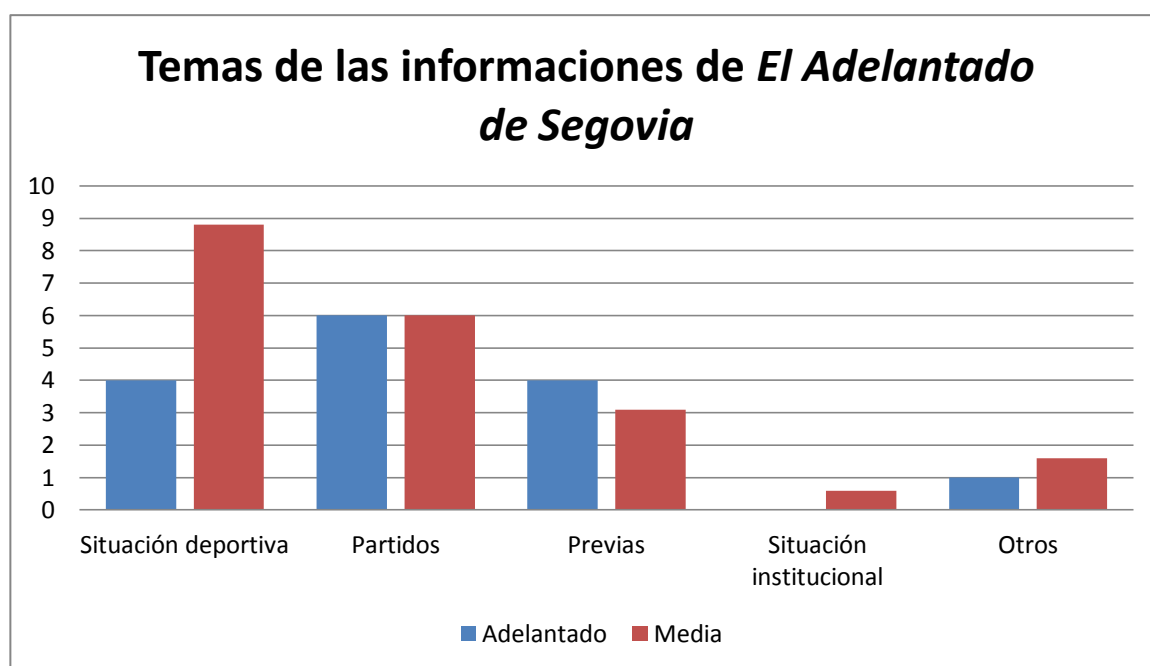
-10 de noviembre: "El Atlético espera no pasar apuros ante el Marbella".

-29 de noviembre: "La crisis del Atlético, ante las dudas de los pericos".

La situación institucional no tuvo ninguna gran relevancia en la muestra que tomamos durante el mes de noviembre en las páginas del periódico *El Adelantado de Segovia* y en cuanto al apartado "Otros", hubo un ejemplo:

-18 de noviembre: "El Atlético confirma que Quique Sánchez Flores sufre gripe A".

FIGURA 3.8.



El diario *El Adelantado de Segovia* ofrece un seguimiento de la situación deportiva del Atlético muy inferior al promedio de todos los periódicos que hemos estudiado. Este diario publicó 4 informaciones, es decir, 5 menos que el promedio. Por lo que podemos afirmar que tras *La Vanguardia* es el periódico que menos cuida el seguimiento del día a día del Atlético de Madrid.

En la segunda categoría, *El Adelantado de Segovia*, en este caso, coincide con la media de 6 partidos. Sólo le falta el del día 1 de noviembre, a pesar de que la noche anterior el conjunto atlético había disputado el encuentro de la 9ª jornada liguera frente al Athletic Club en el estadio de San Mamés. El choque comenzó a las 22 horas, lo que propició que a la hora de su conclusión, ya habían cerrado la edición.

En el apartado "Previas" ofrece de nuevo unos números por encima del promedio, que es 3,1, por los 4 de *El Adelantado de Segovia*. Si tenemos en cuenta que en el periodo de muestra hubo margen para haber publicado 6 previas, *El Adelantado de Segovia* realizó más de la mitad de las mismas, sólo por detrás de *La Razón* y *El Mundo*; y superando a diarios de la envergadura de *ABC*, *El País* o *Público*.

En cuanto a la situación institucional del Atlético, la presencia de esta categoría en todo el mes fue inexistente. *La Razón*, *El Mundo* y *ABC* fueron los únicos diarios que se

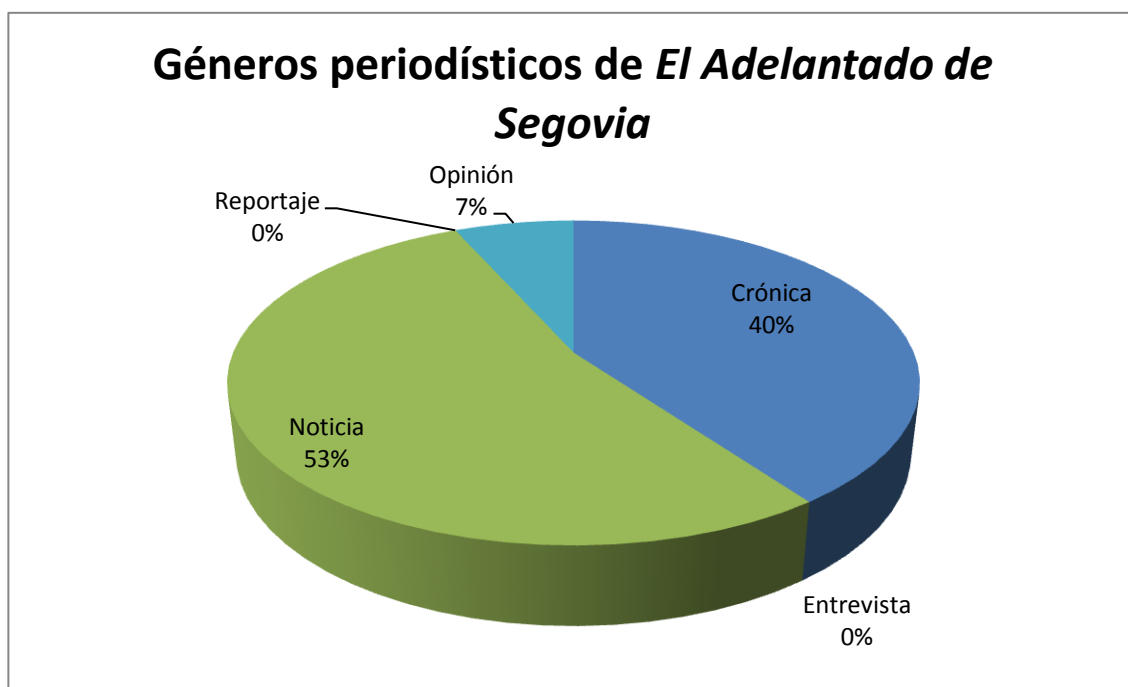
hicieron eco de este apartado, por lo que en este sentido, *El Adelantado de Segovia* siguió la misma tónica que *El País*, *Público*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*.

Este diario también se encuentra por debajo de los resultado que arroja el promedio es en "Otros". Aquí, mientras que la media se sitúa en 1,6 informaciones, *El Adelantado de Segovia* sólo publicó un tema, el 18 de noviembre relacionado con la gripe A, que padeció Quique Sánchez Flores, entrenador del Atlético de Madrid,

6.4.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en *El Adelantado de Segovia*

Recordemos que establecimos cinco categorías diferentes en este apartado: la noticia, el reportaje, la crónica, la entrevista y el artículo de opinión.

FIGURA 3.9.



Durante el mes de noviembre de 2009, *El Adelantado de Segovia* publicó 8 noticias relacionadas con el Atlético de Madrid:

-3 de noviembre: "El Atlético juega su primer "match ball" ante el Chelsea".

-7 de noviembre: "La prueba del derbi".

-10 de noviembre: "El Atlético espera no pasar apuros ante el Marbella".

- 17 de noviembre: "Domínguez firma su primer contrato como profesional".
- 18 de noviembre: "El Atlético confirma que Quique Sánchez Flores sufre gripe A".
- 20 de noviembre: "Antonio López cree que se ha lavado la imagen del equipo".
- 24 de noviembre: "Cerezo: Hay que tener paciencia, saldremos de ésta".
- 29 de noviembre: "La crisis del Atlético, ante las dudas de los pericos".

Cubrieron seis de los siete partidos, como hemos visto en el apartado anterior, por lo que aportaron seis crónicas. Sólo les faltó la del día 1 de noviembre, a pesar de que la noche anterior el conjunto atlético había disputado el encuentro de la 9ª jornada liguera frente al Athletic Club en el estadio de San Mamés.

- 4 de noviembre: "El Atlético empata y dice adiós al torneo".
- 8 de noviembre: "El Real Madrid derrota al Atlético en el Vicente Calderón gracias a los tantos de Kaká, Marcelo e Higuaín".
- 11 de noviembre: "Maxi Rodríguez lidera la goleada del Atlético".
- 22 de noviembre: "Guardado frustra al Atlético con un penalti muy polémico".
- 26 de noviembre: "El Atlético prolonga su agonía en Europa".
- 30 de noviembre: "El Atlético golea y retoma el camino de la victoria".

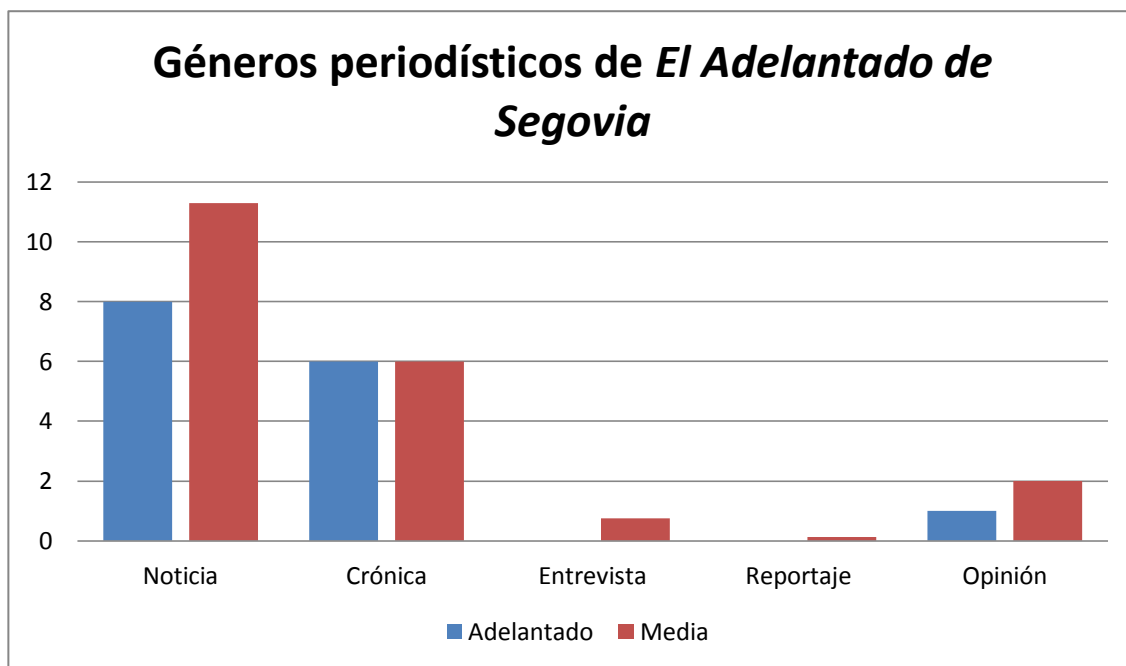
El género de opinión estuvo representado gracias a la columna de Diego Izco, la única firma que no fue de agencia que escribió algo relacionado con el Atlético de Madrid:

- 7 de noviembre: "10 años".

Y no hubo ni entrevistas, ni ningún reportaje.

A continuación, podemos contemplar la comparación de los distintos géneros periodísticos que se dan, en *El Adelantado de Segovia*, respecto al promedio.

FIGURA 3.10.



En cuanto al número de noticias, el diario *El Adelantado de Segovia* publicó 8, de los ocho periódicos estudiados fue el sexto que más ofreció. Por detrás de *ABC*, *El Mundo*, *La Razón*, *El País*, y *La Voz de Galicia*. Y por delante de *Público* y *La Vanguardia*. Situándose con 3,3 noticias por debajo del promedio, cuyo resultado es 11,3.

En la segunda categoría, *El Adelantado de Segovia* coincide con la media de 6 crónicas. Sólo le faltó la del día 1 de noviembre, a pesar de que la noche anterior el conjunto atlético había disputado el encuentro de la 9ª jornada liguera frente al Athletic Club en el estadio de San Mamés. El choque comenzó a las 22 horas, lo que propició que a la hora de su conclusión, ya hubieran cerrado la edición.

Como hemos comentado, *El Adelantado de Segovia* no hizo ninguna entrevista a personajes relacionados con la actualidad atlética. Por lo que, a pesar de que la media no es elevada (0,875) se encuentra por debajo, al igual que *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*.

En cuanto a los reportajes, hay que indicar que ningún periódico utilizó este género, excepto *La Voz de Galicia*, que lo hizo una sola vez. Lo que sitúa la media en 0,1 reportaje de media, por lo que *El Adelantado de Segovia* está por debajo.

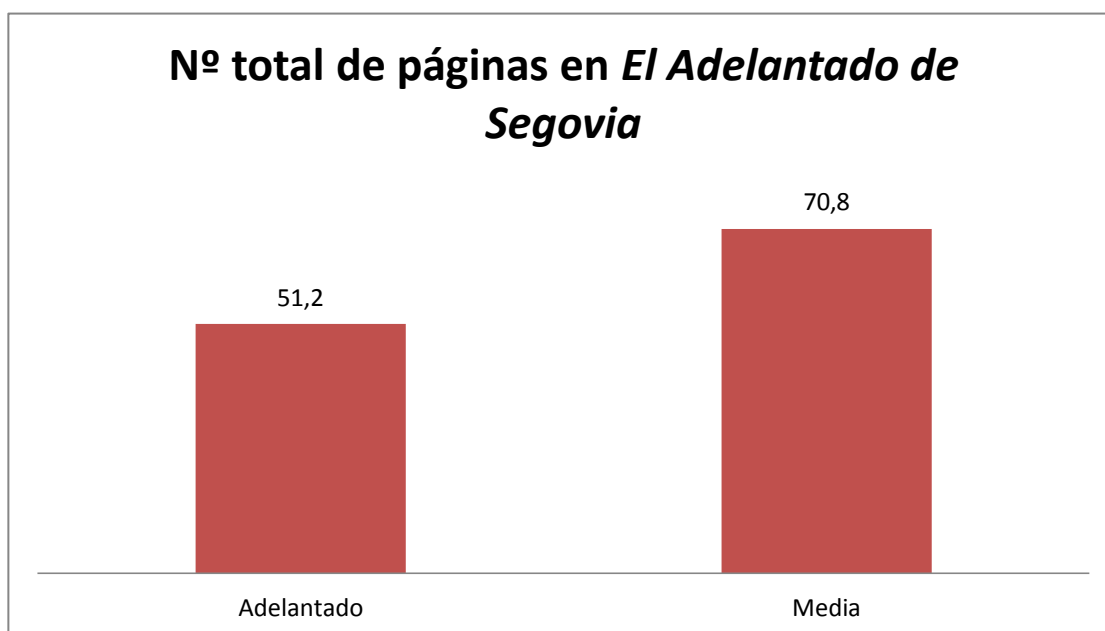
Y, por último, el género de opinión. Durante el mes de noviembre *El Adelantado de Segovia* utilizó una sola vez este género para tratar la actualidad del Atlético de Madrid. Se situó por encima del nivel de *ABC*, *La Vanguardia*, *El País* y *La Voz de Galicia*, muy lejos de *La Razón* y *Público* que son los que más columnas de opinión publicaron. Situándose en 0,875 columnas por debajo de las 1,875 del promedio.

6.4.4. Espacio dedicado en *El Adelantado de Segovia*

6.4.4.1. Páginas del diario *El Adelantado de Segovia*

En el estudio que hemos realizado tomando como muestra ocho diarios, de todos ellos *El Adelantado de Segovia* es el que menos páginas llevó a lo largo del mes.

FIGURA 3.11.

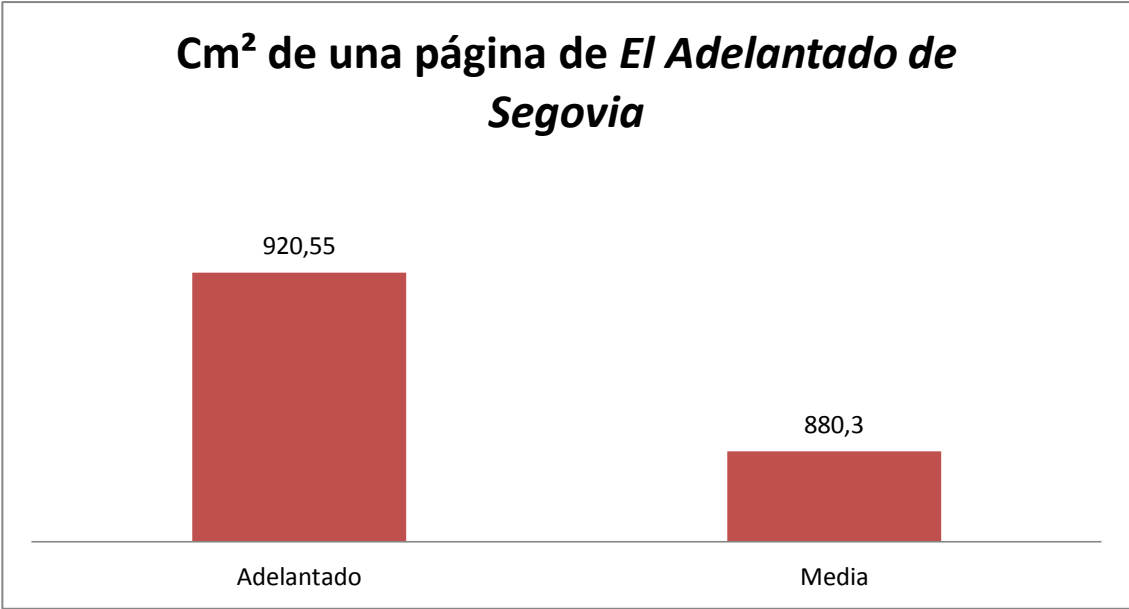


El periódico *El Adelantado de Segovia* es el que sale a la calle con menos páginas, muy por debajo del resto. Llega a ofrecer 19,6 páginas menos que el resto de diarios. Al que más se acerca es a *Público*, aunque le aventaja en 7,1 páginas. Con el que las distancias son más grandes es con *ABC*, ya que publica de promedio 52,2 páginas más que *El*

Adelantado de Segovia. Lo que significa, en cuanto a páginas, que dos periódicos del diario segoviano es uno de *ABC*.

6.4.4.2. Superficie de una página de *El Adelantado de Segovia*

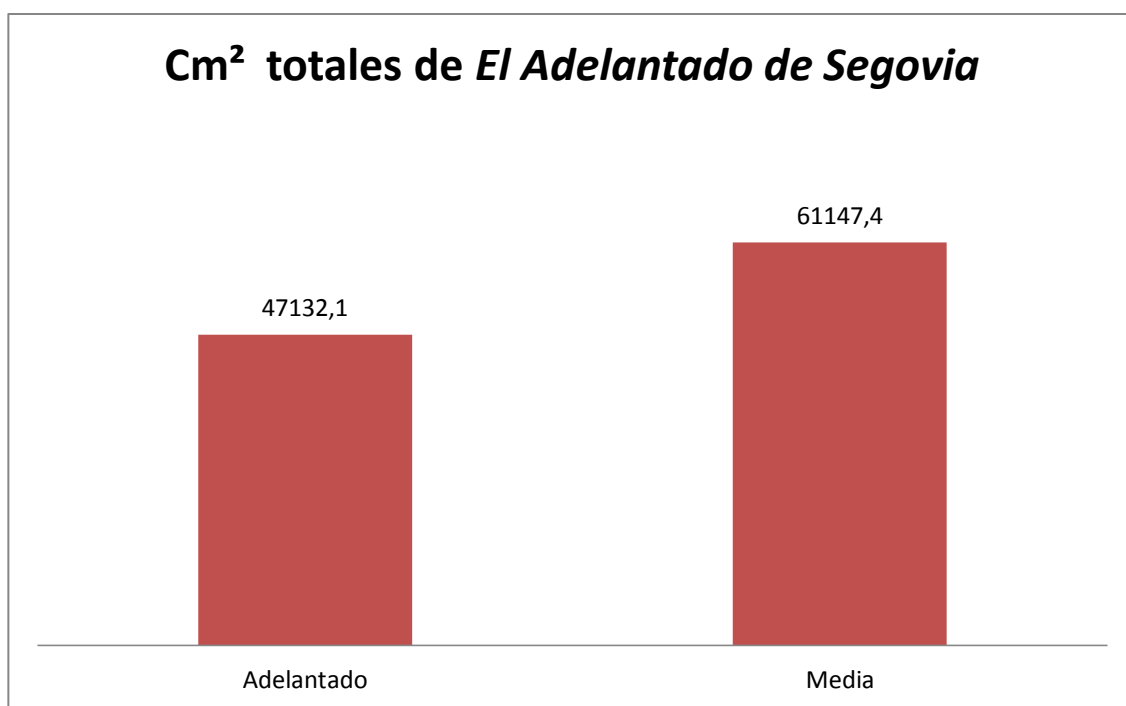
FIGURA 3.12.



Sin embargo, el diario *El Adelantado de Segovia* es el tercero más grande en cuanto a sus dimensiones por página (36,1 cm de largo x 25,5 cm de ancho). Situándose sólo por detrás de *La Vanguardia* y *Público*. En este sentido, *El Adelantado de Segovia* tiene 40,25 cm² más que el promedio de los periódicos tomados para la muestra.

6.4.4.3. Superficie total de las páginas de *El Adelantado de Segovia*

FIGURA 3.13.

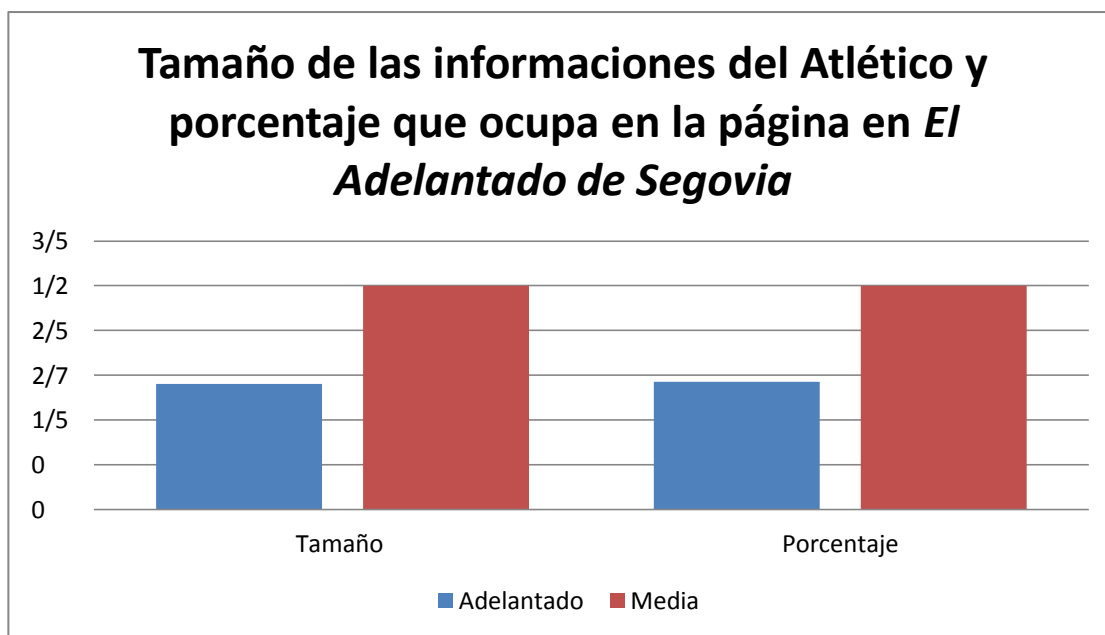


En el gráfico se puede apreciar como *El Adelantado de Segovia* está por debajo del promedio en lo que a cm² totales se refiere. Al igual en el número total de páginas, es el periódico que se sitúa en el último lugar en este apartado.

Aunque no está lejos de *El Mundo* (su referencia más inmediata, en esta categoría), se encuentra a una distancia más que notable de *La Razón* y *La Vanguardia*, que son los dos diarios que más cm² ofrecen al lector cada día.

6.4.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en *El Adelantado de Segovia*

FIGURA 3.14.

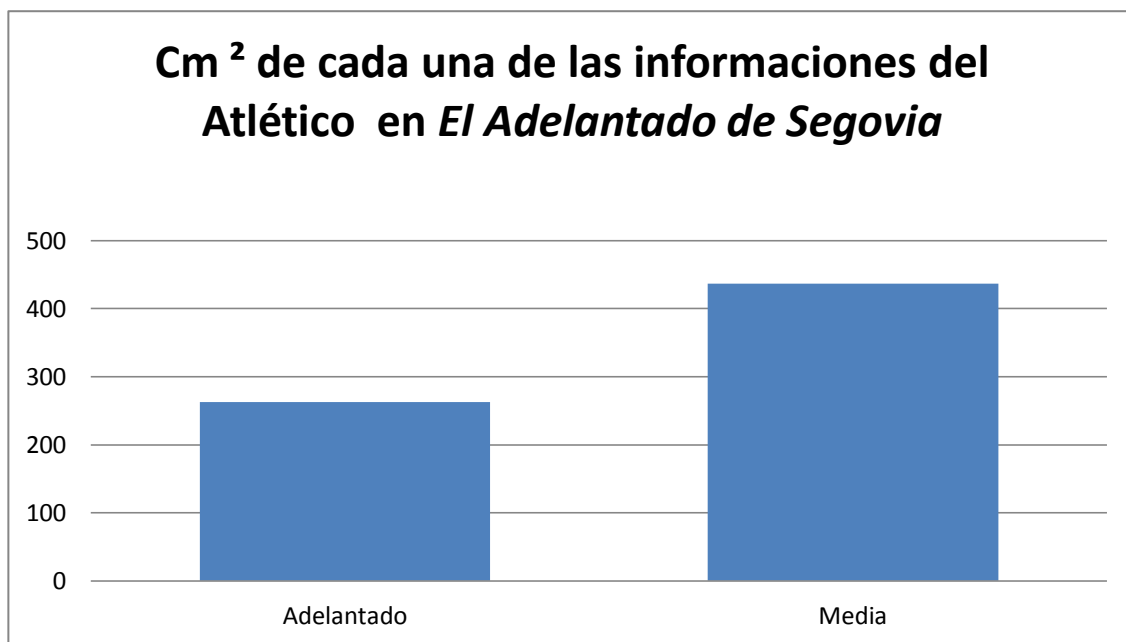


El Adelantado de Segovia es el diario cuyas informaciones relativas a la actualidad del Atlético de Madrid son más pequeñas respecto al tamaño de su página. El promedio de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en este periódico se sitúa en 2/7, es decir, el 28,5% de la página, mientras que la media de todos los diarios es 1/2, lo que supone el 50% de misma.

Lo que significa que las informaciones de *ABC* ocupan un 21,5% menos que la media. En este sentido sólo se acerca a *La Voz de Galicia*, en segundo lugar por la cola, que ofrece el 33,3% de su espacio en una página a sus informaciones del Atlético. Y está a una distancia considerable de los periódicos que tienen más repercusión a nivel nacional, como son *ABC*, *El Mundo*, *Público*, *La Razón*, *El País* y *La Vanguardia*.

6.4.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en *El Adelantado de Segovia*

FIGURA 3.15.

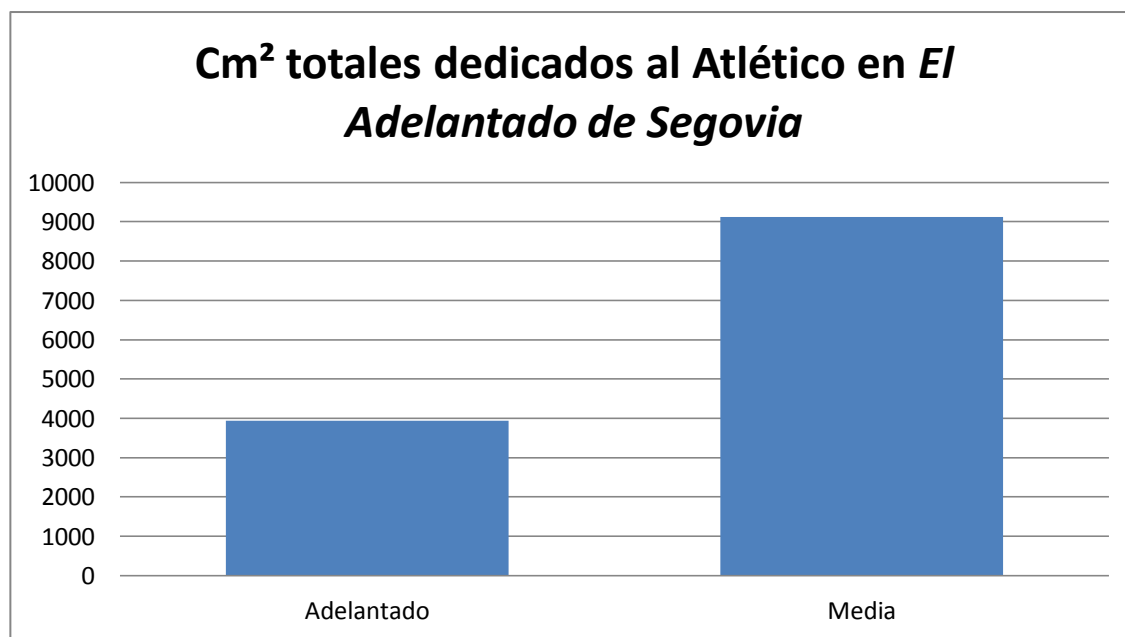


Una vez más, *El Adelantado de Segovia* se sitúa por debajo del promedio, en este caso en cuanto a cm² de cada una de las informaciones que del Atlético que aparecieron en sus páginas. *El Adelantado de Segovia* tiene 263 cm² y la media es 436,9 cm². Lo que supone 173,9 cm² menos.

De nuevo, vuelve a ocupar la última posición del apartado. Llegando a aportar 283,6 cm² menos que *El Mundo*, que es el que lidera la categoría, sólo se acerca a *La Voz de Galicia*, que ronda los 300 cm².

6.4.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en *El Adelantado de Segovia*

FIGURA 3.16.

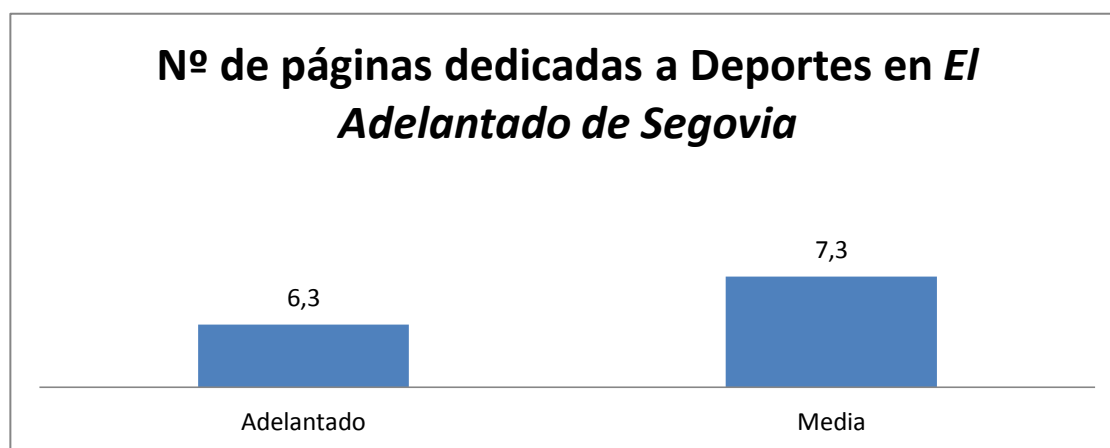


Recordemos que para obtener el resultado de este gráfico, tuvimos en cuenta los datos de la media del tamaño de las informaciones de cada periódico por la media de los cm² de página de cada diario. Así, supimos los cm² de cada información del Atlético que aparece en cada uno de estos periódicos y este dato lo multiplicamos por el número de informaciones rojiblancas aparecidas en las páginas de cada uno.

El promedio es de 9120,3 cm² y el diario *El Adelantado de Segovia* ofrece 3945 cm². Lo que supone 5175,3 cm² menos. Es decir, que vuelve a situarse en la cola. Resulta un dato relevante, ya que a pesar de no ser el periódico que menos informaciones y días con informaciones del Atlético publica, es con amplia diferencia (excepto para *La Voz de Galicia*) el diario cuyas informaciones rojiblancas menos espacio ocupan. En cualquier caso, el hecho de ser el periódico que tiene menos páginas afecta en este sentido de manera definitiva.

6.4.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en *El Adelantado de Segovia*

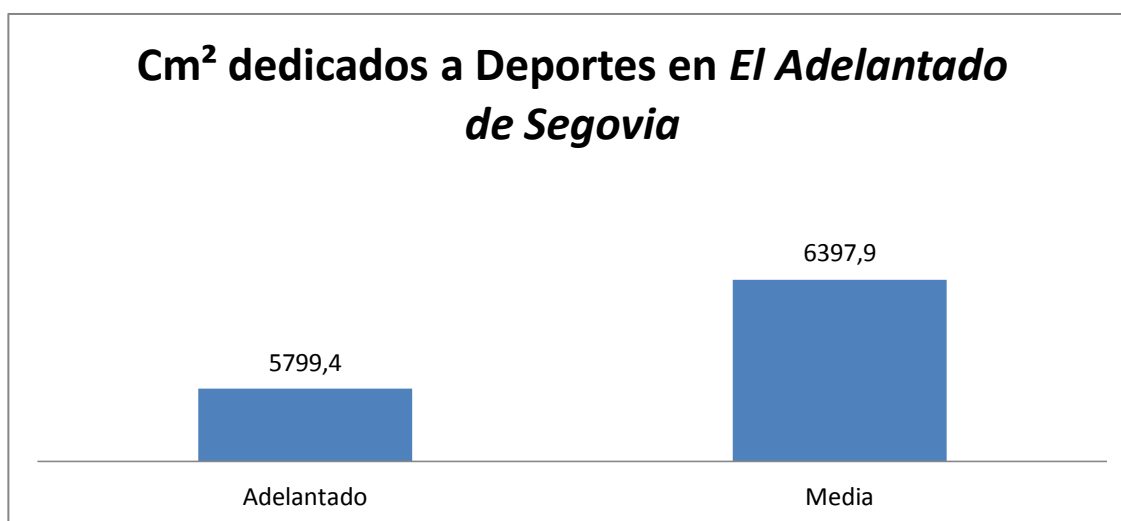
FIGURA 3.17.



En el gráfico podemos ver el promedio del número de páginas de *El Adelantado de Segovia* dedicadas a la sección de Deportes, en los días que aparecieron informaciones del Atlético de Madrid y la media de todos los diarios. En esta categoría, *El Adelantado de Segovia* no se posiciona en último lugar, como la mayoría de los puntos anteriores. En esta caso, supera por poco a *Público*. Situándose con 1 página de Deportes menos que la media de periódicos.

6.4.4.8. Superficie dedicada a Deportes en *El Adelantado de Segovia*

FIGURA 3.18.



La media de cm² de las páginas dedicadas a Deportes, de todos los diarios que hemos estudiado en la muestra del mes de noviembre de 2009 es de 6397 cm². Como ya vimos en el apartado dedicado al diario *ABC*, sólo dos diarios, en este caso *La Vanguardia* y

El Mundo, se situaron por encima de la misma. Como es habitual cuando hablamos de cm², *El Adelantado de Segovia* se ve afectado por ser el diario que tiene menos páginas. Así, coincide el lugar que ocupa en cuanto a número de páginas de deportes y en cm² dedicados a la sección deportiva se refiere, penúltimo. Sólo por delante de *Público* y de *La Razón*, en las diferentes categorías, respectivamente.

6.4.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en *El Adelantado de Segovia*

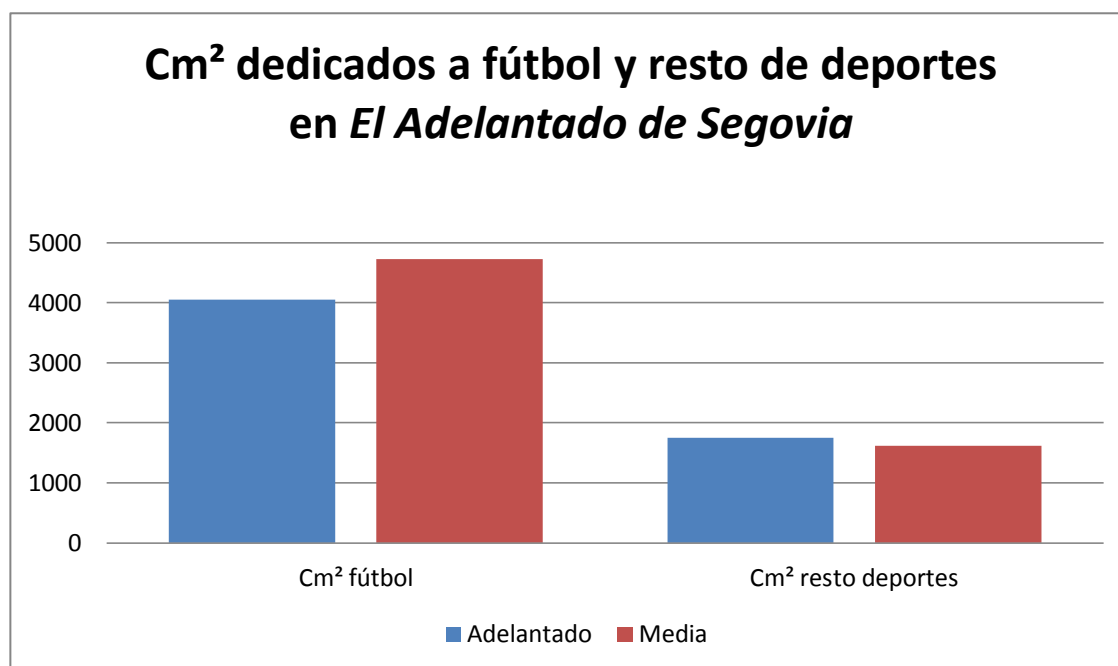
FIGURA 3.19.



En esta figura se aprecia como *El Adelantado de Segovia* se coloca por debajo del promedio en la categoría de "Fútbol" y se iguala a la media en el "Resto de deportes". En primer lugar en las páginas en las que se escribe sobre fútbol, este diario es el menos páginas ofrece del llamado "deporte rey". Mientras que *El Adelantado de Segovia* ofrece 4,4 páginas de fútbol, la media es 5,3. Es decir, que se acerca a casi una página menos.

Y en cuanto a las páginas dedicadas a otras disciplinas deportivas que no son fútbol, cabe señalar que *El Adelantado de Segovia* iguala la media de los periódicos respecto al resto de deportes. Así, el promedio y *El Adelantado de Segovia* tienen 1,8, por delante de *El País*, *Público* o *La Voz de Galicia*.

FIGURA 3.20.



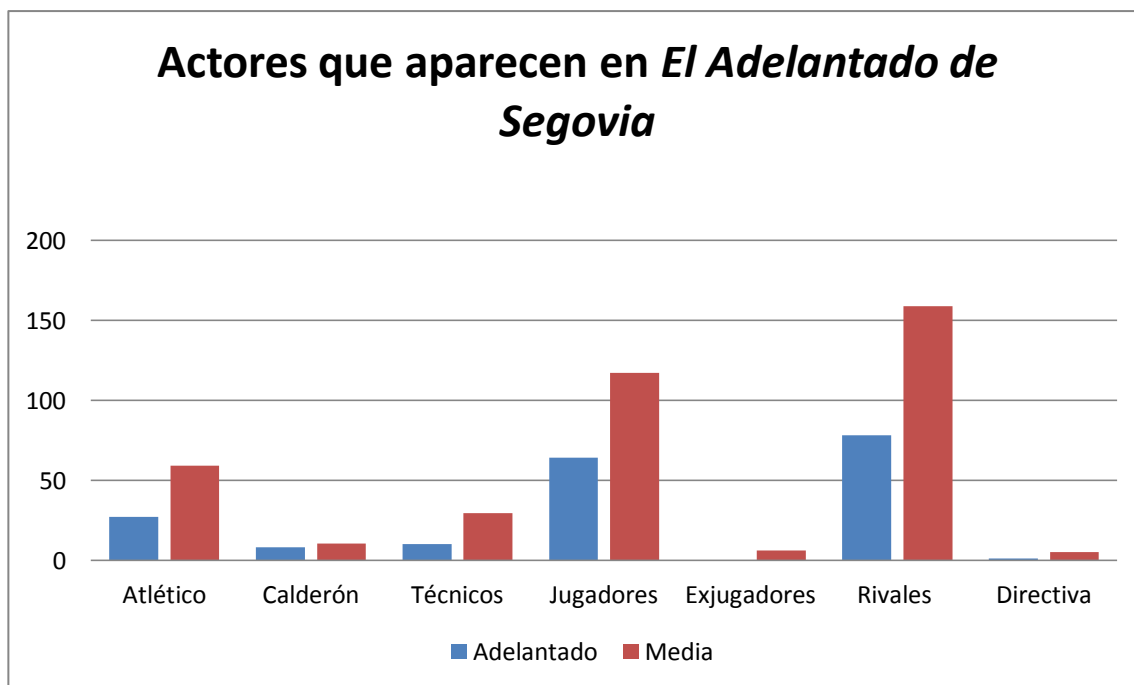
En esta categoría *El Adelantado de Segovia*, al ser el periódico que menos información de fútbol publica, se sitúa por debajo del promedio de cm² dedicados a este deporte de los ocho periódicos. Se sitúa en 4050,4 cm² y la media en 4722,5 cm². Lo que significa que tiene 672,1 cm² menos.

En cuanto al apartado dedicado al resto de disciplinas deportivas, *El Adelantado de Segovia*, se posicionó como tercer periódico que más cm² dedicó al resto de deportes, con , 1749 cm², sólo por detrás de *El Mundo* y *La Vanguardia*. Colocándose por encima del promedio (1618,9 cm²) y por delante de diarios como *ABC*, *El País*, *Público* o *La Razón*.

6.4.5. Protagonistas

6.4.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en *El Adelantado de Segovia*

FIGURA 3.21.

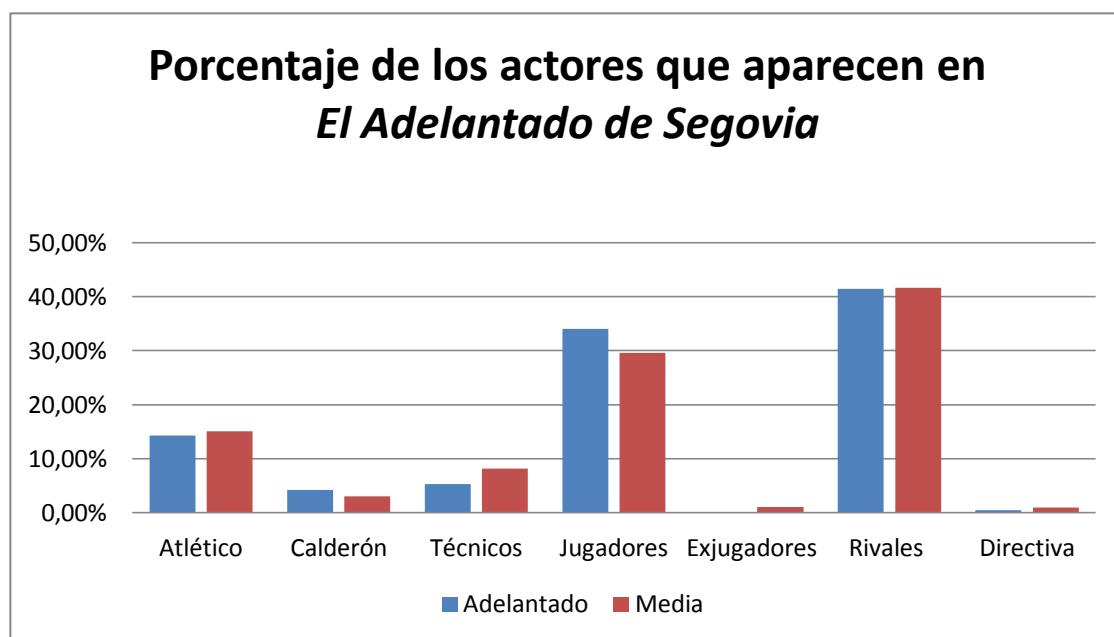


Durante el mes de noviembre de 2009, *El Adelantado de Segovia* fue el que menos nombres utilizó (188) en las informaciones relativas al Atlético de Madrid. El promedio fueron 390,8 nombres, por lo que este diario escribió 202,8 nombres menos que el promedio de todos los periódicos. En la categoría "Atlético", se mantuvo por debajo de los datos del resto. El nombre del club apareció en sus páginas 27 veces, mientras que la media se sitúa en 58,8. Fue el periódico que menos veces empleo el nombre del club.

Algo similar ocurre con el nombre del actual estadio del conjunto colchonero, el Vicente Calderón. *El Adelantado de Segovia* se encuentra ligeramente por debajo de la media, pero con datos muy similares, aunque lejos cifras como las de *La Razón* y *La Vanguardia* que lo hicieron más de 15 veces. Así en este diario se mencionó el estadio en 8 ocasiones y la media se localiza en 10,5 oportunidades. En cuanto a los "Técnicos", *El Adelantado de Segovia* los mencionó sólo 10 veces, se situó igual que *La Vanguardia* y sólo uno por detrás de *La Voz de Galicia*. La media de veces que se refirieron a los técnicos fue 29,5 veces, por lo *El Adelantado de Segovia* los nombró en 19,5 ocasiones menos.

La categoría "Jugadores" está directamente relacionada con el número de noticias que aportaron los diarios y que hemos visto en puntos anteriores. *El Adelantado de Segovia* se refirió a ellos 64 veces. El promedio de todos los diarios es de 116,8. Lo que significa que *El Adelantado de Segovia* se coloca 52,8 nombres de jugadores por debajo del mismo. con número muy similares a *La Voz de Galicia* y sólo por delante de *La Vanguardia*. En el apartado dedicado a "Exjugadores" sólo *ABC* (24) y *El Mundo* (12) mostraron algo de interés a la hora de citar a futbolistas que militaron en las filas del conjunto colchonero. La media quedó en 5,8 exjugadores nombrados. El resto de diarios sólo nombraron uno o dos ex jugadores en todo el mes. En este caso, *El Adelantado de Segovia* coincide con *La Vanguardia* ya que no nombraron ni a uno. En la categoría "Rivales", *El Adelantado de Segovia* mencionó a 78 adversarios, cuando la media estuvo en 158,75. Es decir, 80,75 nombres de rivales menos. Situándose en última posición. En cuanto a las ocasiones que se nombra la "Directiva", *El Adelantado de Segovia* fue de los diarios donde menos se citó a Enrique Cerezo, Gil Marín o García Pitarch, en una única ocasión. La media fue de 5,1 las veces que se nombró a la directiva en el mes de noviembre. Sólo se situó por delante de *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*.

FIGURA 3.22.

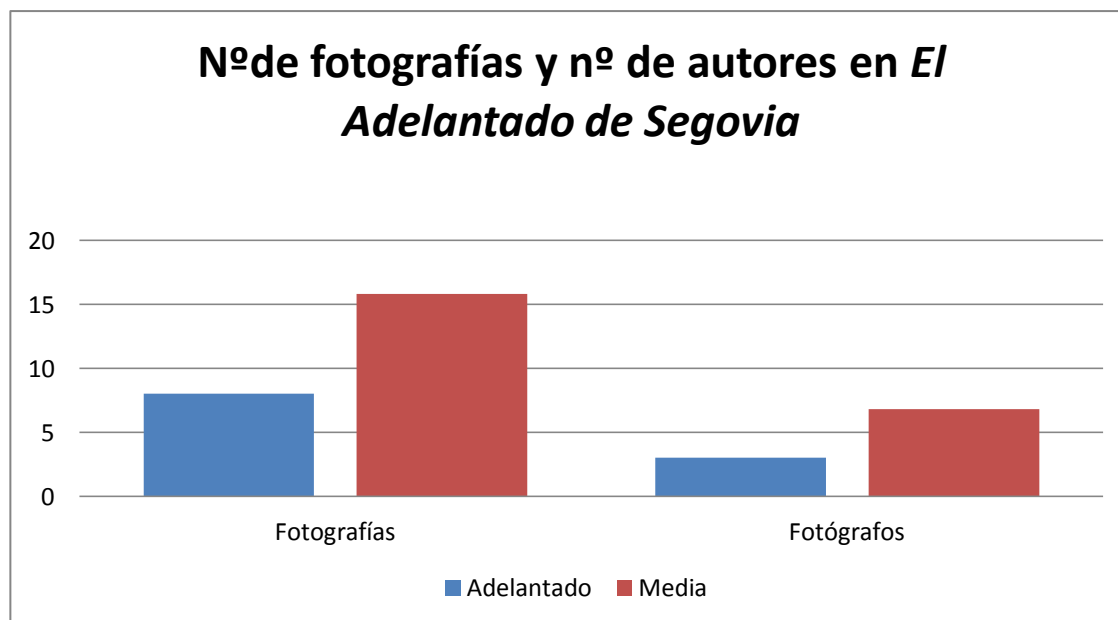


En cuanto a los porcentajes, no hay grandes cambios entre este gráfico y el que hemos comentado anteriormente referido al número de actores que aparecieron en las páginas

de *El Adelantado de Segovia* en noviembre de 2009. Tan sólo en el apartado "Jugadores", el diario está por encima del promedio, concretamente en un 4,4%.

6.4.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en *El Adelantado de Segovia*

FIGURA 3.23.

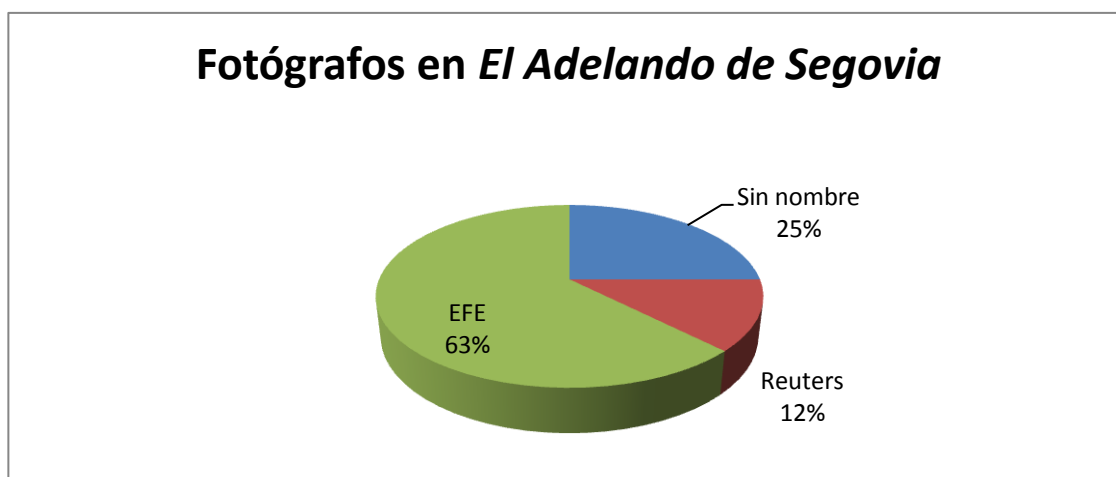


De las 15 informaciones que el diario *El Adelantado de Segovia* publicó en noviembre sobre el Atlético de Madrid fueron acompañadas por 8 fotografías, colocándose en sexto lugar. A gran distancia de *El Mundo* que, en este caso, fue el periódico que más imágenes publicó (31). Pero por detrás de periódicos de tirada a nivel nacional como *El País*, *ABC*, y *Público*. y sólo por delante de *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*. La media fueron 15,8 instantáneas. Lo que supone 7,8 imágenes menos que el promedio.

El Adelantado de Segovia también está por debajo en cuanto al número de fotógrafos cuyo trabajo precisaron durante el mes. Utilizaron 3 profesionales (muchas agencias no especifican el nombre del autor y se contabiliza como el nombre de la agencia) y la media estuvo en 6,8 fotógrafos. En este caso, sólo está por delante de *La Voz de Galicia*.

A continuación, podemos contemplar un gráfico en el que se detalla el número de fotografías que realizó cada uno de los fotógrafos profesionales que participaron con sus instantáneas en las informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid en las páginas de *El Adelantado de Segovia*, durante el mes de noviembre de 2009.

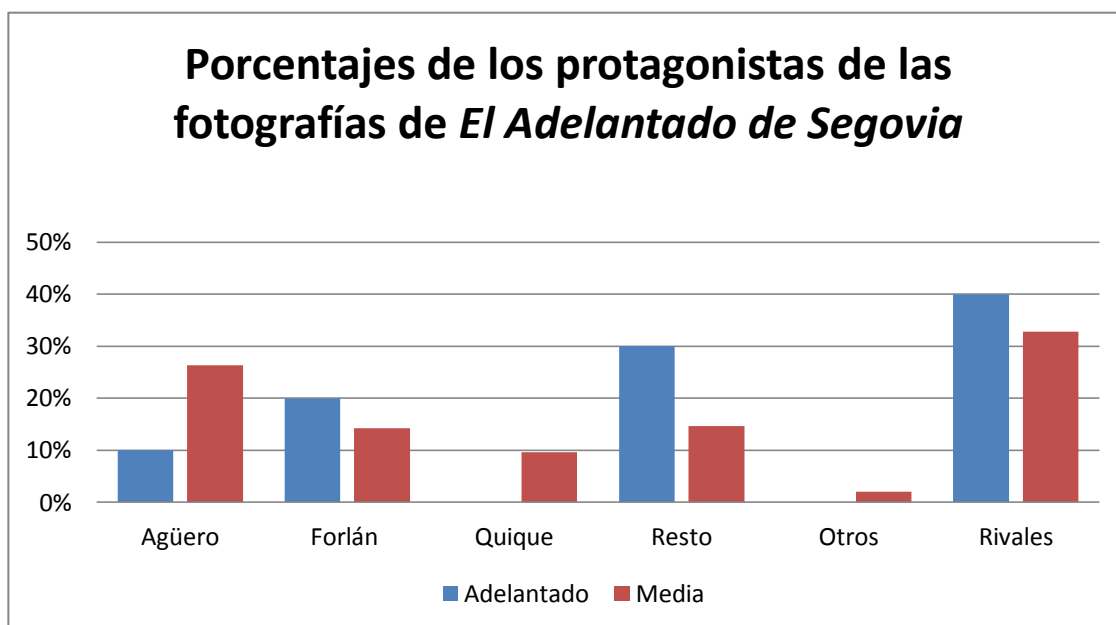
FIGURA 3.24.



El 75% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético de Madrid fueron de agencia. Concretamente de las 8 imágenes relacionadas con el conjunto colchonero, que hubo durante el mes de noviembre de 2009 en las páginas de *El Adelantado de Segovia*, 5 fueron tomadas por la Agencia EFE, 1 por la Agencia Reuters y 2 no llevaron ningún tipo de forma, ni siquiera la del propio periódico.

6.4.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en *El Adelantado de Segovia*

FIGURA 3.25.



El 60% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético tuvieron como principales protagonistas a los jugadores de la plantilla. Hay que señalar, como ya

ocurriera en el desglose de los protagonistas de las imágenes de *ABC*, que dos futbolistas fueron los protagonistas de gran parte de las instantáneas, Sergio "Kun" Agüero y Diego Forlán.

En este caso, se publicaron las mismas fotos de los dos que del resto del equipo junto. El argentino Agüero salió en una ocasión, lo que supone 10% de todas las imágenes (16,3% menos que la media); el uruguayo Forlán lo hizo en 2, lo que significa el 20% (5,77% más que la media), mientras que el resto de todo el plantel sólo estuvieron en 3 fotografías, es decir, el 30%, lo que supone el 15,3% más que la media.

El entrenador, Quique Sánchez Flores, no tuvo ninguna repercusión mediática en lo que fotografías publicadas en *El Adelantado de Segovia* se refiere. El diario segoviano, junto con *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*, fueron los único que no sacaron ni una sola imagen de Quique Sánchez Flores. Situándose, por tanto, 9,6% por debajo del promedio.

Los rivales de los compromisos que disputó el Atlético en noviembre de 2009, además de tener especial importancia en las informaciones escritas, como ya hemos visto en apartados anteriores y en *ABC*, también tuvieron especial relevancia en cuanto a imágenes se refiere, ya que aparecieron en 4 ocasiones, más que "Kun" Agüero y Forlán juntos. Se sitúan en un 40 % y la media en 32,8%. Es decir, un 7,2% menos.

Por último, señalar que en la categoría "Otros" no estuvo representada, al igual que ocurriera con Quique Sánchez Flores, en las páginas de *El Adelantado de Segovia*, lo que supone un 2% menos que el promedio de todos los periódicos tomados para la muestra estudiada.

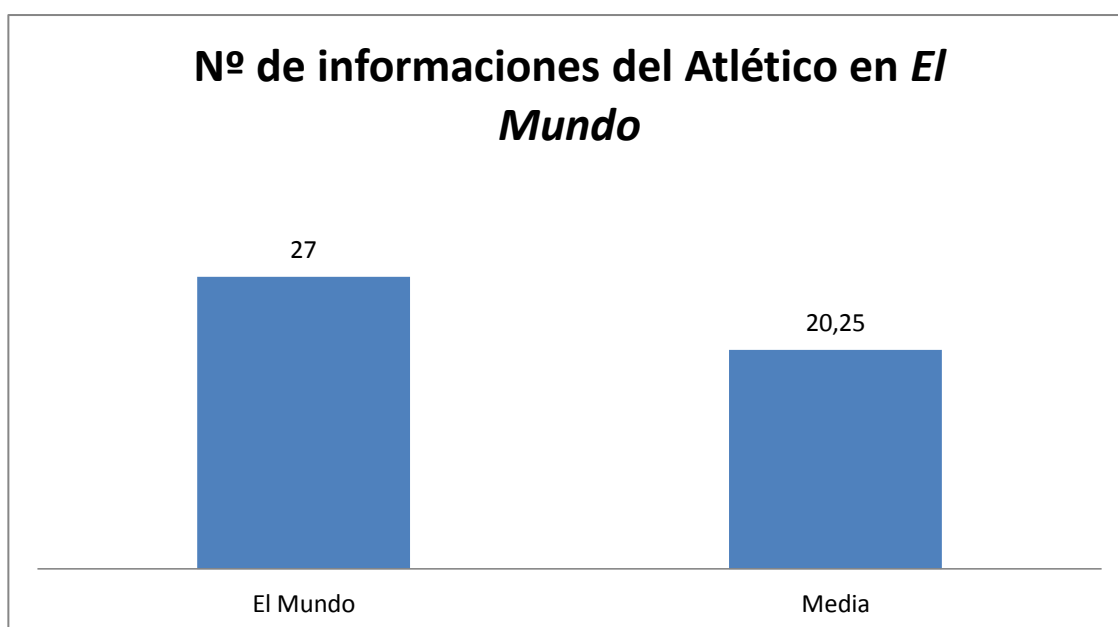
6.5. *El Mundo*

6.5.1. Informaciones

6.5.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en *El Mundo*

En el diario *El Mundo* aparecieron 27 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid, durante el mes de noviembre de 2009. Lo que supone que está 6,75 puntos por encima del promedio, situado en 20,25.

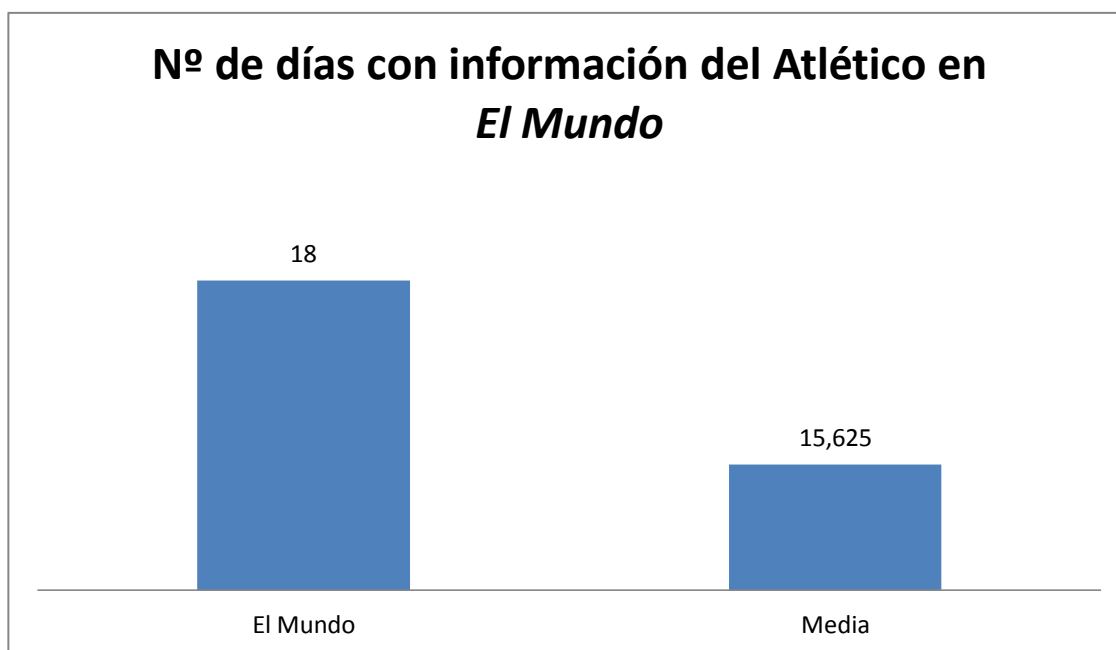
FIGURA 4.1.



Esta cifra supone que, de los ocho periódicos estudiados en la muestra, es el segundo en lo que a cantidad de información se refiere, con un 17%, sólo por detrás de *La Razón* y por delante de diarios como *ABC*, *El País* o *Público*.

6.5.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en *El Mundo*

FIGURA 4.2.

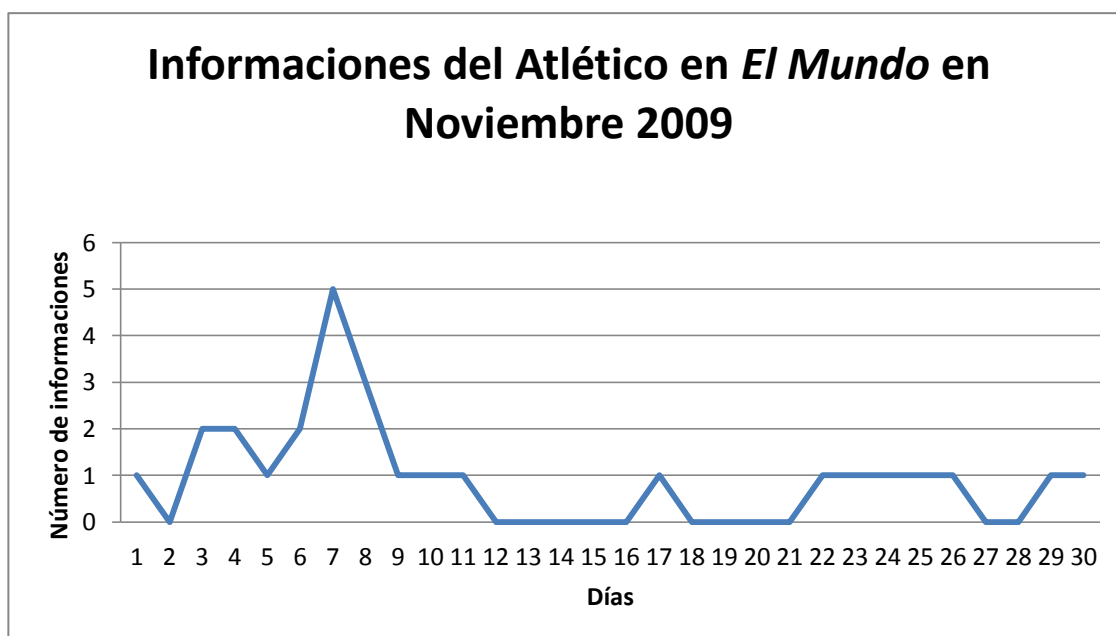


Esto significa que de los cinco grandes periódicos cuya sede central está en Madrid, está por delante de *El País* y *Público* y de otros que se editan fuera de la capital como *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*

Sin embargo, pierde una posición en cuanto a días con información del conjunto colchonero se refiere. De los 30 días de muestra que seleccionados, el diario *El Mundo* publicó sobre la entidad del Vicente Calderón en 18 de ellos. Sólo *La Razón* y *ABC* le superan en este sentido, ya que informaron u opinaron sobre el Club Atlético de Madrid, 21 y 20 días, respectivamente. Es decir, sólo 3 y 2 más que *El Mundo*.

El Mundo, por tanto, realiza un seguimiento regular del equipo, ya que casi 2 (en concreto 1,8) de cada 3 días informa de la actualidad rojiblanca. Le concede una importancia que provoca que tenga una presencia en el periódico el 60% de los días del mes.

FIGURA 4.3.



Tal y como queda reflejado en el gráfico, el día que más temas se publicaron del Atlético de Madrid fue el 7 de Noviembre, con 5. Esa noche, el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores jugaba uno de los partidos más importantes del año, al menos, en lo que a cobertura mediática se refiere, el derbi frente al Real Madrid, correspondiente a la 10ª jornada del Campeonato Nacional de Liga. Además de la previa habitual, firmada por Eduardo J. Castelao y J. Alcaide hubo varias noticias relacionadas con el partido y un análisis de la situación deportiva que atravesaba el Atlético de Madrid, así como las firmas invitadas de los políticos Rafael Simancas y Soraya Sáenz de Santamaría.

Precisamente, el segundo día con más temas del Atlético de Madrid fue el 8 de noviembre, con 3, donde además de la crónica del mencionado partido, firmada por Eduardo J. Castelao, se incluyeron las reacciones y consecuencias del choque.

El 3, el 4 y el 6 de noviembre salieron dos informaciones cada día del conjunto colchonero. El primero de ellos coincidió con el encuentro que esa noche disputó ante el Chelsea en el estadio Vicente Calderón, el segundo recogió toda la información de ese enfrentamiento y el tercero se dedicó a las noticias previas al partido frente al Real Madrid.

Hubo 13 días en los que apareció una información del Atlético y 12 en los que no reflejaron ningún tema. Hecho, este último, provocado por el parón de la competición de Liga debido a diversos compromisos de la Selección Española, lo que propició que no hubiera jornada el fin de semana del 14 de noviembre.

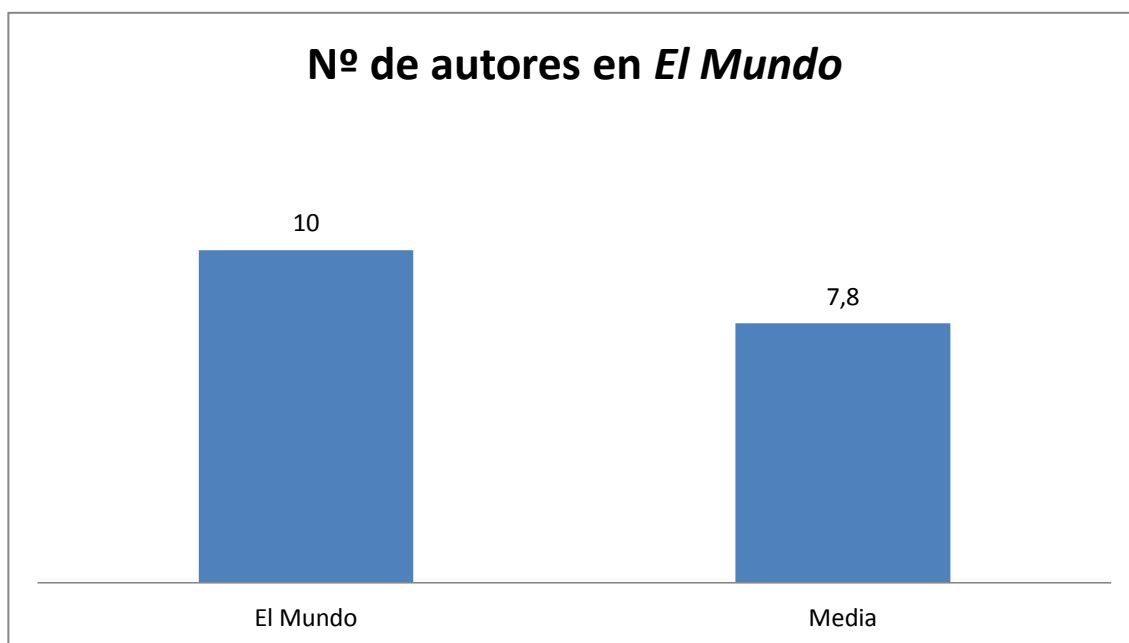
Es decir, que desde que el Atlético juega su partido de vuelta del los 1/16 de final de la Copa de S.M. El Rey, el martes 10 de noviembre, hasta que vuelve la Liga el 22 de noviembre, se acumulan 9 días sin noticias rojiblancas, por este motivo.

6.5.2. Autores

6.5.2.1 Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en *El Mundo*

Conviene señalar que el diario *El Mundo* es uno de los que mayor variedad de firmas presenta en las informaciones relacionadas con el Atlético. Mientras que *La Razón* presentan 13, *El Mundo* publicó 10 firmas diferentes. Cerca se encuentra *La Voz de Galicia*, que a pesar de tener 14 temas relacionados con la entidad del Vicente Calderón, los firman 9 autores diferentes. A continuación, están *Público* y *El País*, con 8 y 7 autores, respectivamente. Después nos encontramos a *La Vanguardia* y *ABC*, con 6. Y el que presenta menos autores distintos es *El Adelantado de Segovia*, con 4.

FIGURA 4.4.



Así, el diario *El Mundo* se sitúa por encima del promedio del número de autores de todos los periódicos en 2,2 puntos. Sin embargo, como veremos a continuación, es el

cuarto en lo que a mayor grado de concentración de firmas se refiere (2,7), ligeramente por encima de la media que se sitúa 2,6 informaciones por cada autor que escribe en estos diario sobre el Atlético.

6.5.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en *El Mundo*

FIGURA 4.5.

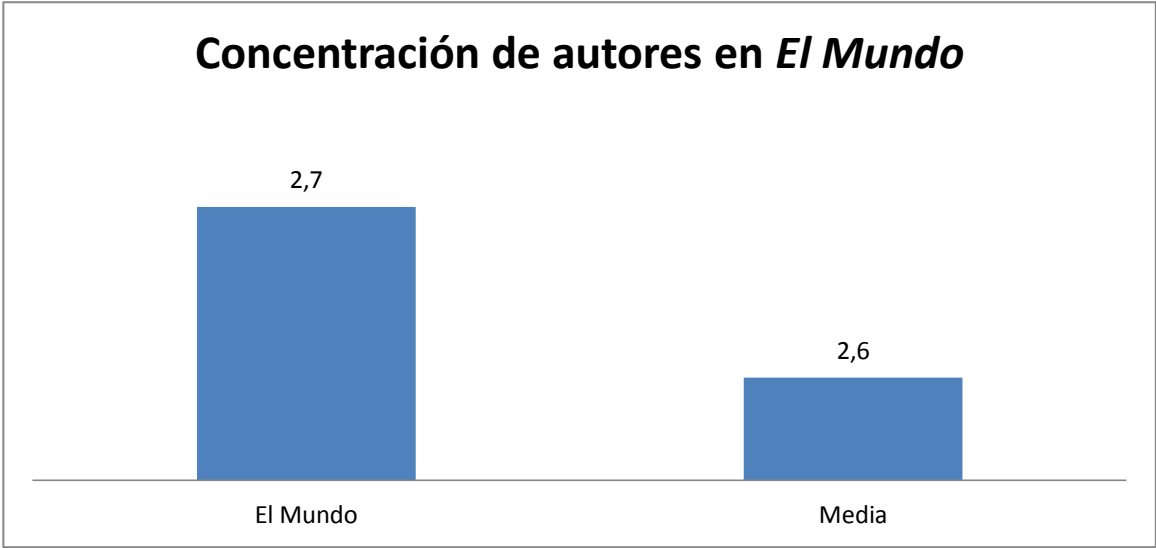
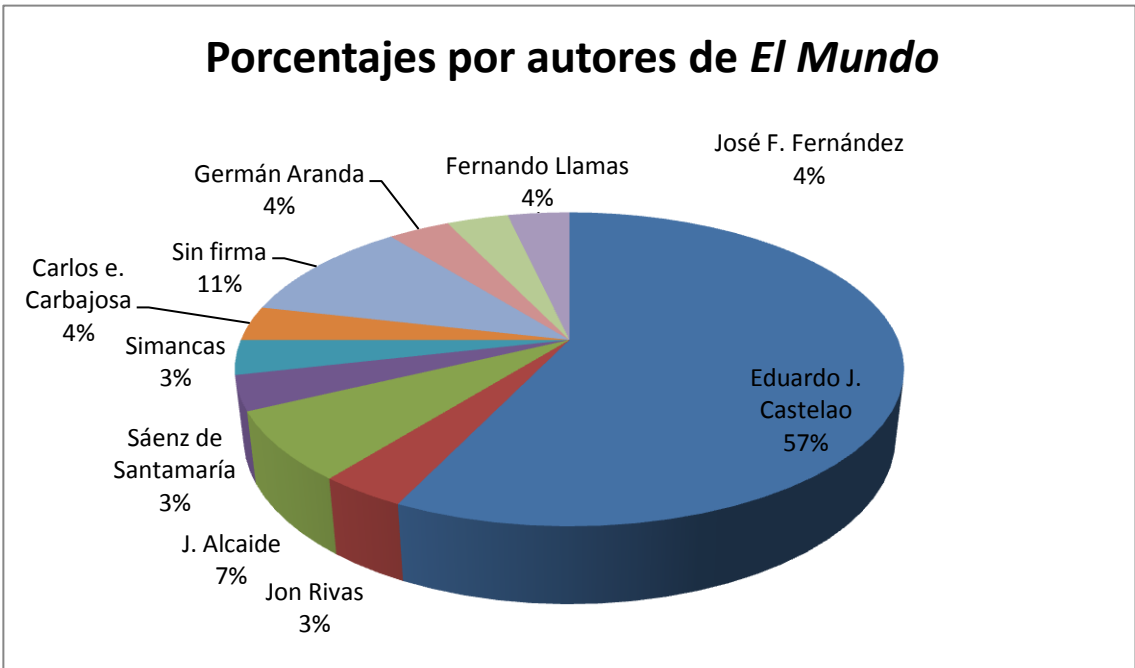


FIGURA 4.6.



De las 27 informaciones del Atlético de Madrid aparecidas en el diario *El Mundo* durante el periodo de muestra, 16 de ellas fueron firmadas por Eduardo J. Castelao, de

lo que se traduce que este periodista es el encargado de seguir a diario los temas relacionados con el conjunto colchonero, ya que realiza entrevistas, crónicas y el seguimiento diario. Además, 3 informaciones no tuvieron ningún tipo de firma. Por su parte, J. Alcaide firmó 2 noticias (una de ellas conjunta con Eduardo J. Castelao), mientras que Jon Rivas, Carbajosa, Aranda, Llamas, Fernández, además de las firmas invitadas de Simancas y Sáenz de Santamaría, hicieron una cada uno. En cuanto al temas sobre los que informa el diario, recordamos que habíamos dividido las informaciones relativas al Atlético de Madrid en cinco categorías. La primera se refiere a las informaciones que aparecieron el día después de los encuentros, es decir, la crónicas de los partidos.

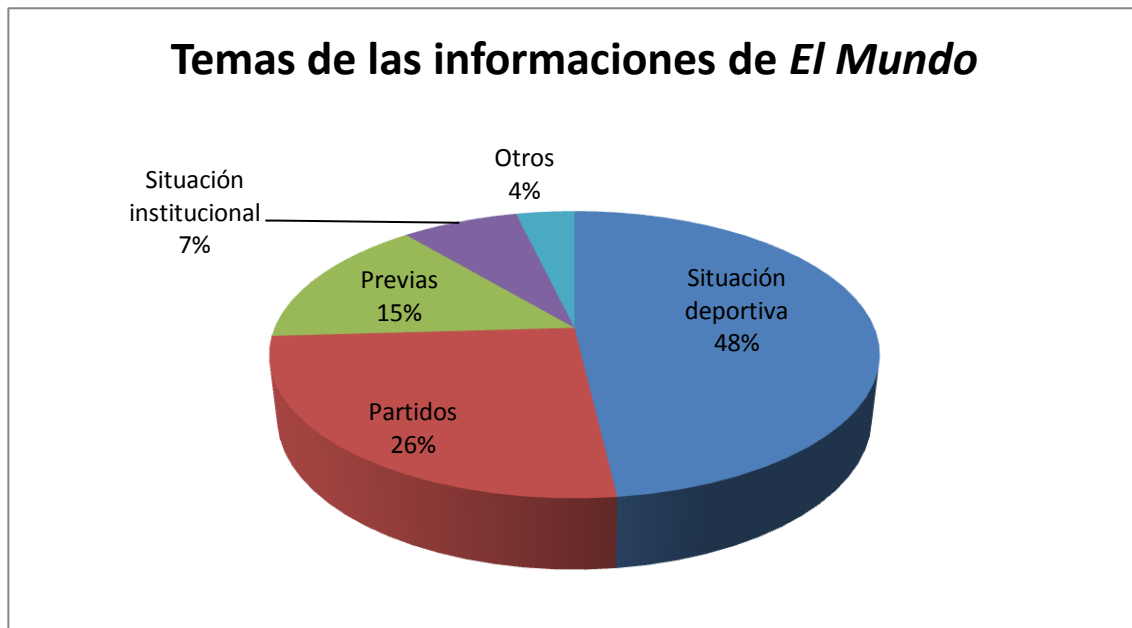
Otro apartado tenía que ver con la "Situación deportiva": entrenamientos, cómo afrontan el siguiente choque, estado físico de los futbolistas y análisis de la situación del club en las distintas competiciones. Además establecimos la denominada "Previas", son informaciones publicadas el día del partido en las que se avanza los posibles onces titulares, lesionados, sancionados, antecedentes y contexto.

La cuarta categoría se refería a la "Situación institucional", que son informaciones relacionadas con el clima social y político del club. Y por último establecimos una quinta categoría denominada "Otros". Es decir, noticias esporádicas que, por su contenido, no se podían clasificar dentro de los anteriores apartados.

6.5.3. Temas y géneros periodísticos

6.5.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en *El Mundo*

FIGURA 4.7.



Con 13 informaciones, la situación deportiva es la que conlleva un mayor espacio de las informaciones rojiblancas en *El Mundo*. Así, trataron este tema los siguientes días y con los siguientes titulares:

- 3 de noviembre: "El librito de Quique".
- 4 de noviembre: "El Kun duda; Cristiano no llega".
- 5 de noviembre: "El Kun llegará, pero ¿cómo?"
- 6 de noviembre: "Más zanahoria que palos".
- 6 de noviembre: "Podemos lastimarlos".
- 7 de noviembre: "Ahora el equipo sabe a lo que juega".
- 7 de noviembre: "Sólo vale la victoria".
- 7 de noviembre: "Y si además ganamos..."
- 7 de noviembre: "La década en blanco".
- 8 de noviembre: "Ya hemos logrado una enormidad".

-8 de noviembre: "Agüero es la única ilusión que nos queda".

-9 de noviembre: "Sin Kun ni Forlán".

-23 de noviembre: "El peor Atlético en 56 años".

Los partidos que disputó el Atlético de Madrid, durante el mes de noviembre de 2009, también tuvieron una especial repercusión en las páginas de *El Mundo*, con 7 informaciones:

-1 de noviembre: "El Atlético sigue siendo vulnerable".

-4 de noviembre: "Esperanza para la Liga".

-8 de noviembre: "El Madrid emborriona un paseo".

-11 de noviembre: "Y sin que sirva de precedente".

-22 de noviembre: "Se estrella el Atlético".

-26 de noviembre: "Lo peor es el futuro".

-30 de noviembre: "El Atlético gana tiempo con el Espanyol".

En tercer lugar, en cuanto a cantidad, aparece lo que en el argot futbolístico se conoce como "previas", con:

-3 de noviembre: "Sin nada que perder".

-7 de noviembre: "Un derbi bajo el peso de la historia".

-10 de noviembre: "Compromisos tranquilos para el Barça y el Atlético".

-29 de noviembre: "Quique ofrece una última opción a los habituales frente al Espanyol".

La situación institucional, a pesar de no tener una gran relevancia, estuvo presente en la muestra que tomamos durante el mes de noviembre en las páginas del periódico *El Mundo*:

-24 de noviembre: "A nadie le interesaba investigar al Atlético".

-25 de noviembre: "Viejos fantasmas para el Atlético".

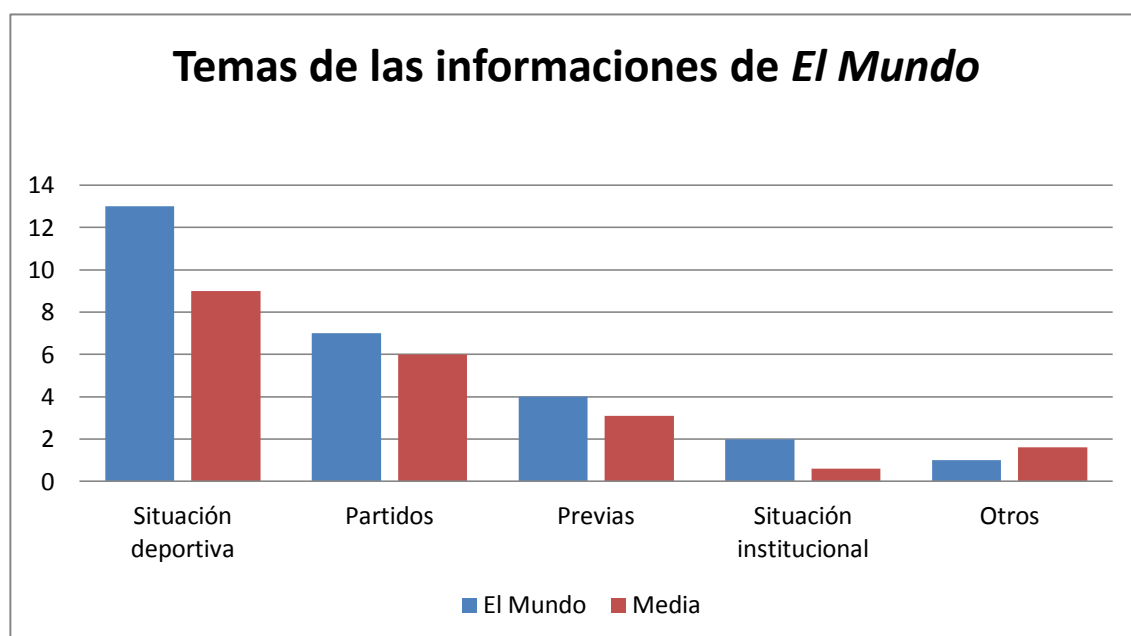
Y en cuanto al apartado "Otros", sólo hubo un ejemplo:

-17 de noviembre: "Posible gripe A de Sánchez Flores".

El diario *El Mundo* ofrece un seguimiento de la situación deportiva del Atlético muy superior al promedio de todos los periódicos que hemos estudiado. *El Mundo* publicó 13 informaciones, es decir, 4 más que la media. Por lo que podemos afirmar que tras *La Razón* y *ABC* es el periódico que más cuida el seguimiento del día a día del Atlético de Madrid.

En la segunda categoría, *El Mundo*, en este caso, supera el promedio de 6 partidos. Cubrieron los 7 choques que disputó el conjunto atlético durante el mes de noviembre, algo que sólo lo hicieron ellos y *Público*. El resto informaron de todos los choques (salvo alguna excepción) pero en algunos casos lo incluyeron dentro de otras noticias y resultados.

FIGURA 4.8.



En el apartado "Previas" ofrece de nuevo unos números superiores al promedio, que es 3,1, por los 4 de *El Mundo*. Si tenemos en cuenta que en el periodo de muestra hubo margen para haber publicado 6 previas, *El Mundo* lo hizo más de la mitad de los encuentros, sólo por detrás de *La Razón* e igualado con *El Adelantado de Segovia*.

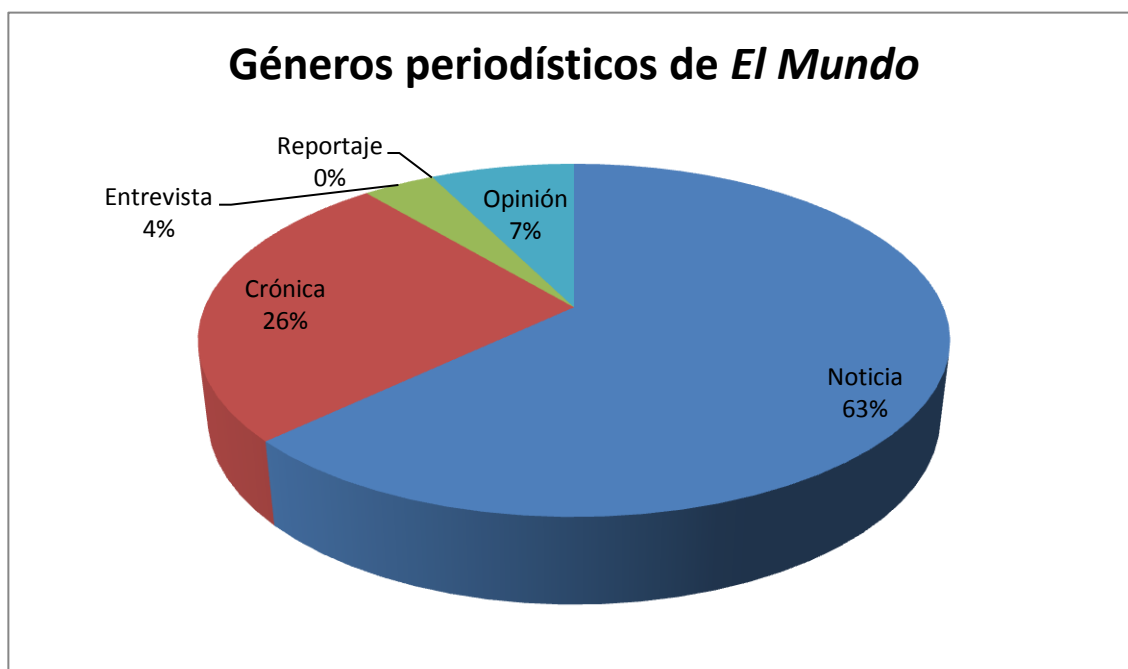
En cuanto a la situación institucional del Atlético, a pesar de que la presencia de esta categoría en todo el mes, se limita a un par de informaciones, *El Mundo* se coloca 1,3 puntos por encima de la media de este apartado, ya que junto a *La Razón* fueron los periódicos que más cubrieron este apartado.

Y en la única categoría en la que este diario se encuentra por debajo de los resultado que arroja el promedio es en "Otros". Aquí, mientras que la media se sitúa en 1,5 informaciones, *El Mundo* sólo publicó un tema, el 17 de noviembre relacionado con la gripe A que padeció Quique Sánchez Flores, entrenador del Atlético de Madrid. Viéndose. superado por *Público*, *El País*, *La Razón*, igualado con *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *ABC*, y sólo por delante de *La Voz de Galicia*.

6.5.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en *El Mundo*

Recordemos que establecimos cinco categorías diferentes en este apartado: la noticia, el reportaje, la crónica, la entrevista y el artículo de opinión.

FIGURA 4.9.



Durante el mes de noviembre de 2009, *El Mundo* publicó 17 noticias relacionadas con el Atlético de Madrid:

-3 de noviembre: "El librito de Quique".

- 3 de noviembre: "Sin nada que perder".
- 4 de noviembre: "El Kun duda; Cristiano no llega".
- 5 de noviembre: "El Kun llegará, pero ¿cómo?"
- 6 de noviembre: "Más zanahoria que palos".
- 6 de noviembre: "Podemos lastimarlos".
- 7 de noviembre: "Un derbi bajo el peso de la historia".
- 7 de noviembre: "La década en blanco".
- 8 de noviembre: "Ya hemos logrado una enormidad".
- 8 de noviembre: "Agüero es la única ilusión que nos queda".
- 9 de noviembre: "Sin Kun ni Forlán".
- 10 de noviembre: "Compromisos tranquilos para el Barça y el Atlético".
- 17 de noviembre: "Posible gripe A de Sánchez Flores".
- 23 de noviembre: "El peor Atlético en 56 años".
- 24 de noviembre: "A nadie le interesaba investigar al Atlético".
- 25 de noviembre: "Viejos fantasmas para el Atlético".
- 29 de noviembre: "Quique ofrece una última opción a los habituales frente al Espanyol".

Cubrieron todos los partidos, como hemos visto en el apartado anterior, por lo que realizaron 7 crónicas:

- 1 de noviembre: "El Atlético sigue siendo vulnerable".
- 4 de noviembre: "Esperanza para la Liga".
- 8 de noviembre: "El Madrid emborriona un paseo".
- 11 de noviembre: "Y sin que sirva de precedente".
- 22 de noviembre: "Se estrella el Atlético".

-26 de noviembre: "Lo peor es el futuro".

-30 de noviembre: "El Atlético gana tiempo con el Espanyol".

Realizaron una entrevista, al jugador atlético Maxi Rodríguez, el 7 de noviembre, con motivo del choque ante el Real Madrid:

-7 de noviembre: "Ahora el equipo sabe a lo que juega".

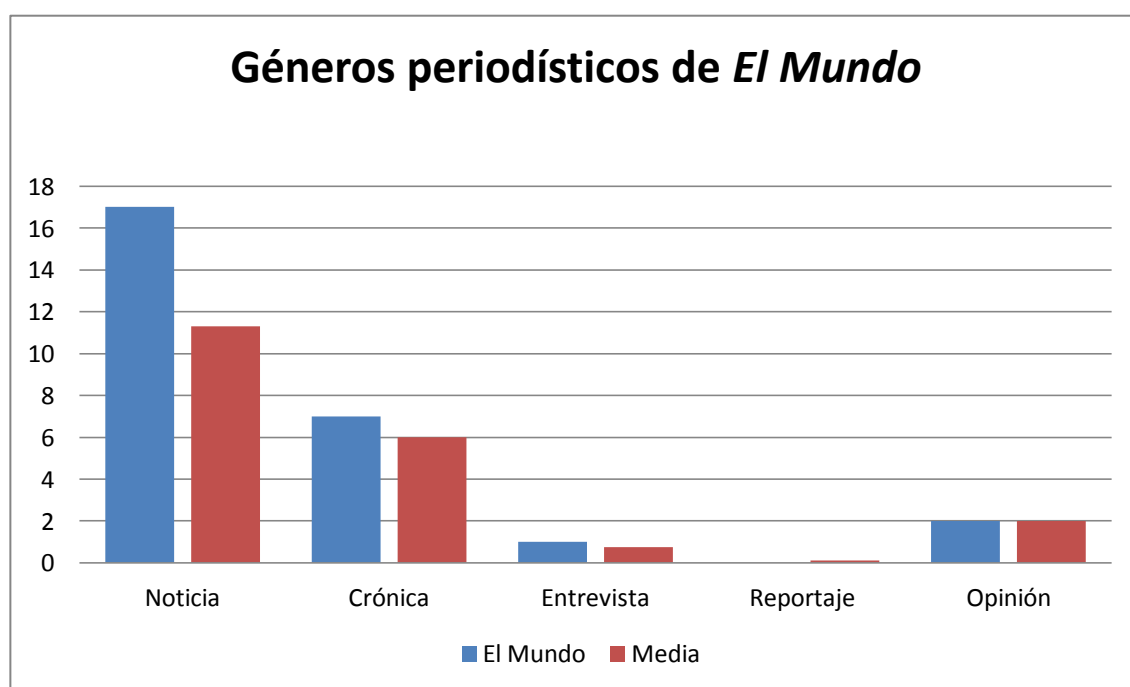
No hubo ningún reportaje. Pero sí dos columnas de opinión, el 7 de noviembre, firmadas por los políticos Rafael Simancas y Soraya Sáenz de Santamaría:

-7 de noviembre: "Ahora el equipo sabe a lo que juega".

-7 de noviembre: "Sólo vale la victoria".

A continuación podemos contemplar la comparación de los distintos géneros periodísticos que se dan, en *El Mundo*, respecto al promedio.

FIGURA 4.10.



En cuanto al número de noticias, el diario *El Mundo* publicó 17, de los ocho periódicos estudiados fue el segundo que más ofreció, sólo por detrás de *ABC*. Situándose con 5,7 noticias por encima de una media, cuyo resultado es 11,3. El único que está cerca de *El Mundo*, pero por detrás, es *La Razón*.

En la segunda categoría, *El Mundo* supera el promedio de 6 crónicas. Como hemos visto anteriormente, al referirnos a los temas sobre los que trataban las diversas informaciones, recordamos que cubrieron los 7 choques que disputó Atlético durante el mes de noviembre.

Como hemos citado con anterioridad *El Mundo* realizó una única entrevista a un protagonista relacionado con la actualidad del Atlético de Madrid . No es una cifra muy elevada, pero sí es un número que le permite situarse tras los que lideran este género periodístico, en este caso *La Razón* y *ABC*, igualado con *Público* , y por delante de *El País*, *El Adelantado de Segovia*, *La Voz de Galicia* y *La Vanguardia*.

Así, se sitúa 0,125 entrevistas por encima del promedio. En cuanto a los reportajes, hay que indicar que ningún periódico utilizó este género, excepto *La Voz de Galicia*, que lo hizo una sola vez. Lo que sitúa la media en 0,1 reportaje de media, por lo que *El Mundo* está por debajo.

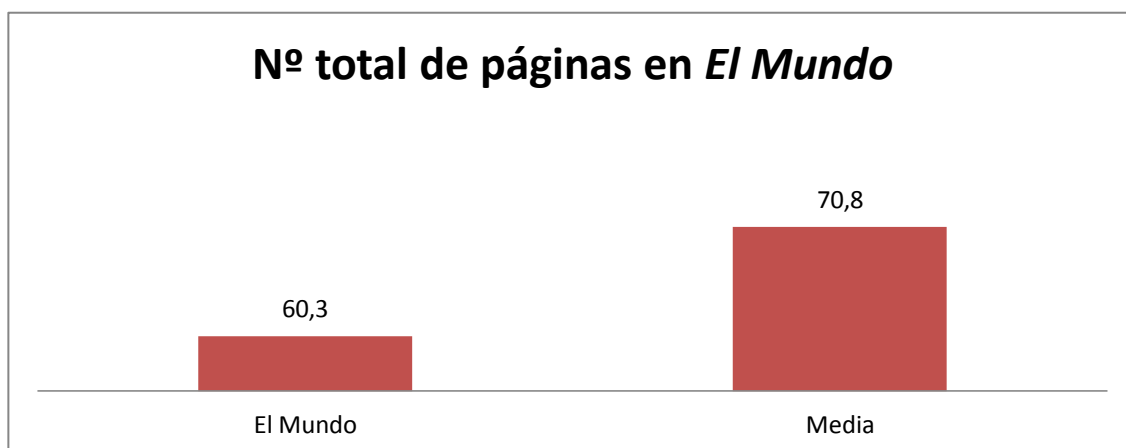
Y por último el género de opinión. Durante el mes de noviembre *El Mundo* utilizó este género dos veces para tratar la actualidad del Atlético de Madrid. Se sitúa por encima del nivel de *ABC*, *El País*, *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*, muy lejos de *La Razón* y *Público* que son los que más columnas de opinión publicaron. En este caso, se sitúa por encima del promedio en 0,125 columnas.

6.5.4. Espacio dedicado en *El Mundo*

6.5.4.1. Páginas del diario *El Mundo*

En el estudio que hemos realizado tomando como muestra ocho diarios, de todos ellos *El Mundo* es el sexto en cuanto a número de páginas, o lo que es lo mismo, el tercero que menos páginas llevó a lo largo del mes.

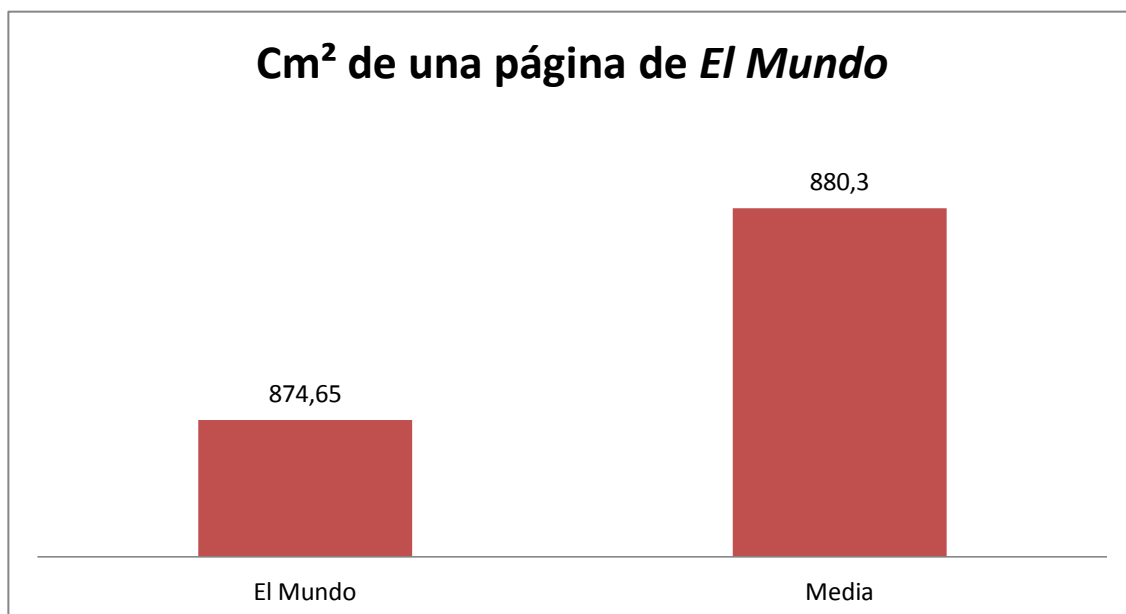
FIGURA 4.11.



El periódico *El Mundo* no es de los que sale a los kioscos con más páginas. De hecho, ofrece 10,5 páginas menos que el promedio de los diarios. Se encuentra a mucha distancia de *ABC*, *La Razón* y *La Vanguardia*. Cuenta con unas cifras muy similares a *La Voz de Galicia* y *El País*, que contienen 63,2 y 62,1, respectivamente, mientras que *El Mundo* tiene 60,3, por delante de *Público* y *El Adelantado de Segovia*.

6.5.4.2. Superficie de una página de *El Mundo*

FIGURA 4.12.

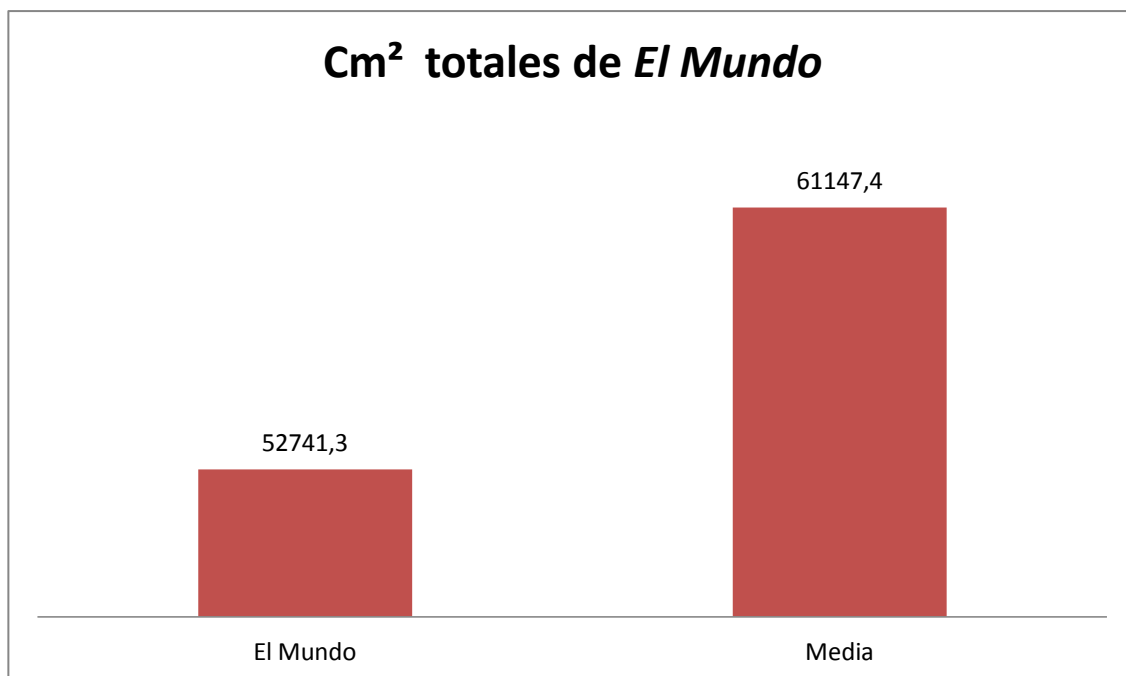


El diario *El Mundo* es el sexto en cuanto a sus dimensiones por página (34,3 cm de largo x 25,5 cm de ancho). Situándose sólo por detrás de *La Vanguardia* y *Público*, *El Adelantado de Segovia*, *El País* y *La Voz de Galicia*. En este sentido, *El Mundo* tiene

5,65 cm² menos que el promedio, aunque es el que más se le acerca, de los periódicos tomados para la muestra.

6.5.4.3. Superficie total de las páginas de *El Mundo*

FIGURA 4.13.

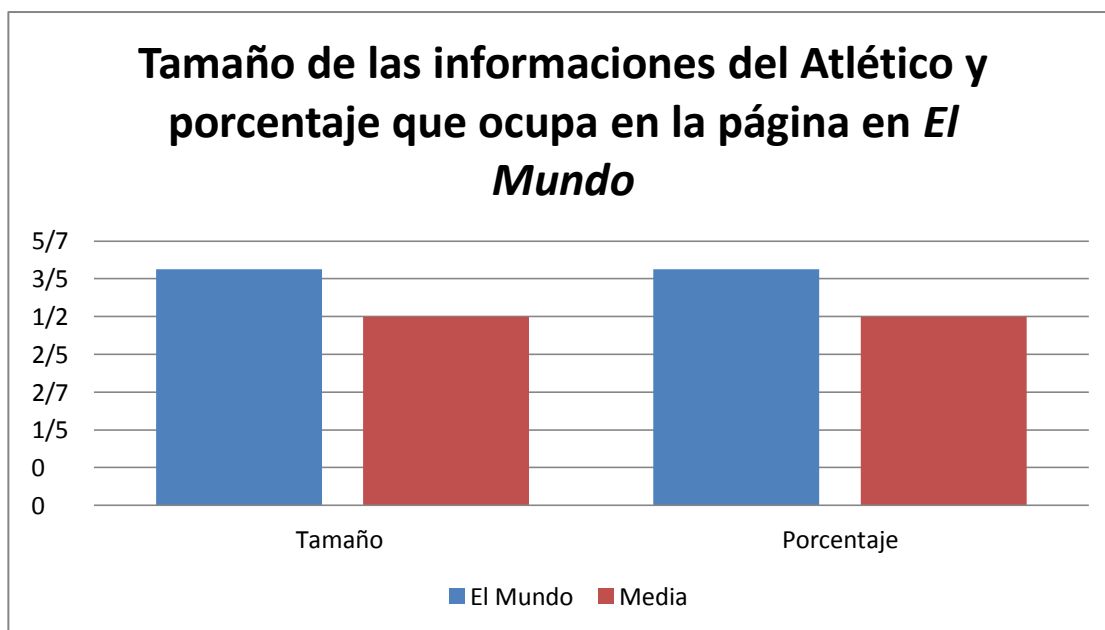


El Mundo está por debajo del promedio en lo que a cm² totales se refiere. Concretamente 8406,1 cm² menos. En el apartado referido al número total de páginas, ocupaba el antepenúltimo lugar, mientras que este periódico se sitúa en penúltima posición en este apartado.

Aunque no está lejos de *Público* (su referencia más inmediata, en esta categoría), se encuentra a una distancia más que notable de *La Razón* y *La Vanguardia*, que son los dos diarios que más cm² ofrecen al lector cada día.

6.5.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en *El Mundo*

FIGURA 4.14.



El Mundo es el segundo periódico cuyas informaciones relativas a la actualidad del Atlético de Madrid son más grandes respecto al tamaño de su página. El promedio de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en este periódico se sitúa en $\frac{5}{8}$, es decir, el 62,5% de la página, mientras que la media de todos los diarios es $\frac{1}{2}$, lo que supone el 50% de misma.

Lo que significa que las informaciones de *El Mundo* ocupan un 12,5% más que el promedio. En este sentido, sólo está por detrás de *ABC*, que ocupa el primer lugar, con el 66,6% de su espacio. Se sitúa por delante de *Público*, *El País*, *La Razón* y *La Vanguardia*. Y está a una distancia considerable de los periódicos que no tienen tanta repercusión a nivel nacional, como son *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*.

6.5.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en *El Mundo*

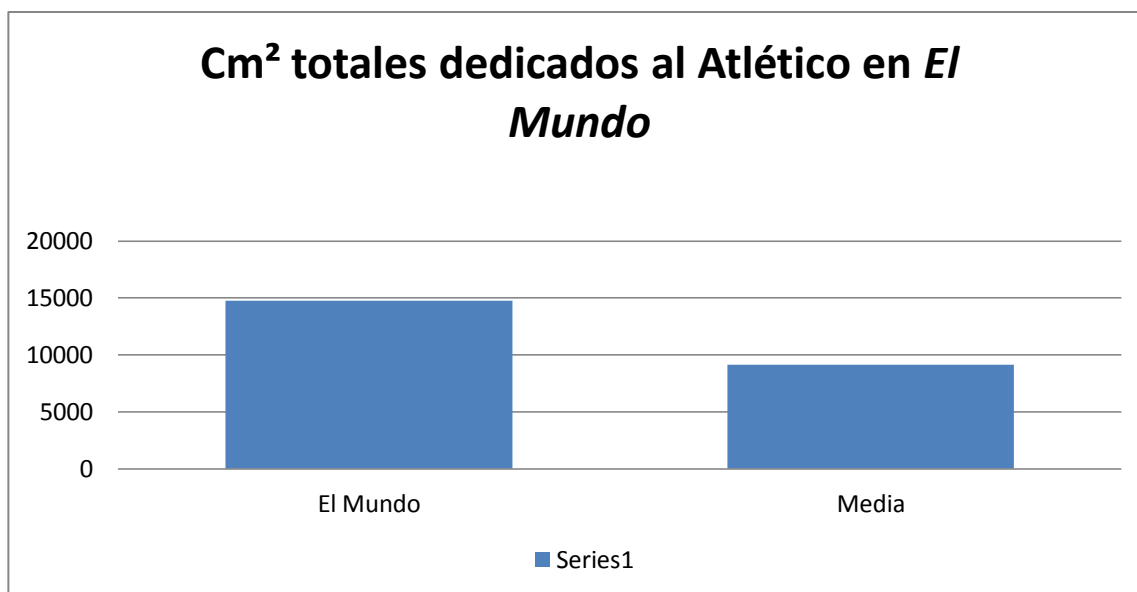
FIGURA 4.15.



En este caso, *El Mundo* no sólo se encuentra por encima del promedio, en cuanto a cm² de cada una de las informaciones que del Atlético que aparecieron en sus páginas, sino que además es el periódico cuyas informaciones rojiblancas tienen más cm². *El Mundo* aporta 546,6 cm² y la media es 436,9 cm². Lo que supone 109,7 cm² más. Sólo sigue su estela de cerca el diario *Público*, con 533,3 cm². De hecho, *La Vanguardia*, *El País*, *ABC* y *La Razón* tienen entre 60 cm² y 90 cm² menos. Cada una de las informaciones atléticas de *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia* tienen la mitad de cm² que las de *El Mundo*.

6.5.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en *El Mundo*

FIGURA 4.16.

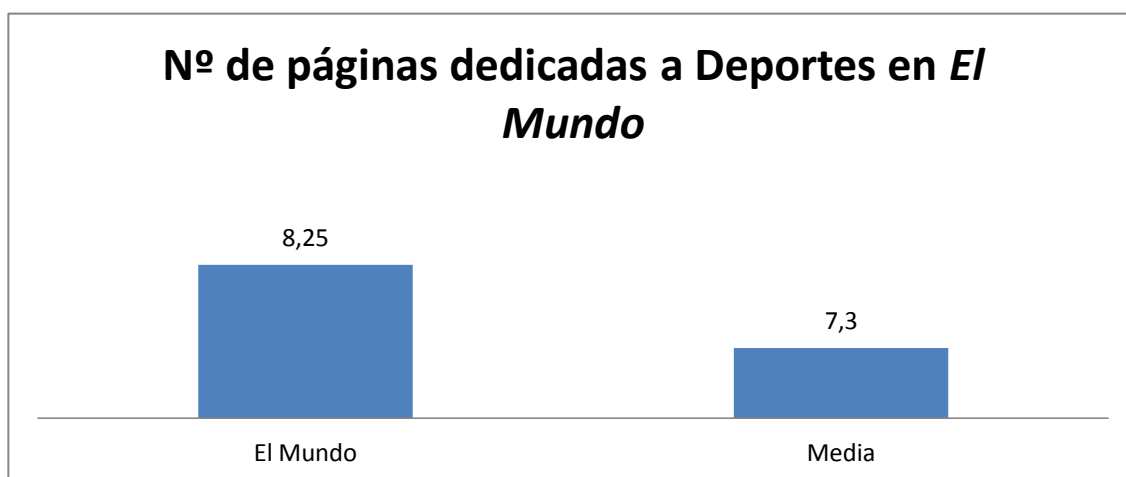


Recordemos que para obtener el resultado de este gráfico, tuvimos en cuenta los datos de la media del tamaño de las informaciones de cada periódico por la media de los cm² de página de cada diario. Así supimos los cm² de cada información del Atlético que aparece en cada uno de estos periódico y este dato lo multiplicamos por el número de informaciones rojiblancas aparecidas en las páginas de cada uno.

El Mundo vuelve a liderar esta categoría, donde el promedio es de 9120,3 cm² y el diario por entonces dirigido por Pedro J. Ramírez aporta 14758,2 cm². Lo que supone 5637,9 cm² más. De cerca le sigue *La Razón*, y ya a una distancia notable *ABC*. Por su parte, *El País*, *Público*, *La Vanguardia*, *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia* se encuentran en otro escalón muy inferior a las cifras que presenta *El Mundo*.

6.5.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en *El Mundo*

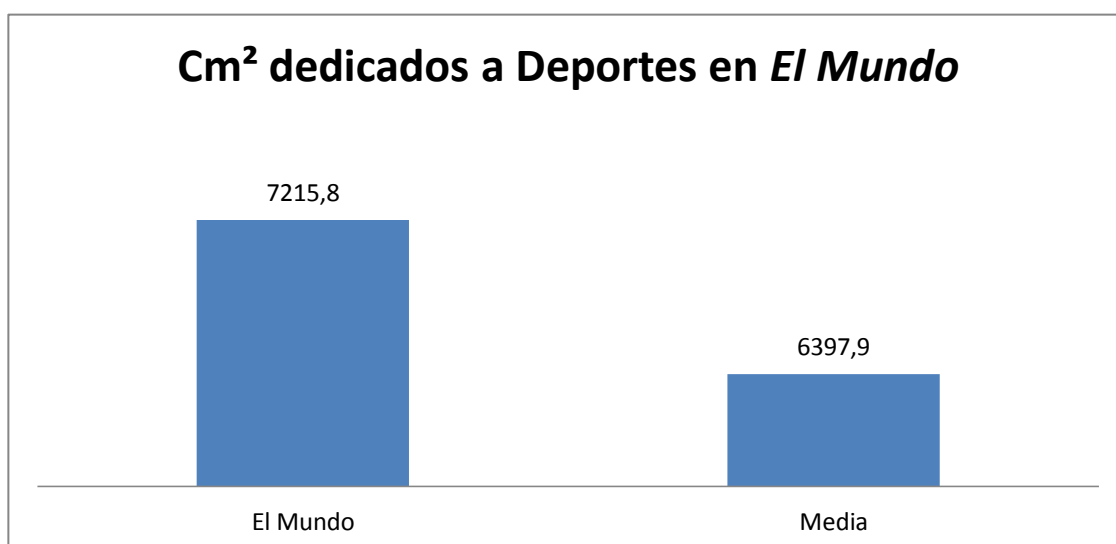
FIGURA 4.17.



En la figura podemos observar el promedio del número de páginas de *El Mundo* dedicadas a la sección de Deportes, en los días que aparecieron informaciones del Atlético de Madrid y el promedio de todos los diarios. Sólo *La Vanguardia* y *ABC* se posicionan por delante, en este apartado, de *El Mundo* que les sigue de cerca. Aunque sí deja algo más rezagados a *La Razón*, *El País* y *Público*. *El Mundo* se sitúa con casi una página de Deportes más que el promedio de periódicos.

6.5.4.8. Superficie dedicada a Deportes en *El Mundo*

FIGURA 4.18.



El promedio de cm² de las páginas dedicadas a Deportes, de todos los diarios que hemos estudiado en la muestra del mes de noviembre de 2009 es de 6397 cm². *El Mundo* junto a *La Vanguardia* son los únicos periódicos que se situaron por encima del promedio. A pesar de ocupar la segunda posición, a una distancia importante del diario catalán, (concretamente 1489 cm² menos) aventaja al resto de diarios con holgura.

6.5.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en *El Mundo*

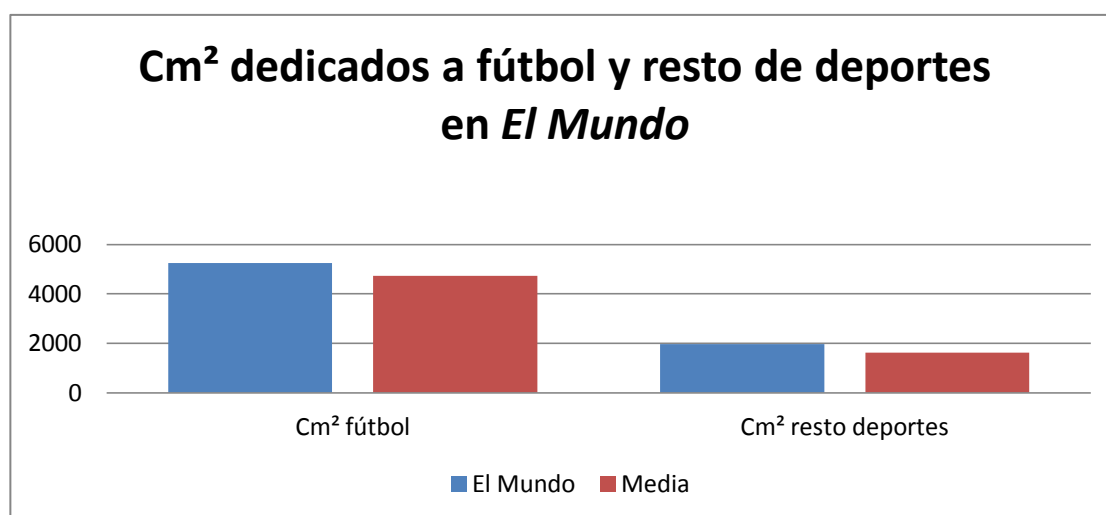
FIGURA 4.19.



En esta gráfico vemos como *El Mundo* se sitúa por encima de la media en las dos categorías. Primero en las páginas en las que se escribe sobre fútbol. Este periódico es el tercero que más páginas dedica al llamado "deporte rey". Mientras que *El Mundo* ofrece 6 páginas de fútbol, el promedio es 5,3. Es decir que se acerca a casi una página más. Sólo está por detrás de *La Vanguardia* y *ABC*, que presenta unas cifras muy similares a *El Mundo*. Al resto los superan con casi una página de diferencia.

Y en cuanto a las páginas dedicadas a otras disciplinas deportivas que no son fútbol, cabe señalar que *El Mundo* es el segundo que más páginas ofrece del resto de deportes. Así, mientras que la media se posiciona en 1,8, *El Mundo* tiene 2,25, por encima de *El País* o *Público*, con una página más.

FIGURA 4.20.

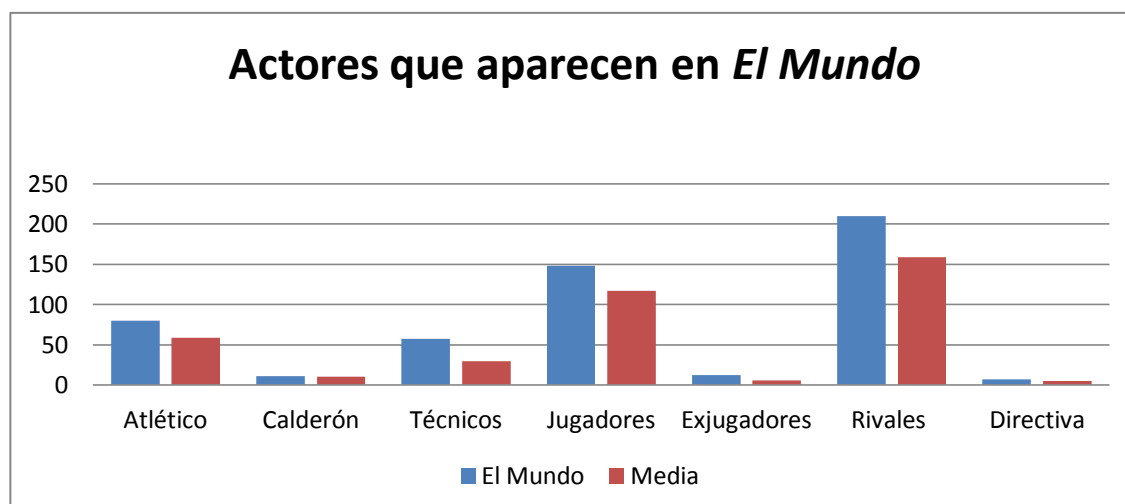


En esta categoría, *El Mundo* se coloca de nuevo por encima del promedio de cm² dedicados a este deporte de los ocho periódicos. Se sitúa en 5247,9 cm² y la media en 4722,5 cm². Lo que significa que tiene 525,4 cm² más. Está en segundo lugar, por detrás y a una gran distancia de *La Vanguardia*, aunque no son menos importantes las diferencias con las que aventaja a *Público*, *El País* y *La Voz de Galicia*., *El Adelantado de Segovia* y *La Razón*. En el apartado dedicado al resto de disciplinas deportivas, *El Mundo* se vuelve a posicionar en segundo puesto, detrás de *La Vanguardia*, con 349 cm² por encima del promedio.

6.5.5. Protagonistas

6.5.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en El Mundo

FIGURA 4.21.



Durante el mes de noviembre de 2009, *El Mundo* utilizó 525 nombres propios en las informaciones relativas al Atlético de Madrid. La media fueron 390,8 nombres, por lo que este diario escribió 134,2 más que el promedio de todos los periódicos. En la categoría "Atlético", estuvo por encima de los datos del resto. Citaron al club 80 veces, mientras que el promedio se situó en 58,8. Aunque empleó 12 nombres menos que *La Razón* y utilizó sólo 5 más que *El País*.

En el caso de la categoría referida con el nombre del actual estadio del conjunto colchonero, el Vicente Calderón. *El Mundo* se encuentra ligeramente por encima de la media, pero con datos muy similares, aunque lejos cifras como las de *La Razón* y *La Vanguardia* que lo hicieron más de 15 veces. Así, en este diario se mencionó el estadio en 8 ocasiones y la media se localizó en 10,5 oportunidades.

En cuanto a los "Técnicos", *ABC* que los nombró en 43 veces, se situó tras *La Razón*, que fue el diario que más citó a Quique Sánchez Flores, Abel Resino y sus ayudantes, *El Mundo* y *El País*. La media de veces que se refirieron a los técnicos fue 29,5 veces, por lo *ABC* los mencionó 13,5 ocasiones más.

La categoría "Jugadores" está directamente relacionada con el número de noticias que aportaron los diarios y que hemos visto en puntos anteriores. *ABC* se refirió a ellos 143 veces. La media de todos los diarios es de 116,8. *La Razón* es el periódico que mencionó más nombres de futbolistas de la actual plantilla del Atlético de Madrid. *El Mundo*, *ABC* y *El País* ofrecieron unas cifras muy parecidas en cuanto a cantidad, ya que después de un mes de estudio, sólo les diferencian unos pocos nombres.

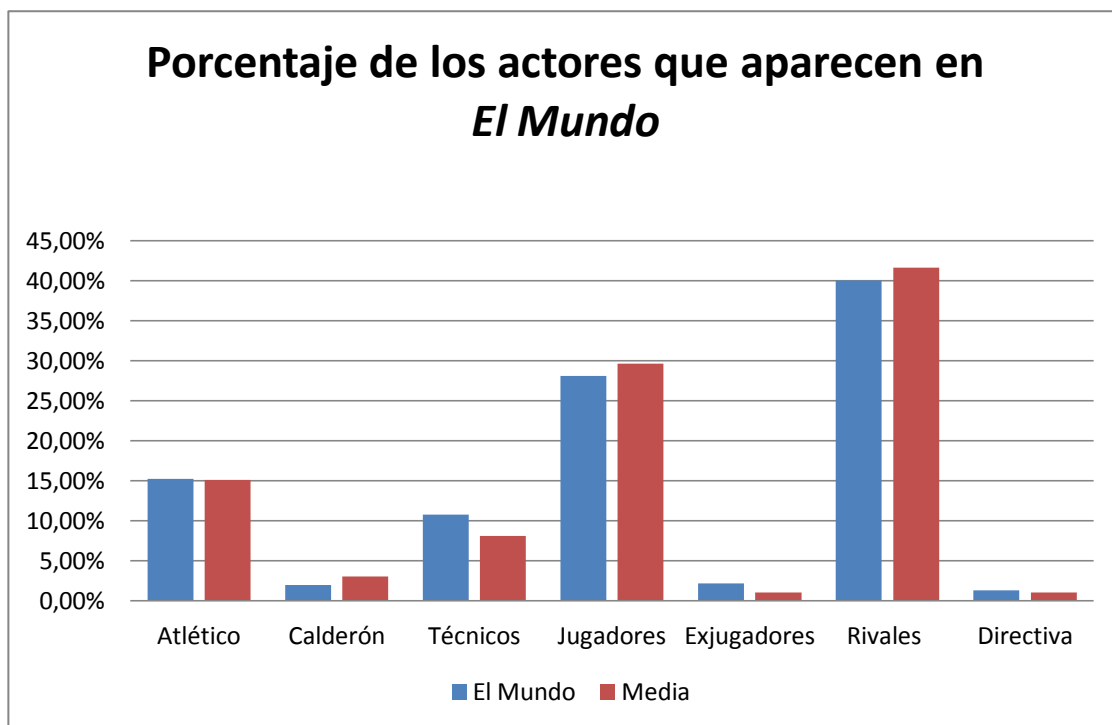
En el apartado dedicado a "Ex jugadores" sólo *ABC* (24) y *El Mundo* (12) mostraron algo de interés a la hora de citar a futbolistas que militaron en las filas del conjunto colchonero. La media quedó en 5,8 ex jugadores citados. El resto de diarios sólo nombraron uno o dos ex jugadores en todo el mes.

En la categoría "Rivales", *El Mundo* mencionó a 210 adversarios, cuando el promedio estuvo en 158,75. Situándose sólo por detrás de *La Razón*, pero por delante de *El Mundo*, *Público* y *El País*, *La Voz de Galicia*, *La Vanguardia* y *El Adelantado de Segovia*.

En cuanto a las ocasiones que nombraron a la "Directiva", *El Mundo* fue el tercer diario que más se refirió a Enrique Cerezo, Gil Marín o García Pitarch, concretamente en 7

ocasiones, por detrás de *ABC* y *La Razón*. El promedio fue de 5,1 las veces que se nombró a la directiva en el mes de noviembre.

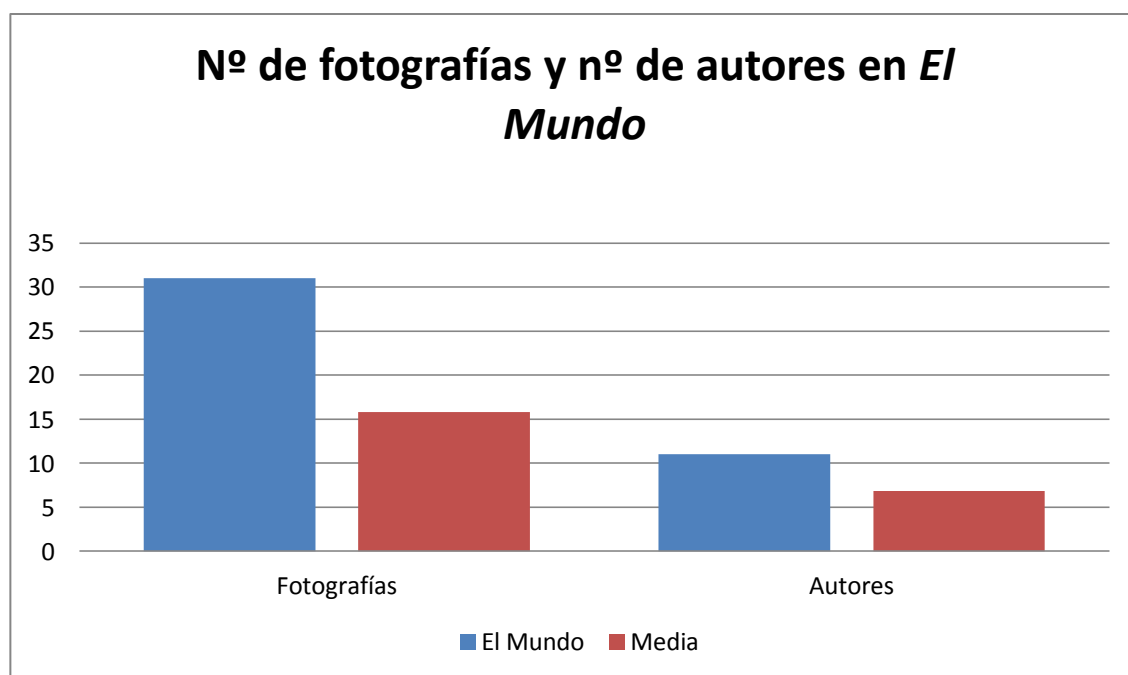
FIGURA 4.22.



En cuanto a los porcentajes, las diferencias entre este gráfico y el que hemos comentado anteriormente referido al número de actores que aparecieron en las páginas de *El Mundo* en noviembre de 2009 están en la categoría "Rivales", donde para *El Mundo* supuso el 40 % y para el promedio 41,6%, y en la categoría "Jugadores", ya que para *El Mundo* significó el 28,1% y para el promedio 29,6%. Son los únicos apartados en los que se encuentra por debajo.

6.5.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en *El Mundo*

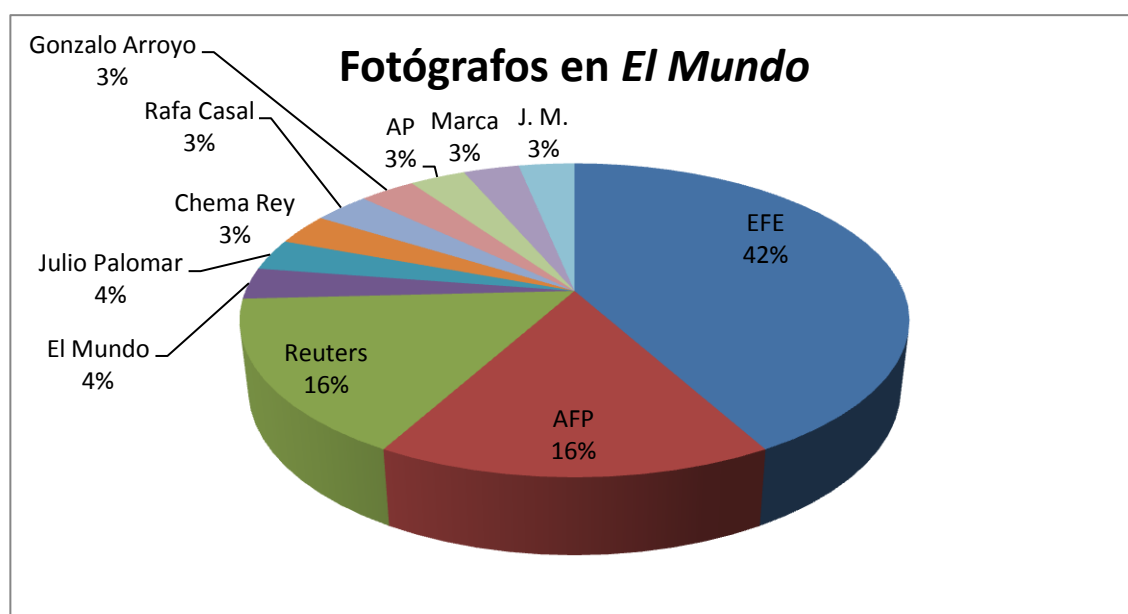
FIGURA 4.23.



Las 27 informaciones que el diario *El Mundo* publicó en noviembre sobre el Atlético de Madrid fueron acompañadas por 31 fotografías, colocándose en primer lugar. Aportando casi el doble que el promedio, que fueron 15,8 instantáneas. *El Mundo* también está por encima en cuanto al número de fotógrafos cuyo trabajo precisaron durante el mes. Utilizaron 11 profesionales (muchas agencias no especifican el nombre del autor y se contabiliza como el nombre de la agencia) y la media estuvo en 6,8 fotógrafos. En este caso, *El Mundo* vuelve a liderar la categoría, pero esta vez junto a *El País*. Por delante, de *ABC*, *La Razón* y *Público*. Y de nuevo a una distancia considerable de *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* o *La Voz de Galicia*.

A continuación, el gráfico detalla de manera exhaustiva el número de fotografías que realizó cada uno de los fotógrafos profesionales que participaron con sus instantáneas en las informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid en las páginas de *El Mundo*, durante el mes de noviembre de 2009.

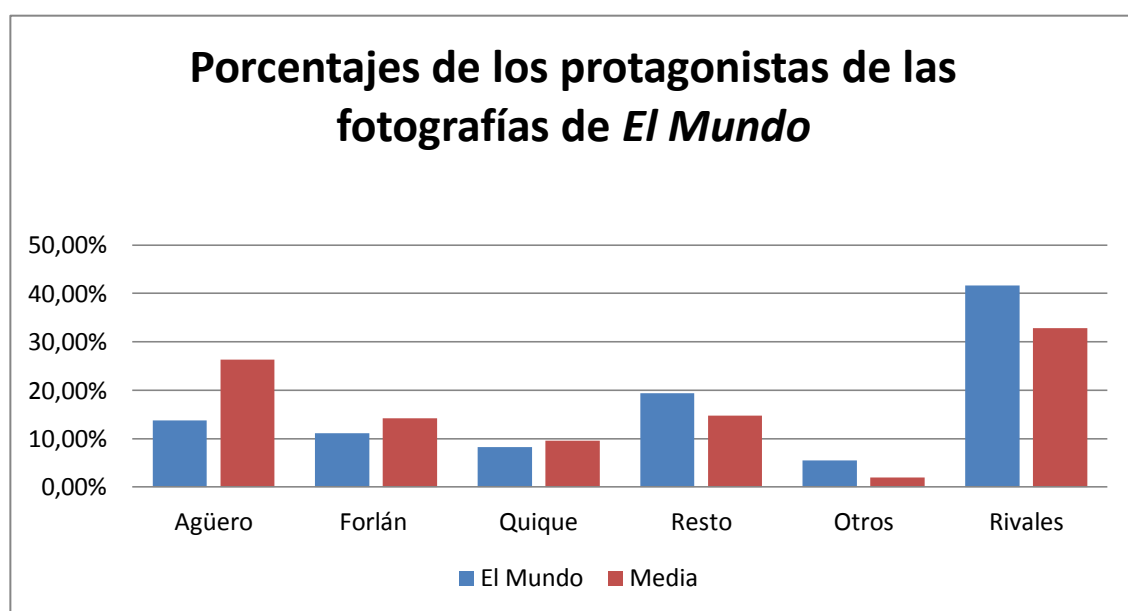
FIGURA 4.24.



El 74% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético de Madrid fueron de agencia. Concretamente, de las 23 imágenes relacionadas con el conjunto colchonero, que hubo durante el mes de noviembre de 2009 en las páginas de *El Mundo*, 13 fueron tomadas por la Agencia EFE, 5 por la Agencia AFP y otras 5 por Reuters. El resto no realizaron más allá de una instantánea.

6.5.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en *El Mundo*

FIGURA 4.25.



El 44,3% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético tuvieron como principales protagonistas a los jugadores de la plantilla. Sergio "Kun" Agüero y Diego Forlán son los dos futbolistas que más aparecen en gran parte de las instantáneas.

Se publicaron más fotos de cada uno de ellos que del resto del equipo en su conjunto. El argentino Agüero salió en 5 ocasiones, lo que supone el 13,8% de todas las imágenes (12,5% menos que el promedio); el uruguayo Forlán lo hizo en 4, lo que significa el 11,1 % (3,13% menos que la media), mientras que el resto de todo el plantel estuvieron en 7 fotografías, es decir, el 19,4%, lo que supone el 4,7% más que el promedio.

El entrenador, Quique Sánchez Flores, también tuvo más espacio fotográfico que la mayoría de sus jugadores, a excepción de Agüero y Forlán. El técnico, que en ese mes de noviembre acababa de ocupar su cargo, apareció en el 8,3% de las fotos, con 3 imágenes. Es decir, 1,3% menos que el promedio.

Los rivales de los compromisos que disputó el Atlético en noviembre de 2009, además de tener especial importancia en las informaciones escritas, como ya hemos visto en apartados anteriores, también tuvieron especial relevancia en cuanto a imágenes se refiere, ya que aparecieron en 15 ocasiones. Fue el diario que ofreció más fotos de los rivales a los que se enfrentó el Atlético. Sin embargo se sitúan en un 41,6% y la media en 32,8%. Es decir, el 8,8% más.

Por último, señalar que en la categoría "Otros" están incluidas dos fotografías que representan el 5,5% del total de las instantáneas que se publicaron del Atlético de Madrid, lo que supone un 3,5% más que el promedio.

Esto significa que *El Mundo* es el diario que más fotografías ofrece en sus informaciones, pero el que menos porcentaje de las instantáneas concede a Agüero, Forlán y Quique Sánchez Flores de los 8 periódicos estudiados.

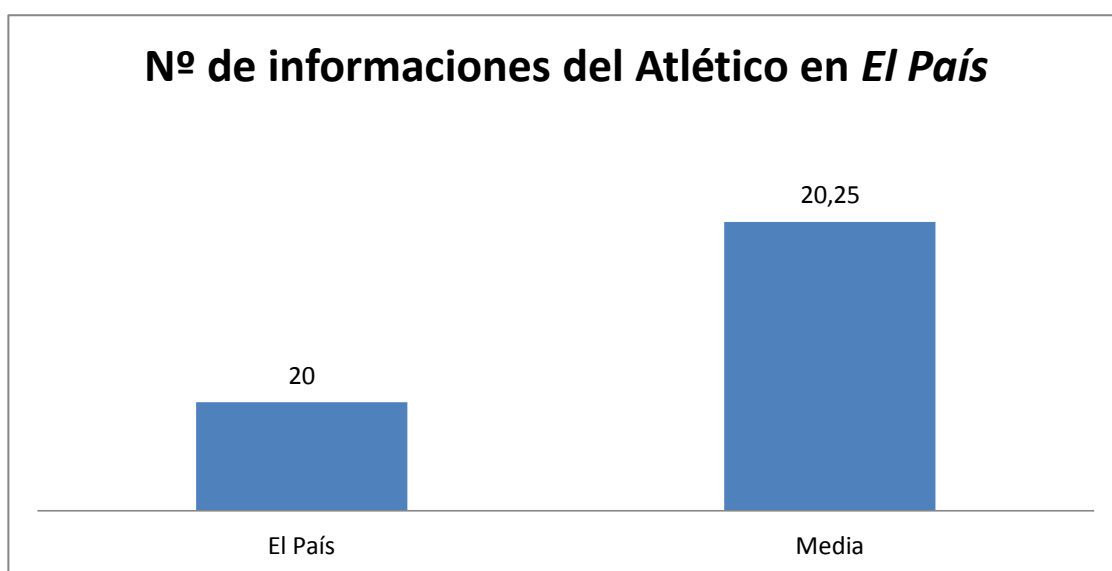
6.6. *El País*

6.6.1. Informaciones

6.6.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en *El País*

En el periódico *El País* durante el mes de noviembre de 2009 aparecieron 20 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid. Lo que supone que está 0,25 puntos por debajo del promedio, situado en 20,25.

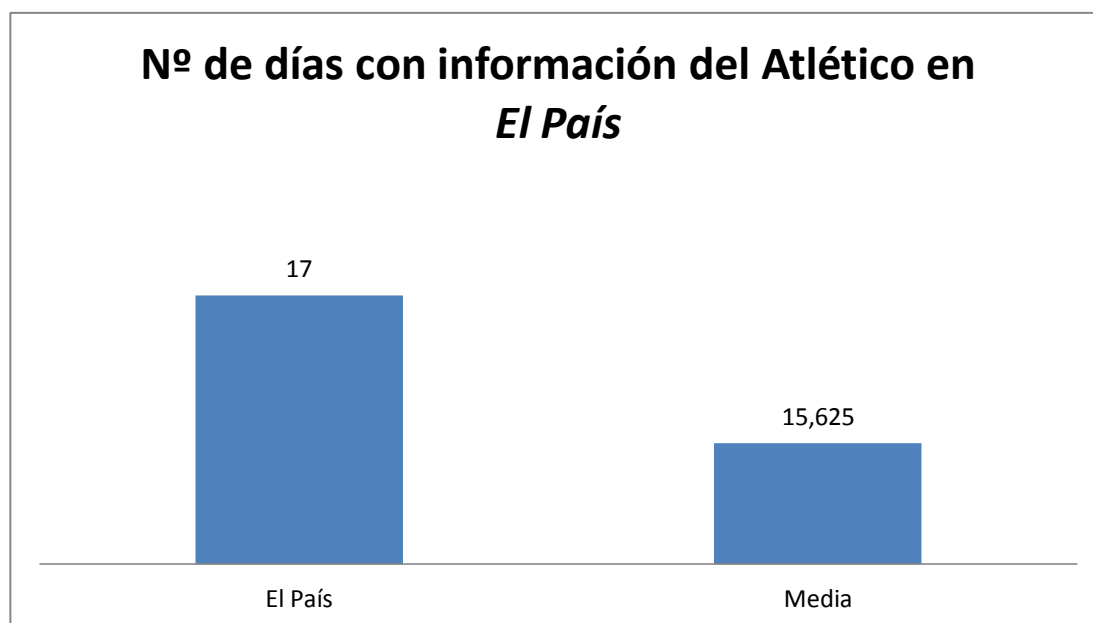
FIGURA 5.1.



Esto supone que de los ocho periódicos estudiados es el cuarto en lo que a cantidad de información se refiere, con un 12%, el mismo porcentaje que Público, aunque éstos con una información menos. Está por detrás de *La Razón*, *El Mundo* y *ABC*, que atesoran el 19%, 17% y 16%, respectivamente.

6.6.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en *El País*

FIGURA 5.2.



Lo que significa que de los cinco grandes periódicos cuya sede central está en Madrid, se encuentra por detrás de *La Razón*, *ABC* y *El Mundo*, sólo por delante de *Público* y de otros que se editan fuera de la capital como *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*. Además, el diario del Grupo Prisa mantiene la cuarta posición en cuanto a días con información del conjunto colchonero se refiere. De los 30 días de muestra que seleccionados, el diario *El País* informó sobre la entidad del Vicente Calderón en 17 de ellos.

Lo que significa que *El País* realiza un seguimiento regular del equipo, ya que informó de la actualidad rojiblanca más de la mitad de los días. Le concede una importancia que provoca que tenga una presencia en el periódico el 56,6% de los días del mes.

FIGURA 5.3.



Como se puede observar en el gráfico, el día que más temas se publicaron del Atlético de Madrid fue el 8 de noviembre, con 3 informaciones. Esto fue debido a que el día anterior, el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores jugó uno de los partidos más importantes del año, al menos, en lo que a cobertura mediática se refiere, el derbi frente al Real Madrid, correspondiente a la 10ª jornada del Campeonato Nacional de Liga. Además de la crónica habitual, firmada por José Sámano, hubo varias noticias relacionadas con el partido y un análisis de la situación deportiva que atravesaba el Atlético de Madrid que llevaron la firma de Eleonora Giovio.

El día anterior, el 7 de noviembre, se publicaron dos informaciones relacionadas con el Atlético en las páginas de *El País*, que incluía una entrevista al jugador rojiblanco José Antonio Reyes, exfutbolista, además, del Real Madrid, así como un análisis del cambio del equipo desde la llegada al banquillo de Quique Sánchez Flores.

Hubo 15 días en los que apareció una información del Atlético y 13 en los que no apareció ningún tema. Hecho, este último, provocado por el parón de la competición de Liga debido a diversos compromisos de la Selección Española, lo que propició que no se disputó jornada liguera el fin de semana del 14 de noviembre.

Es decir, que desde que el Atlético jugó su partido de vuelta del los 1/16 de final de la Copa de S.M. El Rey, el martes 10 de noviembre, hasta que volvió la Liga el 22 de noviembre, se acumularon 6 días sin noticias rojiblancas por este motivo.

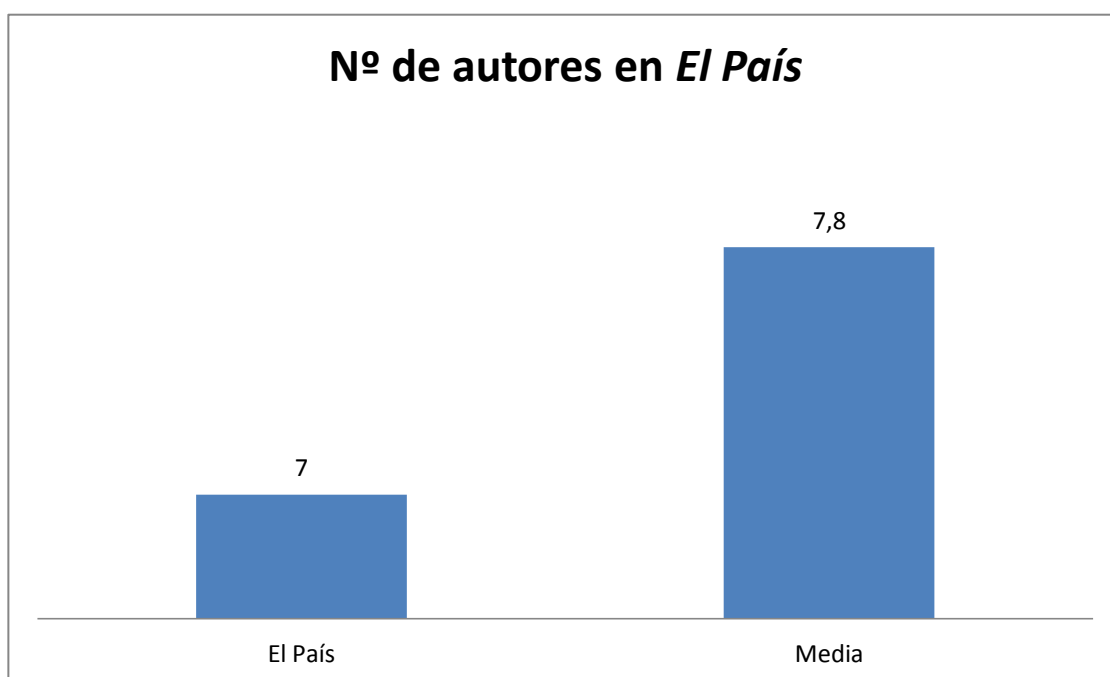
6.6.2. Autores

6.6.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en *El País*

Es preciso destacar que el diario *El País* es uno de los que menor variedad de firmas presenta en las informaciones relacionadas con el Atlético. Mientras que en algunos periódicos como *La Razón* o *El Mundo* presentan 13 y 10 autores de las informaciones diferentes, *El País* presenta 7, uno más que *ABC*, que tiene 6, al igual que *La Vanguardia*. *La Voz de Galicia* y *Público* tienen más, mientras que en *El Adelantado de Segovia* firman 3 menos.

A continuación, se puede apreciar en el gráfico los datos del número de autores que firman temas del Atlético de Madrid en las páginas del diario más importante del Grupo Prisa, respecto al promedio de *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* durante el mes de noviembre de 2009.

FIGURA 5.4.



Así, el diario *El País* se sitúa por debajo del promedio del número de autores de todos los periódicos en 0,8 puntos. Sin embargo, como veremos a continuación, es el tercero en grado de concentración de firmas que presenta (2,8), por encima de la media que se sitúa 2,6 informaciones por cada autor que escribe en estos diarios sobre el Atlético.

6.6.2.2. *Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en El País*

FIGURA 5.5.

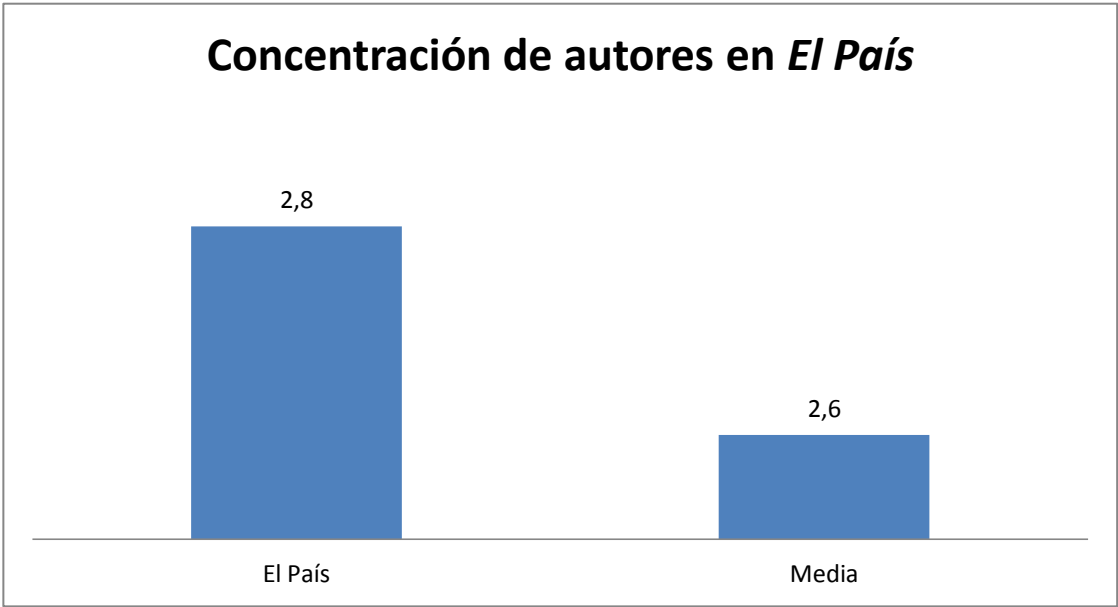
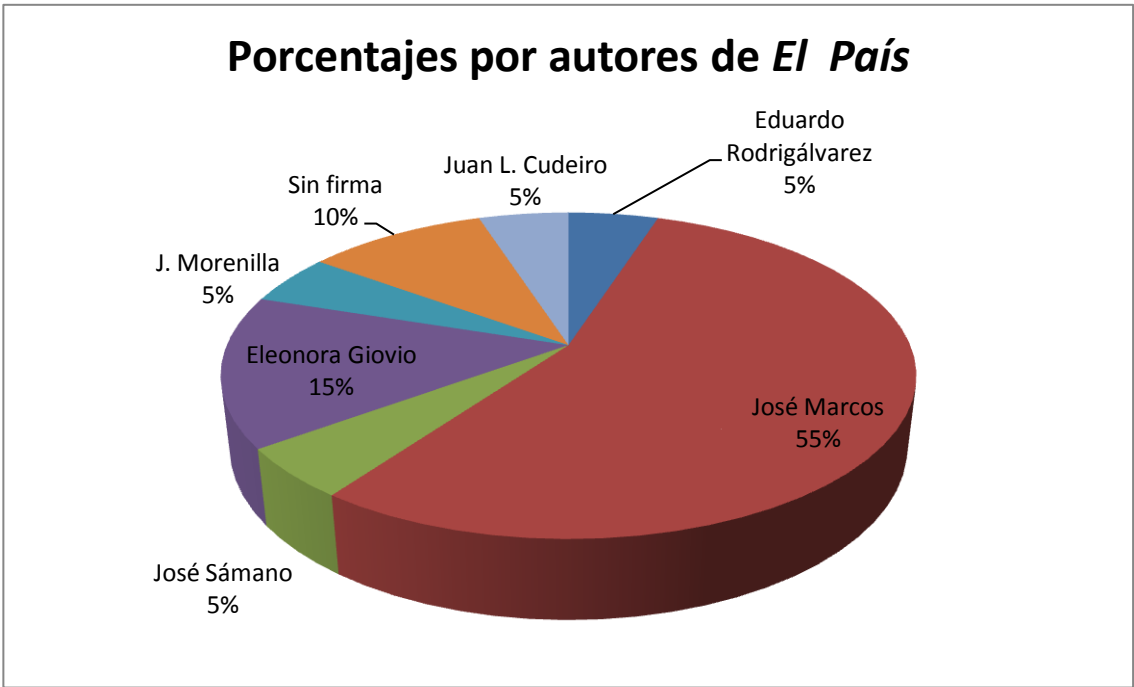


FIGURA 5.6.



De las 20 informaciones del Atlético de Madrid recogidas en el diario *El País* durante el periodo de muestra, 11 de ellas fueron firmadas por José Marcos, de lo que se traduce que este periodista es el encargado de seguir a diario los temas relacionados con el conjunto colchonero, ya que realiza entrevistas, crónicas y el seguimiento diario. Hubo 2 noticias que no especificaron el nombre del autor, ni firmaron con el nombre del periódico. Igualmente, Eleonora Giovio realizó 3 informaciones, una de ellas firmada conjuntamente con J. Morenilla. Por su parte, José Sámano, Eduardo Rodríguez y Juan L. Cudeiro hicieron una cada uno.

En cuanto al temas sobre los que informa el diario, recordamos que habíamos dividido las informaciones relativas al Atlético de Madrid en cinco categorías. La primera se refiere a las informaciones que aparecieron el día después de los encuentros, es decir, la crónicas de los partidos.

Otro apartado tenía que ver con la "Situación deportiva": entrenamientos, cómo afrontan el siguiente choque, estado físico de los futbolistas y análisis de la situación del club en las distintas competiciones. Además establecimos la denominada "Previas", son informaciones publicadas el día del partido en las que se avanza los posibles onces titulares, lesionados, sancionados, antecedentes y contexto.

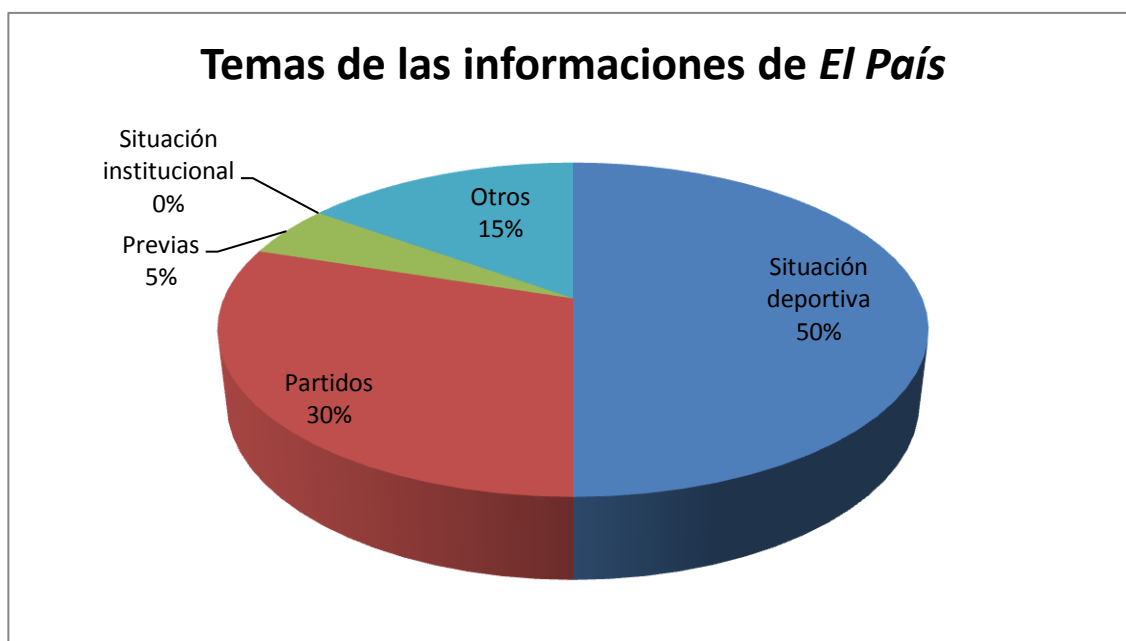
La cuarta categoría se refería a la "Situación institucional", que son informaciones relacionadas con el clima social y político del club.

Y, por último, establecimos una quinta categoría denominada "Otros". Es decir, noticias esporádicas que, por su contenido, no se podían clasificar dentro de los anteriores apartados.

6.6.3. Temas y géneros periodísticos

6.6.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en *El País*

FIGURA 5.7.



Con 10 informaciones, la situación deportiva es la que conlleva un mayor espacio de las informaciones rojiblancas en *El País*. Así, trataron este tema los siguientes días y con los siguientes titulares:

-5 de noviembre: "El Atlético saca pecho".

-7 de noviembre: "No he estado a la altura".

-7 de noviembre: "Cambio radical".

-8 de noviembre: "Queda muchísimo camino".

-9 de noviembre: "Una bala casi letal".

-8 de noviembre: "Un cuento que nunca cambia".

-12 de noviembre: "Agüero podrá jugar pese a la oposición de Quique".

-21 de noviembre: "Quique, contra la leyenda negra".

-25 de noviembre: "El Atlético, en diván".

-27 de noviembre: "La depresión de Forlán".

Los partidos que disputó el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores también tuvieron una especial repercusión en las páginas de *El País*, con 6 informaciones:

-1 de noviembre: "La bien y la mal pagá".

-4 de noviembre: "Adiós con la cabeza alta".

-8 de noviembre: "El Madrid desde el inicio, el Atlético sólo al final".

-22 de noviembre: "Otra agonía del Atlético".

-26 de noviembre: "Simao evita el desastre".

-30 de noviembre: "Noche de paz".

Las "previas" sólo se reflejaron en las páginas de el diario *El País*, en una ocasión:

-3 de noviembre: "A por el premio de consolación".

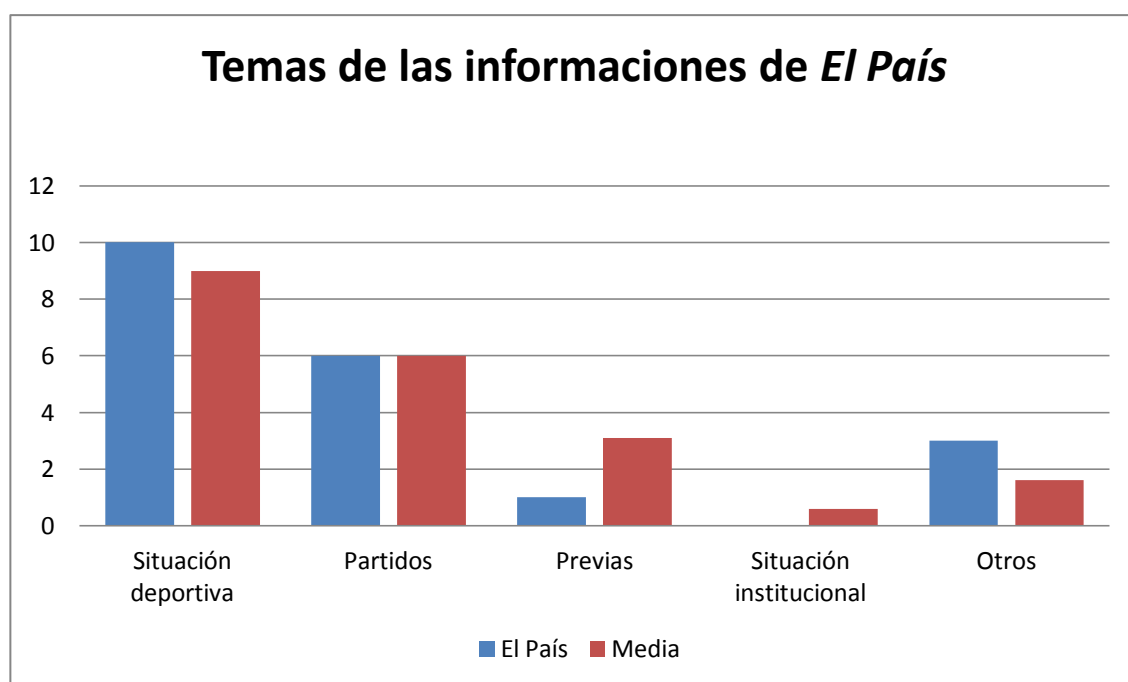
La situación institucional no tuvo ninguna gran relevancia en la muestra que tomamos durante el mes de noviembre en las páginas del periódico *El País* y en cuanto al apartado "Otros", hubo tres ejemplos:

-18 de noviembre: "Una pedrada a la Justicia".

-19 de noviembre: "Cerezo: Ni siquiera vi un motivo para la sanción".

-20 de noviembre: "Quique recibe el alta tras padecer gripe A".

FIGURA 5.8.



El diario *El País* ofrece un seguimiento de la situación deportiva del Atlético ligeramente superior al promedio de todos los periódicos que hemos estudiado. *El País* publicó 10 informaciones, es decir, tan sólo una más que la media. Por lo que podemos afirmar que tras *La Razón* es el periódico que más cuida el seguimiento del día a día del Atlético de Madrid.

En la segunda categoría, *El País*, en este caso, coincide con la media de 6 partidos. Cubrieron 6 de los 7 choques que disputó el conjunto atlético durante el mes de noviembre, pero del que disputó el 11 de noviembre ante el Marbella, en partido correspondiente a la Copa de S. M. El Rey, lo resumieron con todos los resultados de la ronda copera.

En el apartado "Previas" ofrece de nuevo unos números muy por debajo del promedio, que es 3,1, por 1 de *El País*. Si tenemos en cuenta que en el periodo de muestra hubo margen para haber publicado 6, *El País* apenas se ocupó de la información previa a los encuentros, convirtiéndose en el diario que menos información ofreció en este sentido.

En cuanto a la situación institucional del Atlético, la presencia de esta categoría en todo el mes fue inexistente. *La Razón*, *El Mundo* y *ABC* fueron los únicos diarios que se

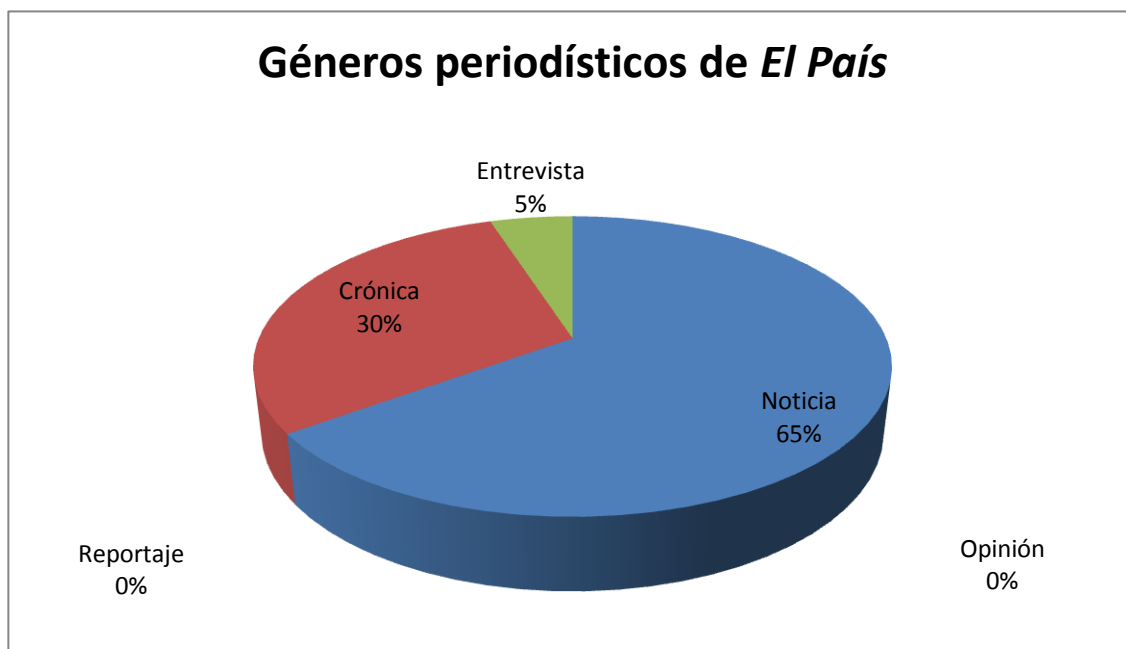
hicieron eco de este apartado, por lo que en este sentido, *El País* siguió la misma tónica que *El Adelantado de Segovia*, *Público*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*.

Y, en la última categoría, este diario se encuentra por encima de los resultado que arroja el promedio en "Otros". Aquí, mientras que la media se sitúa en 1,5 informaciones, *El País* publicó 3 temas. El 18 y el 19 de noviembre se publicaron dos noticias relacionadas con una multa de 150 euros que impusieron al Atlético debido a una pedrada que recibió Manuel Pellegrini, entrenador del Real Madrid en el transcurso del derbi disputado el 7 de noviembre en el estadio Vicente Calderón, y el día 20 otra noticia que hablaba de la gripe A que padecía Quique Sánchez Flores. Fueron los que más temas de esta categoría aportaron junto a *Público*.

6.6.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en *El País*

Recordemos que establecimos cinco categorías diferentes en este apartado: la noticia, el reportaje, la crónica, la entrevista y el artículo de opinión.

FIGURA 5.9.



Durante el mes de noviembre de 2009, *El País* publicó 13 noticias relacionadas con el Atlético de Madrid:

-3 de noviembre: "A por el premio de consolación".

-5 de noviembre: "El Atlético saca pecho".

-7 de noviembre: "Cambio radical".

-8 de noviembre: "Queda muchísimo camino".

-9 de noviembre: "Una bala casi letal".

-8 de noviembre: "Un cuento que nunca cambia".

-12 de noviembre: "Agüero podrá jugar pese a la oposición de Quique".

-18 de noviembre: "Una pedrada a la Justicia".

-19 de noviembre: "Cerezo: Ni siquiera vi un motivo para la sanción".

-20 de noviembre: "Quique recibe el alta tras padecer gripe A".

-21 de noviembre: "Quique, contra la leyenda negra".

-25 de noviembre: "El Atlético, en diván".

-27 de noviembre: "La depresión de Forlán".

Cubrieron 6 de los 7 partidos, como hemos visto en el apartado anterior, que disputó el Atlético de Madrid en noviembre de 2009:

-1 de noviembre: "La bien y la mal pagá".

-4 de noviembre: "Adiós con la cabeza alta".

-8 de noviembre: "El Madrid desde el inicio, el Atlético sólo al final".

-22 de noviembre: "Otra agonía del Atlético".

-26 de noviembre: "Simao evita el desastre".

-30 de noviembre: "Noche de paz".

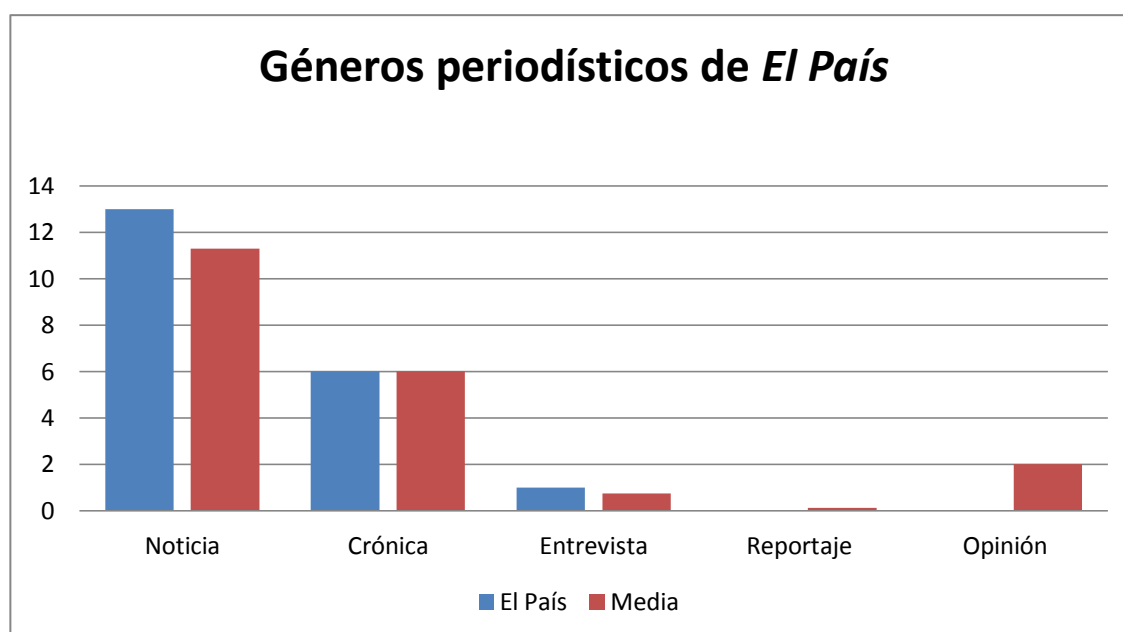
Realizaron una única entrevista. Fue a José Antonio Reyes, jugador rojiblanco, con motivo del choque ante el Real Madrid:

-7 de noviembre: "No he estado a la altura".

Y no hubo ni columnas de opinión, ni reportajes.

A continuación, podemos contemplar la comparación de los distintos géneros periodísticos que se dan, en *El País*, respecto al promedio.

FIGURA 5.10.



En cuanto al número de noticias, el diario *El País* publicó 13, de los ocho periódicos estudiados fue el cuarto que más ofreció. Situándose con 1,7 noticias por encima de un promedio, cuyo resultado es 11,3. Localizándose detrás de *ABC*, *El Mundo* y *La Razón*.

En la segunda categoría, *El País* coincide con la media de 6 crónicas. Como hemos visto anteriormente, al referirnos a los temas sobre los que trataban las diversas informaciones, recordamos que cubrieron los 6 de los 7 choques que disputó Atlético durante el mes de noviembre, y no se hicieron eco del partido de Copa que disputó el 11 de noviembre ante el Marbella.

Como hemos comentado, *El País* hizo una entrevista a un jugador de la primera plantilla atlética. No es una cifra muy elevada, pero sí es un número que le permite situarse junto a *El Mundo* y *Público*, tras *La Razón* y *ABC* que son los que lideran el género periodístico. *El País* se situó 0,125 entrevistas por encima del promedio.

En cuanto a los reportajes, hay que indicar que ningún periódico utilizó este género, excepto *La Voz de Galicia*, que lo hizo una sola vez. Lo que sitúa la media en 0,1 reportaje de media, por lo que *El País* está por debajo.

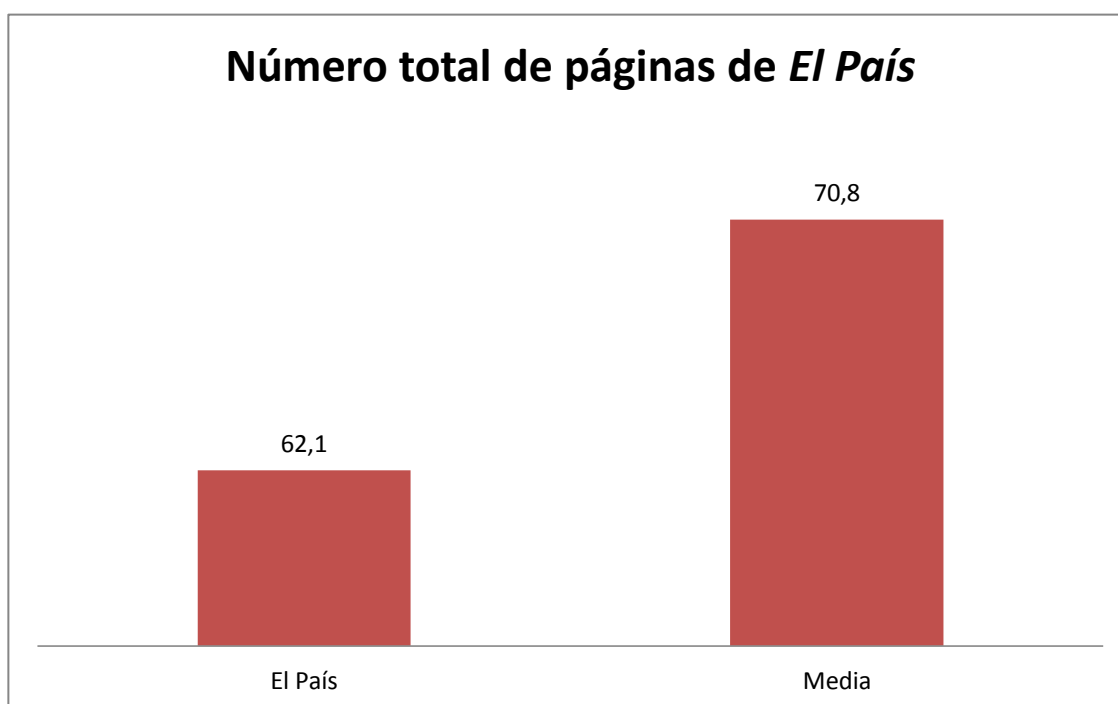
Y por último, el género de opinión. Durante el mes de noviembre *El País* no utilizó este género para tratar la actualidad del Atlético de Madrid. Se posicionó al mismo nivel que *ABC*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*, muy lejos de *La Razón* y *Público* que son los que más columnas de opinión publicaron. Como es lógico, se encuentra por debajo de la media 1,875 columnas.

6.6.4. Espacio dedicado en *El País*

6.6.4.1. Páginas del diario *El País*

En este punto, el diario *El País* vuelve a situarse en cuarto puesto, en este caso, en cuanto a número de páginas publicadas.

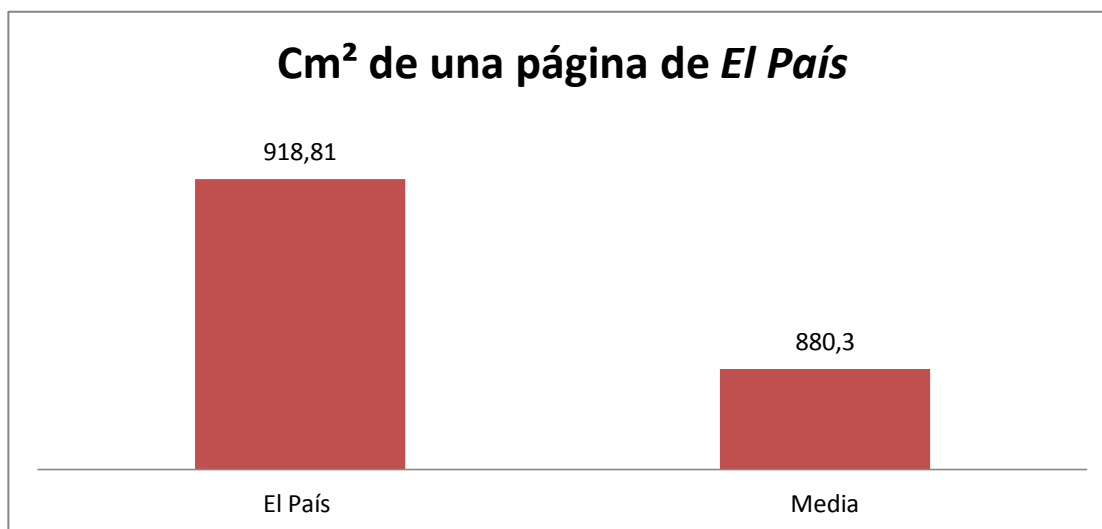
FIGURA 5.11.



El periódico *El País* sale a los kioscos con 62,1 páginas de promedio, lo que significa que está por debajo de la media del resto de diarios estudiados en la muestra. Llega a ofrecer 8,7 páginas menos que el promedio de los diarios. Se coloca detrás de *ABC*, que es el periódico que más páginas lleva, con una media de 103,4 en los días en los que apareció alguna información sobre el Club Atlético de Madrid. A continuación aparecen *La Razón*, *La Vanguardia*, *La Voz de Galicia*. Presenta unos datos similares a *El Mundo*, que contiene 60,3 y supera a *Público* y *El Adelantado de Segovia*.

6.6.4.2. Superficie de una página de *El País*

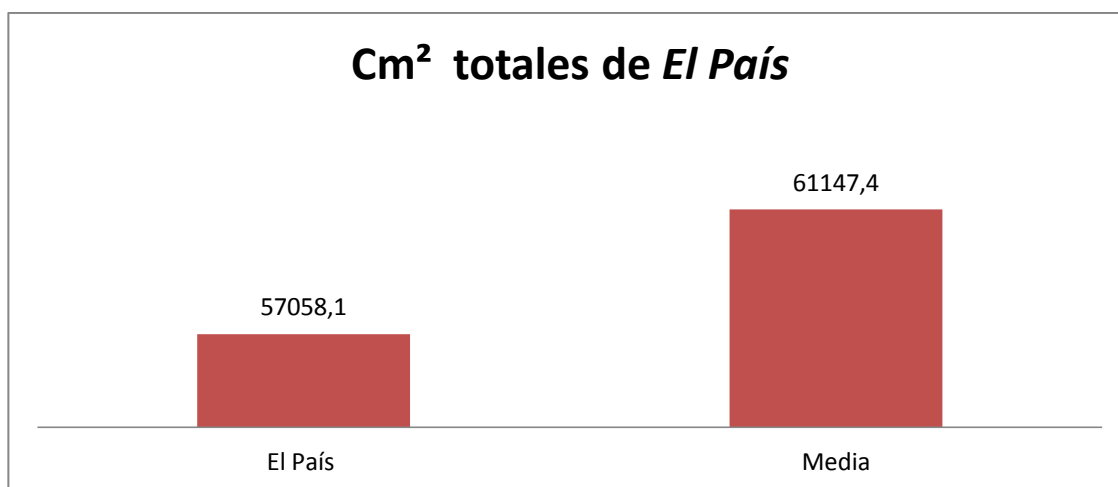
FIGURA 5.12.



El diario *El País* es el cuarto en cuanto a sus dimensiones por página (36,9 cm de largo x 24,9 cm de ancho). Como observamos en la figura, el promedio de los ocho periódicos estudiados es de 880,3 cm², lo que supone que *El País* tenga 38,51 cm² más que la media de los periódicos tomados para la muestra.

6.6.4.3. Superficie total de las páginas de *El País*

FIGURA 5.13.

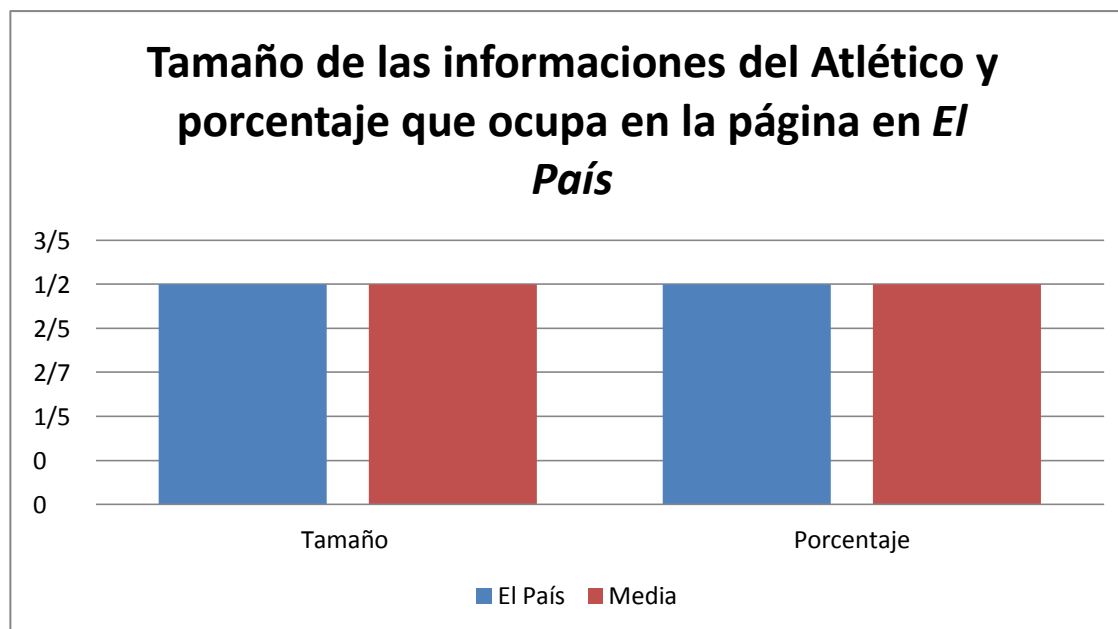


Se puede observar como *El País* está por debajo del promedio en lo que a cm² totales, que ofrece el periódico día a día, se refiere. Se sitúa cuarto, con 57058,1 cm², tras *La Razón*, *La Vanguardia* y *ABC*, que son los tres diarios que más cm² ofrecen al lector

cada día. Presenta datos muy similares a *La Voz de Galicia*, que aporta 57038 cm² y de *Público*, *El Mundo* y *El Adelantado de Segovia*.

6.6.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en *El País*

FIGURA 5.14.

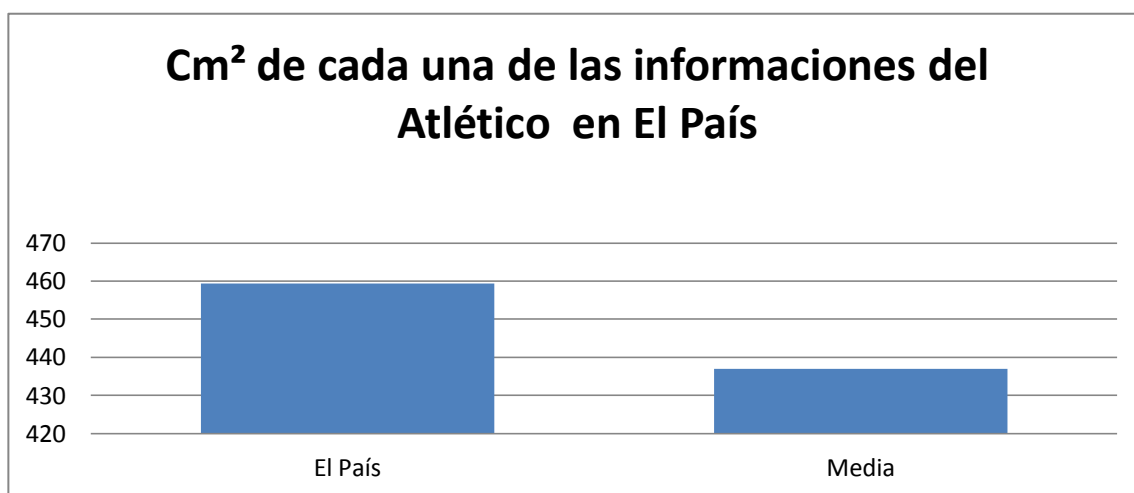


El País es, junto a *La Vanguardia*, el periódico cuyas informaciones relativas a la actualidad del Atlético de Madrid son iguales que las del promedio. El tamaño medio de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en este periódico se sitúa en 1/2, es decir, el 50% de la página, mientras que la media de todos los diarios es la misma, es decir, 1/2, lo que supone el 50%.

En este sentido, lejos de *ABC* y *El Mundo*, se acerca a *Público* y *La Razón*, que ofrecen el 55% de su espacio. Y está a una distancia considerable, por encima de los periódicos que no tienen tanta repercusión a nivel nacional, como son *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*.

6.6.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en El País

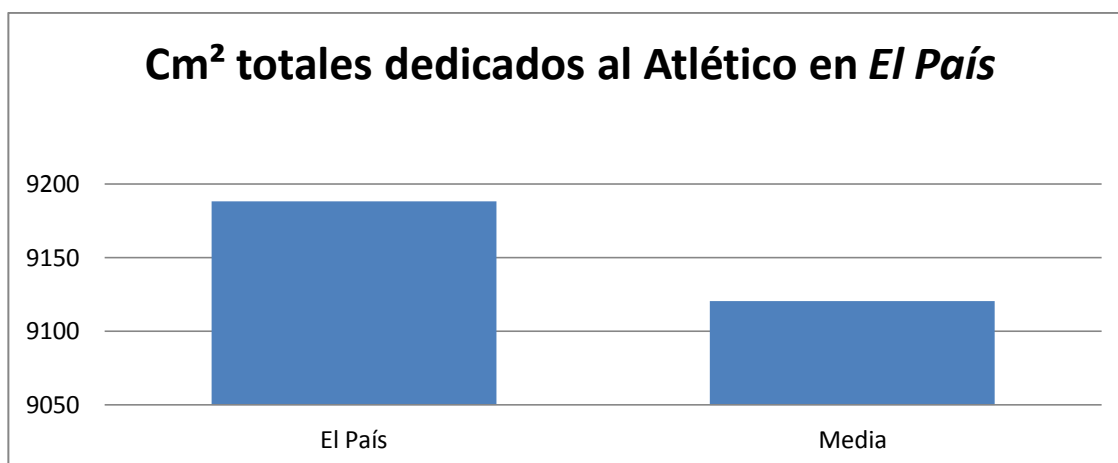
FIGURA 5.15.



En este punto, *El País* se sitúa por encima del promedio. En este caso, en cuanto a cm² de cada una de las informaciones que del Atlético que aparecieron en sus páginas. *El País* aporta 459,4 cm² y la media es 436,9 cm². Lo que supone 22,5 cm² más. Sin embargo, en este apartado, pierde su habitual cuarta plaza en el ranking. De hecho, en esta categoría, se encuentra por detrás de *El Mundo*, *Público*, *La Vanguardia*. Con datos similares a *ABC* y *La Razón*, sólo establece distancias más importantes con dos periódicos cuya repercusión es menor, como *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*.

6.6.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en El País

FIGURA 5.16.

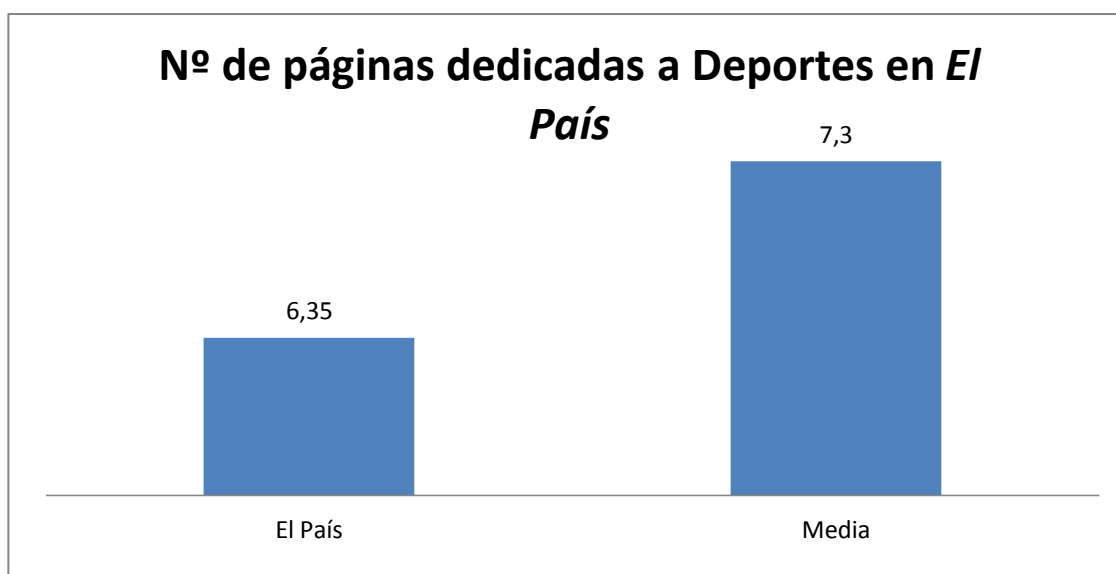


Recordemos que para obtener el resultado de este gráfico, tuvimos en cuenta los datos del promedio del tamaño de las informaciones de cada periódico por la media de los cm² de página de cada diario. Así supimos los cm² de cada información del Atlético que aparece en cada uno de estos periódico y este dato lo multiplicamos por el número de informaciones rojiblancas aparecidas en las páginas de cada uno.

La media es 9120,3 cm² y el diario del Grupo Prisa aporta 9188 cm². Lo que supone 67,7 cm² más. Es el periódico que más se acerca al promedio. Sin embargo, está en quinto lugar, por detrás de *El Mundo* y *La Razón*, *ABC* y *Público*, que son los que lideran este punto.

6.6.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en *El País*

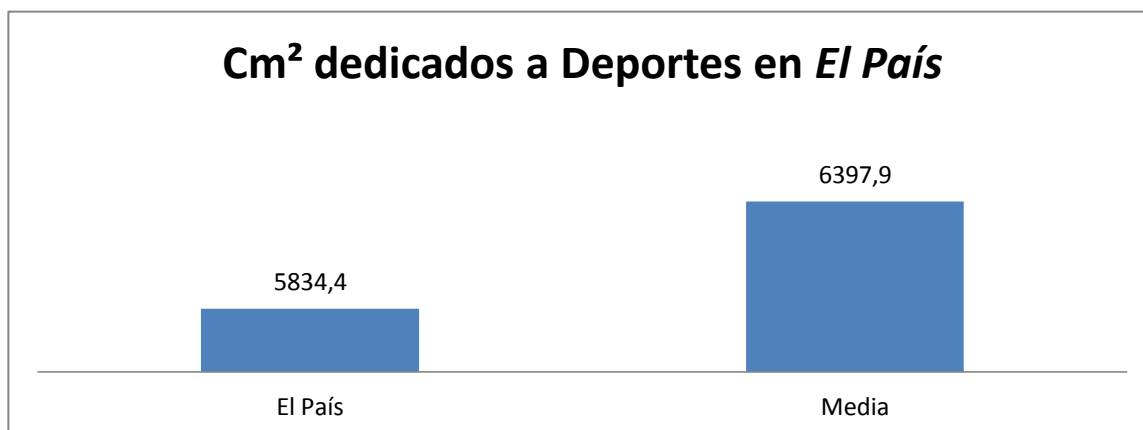
FIGURA 5.17.



En la figura podemos observar el promedio del número de páginas de *El País* dedicadas a la sección de Deportes, en los días que aparecieron informaciones del Atlético de Madrid y la media de todos los diarios. *La Vanguardia* es el periódico que más espacio concede a Deportes, con una media de 9. Le sigue *ABC* con 8,5 páginas de promedio y en tercer lugar *El Mundo*, con 8,25 páginas. Después aparece *La Voz de Galicia* con 7 y *La Razón*, con 6,8. *El País* y *El Adelantado de Segovia* ofrecen casi lo mismo, 6,35 y 6,3, respectivamente y, por último, *Público* con 6,2 páginas. Así las cosas, *El País* se sitúa con casi una páginas de Deportes menos (concretamente 0,95) que el promedio de periódicos.

6.6.4.8. Superficie dedicada a Deportes en *El País*

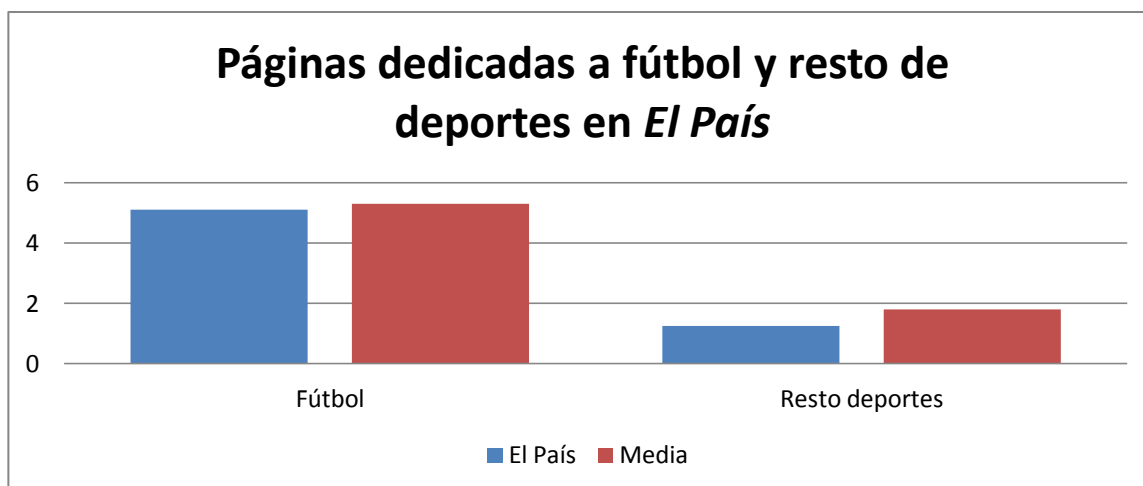
FIGURA 5.18.



La media de cm² de las páginas dedicadas a Deportes de todos los diarios que hemos estudiado en la muestra del mes de noviembre de 2009 es de 6397 cm². Sólo dos diarios, en este caso *La Vanguardia* y *El Mundo*, se situaron por encima de la misma. *La Vanguardia*, además de ser el que más páginas de Deportes ofreció en los días que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid, fue también el que más cm² le dedicó a la sección, 8704,8. *El Mundo*, *La Voz de Galicia*, *Público* están por encima de *El País*, 5834,4 cm². Sin embargo, está por encima de *ABC*, *El Adelantado de Segovia* y *La Razón*.

6.6.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en *El País*

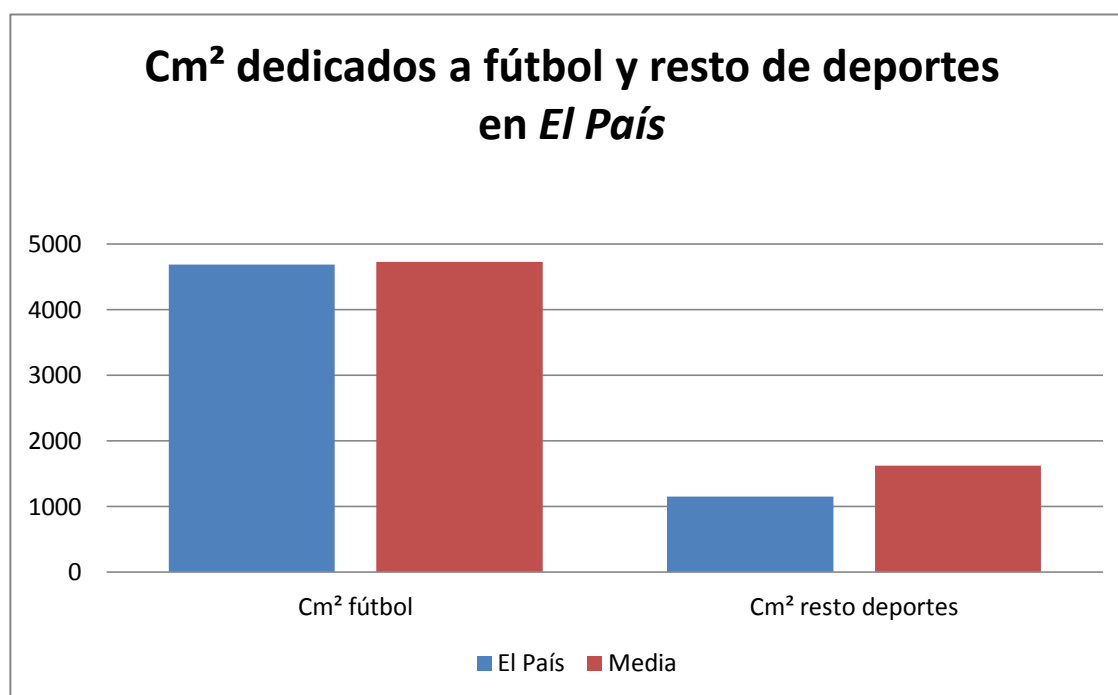
FIGURA 5.19.



En esta gráfico vemos como *El País* se sitúa por debajo de la media en el apartado dedicado a fútbol, pero no ocurre lo mismo con el que está dedicado al resto de disciplinas. Este periódico es el cuarto que más páginas dedica al llamado "deporte rey". Mientras que *El País* ofrece 5,1 páginas de fútbol, la media es 5,3. Es decir, que aporta ligeramente menos que el promedio. Está por detrás de *La Vanguardia*, *ABC* y *El Mundo*.

Y en cuanto a las páginas dedicadas a otras disciplinas deportivas que no son fútbol, cabe señalar que *El País* es de los que menos páginas ofrece del resto de deportes. Así, mientras que la media se posiciona en 1,8, *ABC* tiene 2,4, casi el doble que *El País* o *Público*.

FIGURA 5.20.



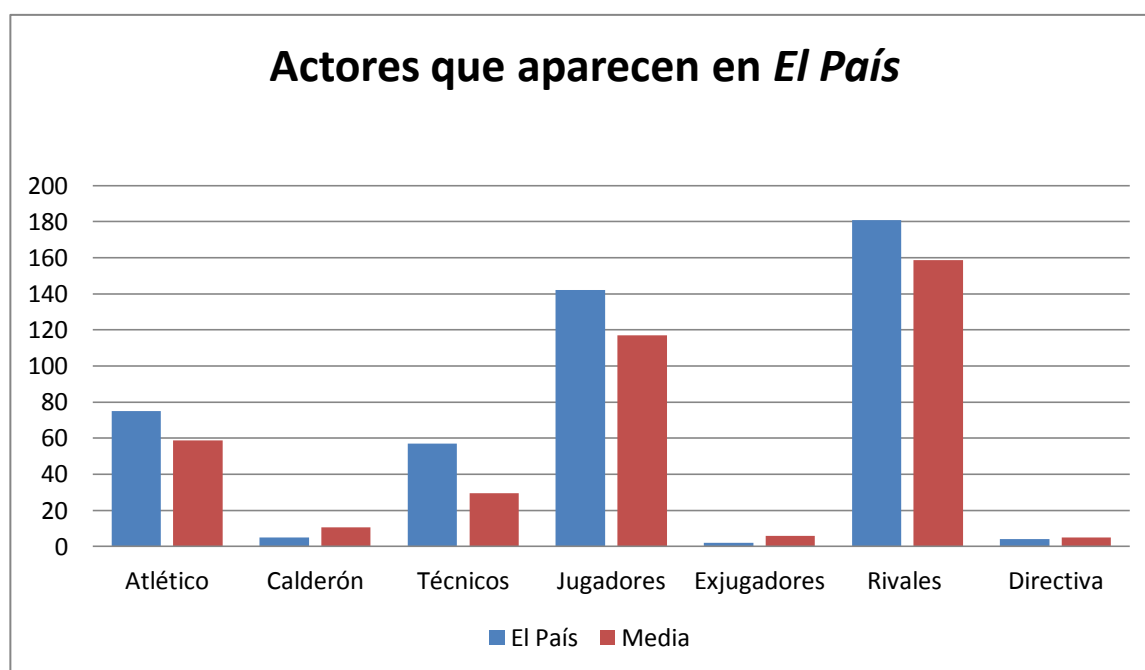
El País se sitúa en 4685,9 cm² y el promedio en 4722,5 cm². Lo que significa que tiene 36,6 cm² menos. Está en cuarto lugar, por detrás de *La Vanguardia*, *El Mundo* y *Público*. Y por delante de *ABC*, *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia* y *La Razón*.

En el apartado dedicado al resto de disciplinas deportivas, *El País* se posiciona detrás de *La Vanguardia*, *El Mundo*, *El Adelantado de Segovia*, *ABC*, *La Razón*, *La Voz de Galicia* y *Público*, o lo que es lo mismo, en último lugar.

6.6.5. Protagonistas

6.6.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en *El País*

FIGURA 5.21.



Durante el mes de noviembre de 2009, *El País* utilizó 466 nombres propios en las informaciones relativas al Atlético de Madrid. La media fueron 390,8 nombres, por lo que este diario escribió 75,2 nombres más que el promedio de todos los periódicos. En la categoría "Atlético", se mantuvo por encima de los datos del resto. El nombre del club apareció en sus páginas 75 veces, mientras que la media se sitúa en 58,8. Sin embargo, empleó 17 nombres menos que *La Razón* y 5 que *El Mundo*.

No ocurre algo similar con el nombre del actual estadio del conjunto colchonero, el Vicente Calderón. *El País* se encuentra por debajo del promedio, con datos muy inferiores, lejos de cifras como las de *La Razón* y *La Vanguardia* que lo hicieron más de 15 veces.. Así en este diario se mencionó el estadio en 5 ocasiones y el promedio se localiza en 10,5 oportunidades.

En cuanto a los "Técnicos", *El País* los nombró en 57 veces y se situó con *El Mundo*, justo por detrás de *La Razón*, que fue el diario que más citó a Quique Sánchez Flores, Abel Resino y sus ayudantes (58 veces). El promedio de las ocasiones en las que se refirieron a los técnicos fue 29,5 veces, por lo que *El País* los nombró en 27,5 ocasiones

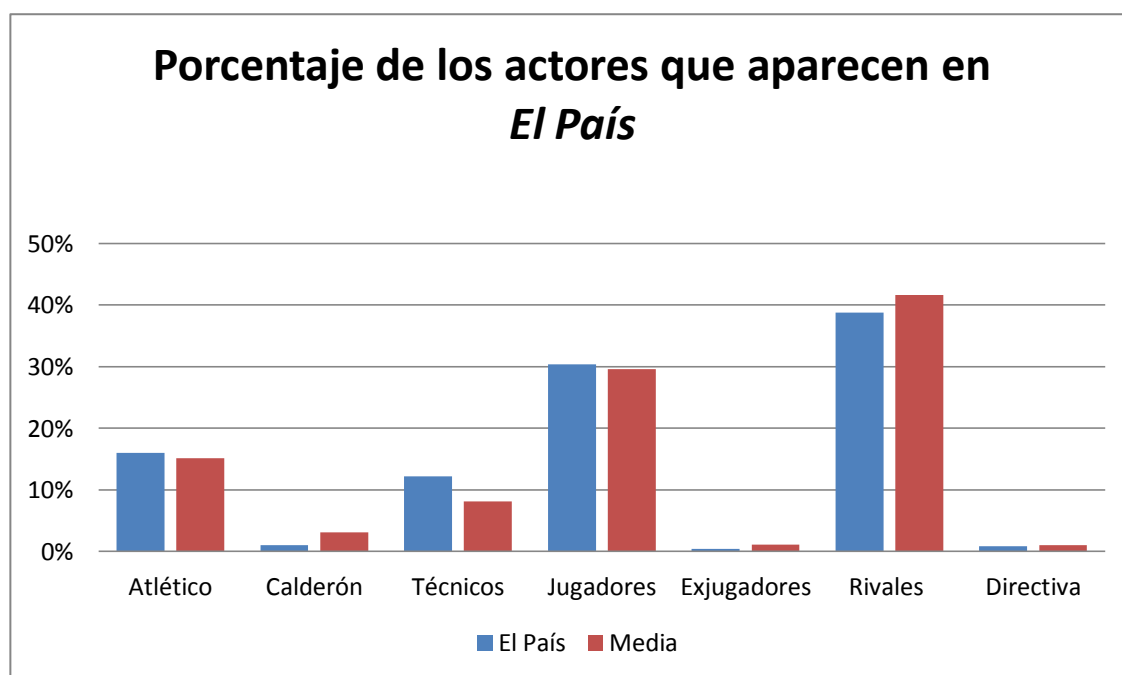
más. La categoría "Jugadores" está directamente relacionada con el número de noticias que aportaron los diarios y que hemos visto en puntos anteriores. *El País* se refirió a ellos 142 veces. La media de todos los diarios es de 116,8. *La Razón* es el periódico que mencionó más nombres de futbolistas de la actual plantilla del Atlético de Madrid. *El Mundo*, *ABC* y *El País* ofrecieron unas cifras muy parecidas en cuanto a cantidad, ya que después de un mes de estudio, sólo les diferencian unos pocos nombres.

En el apartado dedicado a "Exjugadores" sólo *ABC* (24) y *El Mundo* (12) mostraron algo de interés a la hora de citar a futbolistas que militaron en las filas del conjunto colchonero. La media quedó en 5,8 ex jugadores nombrados. El resto de diarios, entre los que se incluye *El País*, sólo nombraron uno o dos ex jugadores en todo el mes.

En la categoría "Rivales", *El País* mencionó a 181 adversarios, cuando la media estuvo en 158,75. Situándose después de *La Razón*, *El Mundo*, y *Público*, pero por delante de *ABC*, *La Voz de Galicia*, *La Vanguardia* y *El Adelantado de Segovia*.

En cuanto a las ocasiones que se nombra la "Directiva", *El País* fue el tercer diario, junto con *Público*, donde más se citó a Enrique Cerezo, Gil Marín o García Pitarch, en 4 ocasiones. Pese a esto, se encuentra por debajo de la media que fue de 5,1 las veces que se nombró a la directiva en el mes de noviembre.

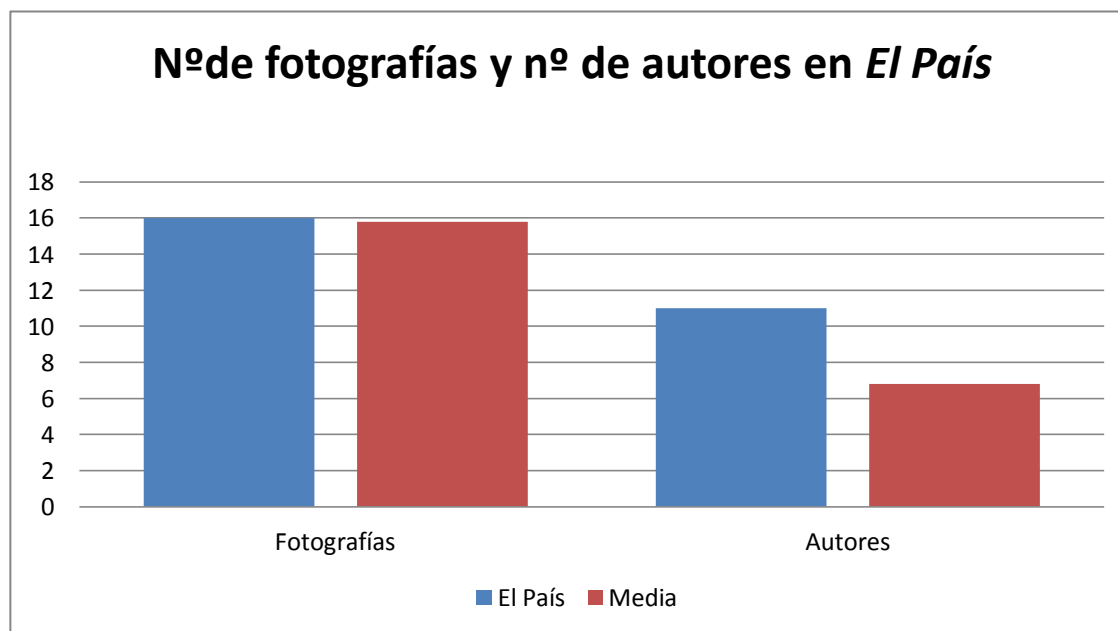
FIGURA 5.22.



En cuanto a los porcentajes, no hay grandes cambios entre este gráfico y el que hemos comentado anteriormente referido al número de actores que aparecieron en las páginas de *El País* en noviembre de 2009. El dato donde encontramos mayor diferencia es en la categoría rivales, donde para *El País* supuso el 38,8% y para el promedio el 41,6%.

6.6.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en *El País*

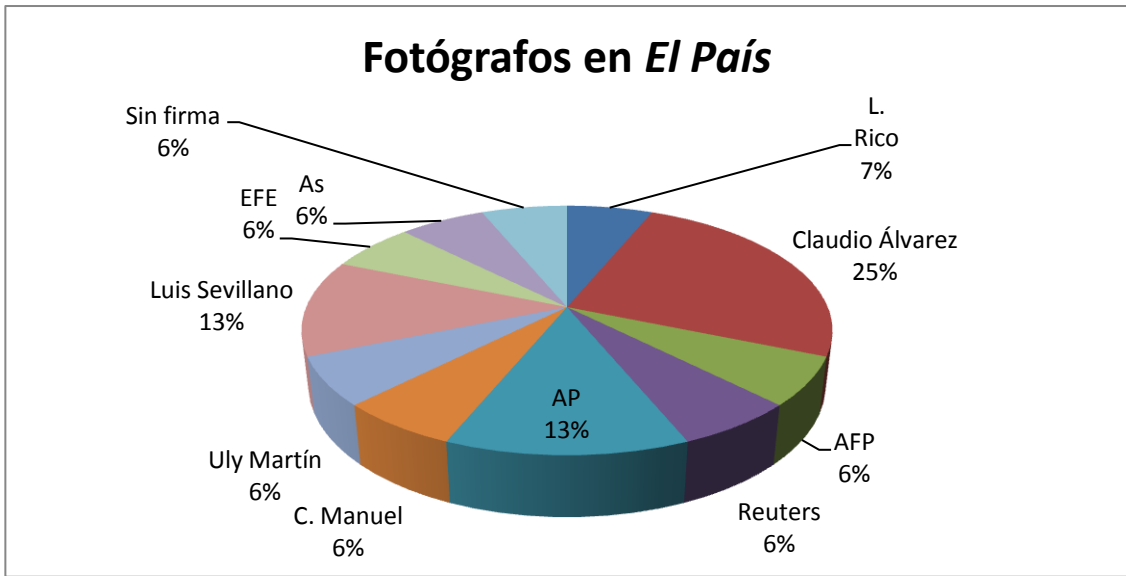
FIGURA 5.23.



Las 20 informaciones que el diario *El País* publicó en noviembre sobre el Atlético de Madrid fueron acompañadas por 16 fotografías, colocándose con *Público* en cuarto lugar. Bastante lejos de *El Mundo* que, en este caso, fue el periódico que más imágenes publicó (31). La media fueron 15,8 instantáneas. *El País* también está por encima en cuanto al número de fotógrafos cuyo trabajo precisaron durante el mes. Utilizaron 11 profesionales (muchas agencias no especifican el nombre del autor y se contabiliza como el nombre de la agencia) y la media estuvo en 6,8 fotógrafos. En este caso, está igual que *El Mundo*. Por delante de *ABC*, *La Razón* y *Público*. Y de nuevo a una distancia considerable de *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* o *La Voz de Galicia*.

A continuación, podemos observar un gráfico en el que se detalla de manera exhaustiva el número de fotografías que realizó cada uno de los fotógrafos profesionales que participaron con sus instantáneas en las informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid en las páginas de *El País*, durante el mes de noviembre de 2009.

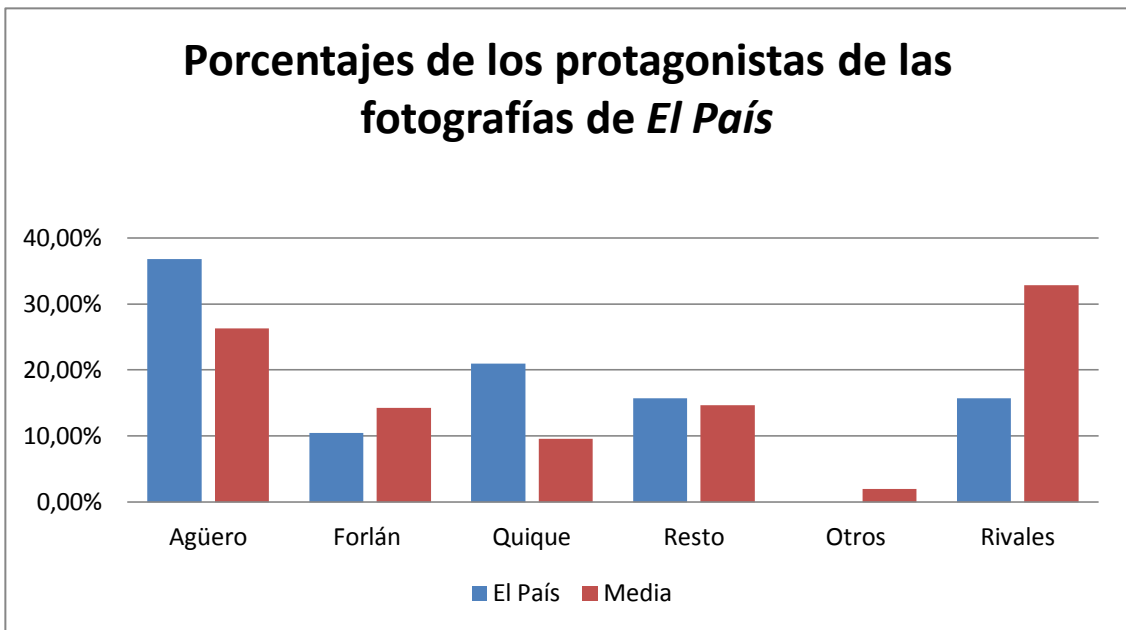
FIGURA 5.24.



El 31% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético de Madrid fueron de agencia. El que más instantáneas publicó fue Claudio Álvarez, con 4, le siguió Luis Sevillano con 2 y el resto de autores y agencias (excepto AP que sacó 2) no publicaron más allá de una.

6.6.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en El País

FIGURA 5.25.



El 56% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético tuvieron como principales protagonistas a los jugadores de la plantilla. Hay que señalar que dos futbolistas fueron los que coparon gran parte de las instantáneas, Sergio "Kun" Agüero y Diego Forlán.

Se publicaron más fotos de cada uno de ellos que del resto del equipo. El argentino Agüero salió en 7 ocasiones, lo que supone 36,8% de todas las imágenes (10,5% más que la media); el uruguayo Forlán lo hizo en 2, lo que significa el 10,5% (3,73% menos que la media), mientras que el resto de todo el plantel sólo estuvieron en 3 fotografías, es decir, el 15,7%, lo que supone el 1% más que la media .

El entrenador, Quique Sánchez Flores, también tuvo más espacio fotográfico que la mayoría de sus jugadores, a excepción de Agüero y Forlán. El técnico, que en ese mes de noviembre acababa de ocupar su cargo, apareció en el 21% de las fotos, con 4 imágenes. Es con diferencia del que más fotos por encima de la media hubo, concretamente 11,4%

Los rivales de los compromisos que disputó el Atlético en noviembre de 2009, además de tener especial importancia en las informaciones escritas, como ya hemos visto en apartados anteriores, también tuvieron especial relevancia en cuanto a imágenes se refiere, ya que aparecieron en 3 ocasiones, las mismas en las que salieron los jugadores del Atlético, exceptuando a Agüero y Forlán. Sin embargo, se sitúan en un 15,7% y la media en 32,8%. Es decir, un 17,1% menos.

Por último, señalar que en la categoría "Otros" no está incluida ninguna fotografía. El promedio de esta categoría representa el 4% del total de las instantáneas que se publicaron del Atlético de Madrid, lo que supone un 4% menos que la media.

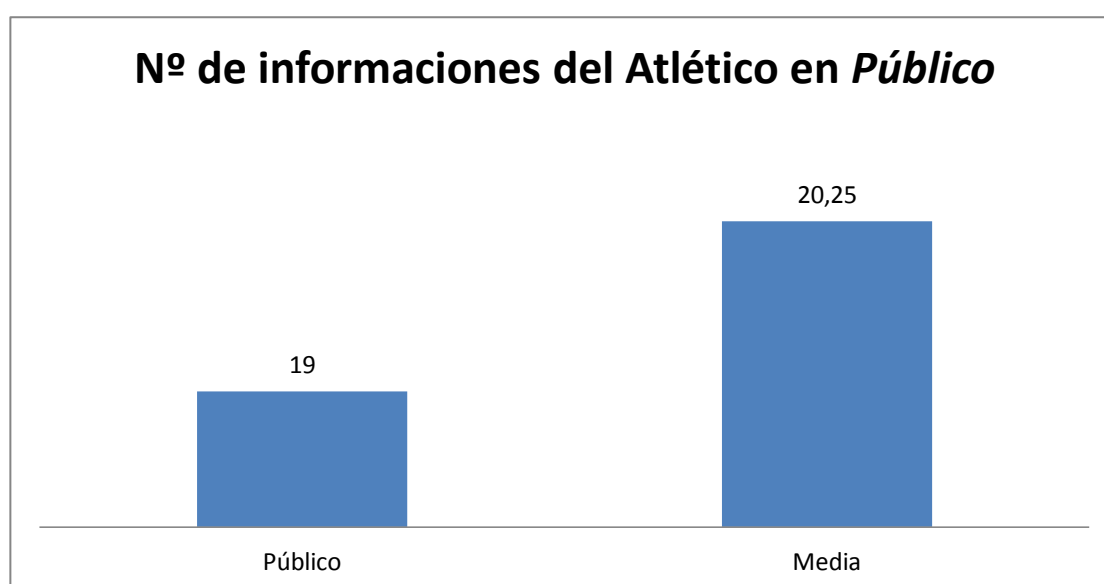
6.7. Público

6.7.1. Informaciones

6.7.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en Público

En el diario *Público* aparecieron 19 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid, durante el mes de noviembre de 2009. Lo que supone que está 1,25 puntos por encima del promedio, situado en 20,25.

FIGURA 6.1.

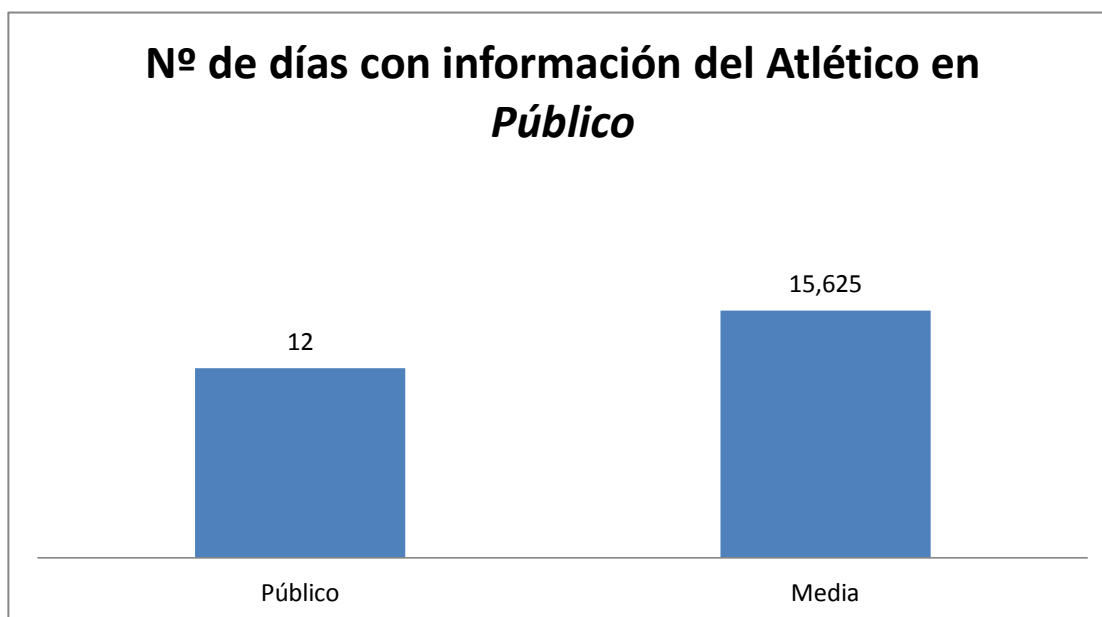


Este dato supone, que de los ocho periódicos estudiados es el quinto en lo que a cantidad de temas se refiere, con un 12%, de toda la información que se publicó del Atlético, por detrás de *La Razón*, *El Mundo*, *ABC*, igualado en porcentaje con *El País*, pero con una información menos. Y por delante de *La Voz de Galicia* y de *La Vanguardia*.

6.7.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid

en Público

FIGURA 6.2.



Esto supone que no sólo está detrás de los periódicos importantes cuya sede central está en Madrid, *La Razón*, *ABC*, *El Mundo* y *El País*, sino que además está más rezagado que algunos que se editan fuera de la capital como *El Adelantado de Segovia* o *La Voz de Galicia*. Situándose sólo por delante de *La Vanguardia*.

Pasa de estar quinto, en cuanto a número de informaciones, a perder dos posiciones en cuanto a días con información del conjunto colchonero se refiere. De los 30 días de muestra que seleccionados, el diario *Público* informó sobre la entidad del Vicente Calderón en 12 de ellos. Lo que significa que *Público* realiza un seguimiento del equipo menos regular, ya que el promedio es 15,6. El Atlético de Madrid aparece en las páginas del diario *Público* el 40% de los días del mes.

FIGURA 6.3.



Como se contempla en la figura, el día que más temas se publicaron del Atlético de Madrid fue el 8 de noviembre, con 4 informaciones. Esto fue debido a que el día anterior, el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores jugó el derbi frente al Real Madrid, uno de los choques más importantes de la temporada, al menos, en lo que a cobertura mediática se refiere, correspondiente a la 10ª jornada del Campeonato Nacional de Liga. Además de la crónica habitual, firmada por Ladislao Moñino, hubo varias noticias relacionadas con el partido y un análisis de la situación deportiva que atravesaba el Atlético de Madrid, con la opinión de José Miguélez y el entrenador Juanma Lillo.

Los días 4 y 7 de noviembre publicaron 3 noticias del Atlético. El primer día de ellos tuvieron como tema principal el partido de Liga de Campeones que los rojiblancos disputaron frente al Chelsea, en el estadio Vicente Calderón, la noche anterior. Además de la crónica, hubo un seguimiento de la situación del equipo, así como un espacio de opinión firmado de nuevo por Juanma Lillo. El 7 de noviembre, día del partido frente al Real Madrid, hubo previa, entrevista y columna de opinión.

Hubo 9 días en los que apareció una información del Atlético y 18 en los que no reflejaron ningún tema. Hecho, este último, provocado por el parón de la competición

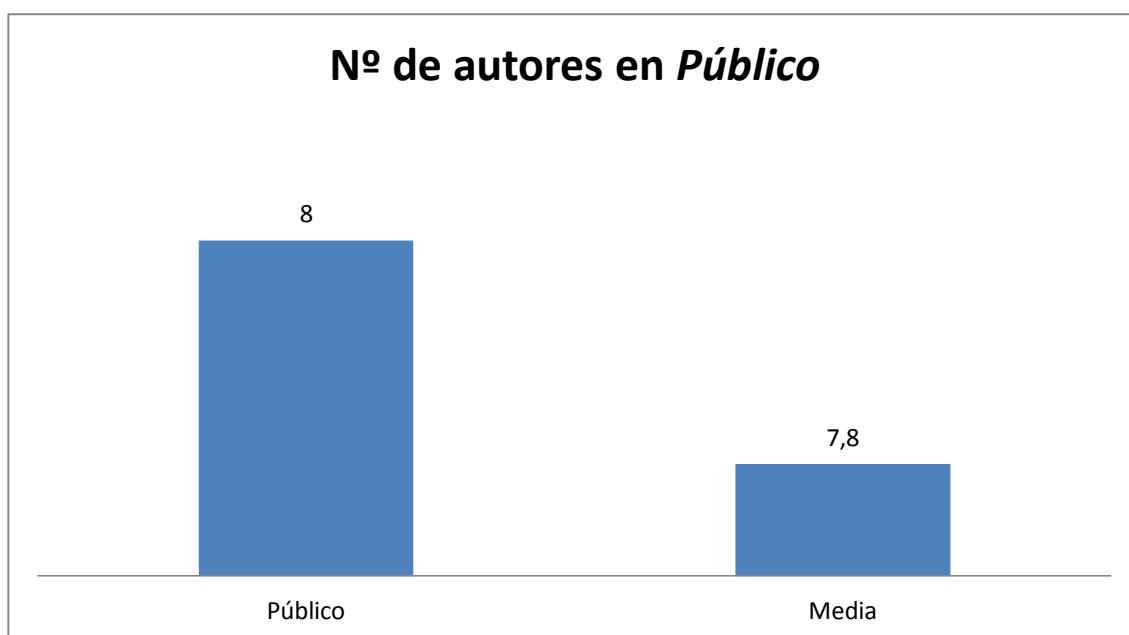
de Liga debido a diversos compromisos de la Selección Española, lo que propició que no hubiera jornada el fin de semana del 14 de noviembre.

Es decir, que desde que el Atlético juega su partido de vuelta del los 1/16 de final de la Copa de S.M. El Rey, el martes 10 de noviembre, hasta que vuelve la Liga el 22 de noviembre, se acumulan 7 días sin noticias rojiblancas, por este motivo.

6.7.2. Autores

6.7.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en Público

FIGURA 6.4.



Es preciso destacar que el diario *Público* se encuentra en cifras muy similares al promedio en cuanto a variedad de firmas presenta en las informaciones relacionadas con el Atlético. Mientras que en algunos periódicos como *La Razón* o *El Mundo* presentan 13 y 10 autores de las informaciones diferentes, *La Voz de Galicia* tiene 9, y en cuarto lugar está *Público* con 8, por delante de *ABC*, *El País*, *La Vanguardia* y *El Adelantado de Segovia*.

Así, el diario *Público* se sitúa ligeramente por encima del promedio del número de autores de todos los periódicos en 0,2 puntos. En cuanto al grado de concentración de firmas presenta (2,3), un poco menos que la media, que se sitúa 2,6 informaciones por cada autor que escribe en este diario sobre el Atlético.

6.7.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en *Público*

FIGURA 6.5.

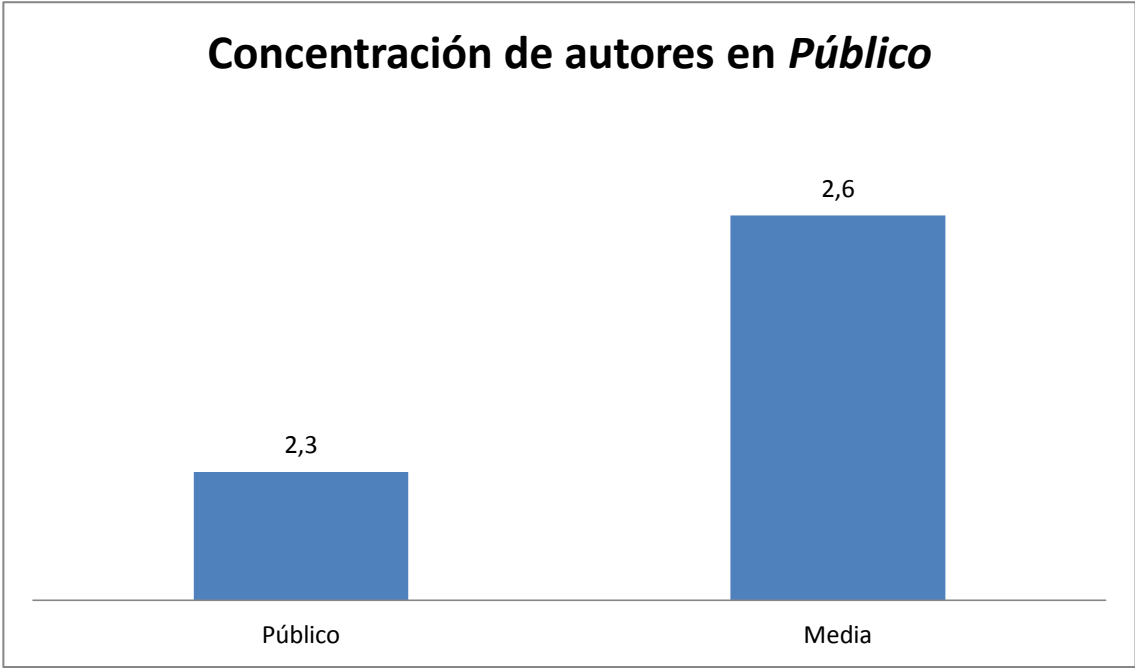
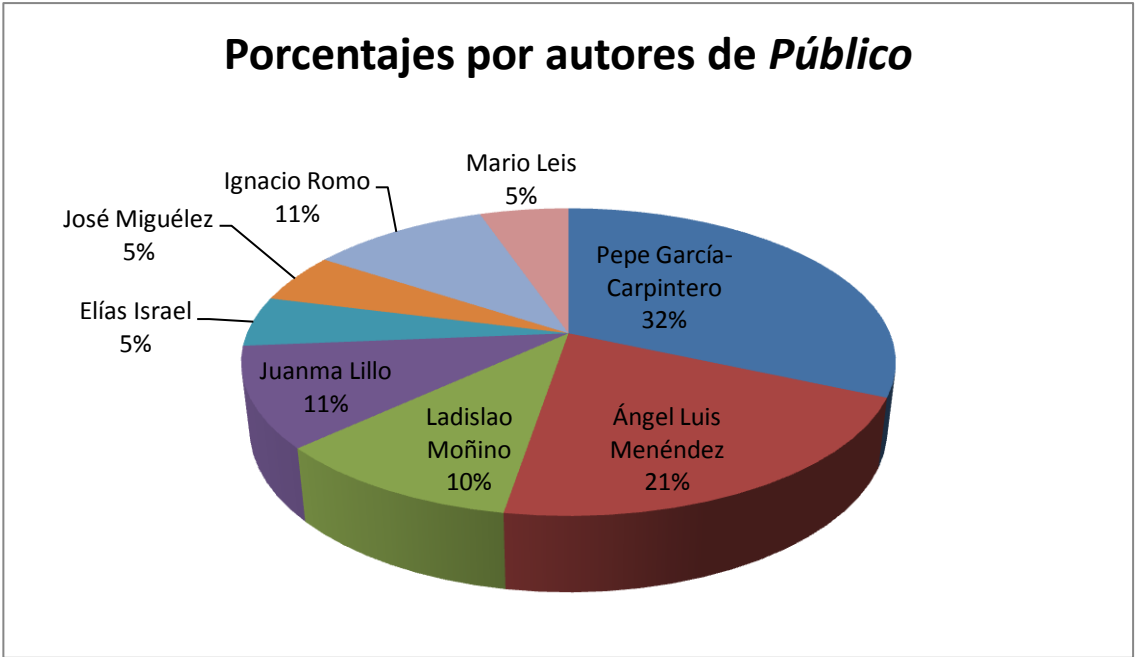


FIGURA 6.6.



De las 19 informaciones del Atlético de Madrid aparecidas en el diario *Público* durante el periodo de muestra, 6 de ellas fueron firmadas por Pepe García-Carpintero, de lo que se traduce que este periodista, junto con Ángel Luis Menéndez, que firmó 4, son los encargados de seguir a diario los temas relacionados con el conjunto colchonero, ya que realizan entrevistas, crónicas y el seguimiento diario. Por su parte, Ladislao Moñino, Juanma Lillo e Ignacio Romo firmaron 2 noticias, mientras que Elías Israel, José Miguélez y Mario Leis hicieron una cada uno.

En cuanto al temas sobre los que informa el diario, recordamos que habíamos dividido las informaciones relativas al Atlético de Madrid en cinco categorías. La primera se refiere a las informaciones que aparecieron el día después de los encuentros, es decir, la crónicas de los partidos. Otro apartado tenía que ver con la "Situación deportiva": entrenamientos, cómo afrontan el siguiente choque, estado físico de los futbolistas y análisis de la situación del club en las distintas competiciones. Además establecimos la denominada "Previas", son informaciones publicadas el día del partido en las que se avanzan los posibles onces titulares, lesionados, sancionados, antecedentes y contexto.

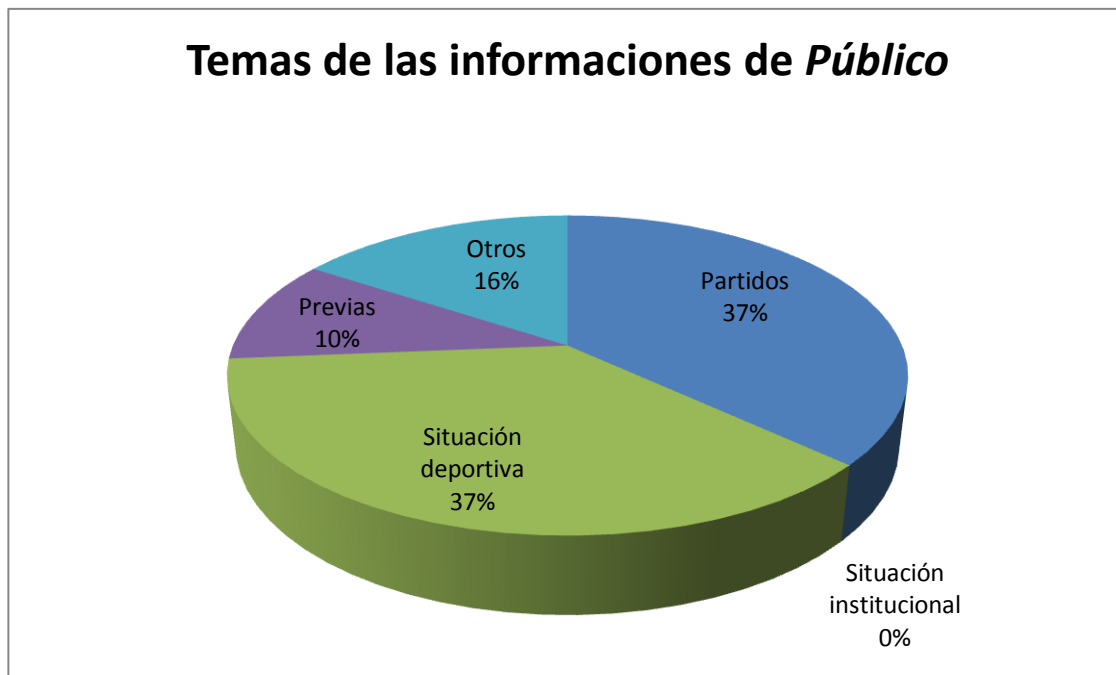
La cuarta categoría se refería a la "Situación institucional", que son informaciones relacionadas con el clima social y político del club.

Y, por último, establecimos una quinta categoría denominada "Otros". Es decir, noticias esporádicas que, por su contenido, no se podían clasificar dentro de los anteriores apartados.

6.7.3. Temas y géneros periodísticos

6.7.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en *Público*

FIGURA 6.7.



Con 7 informaciones, la situación deportiva (junto con los partidos) es la que ocupa un mayor espacio de las informaciones rojiblancas en *Público*. Así, trataron este tema los siguientes días y con los siguientes titulares:

- 4 de noviembre: "Ancelotti suspira por Agüero".
- 4 de noviembre: "Más goleadores que juego".
- 7 de noviembre: "Quique está muy pendiente de Kaká".
- 7 de noviembre: "Entre Alcorcón y el Calderón".
- 8 de noviembre: "Titularísimos en el banquillo".
- 8 de noviembre: "Vértigos con más y menos aciertos".
- 8 de noviembre: "El partido que cambió de sentimientos".

Como ya hemos señalado, los partidos que disputó el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores también tuvieron una especial repercusión en las páginas de *Público*, con 7 informaciones:

-1 de noviembre: "Quique tampoco da con la tecla".

-4 de noviembre: "Drogba echa el cierre".

-8 de noviembre: "Al final, Casillas".

-11 de noviembre: "El Marbella, un balneario".

-22 de noviembre: "Con Agüero no basta".

-26 de noviembre: "Atlético, una tortura".

-30 de noviembre: "Agüero y los otros".

En tercer lugar, pero no en cuanto a cantidad, aparece lo que en el argot futbolístico se conoce como "previas", con 2:

-3 de noviembre: "Drogba visita el fortín de Pablo".

-7 de noviembre: "Raúl regresa a su territorio".

La situación institucional, no estuvo presente en la muestra que tomamos durante el mes de noviembre en las páginas del periódico *Público*.

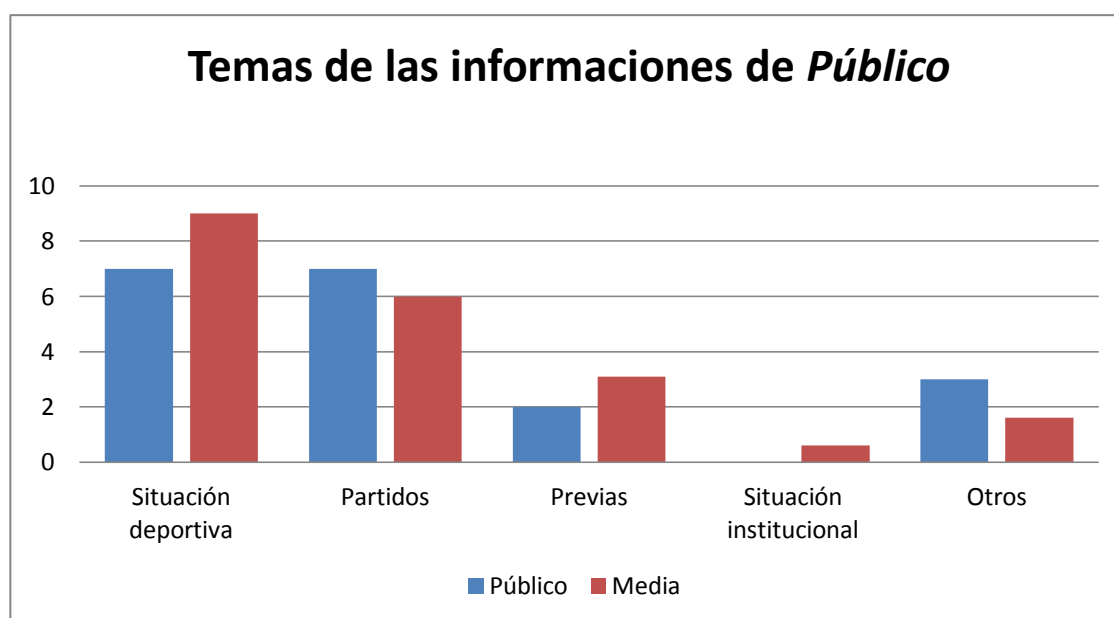
Y en cuanto al apartado "Otros", sólo hubo tres ejemplos:

-17 de noviembre: "Quique Flores, aislado con los protocolos de gripe A".

-18 de noviembre: "150 euros por agredir a Pellegrini".

-21 de noviembre: "El Atlético pide vacunas sin éxito".

FIGURA 6.8.



El diario *Público* ofrece un seguimiento de la situación deportiva del Atlético muy inferior al promedio de todos los periódicos que hemos estudiado. Publicó 7 informaciones, es decir, 2 menos que la media.

En la segunda categoría, *Público*, en este caso, supera al promedio de 6 partidos. Cubrieron los 7 choques que disputó el conjunto atlético durante el mes de noviembre.

En el apartado "Previas" ofrece de nuevo unos números muy similares a la media, que es 3,1, por los 2 de *Público*. Si tenemos en cuenta que en el periodo de muestra hubo margen para haber publicado 6 previas, sólo lo hizo 1 de cada 3 encuentros, sólo por delante de *El País*.

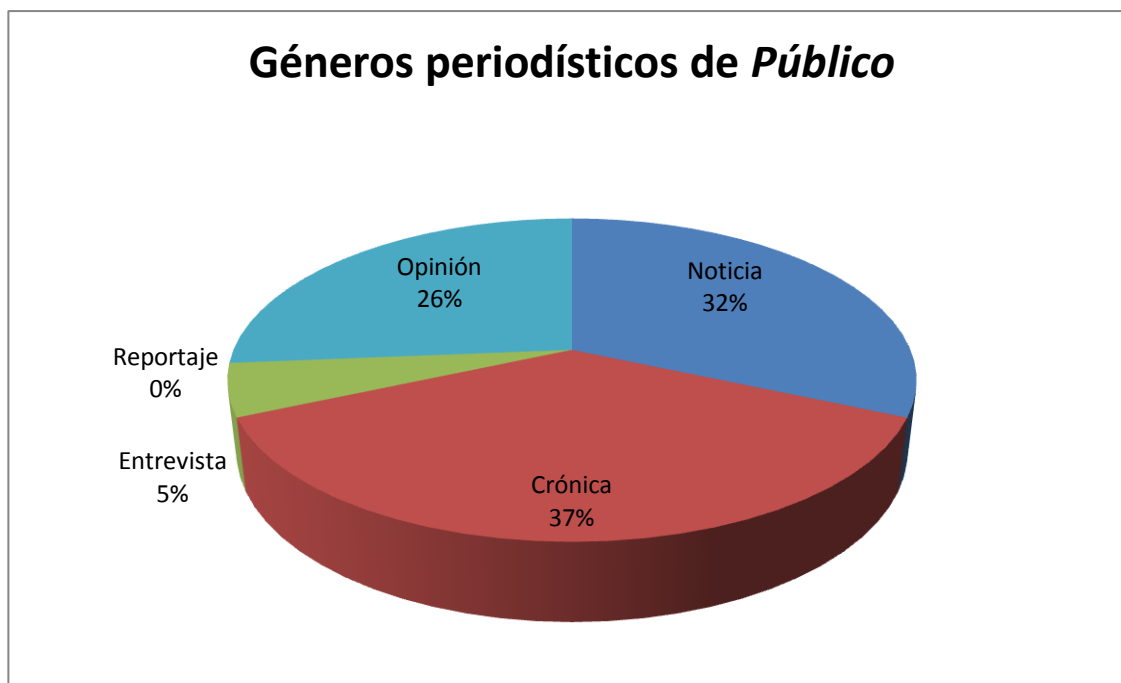
En cuanto a la situación institucional del Atlético, la presencia de esta categoría en todo el mes fue inexistente. Se coloca 0,625 puntos por debajo del promedio de este apartado, igual que *El País*, *El Adelantado de Segovia*, *La Voz de Galicia* y *La Vanguardia*.

Y en la última categoría este diario se encuentra por encima de los resultado que arroja la media es en "Otros". Aquí, mientras que la media se sitúa en 1,5 informaciones, *Público* sacó 3 temas.

6.7.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en Público

Recordemos que establecimos cinco categorías diferentes en este apartado: la noticia, el reportaje, la crónica, la entrevista y el artículo de opinión.

FIGURA 6.9.



Durante el mes de noviembre de 2009, *Público* sacó 7 noticias relacionadas con el Atlético de Madrid:

-3 de noviembre: "Drogba visita el fortín de Pablo".

-4 de noviembre: "Ancelotti suspira por Agüero".

-7 de noviembre: "Raúl regresa a su territorio".

-17 de noviembre: "Quique Flores, aislado con los protocolos de gripe A".

-18 de noviembre: "150 euros por agredir a Pellegrini".

-21 de noviembre: "El Atlético pide vacunas sin éxito".

Cubrieron todos los partidos, como hemos visto en el apartado anterior, realizaron 7 crónicas:

-1 de noviembre: "Quique tampoco da con la tecla".

-4 de noviembre: "Drogba echa el cierre".

-8 de noviembre: "Al final, Casillas".

-11 de noviembre: "El Marbella, un balneario".

-22 de noviembre: "Con Agüero no basta".

-26 de noviembre: "Atlético, una tortura".

-30 de noviembre: "Agüero y los otros".

Realizaron una única entrevistas, una a Ujfalusi, jugador rojiblanco, con motivo del choque ante el Real Madrid :

-7 de noviembre: "Quique está muy pendiente de Kaká"

No ningún tipo de reportaje, pero sí cinco columnas de opinión:

-4 de noviembre: "Más goleadores que juego".

-7 de noviembre: "Entre Alcorcón y el Calderón".

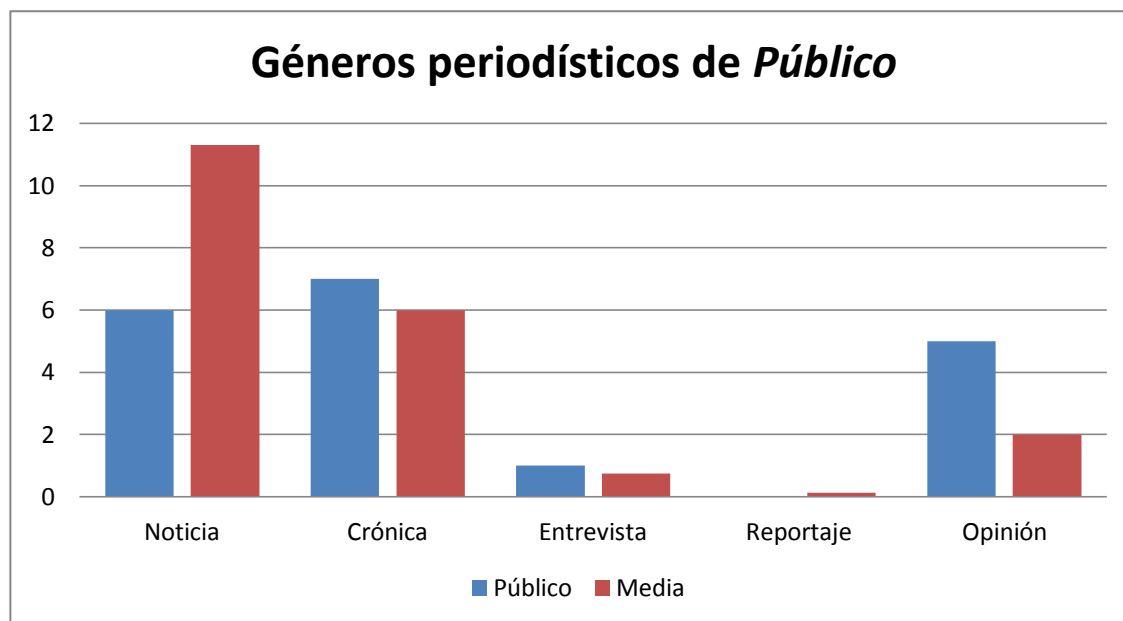
-8 de noviembre: "Vértigos con más y menos aciertos".

-8 de noviembre: "El partido que cambió de sentimientos".

-8 de noviembre: "Titularísimos en el banquillo".

A continuación podemos contemplar la comparación de los distintos géneros periodísticos que se dan o no, en *Público*, respecto al promedio.

FIGURA 6.10.

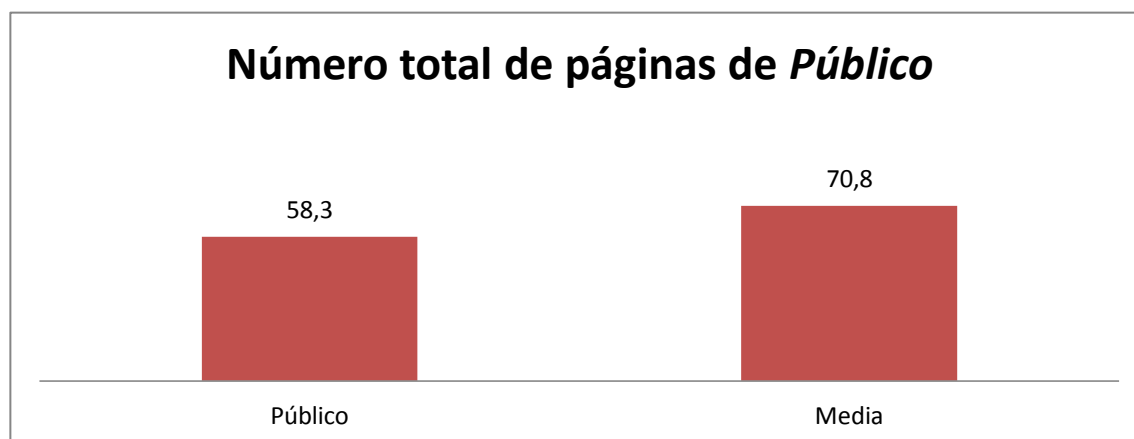


En cuanto al número de noticias, el diario *Público* publicó 6, de los ocho periódicos estudiados fue el segundo que menos ofreció, sólo por delante de *La Vanguardia*. Situándose con 5,3 noticias por debajo de un promedio, cuyo resultado es 11,3. En la segunda categoría, *Público* superó a la media de 6 crónicas. Como hemos visto anteriormente, al referirnos a los temas sobre los que trataban las diversas informaciones, recordamos que cubrieron los 7 choques que disputó Atlético durante el mes de noviembre. Fueron los únicos junto a *El Mundo* que realizaron las 7 crónicas pertinentes. Como hemos comentado, *Público* hizo una entrevista a un personaje relacionado con la actualidad atlética. No es una cifra muy elevada, pero sí es un número que le permite situarse tras los que lideran el género periodístico, *ABC* y *La Razón*, igualado con *El Mundo* y *El País*. Y se posiciona con 0,125 entrevistas por encima del promedio. En cuanto a los reportajes, hay que indicar que ningún periódico utilizó este género, excepto *La Voz de Galicia*, que lo hizo una sola vez. Lo que sitúa la media en 0,1 reportaje de media, por lo que *Público* está por debajo. Y por último el género de opinión. Durante el mes de noviembre *Público* fue el segundo periódico que más utilizó este género para tratar la actualidad del Atlético de Madrid. *La Razón* y *Público* fueron los que publicaron más columnas de opinión. Como es lógico, se encuentra por encima del promedio en 3,125 columnas.

6.7.4. Espacio dedicado en *Público*

6.7.4.1. Páginas del diario *Público*

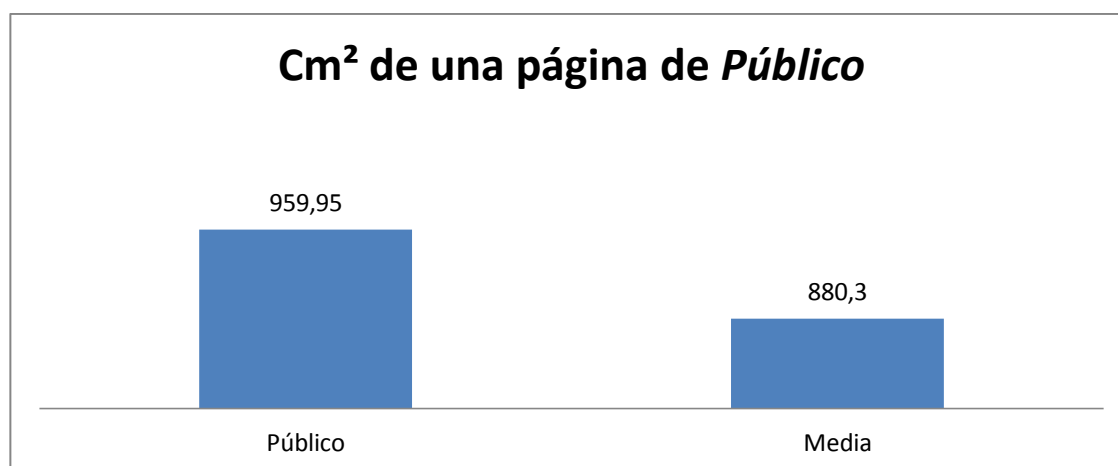
FIGURA 6.11.



El periódico *Público* es uno de los que sale a los kioscos con menos páginas, por debajo del resto, excepto *el Adelantado de Segovia*. Llega a ofrecer 12,5 páginas menos que el promedio de los diarios. No está lejos de *El Mundo*, *El País* o *La Voz de Galicia*. Aunque las distancias son más grandes con *ABC*, *La Razón* o *La Vanguardia*.

6.7.4.2. Superficie de una página de *Público*

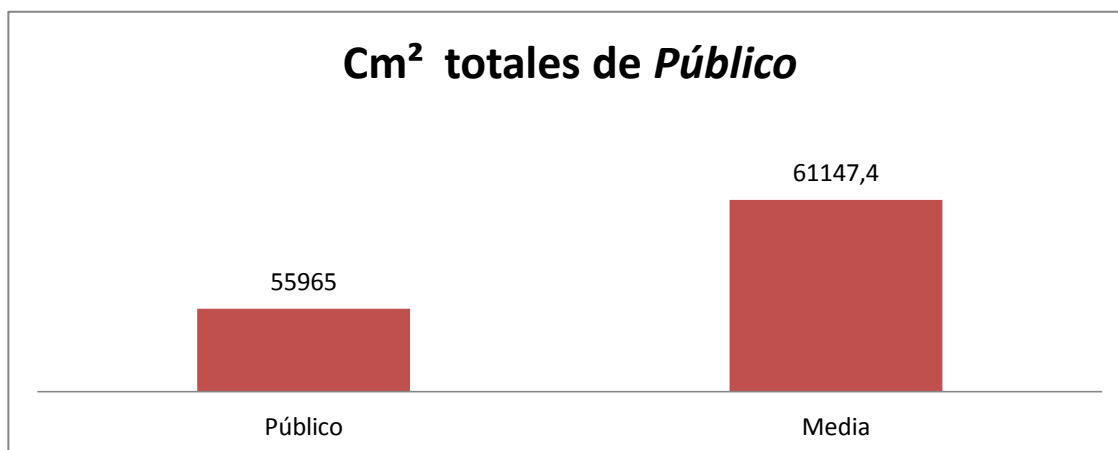
FIGURA 6.12.



Sin embargo, el diario *Público* es el segundo más grande en cuanto a sus dimensiones por página (36,5 cm de largo x 26,3 cm de ancho). Lo que provoca que este hecho condicione los apartados que veremos a continuación. En este sentido, *Público* tiene 79,6 cm² más que el promedio de los periódicos tomados para la muestra.

6.7.4.3. Superficie total de las páginas de *Público*

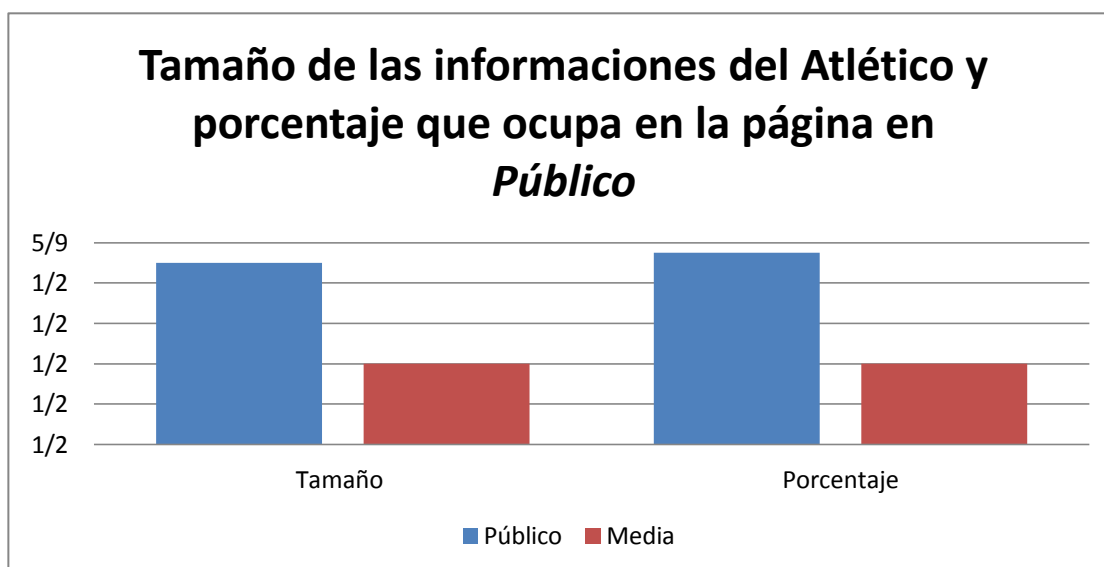
FIGURA 6.13.



Se puede observar como *Público* está muy por debajo del promedio en lo que a cm² totales, a pesar de ser el segundo cuyas dimensiones de página son más grandes. Esto es debido a que es el séptimo periódico en cuanto a número de páginas. En este apartado sólo se coloca por delante de *El Mundo* y *El Adelantado de Segovia*.

6.7.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en *Público*

FIGURA 6.14.



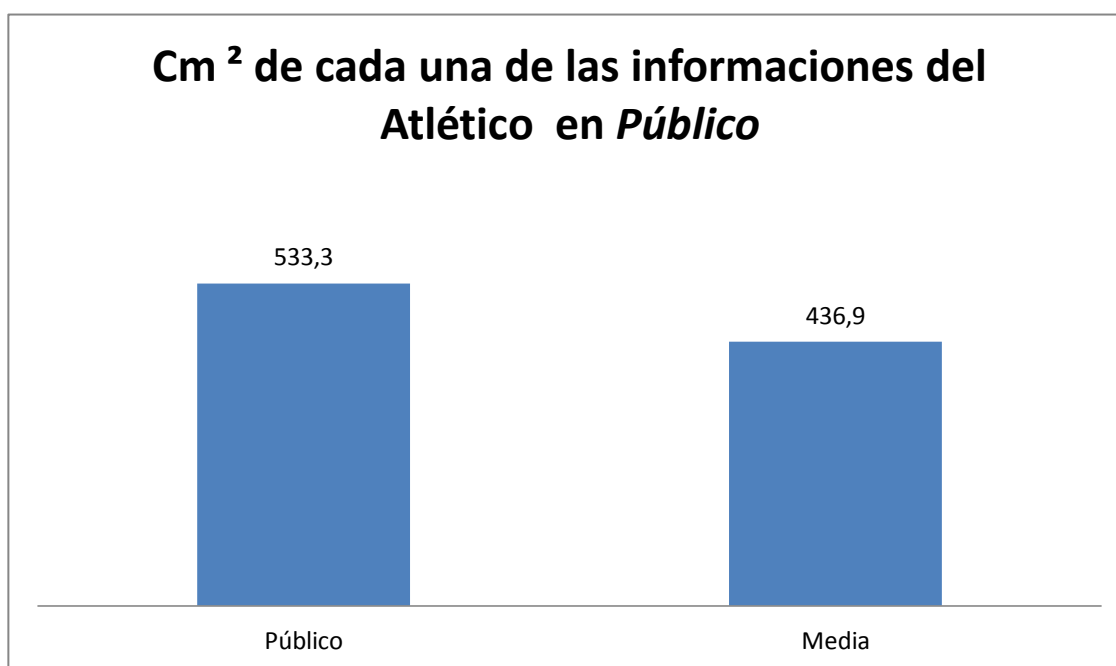
Público es el tercer periódico, junto a *La Razón*, cuyas informaciones relativas a la actualidad del Atlético de Madrid son más grandes respecto al tamaño de su página. La media de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en este periódico se sitúa en

5/9, es decir, el 55,5% de la página, mientras que la media de todos los diarios es 1/2, lo que supone el 50% de la misma.

Lo que significa que las informaciones de *Público* ocupan un 5,5% más que el promedio. Se mantiene en los números de *La Razón*, se sitúan por delante de *El País* y *La Vanguardia*, así como de *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*. Aunque por detrás de *ABC* y *El Mundo*.

6.7.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en Público

FIGURA 6.15.

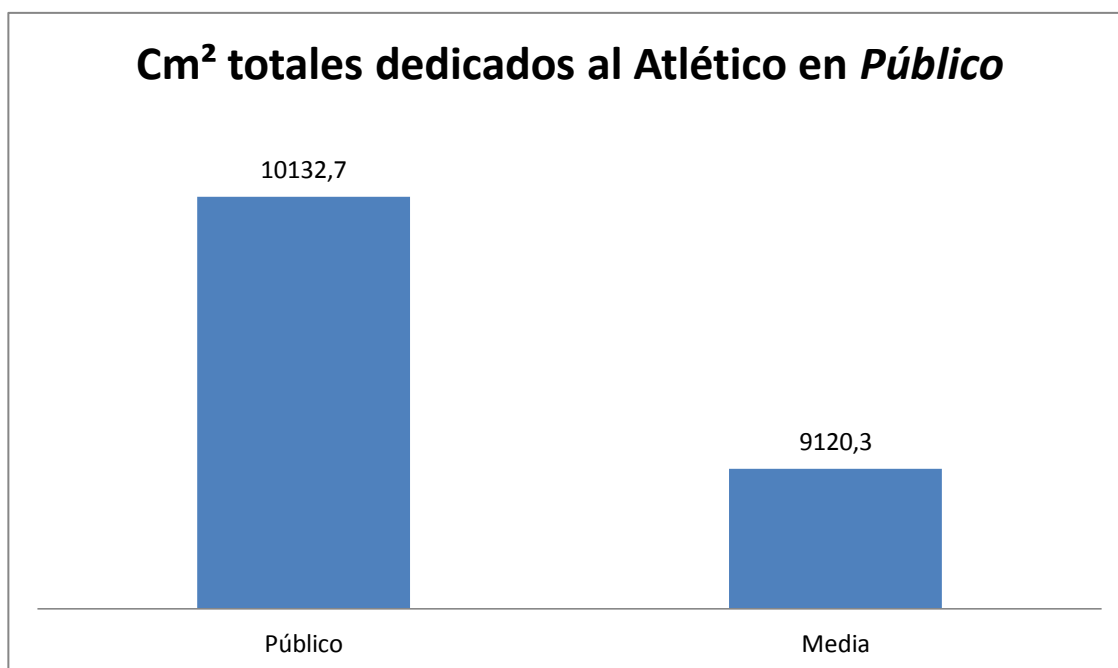


Público, en este apartado, se sitúa por encima del promedio. En este caso, en cuanto a cm² de cada una de las informaciones que del Atlético que aparecieron en sus páginas. *Público* aporta 533,3 cm² y la media es 436,9 cm². Lo que supone 96,4 cm² más. De hecho, en este punto, sólo se encuentra por detrás de *El Mundo*.

Le siguen a una distancia notable *La Vanguardia*, *El País*, *ABC* y *La Razón*. Y lleva amplia ventaja a dos periódicos cuya repercusión es menor, como *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*.

6.7.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en Público

FIGURA 6.16.

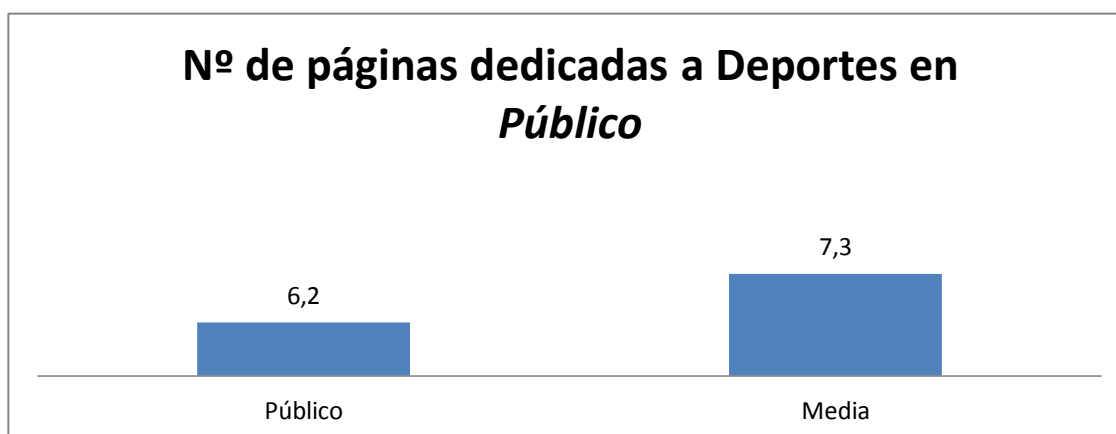


Recordemos que para obtener el resultado de este gráfico, tuvimos en cuenta los datos de la media del tamaño de las informaciones de cada periódico por la media de los cm² de página de cada diario. Así, conocimos los cm² de cada información del Atlético que aparece en cada uno de estos periódico y este dato lo multiplicamos por el número de informaciones rojiblancas aparecidas en las páginas de cada uno.

De nuevo en este apartado, *Público* se ve beneficiado por las dimensiones de sus páginas. La media es 9120,3 cm² y este diario aporta 10132,7 cm². Lo que supone 1012,4 cm² más. Sin embargo, está por detrás de *El Mundo*, *La Razón* y *ABC*, que son los que lideran este punto.

6.7.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en Público

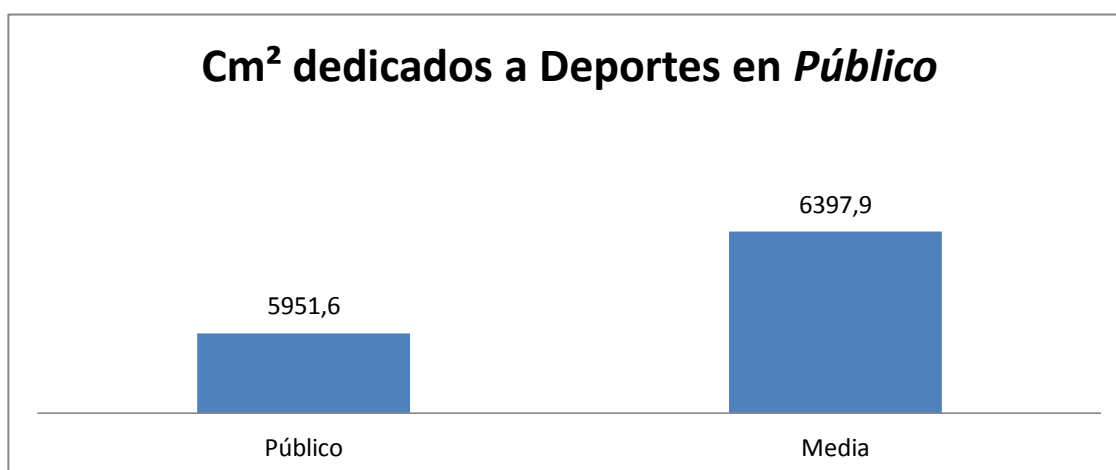
FIGURA 6.17.



En la figura podemos observar el promedio del número de páginas de *Público* dedicadas a la sección de Deportes, en los días que aparecieron informaciones del Atlético de Madrid y la media de todos los diarios. Situándose con 1,1 páginas de Deportes menos que el promedio de periódicos. En este apartado el diario *Público* posiciona detrás de *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*, es decir, en último lugar. Es el periódico que menos páginas de la sección deportiva ofrece a sus lectores.

6.7.4.8. Superficie dedicada a Deportes en Público

FIGURA 6.18.

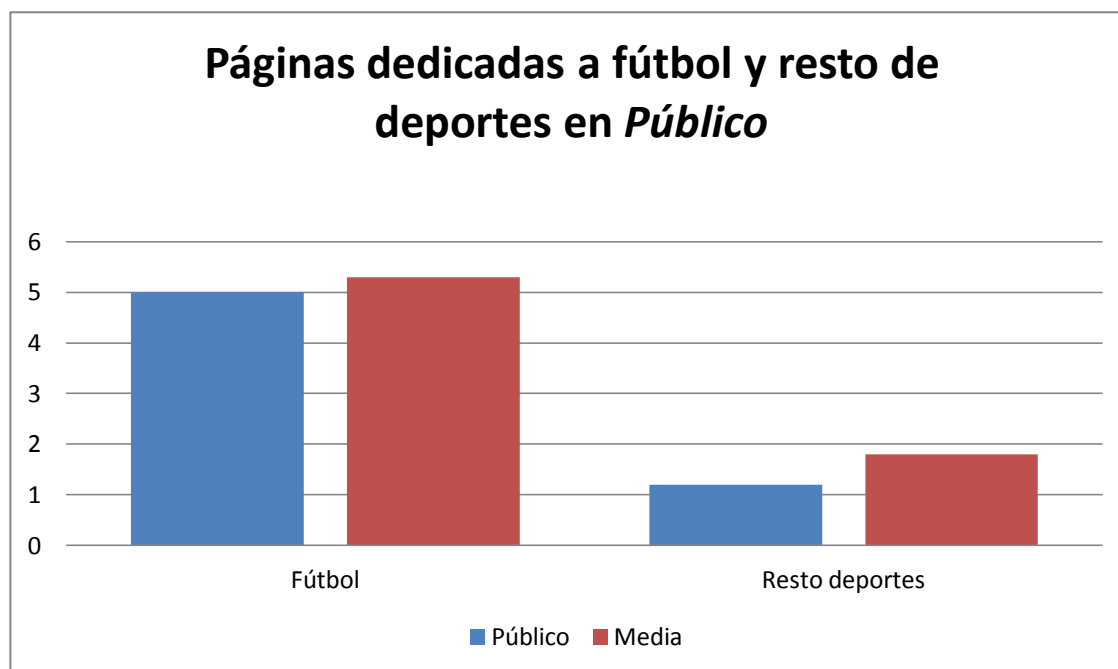


La media de cm² de las páginas dedicadas a Deportes, de todos los diarios que hemos estudiado en la muestra del mes de noviembre de 2009 es de 6397 cm². Sólo dos diarios,

en este caso *La Vanguardia* y *El Mundo*, se situaron por encima de la misma. Como es tónica habitual cuando hablamos de cm², *Público* aprovecha sus dimensiones y se posiciona por delante de *El País*, *ABC*, *El Adelantado de Segovia* y de *La Razón*.

6.7.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en *Público*

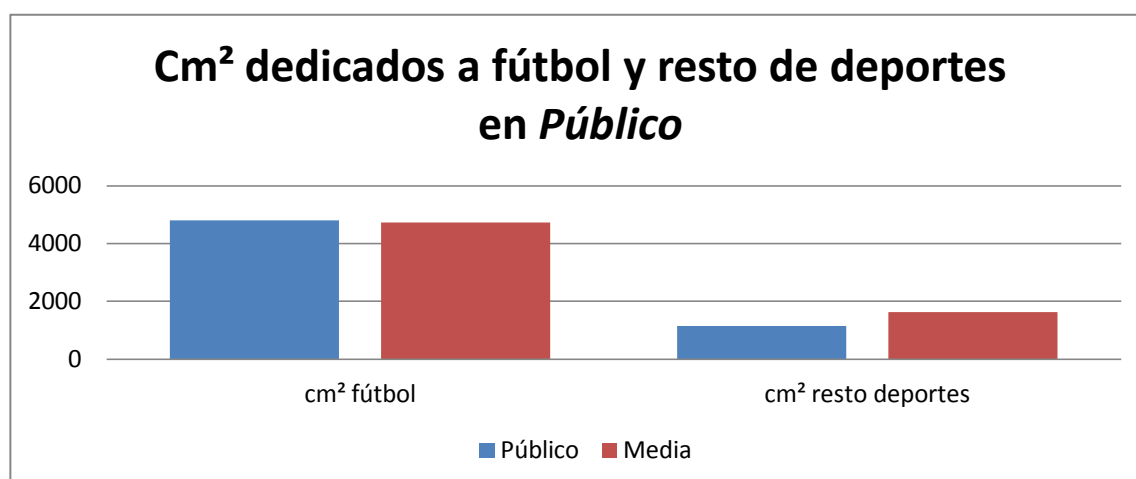
FIGURA 6.19.



En esta gráfico vemos como *Público* se sitúa por debajo de la media en la primera categoría y por debajo en la segunda. Primero en las páginas en las que se escribe sobre fútbol. Este periódico es el quinto que más páginas dedica al llamado "deporte rey". Mientras que *Público* ofrece 5 páginas de fútbol, la media es 5,3. Es decir, ligeramente menos, concretamente 0,3. Está por detrás de *La Vanguardia*, *El Mundo*, *ABC*, y con datos muy similares a *El País*.

Y en cuanto a las páginas dedicadas a otras disciplinas deportivas que no son fútbol, cabe señalar que *Público* es el que menos páginas ofrece del resto de deportes, junto con *El País*.

FIGURA 6.20.



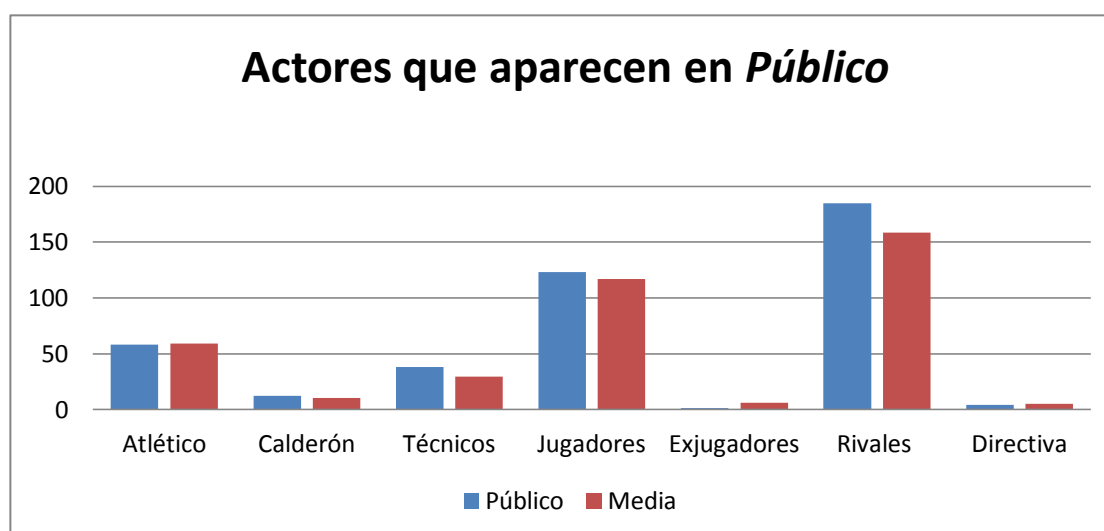
En esta categoría, *Público*, se sitúa ligeramente por encima de la media de cm² dedicados a este deporte de los ocho periódicos. Se sitúa en 4799,7 cm² y el promedio en 4722,5 cm². Lo que significa que tiene 77,2 cm² menos. Está en tercer lugar, por detrás de *La Vanguardia* y *El Mundo*. Por delante de *ABC*, *El País*, *La Voz de Galicia*, *El Adelantado de Segovia* y *La Razón*.

En el apartado dedicado al resto de disciplinas deportivas, *Público* fue el periódico que menos páginas dedicó al resto de deportes, se posiciona sólo por delante de *El País*.

6.7.5. Protagonistas

6.7.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en Público

FIGURA 6.21.



Durante el mes de noviembre de 2009, *Público* utilizó 421 nombres propios en las informaciones relativas al Atlético de Madrid. La media fueron 390,8 nombres, por lo que este diario escribió 30,2 nombres más que el promedio de todos los periódicos. En la categoría "Atlético", se mantuvo prácticamente en los datos del resto.

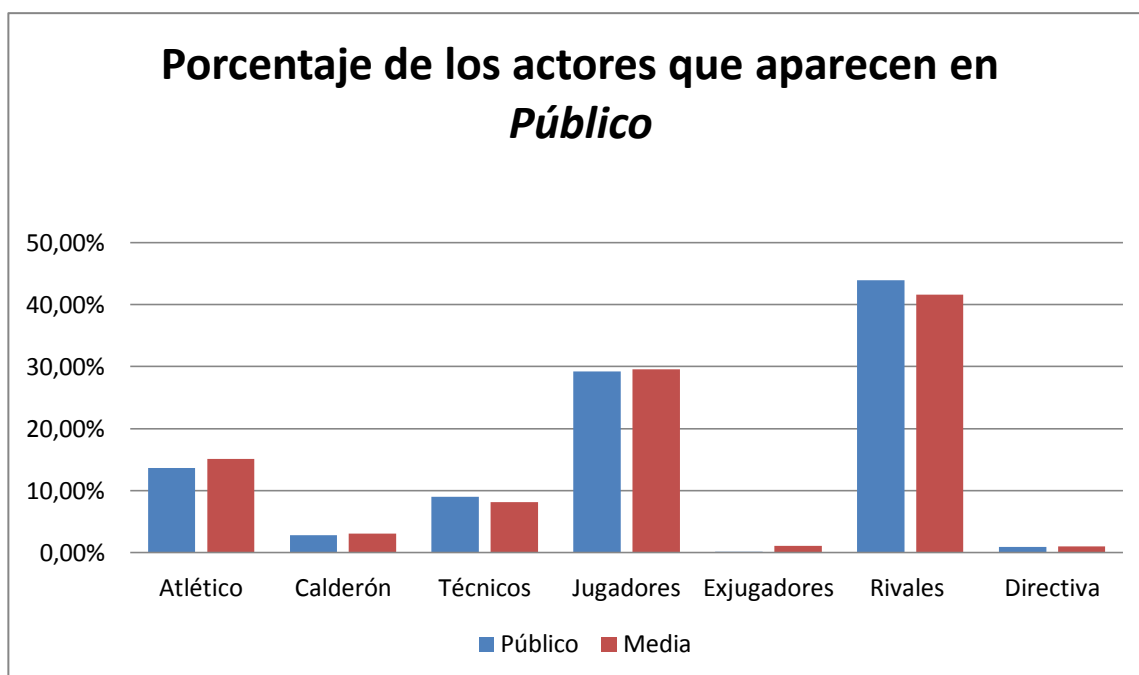
El nombre del club apareció en sus páginas 58 veces, mientras que la media se sitúa en 58,8, es decir, prácticamente lo mismo. Algo similar ocurre con el nombre del actual estadio del conjunto colchonero, el Vicente Calderón. *Público* se encuentra ligeramente por encima del promedio, pero con datos muy similares, aunque lejos cifras como las de *La Razón* y *La Vanguardia* que lo hicieron más de 15 veces. Así en este diario se mencionó el estadio en 12 ocasiones y el promedio se localiza en 10,5 oportunidades.

En cuanto a los "Técnicos", *El Mundo* los nombró en 57 veces y se situó con *El País*, justo por detrás de *La Razón*, que fue el diario que más citó a Quique Sánchez Flores, Abel Resino y sus ayudantes (58 veces). *ABC* también estuvo por delante. El promedio de las ocasiones en las que se refirieron a los técnicos fue 29,5 veces, por lo *Público* los nombró en 8,5 ocasiones más.

La categoría "Jugadores" está directamente relacionada con el número de noticias que aportaron los diarios y que hemos visto en puntos anteriores. *Público* se refirió a ellos 123 veces. La media de todos los diarios es de 116,8. *La Razón* es el periódico que mencionó más nombres de futbolistas de la actual plantilla del Atlético de Madrid. *El Mundo*, *ABC* y *El País* ofrecieron unas cifras muy parecidas en cuanto a cantidad, ya que después de un mes de estudio, sólo les diferencian unos pocos nombres. Detrás se situó *Público*.

En el apartado dedicado a "Exjugadores" sólo *ABC* (24) y *El Mundo* (12) mostraron algo de interés a la hora de citar a futbolistas que militaron en las filas del conjunto colchonero. La media quedó en 5,8 exjugadores nombrados. El resto de diarios sólo nombraron uno o dos ex jugadores en todo el mes. En la categoría "Rivales", *Público* mencionó a 185 adversarios, cuando la media estuvo en 158,75. Situándose después de *La Razón*, *El Mundo*, y por delante de *El País*, *ABC*, *La Voz de Galicia*, *La Vanguardia* y *El Adelantado de Segovia*. En cuanto a las ocasiones que se nombra la "Directiva", *Público* fue el tercer diario, junto con *El País*, donde más se citó a Enrique Cerezo, Gil Marín o García Pitarch, en 4 ocasiones. Pese a esto, se encuentra por debajo de la media que fue de 5,1 las veces que se nombró a la directiva en el mes de noviembre.

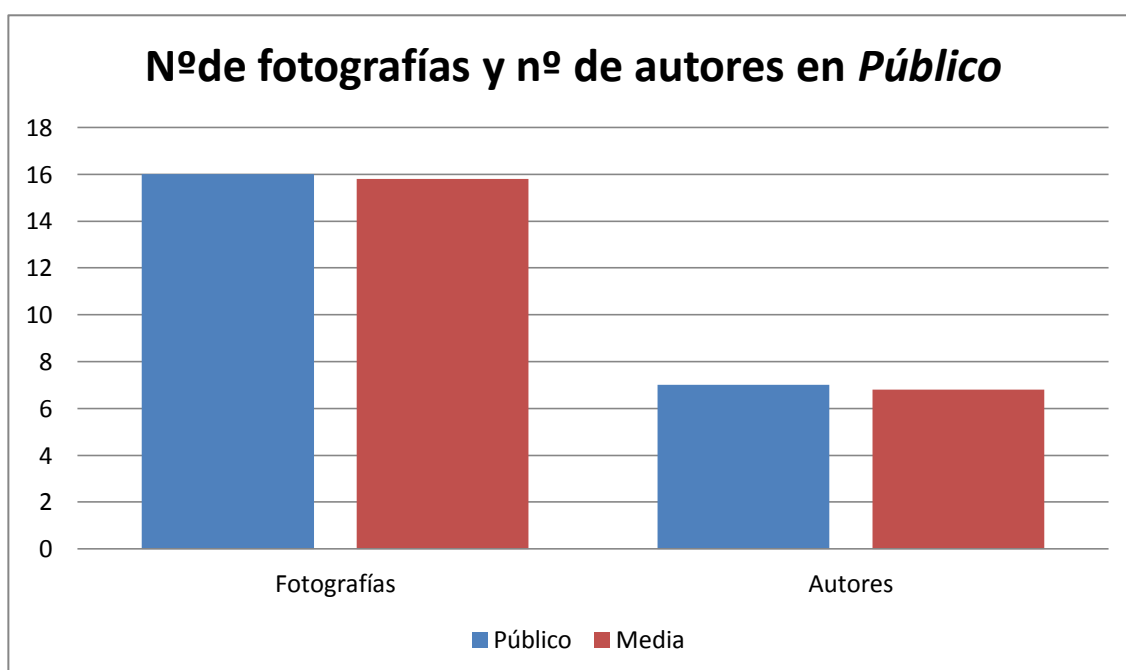
FIGURA 6.22.



En cuanto a los porcentajes, no hay grandes cambios entre este gráfico y el que hemos comentado anteriormente referido al número de actores que aparecieron en las páginas de *Público* en noviembre de 2009.

6.7.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en Público

FIGURA 6.23.

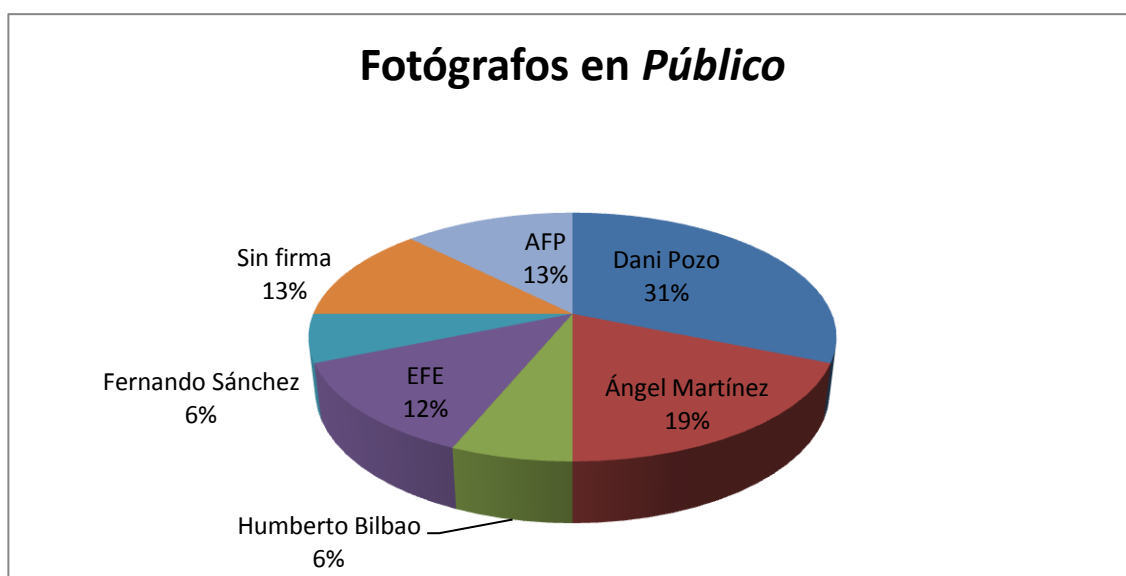


Las 19 informaciones que el diario *Público* sacó en noviembre sobre el Atlético de Madrid fueron acompañadas por 16 fotografías, colocándose en cuarto lugar, junto a *El País*. Bastante lejos de *El Mundo* que, en este caso, fue el periódico que más imágenes publicó (31). A gran distancia de diarios como *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* o *La Voz de Galicia*. La media fueron 15,8 instantáneas.

Público también está por encima en cuanto al número de fotógrafos cuyo trabajo precisaron durante el mes. Utilizaron 7 profesionales (muchas agencias no especifican el nombre del autor y se contabiliza como el nombre de la agencia) y la media estuvo en 6,8 fotógrafos. En este caso, sólo está por detrás de *El Mundo*, *El País* y *ABC*; igualado con *La Razón*. Y de nuevo a una distancia considerable de *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* o *La Voz de Galicia*.

Seguidamente, podemos observar un gráfico en el que se detalla de manera exhaustiva el número de fotografías que realizó cada uno de los fotógrafos profesionales que participaron con sus instantáneas en las informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid en las páginas de *Público*, durante el mes de noviembre de 2009.

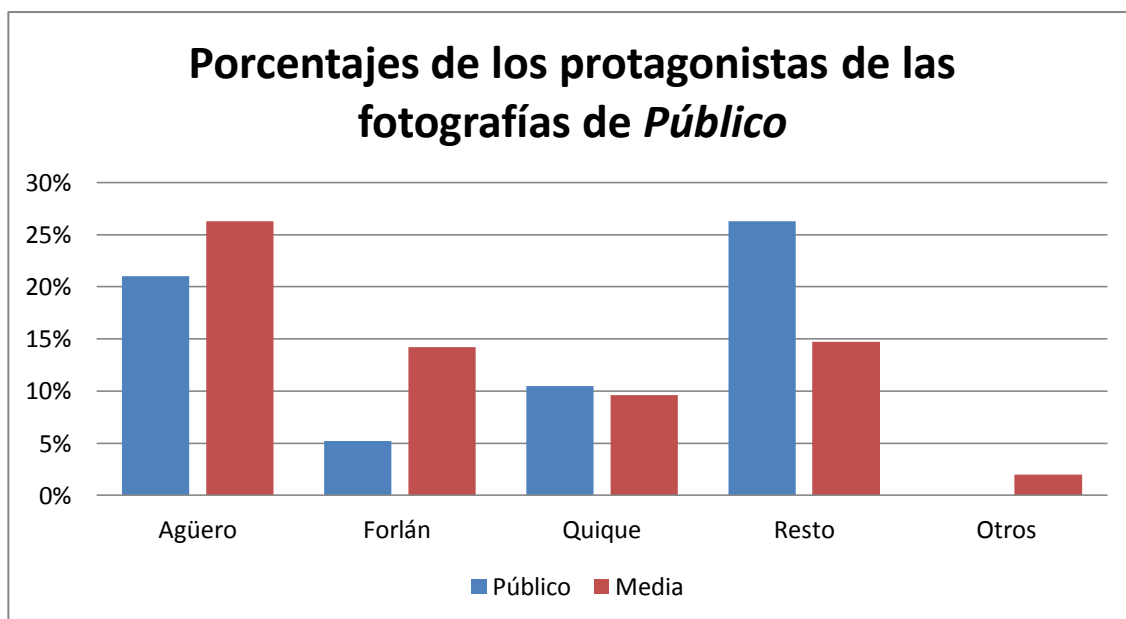
FIGURA 6.24.



El 25% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético de Madrid fueron de agencia. El que más instantáneas publicó fue Dani Pozo, con un total de 5, seguido de Ángel Martínez, con 3. 2 fotografías fueron sin firmar y Humberto Bilbao y Fernando Sánchez realizaron una cada uno.

6.7.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en Público

FIGURA 6.25.



El 52,5% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético tuvieron como principales protagonistas a los jugadores de la plantilla. Hay que señalar que dos futbolistas fueron los que coparon gran parte de las instantáneas, Sergio "Kun" Agüero y Diego Forlán.

El argentino Agüero salió en 4 ocasiones, lo que supone 21% de todas las imágenes (5,3% menos que la media); el uruguayo Forlán lo hizo sólo en 1, lo que significa el 5,20% (9 % más que la media), mientras que el resto de todo el plantel sólo estuvieron en 5 fotografías, es decir, el 26,3%, lo que supone el 11,6% más que el promedio.

El entrenador, Quique Sánchez Flores, también tuvo más espacio fotográfico que la mayoría de sus jugadores, a excepción de Agüero. El técnico, que en ese mes de noviembre acababa de ocupar su cargo, apareció en el 10,5% de las fotos, con 2 imágenes. Casi el 1% más que el promedio.

Los rivales de los compromisos que disputó el Atlético en noviembre de 2009, además de tener especial importancia en las informaciones escritas, como ya hemos visto en apartados anteriores, también tuvieron especial relevancia en cuanto a imágenes se

refiere, ya que aparecieron en 7 ocasiones, más de las que salió "Kun" Agüero. Sin embargo, se sitúan en un 36,8% y la media en 32,8%. Es decir, un 4% menos.

Por último, señalar que en la categoría "Otros" no está incluida ninguna fotografía, al igual que ocurre en *El Adelantado de Segovia*, *El País*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*, lo que supone un 2% menos que el promedio.

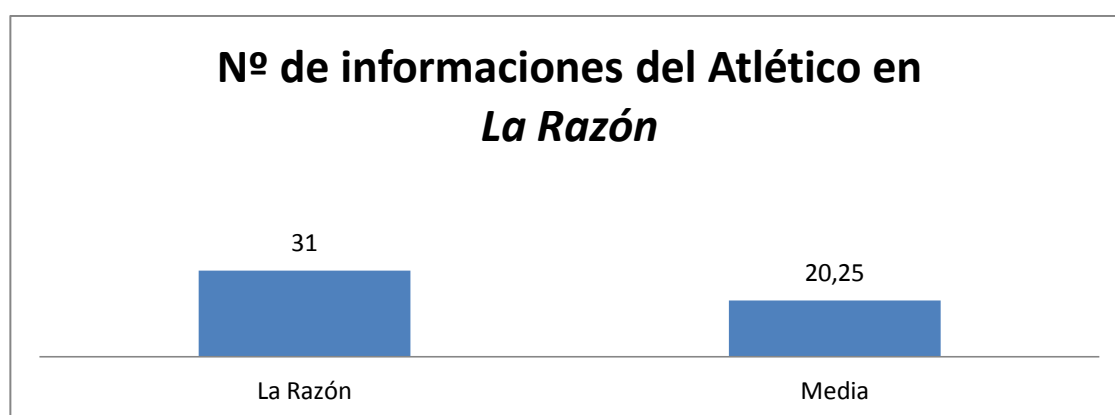
6.8. *La Razón*

6.8.1. Informaciones

6.8.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en *La Razón*

En el diario *La Razón* aparecieron 31 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid, durante el mes de noviembre de 2009. Lo que significa que está 5,75 puntos por encima del promedio, situado en 10,75.

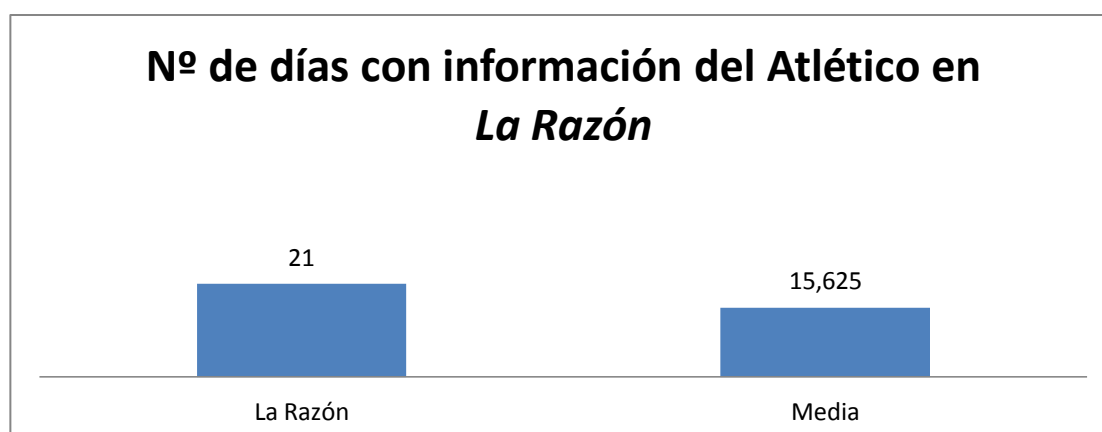
FIGURA 7.1.



Este dato supone, que de los ocho periódicos estudiados es el primero en lo que a cantidad de temas se refiere, con un 19%, de toda la información que se publicó del Atlético, por delante de *El Mundo*, *ABC*, con amplia ventaja sobre *El País* y *Público*. Y a mucha distancia de *El Adelantado de Segovia*, *La Voz de Galicia* y de *La Vanguardia*.

6.8.1.2. Días en los que apareció información relacionada con el Atlético en *La Razón*

FIGURA 7.2.

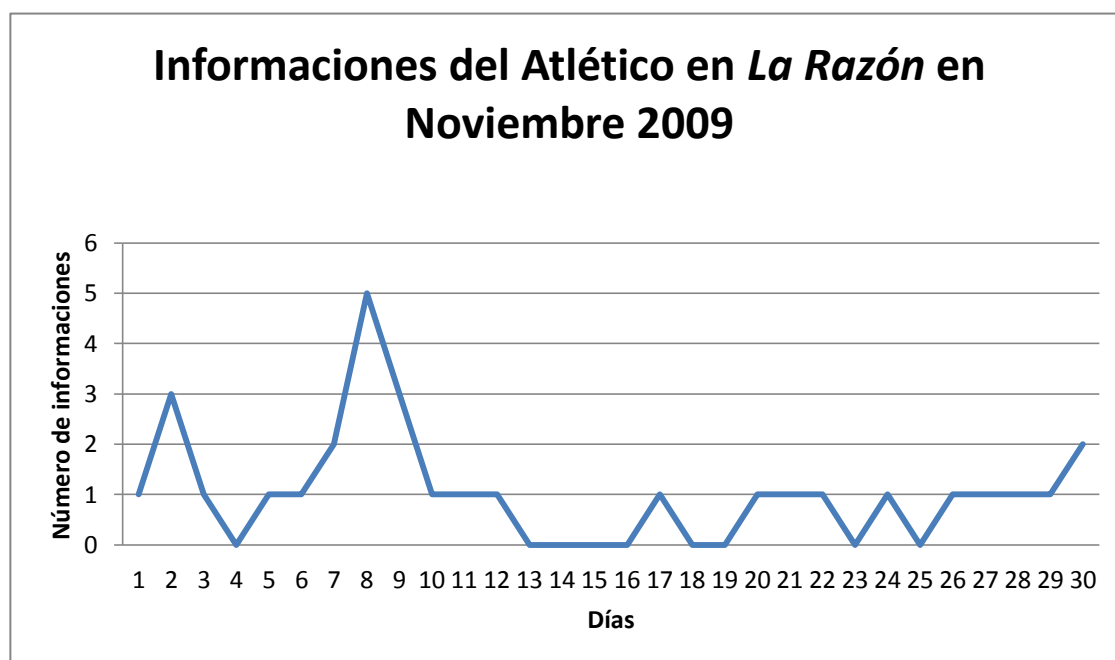


Esto supone que de los cinco grandes periódicos cuya sede central está en Madrid, se sitúa por delante de *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *Público* y por supuesto de otros que se editan fuera de la capital como *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*

La Razón mantiene su hegemonía y consolida su posición una posición en cuanto a días con información del conjunto colchonero se refiere. De los 30 días de muestra que seleccionados, el diario *La Razón* informó sobre la entidad del Vicente Calderón en 21 de ellos. Sólo *ABC* le sigue en este sentido, ya que publicó algo relacionado con el conjunto de la ribera del Manzanares, 20 días. Es decir, sólo uno menos que *La Razón*.

Lo que se traduce en que *La Razón* realiza un seguimiento regular del equipo, ya que más de 2 de cada 3 días informa de la actualidad rojiblanca. Le concede una importancia que provoca que tenga una presencia en el periódico el 70% de los días del mes.

FIGURA 7.3.



Como se puede observar en el gráfico, el día que más temas se publicaron del Atlético de Madrid fue el 8 de noviembre, con 5 informaciones. Como ya hemos visto en otros periódicos, este hecho fue debido a que el día anterior, el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores jugó uno de los partidos más importantes del año, al menos, en lo que a cobertura mediática se refiere, el derbi frente al Real Madrid, correspondiente a la 10ª jornada del Campeonato Nacional de Liga. Además de la crónica habitual, firmada por

Julián Redondo, hubo varias noticias relacionadas con el partido y un análisis de la situación deportiva que atravesaba el Atlético de Madrid.

El día 2 de noviembre hubo 3 informaciones. Ya que además de tratar la situación deportiva de manera informativa se habló del Atlético en dos columnas de opinión, concretamente en las de Javier González Ferrari y en la de Miguel Ors. Al igual que el día 9 de noviembre, ya que además de la información deportiva del equipo, firmada por Domingo García, le sumaron las columnas de González Ferrari, de nuevo, y del que fuera jugador del Atlético de Madrid durante ocho temporadas y ganador del doblete, Kiko Narváez.

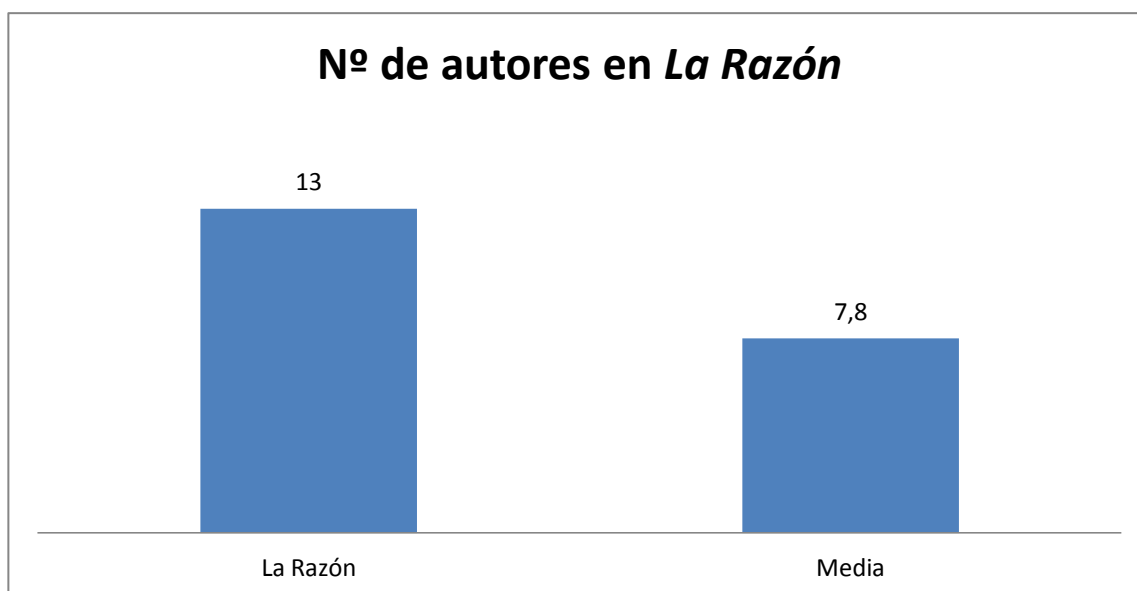
Los días 7 y 30 de noviembre aparecieron dos temas del Atlético de Madrid. El primero con motivo del partido que esa noche disputaba el conjunto rojiblanco ante el Real Madrid y el segundo tras la victoria ante el Espanyol por 4-0, puesto que además de publicarse la crónica habitual del encuentro, González Ferrari le dedicó su columna de opinión. Hubo 16 días en los que apareció una información del Atlético y 9 en los que no apareció ningún tema. Hecho, este último, provocado por el parón de la competición de Liga debido a diversos compromisos de la Selección Española, lo que propició que no hubiera jornada el fin de semana del 14 de noviembre. Es decir, que desde que el Atlético juega su partido de vuelta del los 1/16 de final de la Copa de S.M. El Rey, el martes 10 de noviembre, hasta que vuelve la Liga el 22 de noviembre, se acumulan 6 días sin noticias rojiblancas, por este motivo.

6.8.2. Autores

6.8.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en La Razón

Es preciso destacar que el diario *La Razón* es el que presenta mayor variedad de firmas en las informaciones relacionadas con el Atlético. Mientras que en algunos periódicos como ellos o *El Mundo* presentan 13 y 10 autores de las informaciones diferentes, *ABC* tiene 6, por detrás, en este sentido, también de *la Voz de Galicia*, *Público* y *El País*, igualado con *La Vanguardia* y por delante de *El Adelantado de Segovia*.

FIGURA 7.4.



Así, el diario *La Razón* se sitúa por encima del promedio del número de autores de todos los periódicos en 5,2 puntos. Sin embargo, como veremos a continuación, es el quinto en cuanto a concentración de firmas, ya presenta (2,3), por debajo del promedio que se sitúa 2,6 informaciones por cada autor que escribe en estos diario sobre el Atlético.

6.8.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético en *La Razón*

FIGURA 7.5.

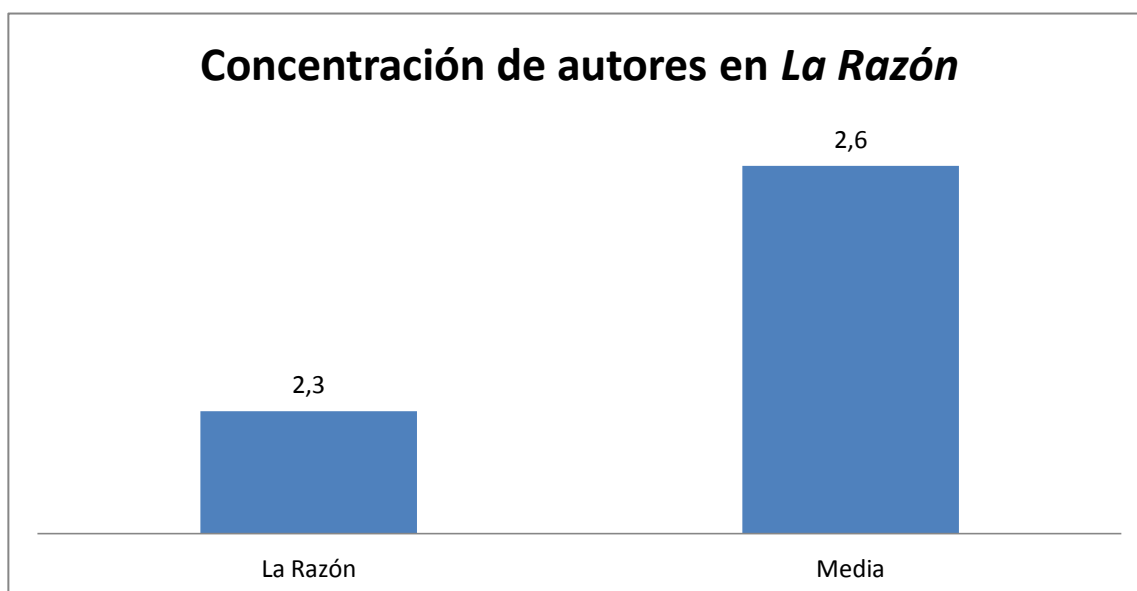
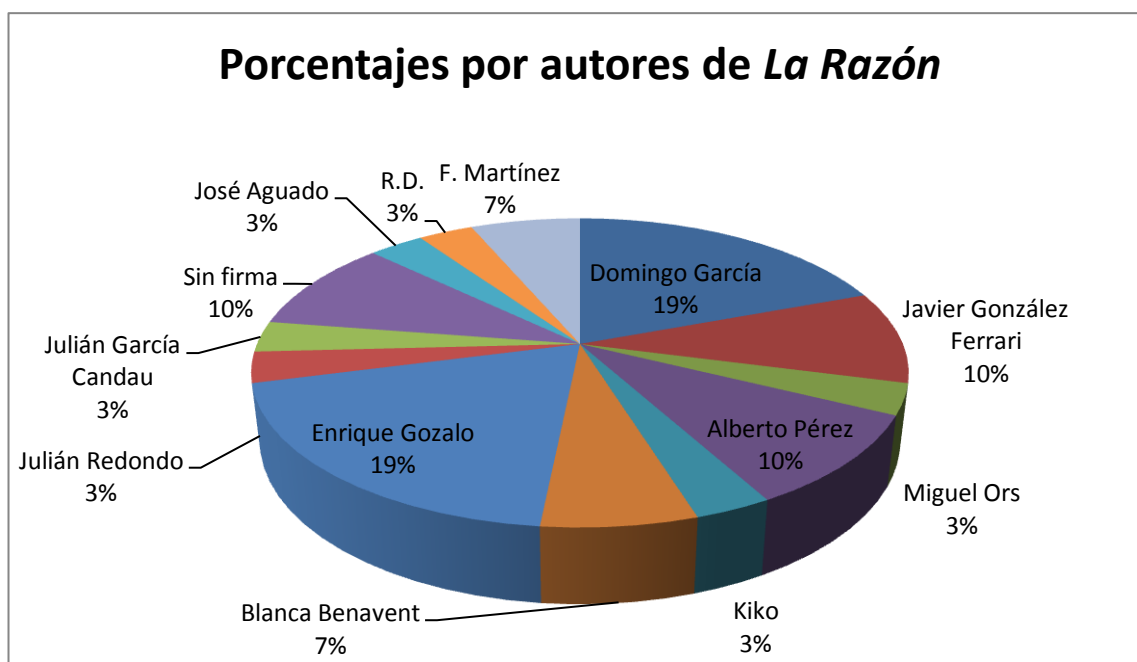


FIGURA 7.6.



De las 31 informaciones del Atlético de Madrid aparecidas en el diario *La Razón* durante el periodo de muestra, 6 de ellas fueron firmadas por Domingo García y otras 6 por Enrique Gozalo, lo que significa que estos dos periodistas son los encargados de seguir a diario los temas relacionados con el conjunto colchonero, ya que realizaron entrevistas, crónicas y el seguimiento diario.

Hubo 3 noticias que no especificaron el nombre del autor y no tuvieron ningún tipo de firma. Javier González Ferrari firmó 3 columnas de opinión y Alberto Pérez 3 noticias. Por su parte, Blanca Benavent y F. Martínez realizaron 2 noticias cada uno, mientras que R.D., José Aguado, Julián Redondo, Julián García Candau, Miguel Ors y Kiko hicieron una cada uno.

En cuanto a temas sobre los que informa el diario, recordamos que habíamos dividido las informaciones relativas al Atlético de Madrid en cinco categorías. La primera se refiere a las informaciones que aparecieron el día después de los encuentros, es decir, la crónicas de los partidos.

Otro apartado tenía que ver con la "Situación deportiva": entrenamientos, cómo afrontan el siguiente choque, estado físico de los futbolistas y análisis de la situación del club en las distintas competiciones. Además establecimos la denominada "Previas", son

informaciones publicadas el día del partido en las que se avanzan los posibles onces titulares, lesionados, sancionados, antecedentes y contexto.

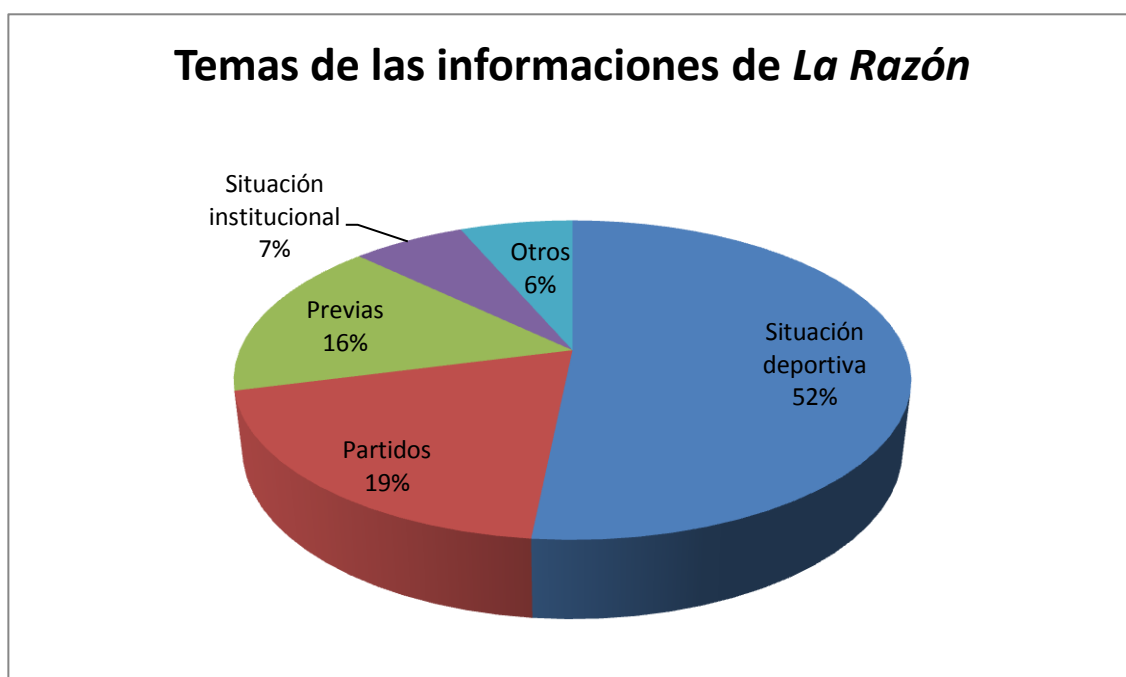
La cuarta categoría se refería a la "Situación institucional", que son informaciones relacionadas con el clima social y político del club.

Y por último establecimos una quinta categoría denominada "Otros". Es decir, noticias esporádicas que, por su contenido, no se podían clasificar dentro de los anteriores apartados.

6.8.3. Temas y géneros periodísticos

6.8.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en *La Razón*

FIGURA 7.7.



Con 16 informaciones, la situación deportiva es la que conlleva un mayor espacio de las informaciones rojiblancas en *La Razón*. Así, trataron este tema los siguientes días y con los siguientes titulares:

-2 de noviembre: "El Atlético se asoma al infierno".

-2 de noviembre: "Da miedo".

-5 de noviembre: "Kun llega; Cristiano no".

- 7 de noviembre: "Asenjo: Necesitábamos un entrenador exigente".
- 8 de noviembre: "Intento tardío".
- 8 de noviembre: "Agüero, el revolucionario".
- 8 de noviembre: "Cometimos errores capitales"
- 8 de noviembre: "Despertar al enemigo".
- 9 de noviembre: "Los inútiles esfuerzos del Kun".
- 9 de noviembre: "Coraje tardío".
- 9 de noviembre: "El derbi de la marmota".
- 12 de noviembre: "Maradona no libera a Agüero".
- 24 de noviembre: "Cerezo está preocupado por la situación del Atlético, pero pide calma".
- 27 de noviembre: "Quique se encierra con la plantilla para analizar la crisis".
- 28 de noviembre: "Forlán: La gente piensa que estoy apático".
- 30 de noviembre: ¡Por fin!

Los partidos que disputó el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores también tuvieron una especial repercusión en las páginas de *La Razón*, con 6 informaciones:

- 1 de noviembre: "El Atlético se pega con los postes".
- 8 de noviembre: "Un añito más gana el Real".
- 11 de noviembre: "Maxigoleada".
- 22 de noviembre: "Condena en el último minuto".
- 26 de noviembre: "El maquillaje de Simao".
- 30 de noviembre: "Agüero saca el candil".

En tercer lugar, en cuanto a cantidad, aparece lo que en el argot futbolístico se conoce como "previas", con 5:

-3 de noviembre: "La obsesión de Quique".

-7 de noviembre: "Atlético-Madrid, combate desigual".

-10 de noviembre: "Atlético y Barça, a cumplir el trámite en casa para llegar a octavos".

-21 de noviembre: "El Atlético de Quique busca su primer triunfo".

-29 de noviembre: "Una victoria en vena".

La situación institucional, a pesar de no tener una gran relevancia, estuvo presente en la muestra que tomamos durante el mes de noviembre en las páginas del periódico *La Razón*:

-2 de noviembre: "Jueves 29: Cerezo".

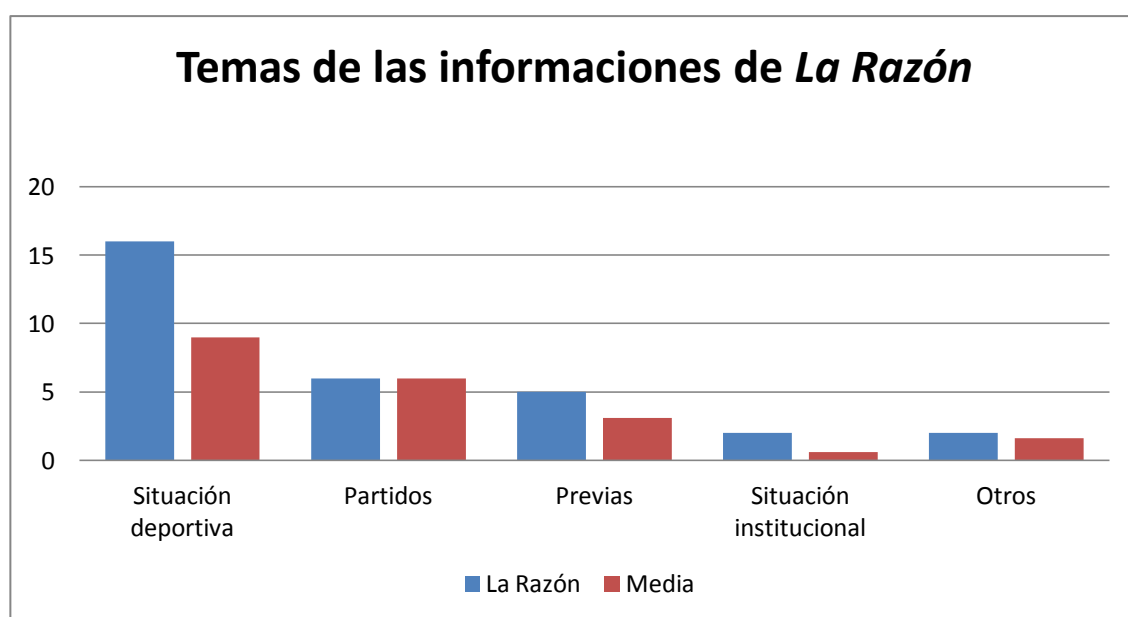
-6 de noviembre: "En el fútbol todo caduca menos los dueños".

Y en cuanto al apartado "Otros", sólo hubo un ejemplo:

-17 de noviembre: "La gripe ataca a Quique".

-20 de noviembre: "Quique, dado de alta de la gripe A que sufrió".

FIGURA 7.8.



El diario *La Razón* ofrece un seguimiento de la situación deportiva del Atlético muy superior a la media de todos los periódicos que hemos estudiado. *La Razón* publicó 16

informaciones, es decir, 7 más que la media. Por lo que podemos afirmar que *La Razón* es el periódico que más cuida el seguimiento del día a día del Atlético de Madrid.

En la segunda categoría, *La Razón*, en este caso, coincide con la media de 6 partidos. Cubrieron 6 de los 7 choques que disputó el conjunto atlético durante el mes de noviembre.

En el apartado "Previas" ofrece de nuevo unos números por encima del promedio, que es 3,1, por los 5 de *La Razón*. Si tenemos en cuenta que en el periodo de muestra hubo margen para haber publicado 6 previas, *La Razón* fue el diario que más previas ofreció de los ocho que hemos estudiado en la muestra.

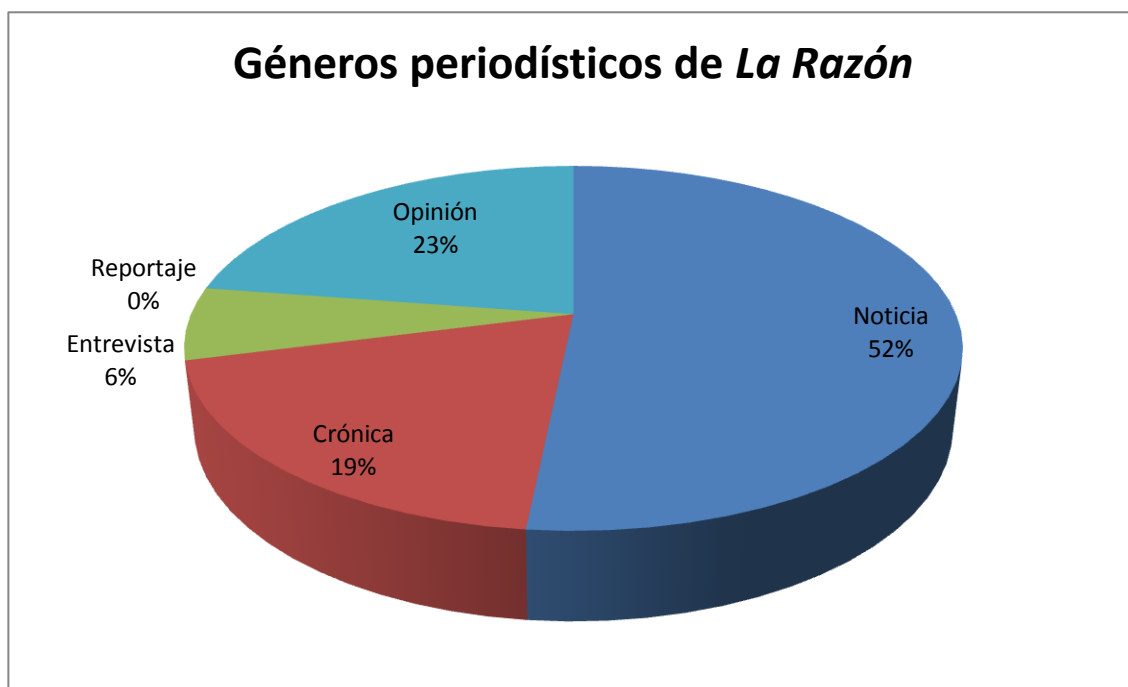
En cuanto a la situación institucional del Atlético, la presencia de esta categoría en todo el mes, se limita a una entrevista a Enrique Cerezo, presidente del club, publicada el 6 de noviembre y una columna de Miguel Ors, el 2 de noviembre. *La Razón* se coloca 1,375 puntos por encima de la media de este apartado, otra vez liderando el apartado.

Y, por último, en la categoría "Otros", mientras que el promedio se sitúa en 1,5 informaciones, *La Razón* publicó 2 temas, el 17 y el 20 de noviembre relacionado con la gripe A que padeció, Quique Sánchez Flores. En esta ocasión, se ve superado por *Público* y *El País*.

6.8.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en *La Razón*

Recordemos que establecimos cinco categorías diferentes en este apartado: la noticia, el reportaje, la crónica, la entrevista y el artículo de opinión.

FIGURA 7.9.



Durante el mes de noviembre de 2009, *La Razón* publicó 16 noticias relacionadas con el Atlético de Madrid:

- 2 de noviembre: "El Atlético se asoma al infierno".
- 3 de noviembre: "La obsesión de Quique".
- 5 de noviembre: "Kun llega; Cristiano no".
- 7 de noviembre: "Atlético-Madrid, combate desigual".
- 8 de noviembre: "Cometimos errores capitales".
- 8 de noviembre: "Despertar al enemigo".
- 9 de noviembre: "Los inútiles esfuerzos del Kun".
- 10 de noviembre: "Atlético y Barça, a cumplir el trámite en casa para llegar a octavos".

-12 de noviembre: "Maradona no libera a Agüero".

-17 de noviembre: "La gripe ataca a Quique".

-20 de noviembre: "Quique, dado de alta de la gripe A que sufrió".

-21 de noviembre: "El Atlético de Quique busca su primer triunfo".

-24 de noviembre: "Cerezo está preocupado por la situación del Atlético, pero pide calma".

-27 de noviembre: "Quique se encierra con la plantilla para analizar la crisis".

-28 de noviembre: "Forlán: La gente piensa que estoy apático".

-29 de noviembre: "Una victoria en vena".

Cubrieron 6 de los 7 todos los partidos, como hemos visto en el apartado anterior y realizaron 6 crónicas:

-1 de noviembre: "El Atlético se pega con los postes".

-8 de noviembre: "Un añito más gana el Real".

-11 de noviembre: "Maxigoleada".

-22 de noviembre: "Condena en el último minuto".

-26 de noviembre: "El maquillaje de Simao".

-30 de noviembre: "Agüero saca el candil".

Realizaron 2 entrevistas, una de ellas a Enrique Cerezo, presidente del Atlético de Madrid y la otra a Sergio Asenjo, jugador rojiblanco, con motivo del choque ante el Real Madrid:

-6 de noviembre: "En el fútbol todo caduca menos los dueños".

-7 de noviembre 2009: "Asenjo: Necesitábamos un entrenador exigente".

No hubo ningún tipo de reportaje, pero hubo 7 columnas de opinión, convirtiéndose en el diario que más importancia concedió a este género, sólo seguido de *Público*, que hizo 5:

-2 de noviembre 2009: "Da miedo".

-2 de noviembre: "Jueves 29: Cerezo".

-8 de noviembre: "Intento tardío".

-8 de noviembre 2009: "Agüero, el revolucionario".

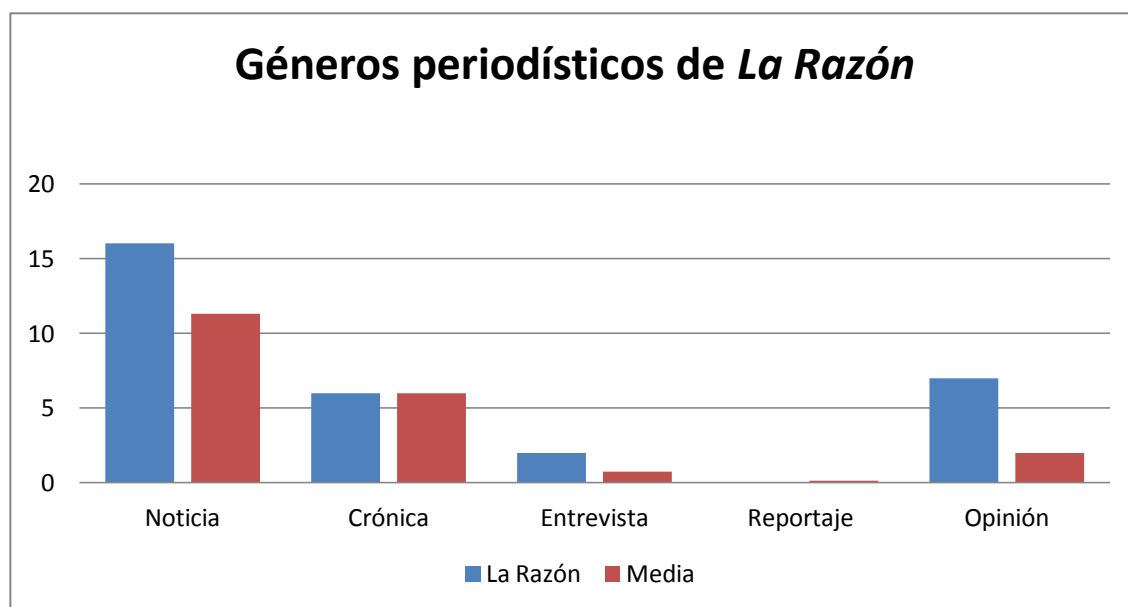
-9 de noviembre: "Coraje tardío".

-9 de noviembre: "El derbi de la marmota".

-30 de noviembre: ¡Por fin!

A continuación podemos contemplar la comparación de los distintos géneros periodísticos que se dan, en *La Razón*, respecto al promedio.

FIGURA 7.10.



En cuanto al número de noticias, el diario *La Razón* publicó 16 de los ocho periódicos estudiados fue el tercero que más ofreció. Situándose con 4,7 noticias por encima de una media, cuyo resultado es 11,3. Situándose por detrás de *ABC* y *El Mundo*.

En la segunda categoría, *La Razón* coincide con la media de 6 crónicas. Al igual que *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El País* y *La Vanguardia*. Sólo *El Mundo* y *Público* realizaron las 7 crónicas.

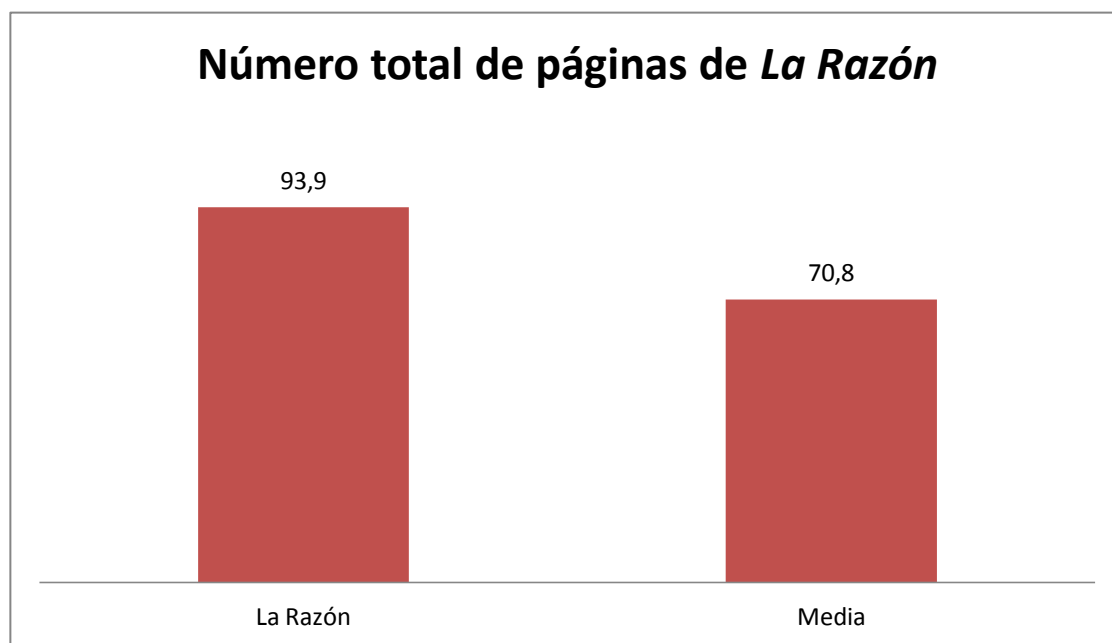
Como hemos comentado, *La Razón* hizo dos entrevistas a personajes relacionados con la actualidad atlética. No es una cifra muy elevada, pero sí es un número que le permite liderar el género periodístico junto a *ABC*, por encima de todos los demás, lo que provoca que se sitúe 1,125 entrevistas por encima del promedio.

En cuanto a los reportajes, hay que indicar que ningún periódico utilizó este género, excepto *La Voz de Galicia*, que lo hizo una sola vez. Lo que sitúa la media en 0,1 reportaje de media, por lo que *La Razón* está por debajo. Y, por último, el género de opinión. Durante el mes de noviembre *La Razón* fue el que más utilizó este género para tratar la actualidad del Atlético de Madrid. De las 15 columnas de opinión que se publicaron en los periódicos de la muestra durante el mes de noviembre, 7 se publicaron en las páginas de *La Razón*. Como es lógico, se encuentra por encima de la media en 5,125 columnas.

6.8.4. Espacio dedicado en *La Razón*

6.8.4.1. Páginas del diario *La Razón*

FIGURA 7.11.

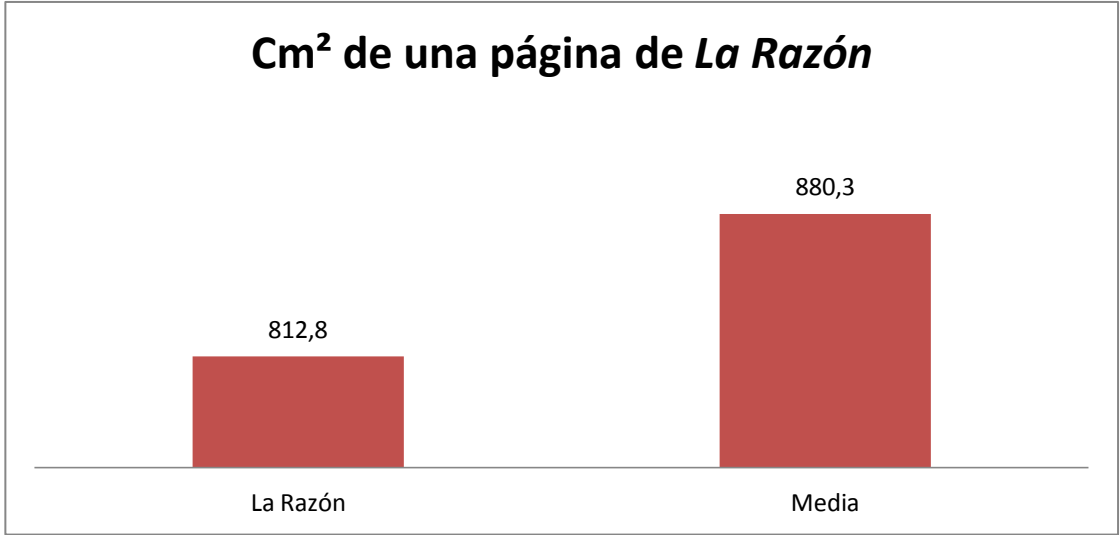


El periódico *La Razón* es el segundo que sale a los kioscos con más páginas, muy por encima del resto. Llega a ofrecer 23,1 páginas más que el promedio de los diarios. Sólo se sitúa por delante el diario *ABC*, con casi 10 páginas más. El resto se sitúa con

alrededor de 30 menos. Con el que las distancias son más grandes es con *El Adelantado de Segovia*, al que aventaja en 42,7 páginas.

6.8.4.2. Superficie de una página de *La Razón*

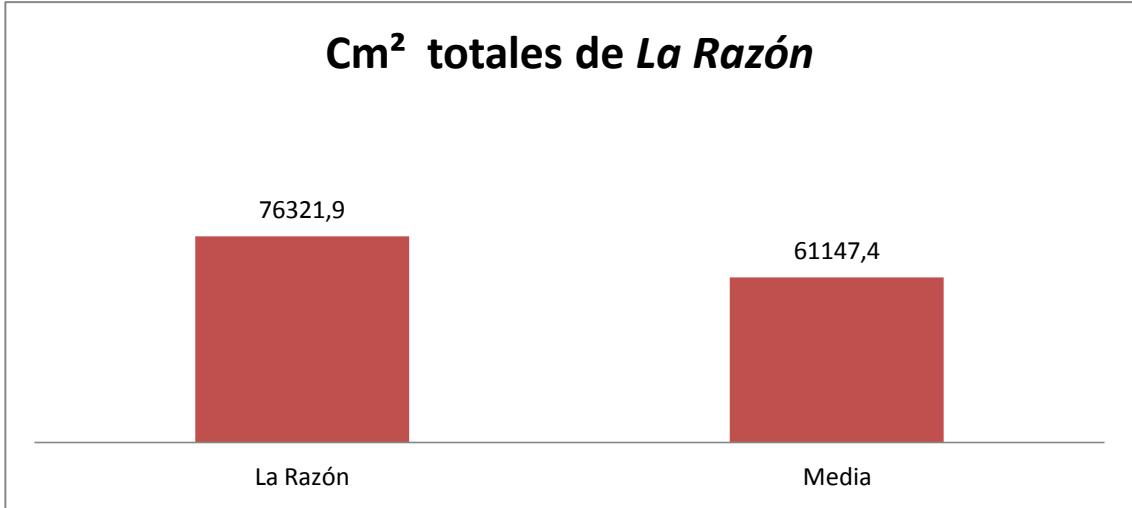
FIGURA 7.12.



Sin embargo, el diario *La Razón* es el segundo más pequeño en cuanto a sus dimensiones por página (32 cm de largo x 25,4 cm de ancho). Lo que provoca que este hecho condicione los apartados que veremos a continuación. En este sentido, *La Razón* tiene 67,5 cm² menos que el promedio de los periódicos tomados para la muestra.

6.8.4.3. Superficie total de las páginas de *La Razón*

FIGURA 7.13.

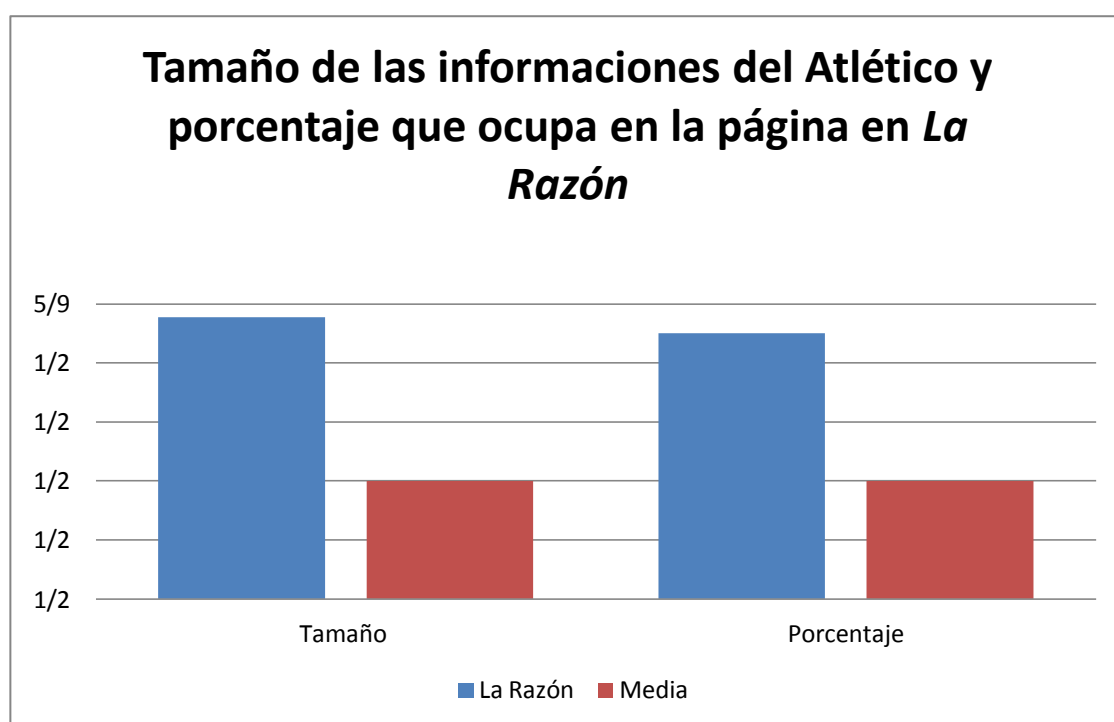


Tal y como se puede observar en el gráfico, el diario *La Razón* está muy por encima del promedio en lo que a cm² totales, que ofrece el periódico día a día, se refiere.

Y a pesar de ser el segundo periódico cuyas dimensiones de página son más pequeñas, es el diario que lidera el número de cm² totales de todos los diarios, gracias al número de páginas diarias que ofrece.

6.8.4.4. *Tamaño de las informaciones del Atlético en La Razón*

FIGURA 7.14.



La Razón es el tercer periódico, junto a *Público*, cuyas informaciones relativas a la actualidad del Atlético de Madrid son más grandes respecto al tamaño de su página. La media de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en este periódico se sitúa en 5/9, es decir, el 55,5% de la página, mientras que la media de todos los diarios es 1/2, lo que supone el 50% de misma.

Lo que significa que las informaciones de *La Razón* ocupan un 5,5% más que el promedio. Se mantiene en los números de *Público*, se sitúan por delante de *El País* y *La Vanguardia*, así como de *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*. Aunque por detrás de *ABC* y *El Mundo*.

6.8.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en La Razón

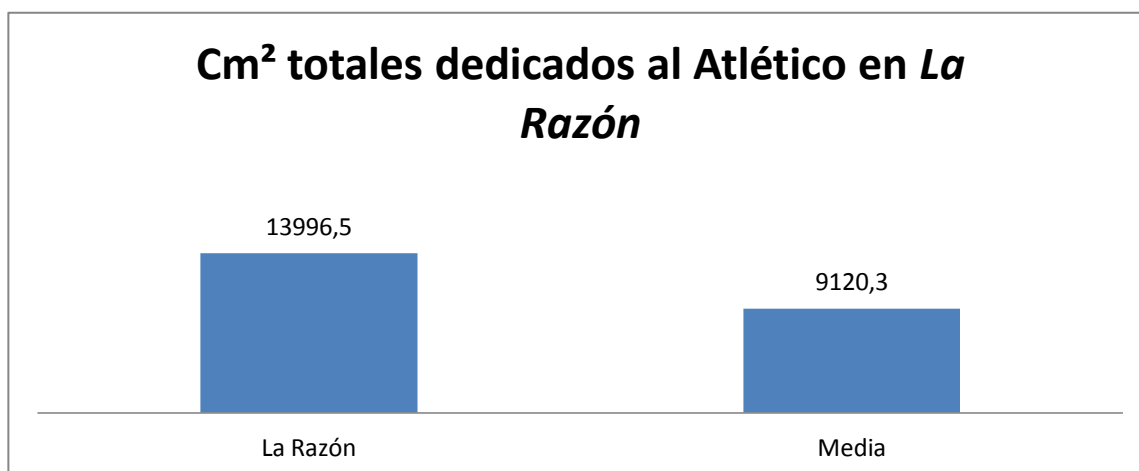
FIGURA 7.15.



Una vez más, *La Razón* se sitúa por encima del promedio. En este caso, en cuanto a cm² de cada una de las informaciones que del Atlético que aparecieron en sus páginas. *La Razón* aporta 451,5 cm² y la media es 436,9 cm². Lo que supone 14,6 cm² más. Sin embargo, no es uno de los apartados donde este diario destaca más debido a que su página es la que tiene menos cm². De hecho, en este punto, se encuentra por detrás de *El Mundo*, *Público*, *La Vanguardia* y *El País*. Con datos similares a *ABC*, pero por detrás. Solo por delante y con distancia de dos periódicos cuya repercusión es menor, como *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*.

6.8.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en La Razón

FIGURA 7.16.

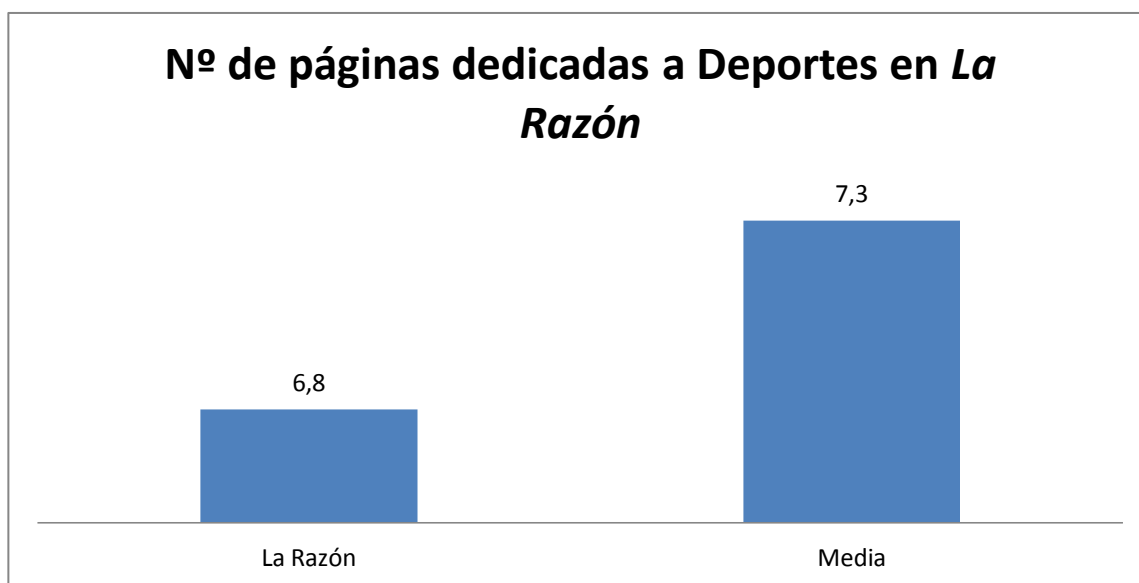


Recordemos que para obtener el resultado de este gráfico, tuvimos en cuenta los datos de la media del tamaño de las informaciones de cada periódico por la media de los cm² de página de cada diario.

Así supimos los cm² de cada información del Atlético que aparece en cada uno de estos periódicos y este dato lo multiplicamos por el número de informaciones rojiblancas aparecidas en las páginas de cada uno. La media es 9120,3 cm² y el diario *La Razón* aporta 13996,5 cm². Lo que supone 4876,2 cm² más. Está por detrás de *El Mundo*, que es el que lidera este punto.

6.8.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en *La Razón*

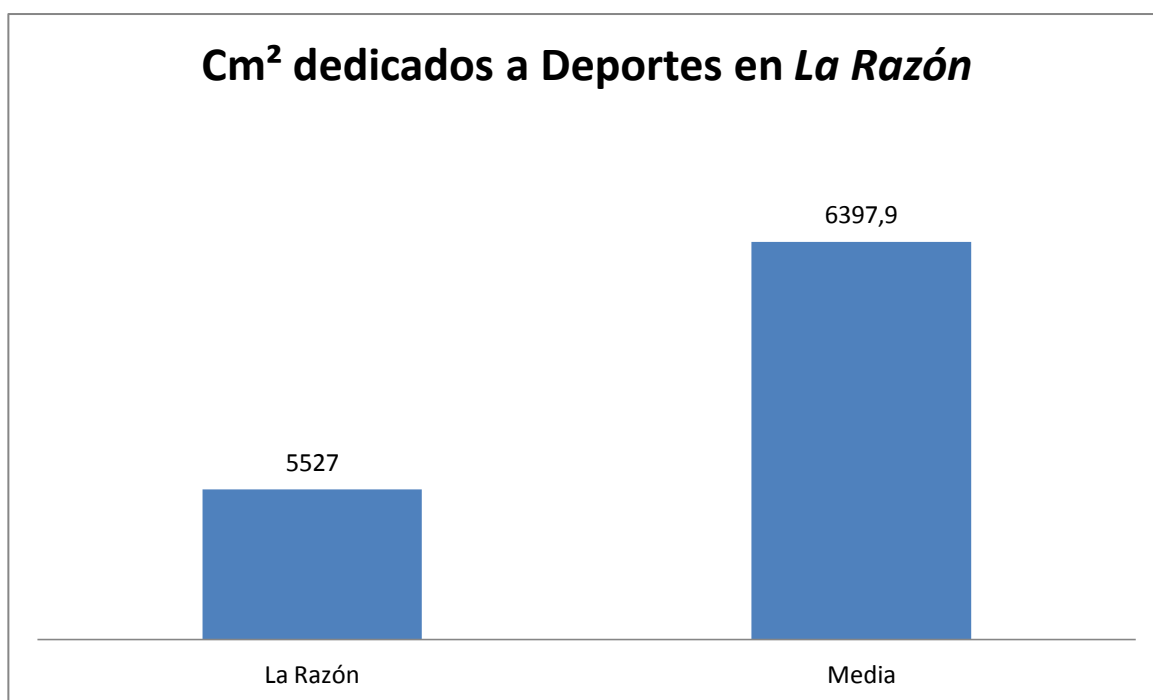
FIGURA 7.17.



En la figura podemos observar el promedio del número de páginas de *La Razón* dedicadas a la sección de Deportes, en los días que aparecieron informaciones del Atlético de Madrid y la media de todos los diarios. *La Vanguardia*, *ABC*, *El Mundo* le aventajan a una distancia considerable. Y se encuentran más rezagados, junto a *El País* y *Público*. Situándose con 0,5 páginas de Deportes menos que el promedio de periódicos.

6.8.4.8. Superficie dedicada a Deportes en *La Razón*

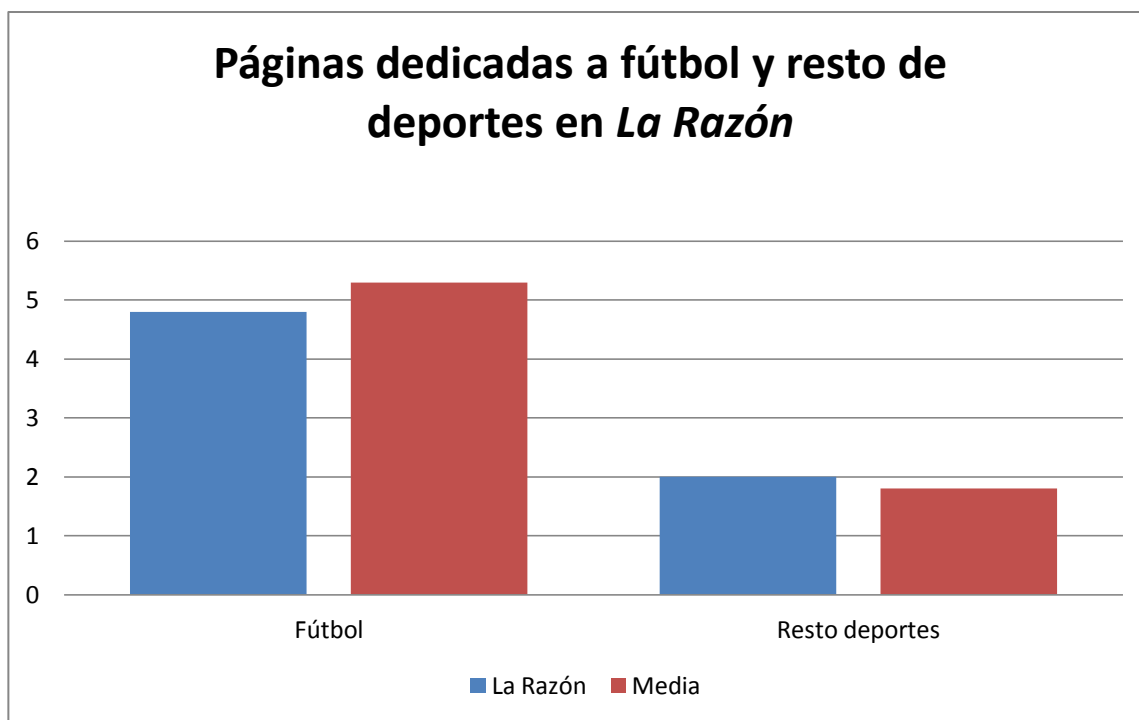
FIGURA 7.18.



La media de cm² de las páginas dedicadas a Deportes, de todos los diarios que hemos estudiado en la muestra del mes de noviembre de 2009 es de 6397 cm². Sólo dos diarios, en este caso, *La Vanguardia* y *El Mundo*, se situaron por encima de la misma. Como es habitual cuando hablamos de cm², *La Razón* se ve afectado por ser uno de los diarios cuyas dimensiones son más pequeñas. Así, a pesar de no ser de los que más páginas ofrecen de la sección de deportes, tampoco está muy alejado de otros diarios importantes. Sin embargo, es el octavo periódico de los ocho estudiados en cuanto cm² se refiere.

6.8.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en *La Razón*

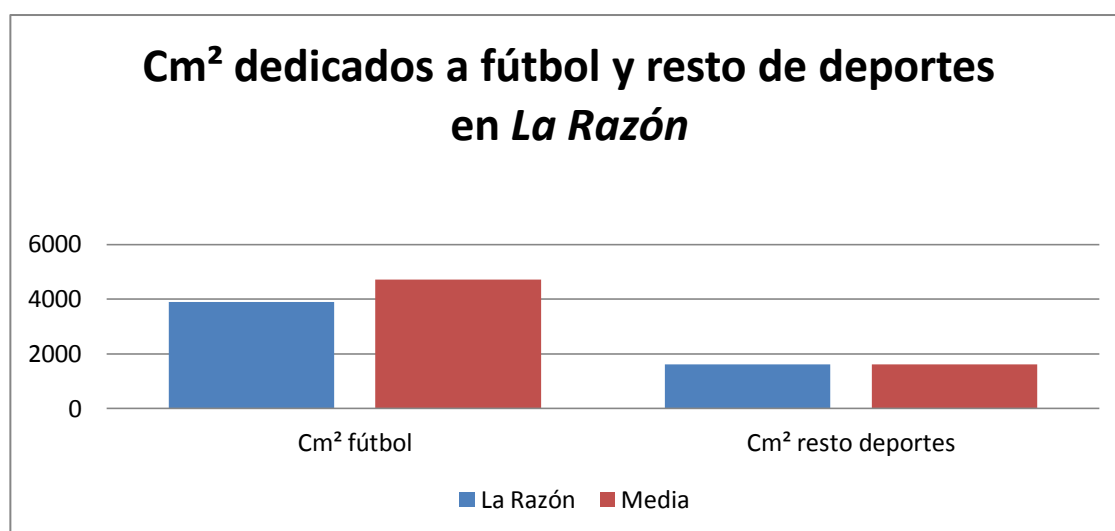
FIGURA 7.19.



En esta gráfico vemos como *La Razón* se sitúa por debajo del promedio en la primera categoría y por encima en la segunda. Primero en las páginas en las que se escribe sobre fútbol. Este periódico es el sexto en páginas dedicadas al llamado "deporte rey". Mientras que *La Razón* ofrece 4,8 páginas de fútbol, la media es 5,3. Es decir que se acerca a casi una media página menos. Se sitúa por detrás de *La Vanguardia*, *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *Público*, presenta los mismos datos que *La Voz de Galicia* y está por delante de *El Adelantado de Segovia*.

Y en cuanto a las páginas dedicadas a otras disciplinas deportivas que no son fútbol, cabe señalar que *La Razón* es el cuarto que más páginas ofrece del resto de deportes. Así, mientras que la media se posiciona en 1,8; *La Razón* tiene 2, muy por encima de *El País* o *Público*.

FIGURA 7.20.

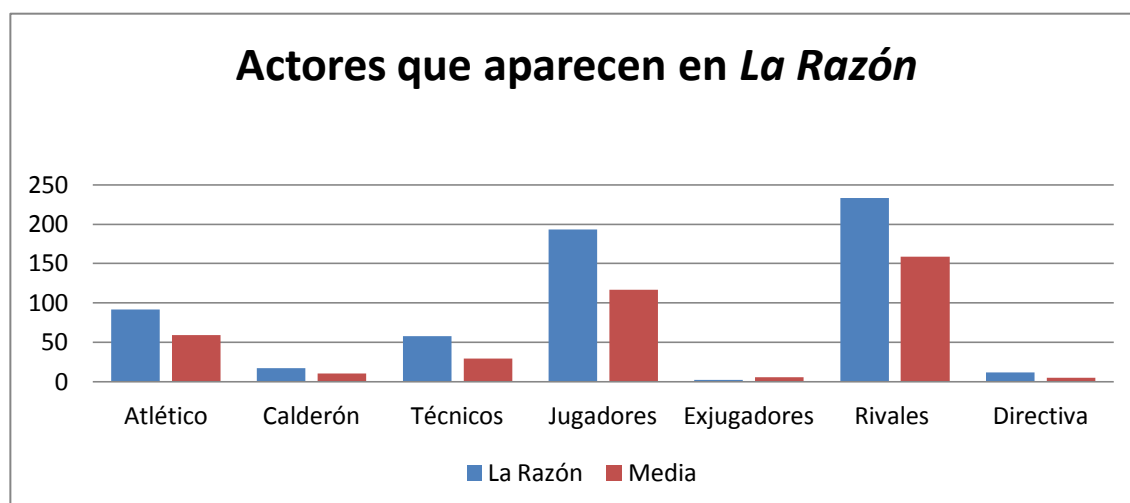


En esta categoría, *La Razón* se sitúa por debajo de la media de cm² dedicados a este deporte de los ocho periódicos. Se sitúa en 4186,1 cm² y la media en 4722,5 cm². Lo que significa que tiene 536,4 cm² menos. Está en sexto lugar, por detrás de *La Vanguardia*, *El Mundo*, *Público*, *El País* y *La Voz de Galicia*. Sólo por delante de *El Adelantado de Segovia* y *La Razón*. En el apartado dedicado al resto de disciplinas deportivas, *ABC*, periódico que más páginas dedicó al resto de deportes, se posiciona detrás de *La Vanguardia*, *El Mundo* y *El Adelantado de Segovia*.

6.8.5. Protagonistas

6.8.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en *La Razón*

FIGURA 7.21.



Durante el mes de noviembre de 2009, *La Razón* utilizó 607 nombres propios en las informaciones relativas al Atlético de Madrid. La media fueron 390,8 nombres, por lo que este diario escribió 216,2 nombres más que el promedio de todos los periódicos. En la categoría "Atlético", lideró el apartado, muy por encima de los demás. El nombre del club apareció en sus páginas 92 veces, mientras que la media se sitúa en 58,8. Fue el diario que más empleó el nombre de la entidad.

Algo similar ocurre con el nombre del actual estadio del conjunto colchonero, el Vicente Calderón. *La Razón* se encuentra en primer lugar, muy por encima de la media. Así en este diario se mencionó el estadio en 17 ocasiones y el promedio se localiza en 10,5 oportunidades.

En cuanto a los "Técnicos", *El Mundo* los nombró en 57 veces y se situó con *El País*, justo por detrás de *La Razón*, que fue el diario que más citó a Quique Sánchez Flores, Abel Resino y sus ayudantes (58 veces). El promedio de las ocasiones en las que se refirieron a los técnicos fue 29,5 veces, por lo *La Razón* los nombró en 28,5 ocasiones más.

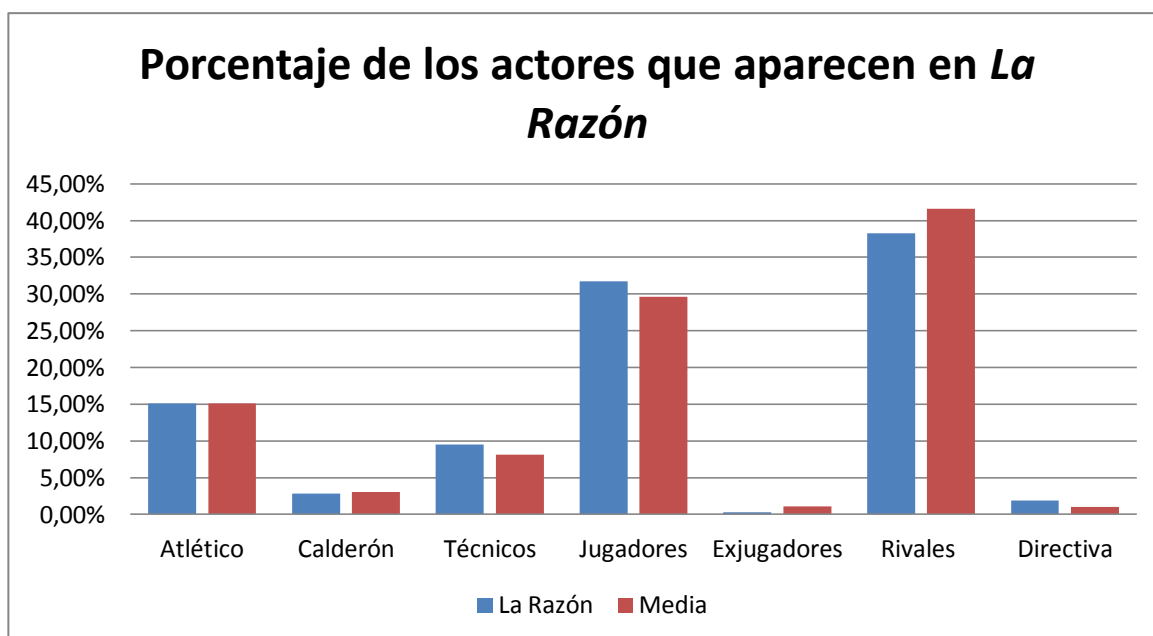
La categoría "Jugadores" está directamente relacionada con el número de noticias que aportaron los diarios y que hemos visto en puntos anteriores. *La Razón* se refirió a ellos 193 veces. La media de todos los diarios es de 116,8. *La Razón* es el periódico que mencionó más nombres de futbolistas de la actual plantilla del Atlético de Madrid. *El Mundo*, *ABC* y *El País* ofrecieron unas cifras muy parecidas en cuanto a cantidad y se encuentran a una distancia abismal de *La Razón*.

En el apartado dedicado a "Exjugadores" sólo *ABC* (24) y *El Mundo* (12) mostraron algo de interés a la hora de citar a futbolistas que militaron en las filas del conjunto colchonero. La media quedó en 5,8 exjugadores nombrados. El resto de diarios sólo nombraron uno o dos exjugadores en todo el mes.

En la categoría "Rivales", *La Razón* mencionó a 233 adversarios, cuando la media estuvo en 158,75. Situándose de nuevo, en primer lugar.

En cuanto a las ocasiones que se nombra la "Directiva", *ABC* fue el diario donde más se citó a Enrique Cerezo, Gil Marín o García Pitarch, en 13 ocasiones, una más que *La Razón* que lo hizo 12 veces. El promedio fue de 5,1 las veces que se nombró a la directiva en el mes de noviembre.

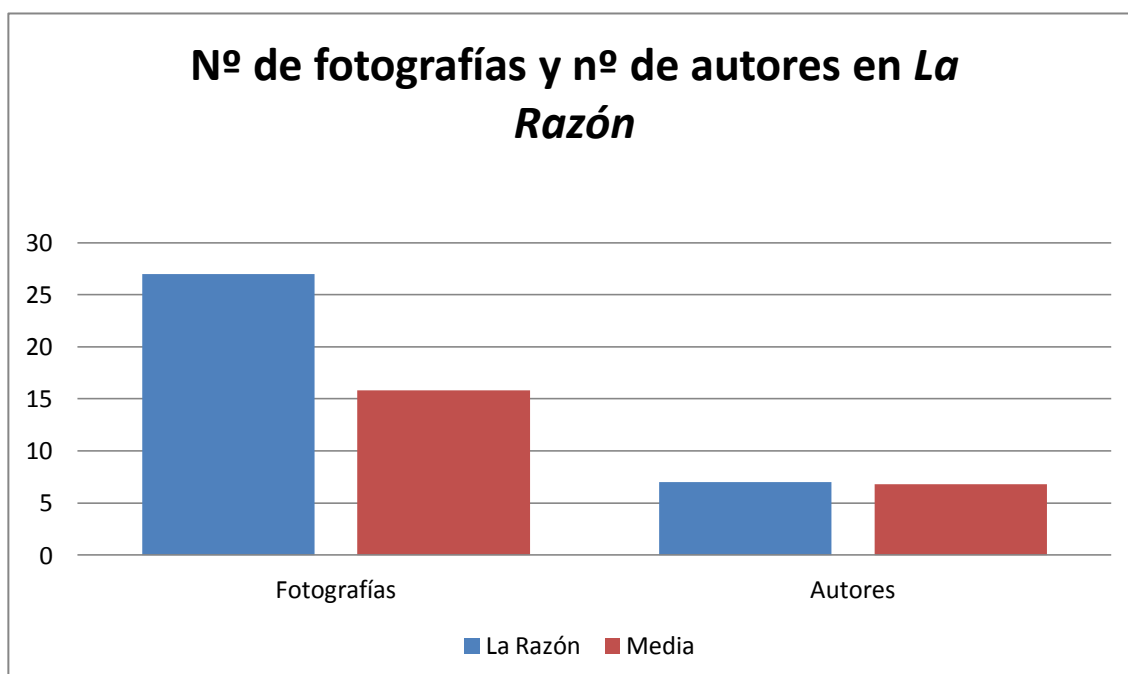
FIGURA 7.22.



Respecto a los porcentajes, no hay grandes cambios entre este gráfico y el que hemos comentado anteriormente referido al número de actores que aparecieron en las páginas de *La Razón* en noviembre de 2009. El dato donde encontramos mayor diferencia es en la categoría rivales, donde para *La Razón* supuso el 38,3% y para la media 41,6%.

6.8.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en *La Razón*

FIGURA 7.23.

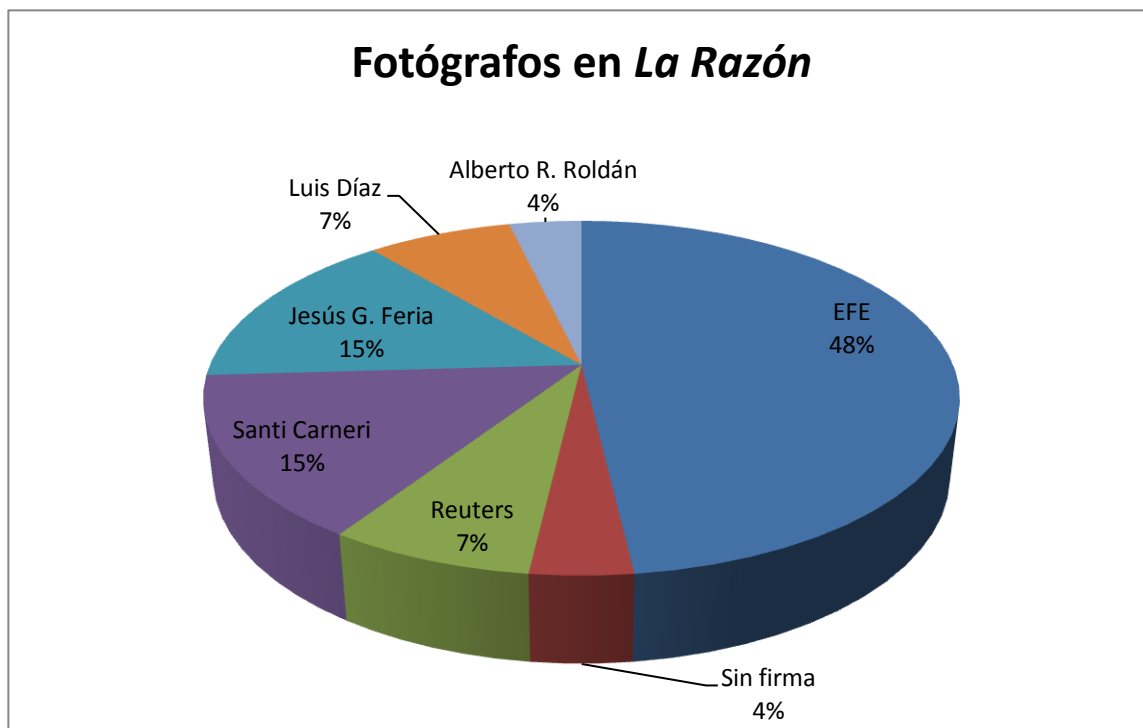


Las 31 informaciones que el diario *La Razón* publicó en noviembre sobre el Atlético de Madrid fueron acompañadas por 27 fotografías, colocándose en segundo lugar. Detrás de *El Mundo* que, en este caso, fue el periódico que más imágenes publicó (31). Pero por delante de periódicos de tirada a nivel nacional como *ABC*, *El País* y *Público*. y, por supuesto, a gran distancia de diarios como *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* o *La Voz de Galicia*. La media fueron 15,8 instantáneas.

La Razón también está por encima en cuanto al número de fotógrafos cuyo trabajo precisaron durante el mes. Utilizaron 7 profesionales (muchas agencias no especifican el nombre del autor y se contabiliza como el nombre de la agencia) y la media estuvo en 6,8 fotógrafos. En este caso, sólo está por detrás de *El Mundo*, *El País* y *ABC*. Igualado con *Público*. Y de nuevo a una distancia considerable de *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* o *La Voz de Galicia*.

A continuación, podemos observar un gráfico en el que se detalla de manera exhaustiva el número de fotografías que realizó cada uno de los fotógrafos profesionales que participaron con sus instantáneas en las informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid en las páginas de *La Razón*, durante el mes de noviembre de 2009.

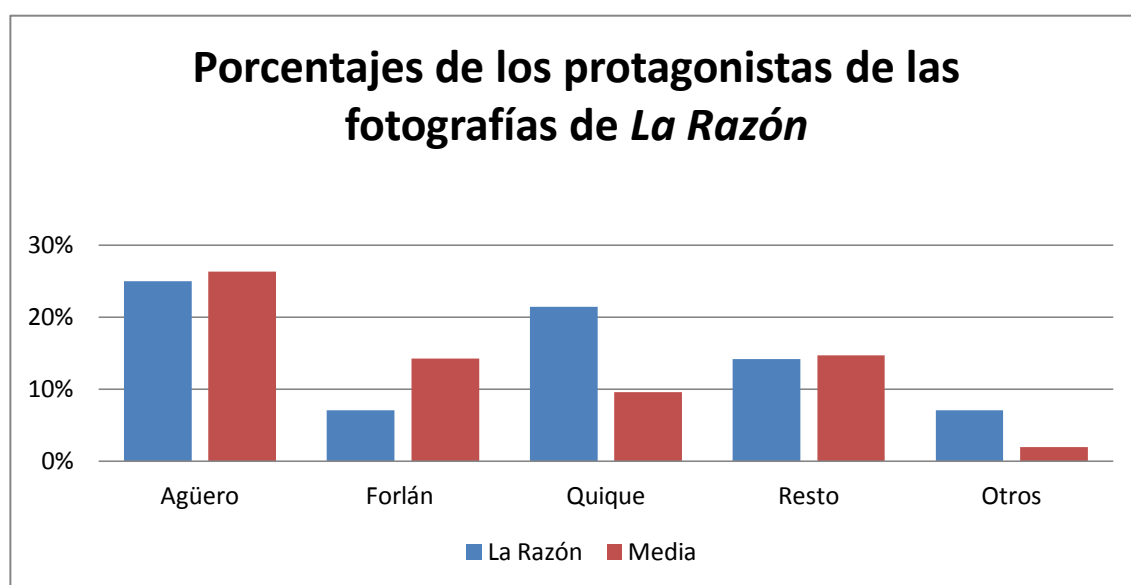
FIGURA 7.24.



El 55% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético de Madrid fueron de agencia. Los que más instantáneas publicaron fueron Santi Carneri y Jesús G. Feria, con un total de cuatro instantáneas cada uno. Luis Díaz firmó 2, mientras que Alberto R. Roldán lo hizo en una. Una fotografía no llevo ni firma ni el nombre del periódico.

6.8.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en La Razón

FIGURA 7.25.



El 46,3% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético tuvieron como principales protagonistas a los jugadores de la plantilla. Hay que señalar que dos futbolistas fueron los que coparon gran parte de las instantáneas, Sergio "Kun" Agüero y Diego Forlán.

Se publicaron más fotos de Agüero, que del resto de la plantilla. El argentino Agüero salió en 7 ocasiones, lo que supone el 25% de todas las imágenes (1,30% menos que el promedio); el uruguayo Forlán lo hizo en 2, lo que significa el 7,1% (7,13% menos que la media), mientras que el resto de todo el plantel sólo estuvieron en 4 fotografías, es decir, el 14,2%, lo que supone el 0,5% menos que la media .

El entrenador Quique Sánchez Flores también tuvo más espacio fotográfico que la mayoría de sus jugadores, a excepción de Agüero y Forlán. El técnico, que en ese mes de noviembre acababa de ocupar su cargo, apareció en el 21,4% de las fotos, con 6

imágenes. Es con diferencia del que más fotos hubo por encima de la media, concretamente 11,8% .

Los rivales de los compromisos que disputó el Atlético en noviembre de 2009, además de tener especial importancia en las informaciones escritas, como ya hemos visto en apartados anteriores, también tuvieron relevancia en cuanto a imágenes se refiere, ya que aparecieron en 7 ocasiones, las mismas en las que salió "Kun" Agüero. Sin embargo se sitúan en un 25% y la media en 32,8%. Es decir, un 7,8% menos.

Por último, señalar que en la categoría "Otros" está incluidas 2 fotografías. Y que representa el 7,1% del total de las instantáneas que se publicaron del Atlético de Madrid en *La Razón*, lo que supone un 5,1% más que el promedio.

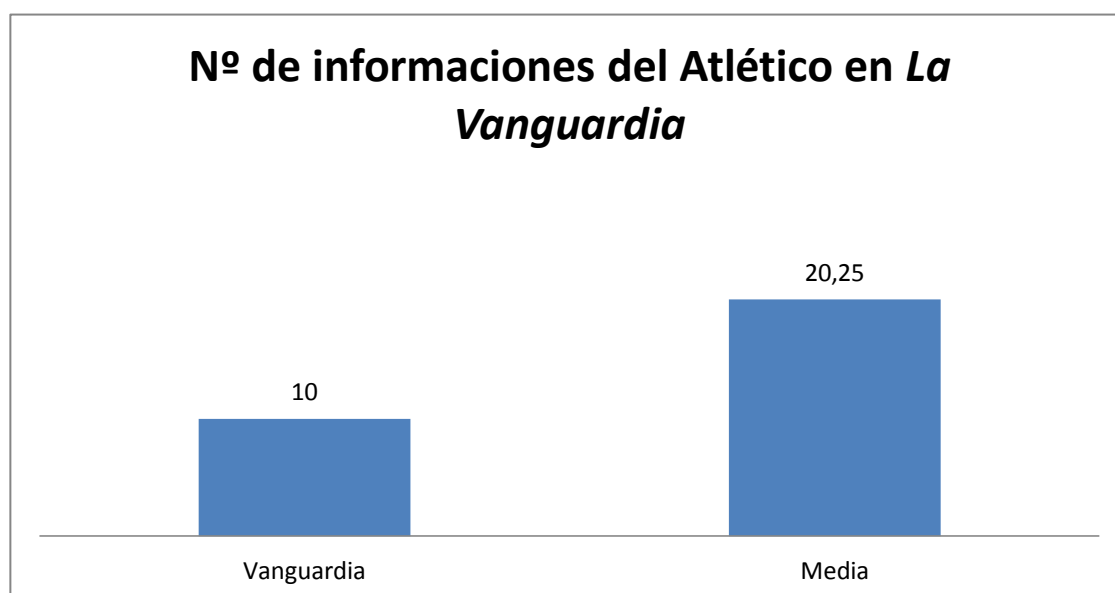
6.9. *La Vanguardia*

6.9.1. Informaciones

6.9.1.1. *Informaciones dedicadas al Atlético en La Vanguardia*

En el diario *La Vanguardia* aparecieron 10 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid, durante el mes de noviembre de 2009. Lo que supone que está 10,25 puntos por encima del promedio, situado en 20,25.

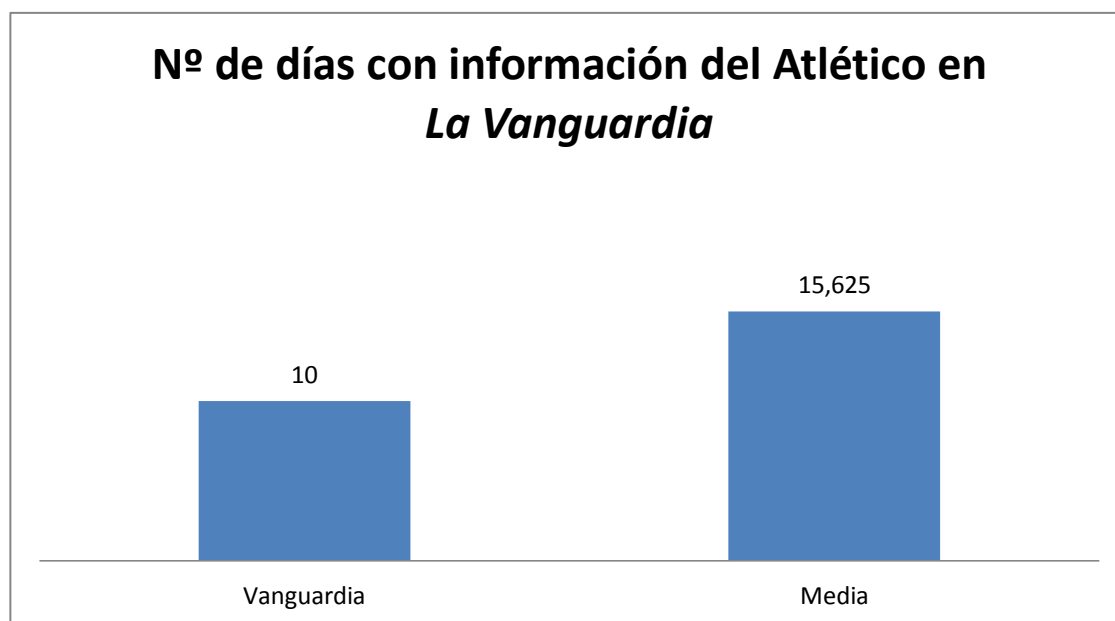
FIGURA 8.1.



Se confirma que, de los ocho periódico estudiados, es el que menos se ocupó de la información referida al Atlético de Madrid en noviembre de 2009, con un 6%. Los más cercanos, aunque a una distancia considerable son *El Adelantado de Segovia* y *La Voz de Galicia*, que aportan un 9%, cada uno.

6.9.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en *La Vanguardia*

FIGURA 8.2.

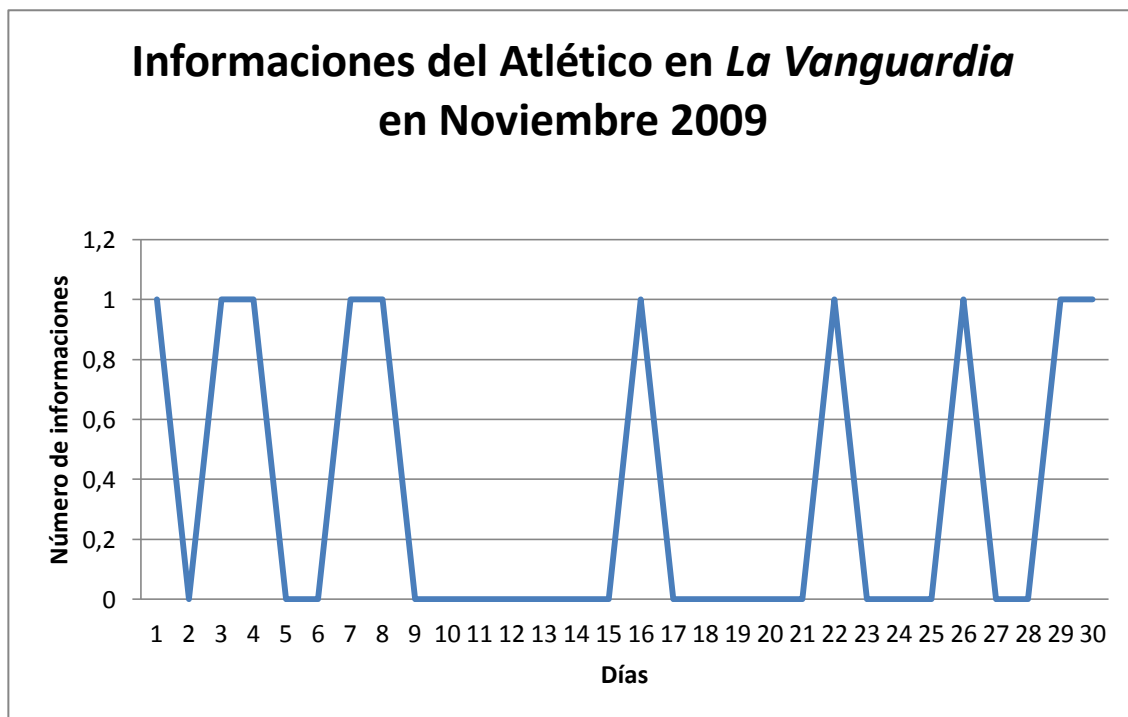


La Vanguardia, en esta categoría, continúa en último lugar. No sólo está detrás de los cinco periódicos cuya sede central está en Madrid: *ABC*, *El Mundo*, *El País*, *Público* y *La Razón*, sino que además está por detrás de otros que se editan fuera de la capital como *El Adelantado de Segovia* y *La Voz de Galicia*

De los 30 días de muestra que seleccionados, el diario *La Vanguardia* informó sobre la entidad del Vicente Calderón en 10 de ellos. Sólo se acerca a *Público*, que le supera en este sentido, ya que publicó algo relacionado con el conjunto de la ribera del Manzanares, 12 días. Es decir, sólo dos más que *La Vanguardia*.

Esto significa que *La Vanguardia* realiza el seguimiento más irregular del equipo rojiblanco que el resto de los periódicos de la muestra, ya que 1 de cada 3 días informa de la actualidad rojiblanca, lo que provoca que tenga una presencia en el periódico el 33,3% de los días del mes.

FIGURA 8.3.



Como se puede observar en el gráfico, los días que se publicaron temas del Atlético de Madrid fueron: el 1, 3, 4, 7, 8, 16, 22, 26, 29 y 30 de noviembre, con sólo una información.

No hubo ni un solo día en el que se publicara más de una noticia relacionada con el club Atlético de Madrid.

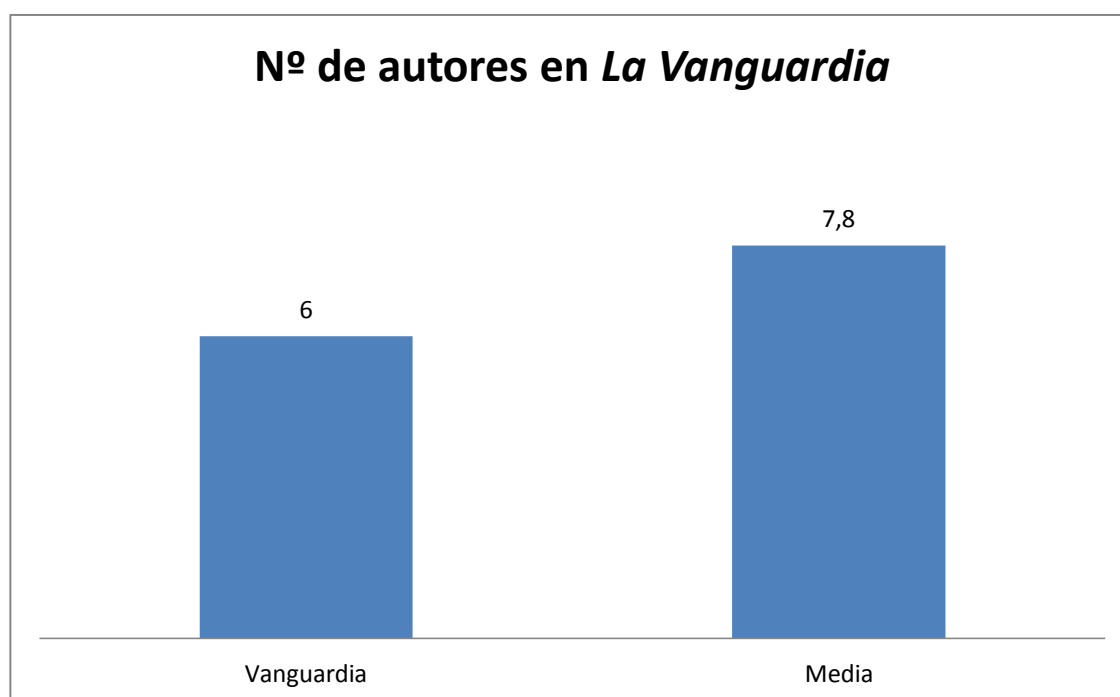
Hubo 20 días en los que no apareció una información del Atlético. También influyó el hecho de que hubo un parón de la competición de Liga debido a diversos compromisos de la Selección Española, lo que propició que no hubiera jornada el fin de semana del 14 de noviembre. Es decir, que desde que el Atlético juega su partido de vuelta del 1/16 de final de la Copa de S.M. El Rey, el martes 10 de noviembre, hasta que vuelve la Liga el 22 de noviembre, se acumulan 10 días sin noticias rojiblancas, por este motivo.

6.9.2. Autores

6.9.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en *La Vanguardia*

La Vanguardia es uno de los que menor variedad de firmas presenta en las informaciones relacionadas con el Atlético. Tiene las mismas que el diario *ABC* aunque, como veremos más adelante, este dato contiene matices bien distintos. Mientras que en algunos periódicos como *La Razón* o *El Mundo* presentan 13 y 10 autores de las informaciones diferentes, *La Vanguardia* tiene 6, por detrás, en este sentido, también de *la Voz de Galicia*, *Público* y *El País*, igualado con *ABC* y por delante de *El Adelantado de Segovia*.

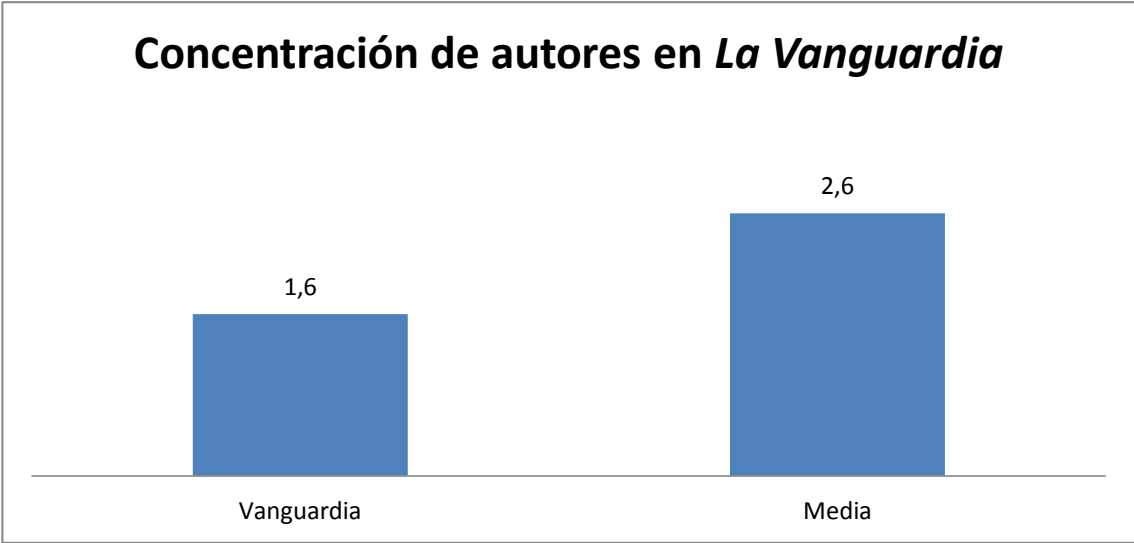
FIGURA 8.4.



Así, el diario *La Vanguardia* se sitúa por debajo del promedio del número de autores de todos los periódicos en 1,8 puntos. No le ocurre lo mismo que a *ABC*, con el que coincidía en número de autores y que es el que mayor grado de concentración de firmas presenta (4,3). Sin embargo, *La Vanguardia* presenta 1,6. Es decir que utilizó el mismo número de autores que *ABC*, 6, pero éstos realizaron 26 informaciones y *La Vanguardia*, 10. Aun así, supera ligeramente a *La Voz de Galicia*, que tiene 1,5.

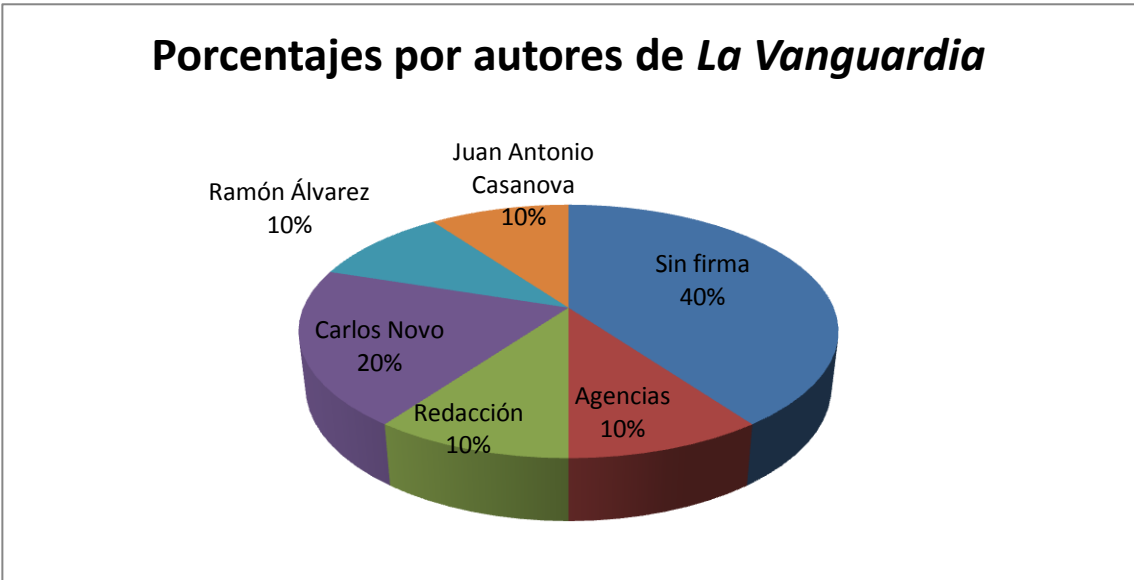
6.9.2.2. *Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en La Vanguardia*

FIGURA 8.5.



La Vanguardia se posiciona por debajo del promedio de todos los periódicos estudiados en un punto.

FIGURA 8.6.



De las 10 informaciones del Atlético de Madrid aparecidas en el diario *La Vanguardia* durante el periodo de muestra, hubo 4 noticias que no especificaron el nombre del autor, ni firmaron con el nombre del periódico. 2 fueron firmadas por Carlos Novo, mientras

que Ramón Álvarez y Juan Antonio Casanova hicieron una cada uno. El resto se reparte con una noticia de agencias y otra firmada por la redacción.

6.9.3. Temas y géneros periodísticos

6.9.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en La Vanguardia

En cuanto al temas sobre los que informa el diario, recordamos que habíamos dividido las informaciones relativas al Atlético de Madrid en cinco categorías.

La primera se refiere a las informaciones que aparecieron el día después de los encuentros, es decir, la crónicas de los partidos.

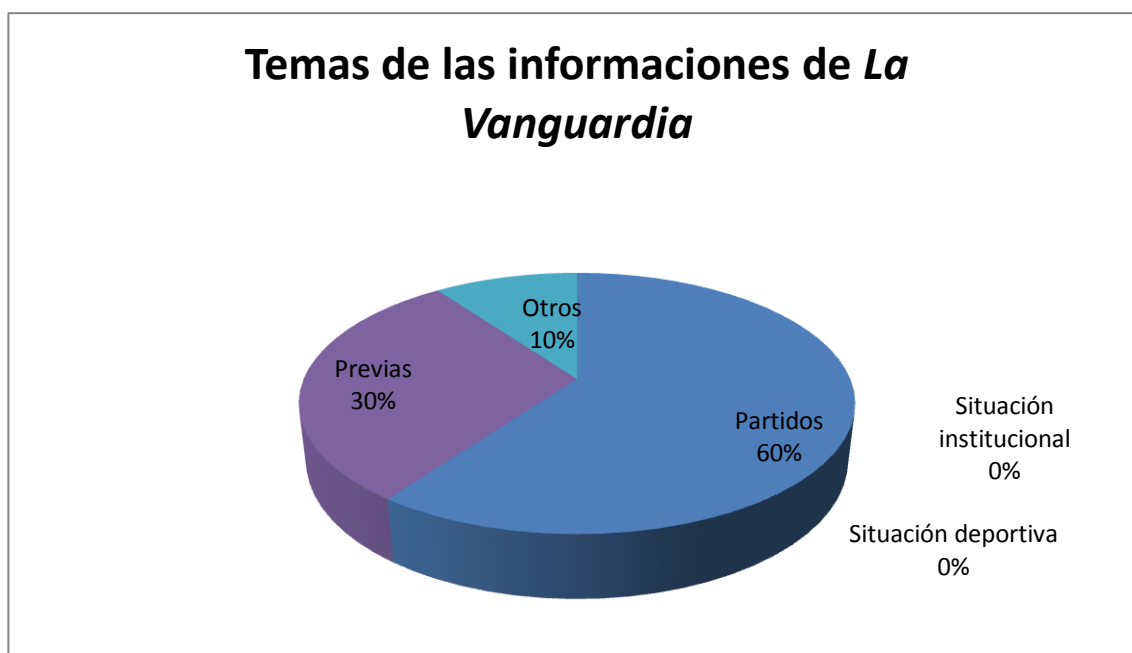
Otro apartado tenía que ver con la "Situación deportiva": entrenamientos, cómo afrontan el siguiente choque, estado físico de los futbolistas y análisis de la situación del club en las distintas competiciones.

Además establecimos la denominada "Previas", son informaciones publicadas el día del partido en las que se avanza los posibles onces titulares, lesionados, sancionados, antecedentes y contexto.

La cuarta categoría se refería a la "Situación institucional", que son informaciones relacionadas con el clima social y político del club.

Y por último establecimos una quinta categoría denominada "Otros". Es decir, noticias esporádicas que, por su contenido, no se podían clasificar dentro de los anteriores apartados.

FIGURA 8.7.



Ni la situación deportiva, ni la situación institucional tuvieron espacio alguno en las páginas de *La Vanguardia*. Los partidos que disputó el conjunto dirigido por Quike Sánchez Flores sí tuvieron una especial repercusión en las páginas de *ABC*, con 6 informaciones. Así, trataron este tema los siguientes días y con los siguientes titulares:

-1 de noviembre: "Reacciona el Athletic mientras el Atlético se acerca cada vez más al descenso".

-4 de noviembre: "Drogba despide al Atlético".

-8 de noviembre: "El Madrid resiste al acoso final".

-22 de noviembre: "Un penalti en el añadido frustra al Atlético".

-26 de noviembre: "El Atlético apunta a la Liga Europa".

-30 de noviembre: "El peor Espanyol lo puso muy fácil".

En segundo lugar, en cuanto a cantidad, aparecen las "previas", con 3:

-3 de noviembre: "Último tren para el Atlético".

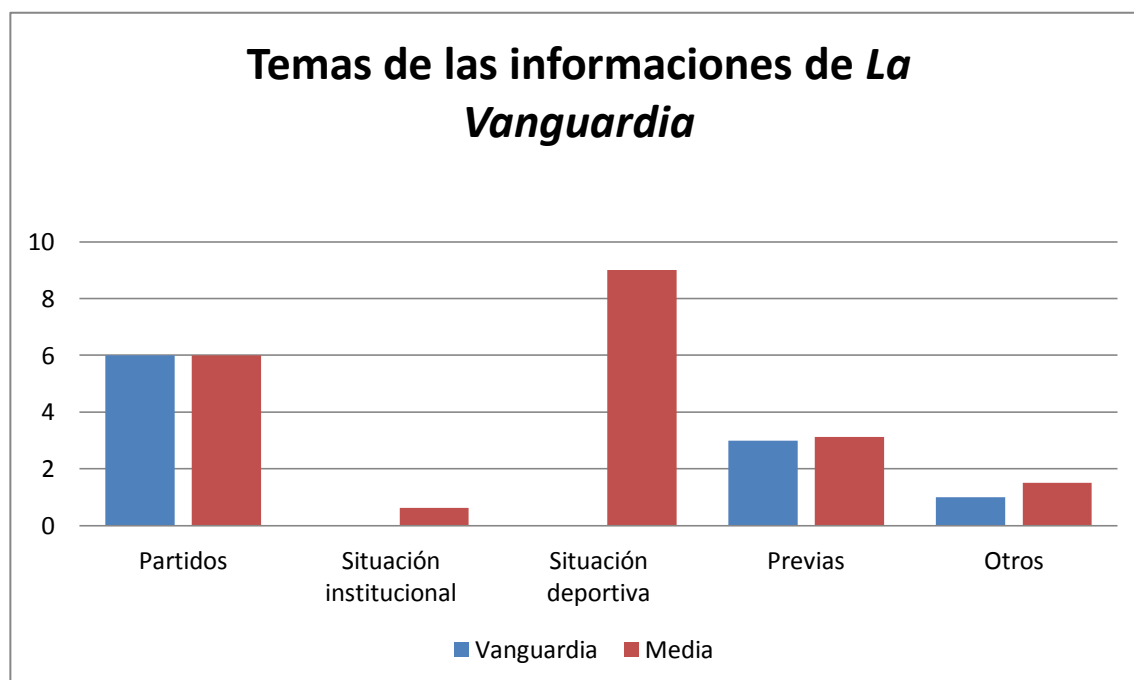
-7 de noviembre: "El Atlético busca poner fin a un gafe de diez años".

-29 de noviembre: "Noche de catarsis en el Calderón".

Y en cuanto al apartado "Otros", sólo hubo un ejemplo:

-16 de noviembre: "Canales de distintos colores".

FIGURA 8.8.



En la primera categoría, *La Vanguardia*, en este caso, coincide con la media de 6 partidos. Cubrieron los 6 de los 7 choques que disputó el conjunto atlético durante el mes de noviembre, pero no se hicieron eco del que disputó el 11 de noviembre ante el Marbella, en partido correspondiente a la Copa de S. M. El Rey.

El diario *La Vanguardia* no ofrece ningún tipo de seguimiento de la situación institucional del Atlético, al igual que *El Adelantado de Segovia*, *El País*, *Público* y *La Voz de Galicia*. Obviamente, se encuentra por debajo del promedio en 0,625 informaciones.

En cuanto al seguimiento de la situación deportiva del Atlético, es el único del los ocho periódico que no dedica ningún espacio a este apartado, que suele ser el más abundante. Se sitúan con 9 informaciones por debajo del promedio.

En el apartado "Previas" ofrece de nuevo unos números muy similares a la media, que es 3,1, por los 3 de *La Vanguardia*. Si tenemos en cuenta que en el periodo de muestra

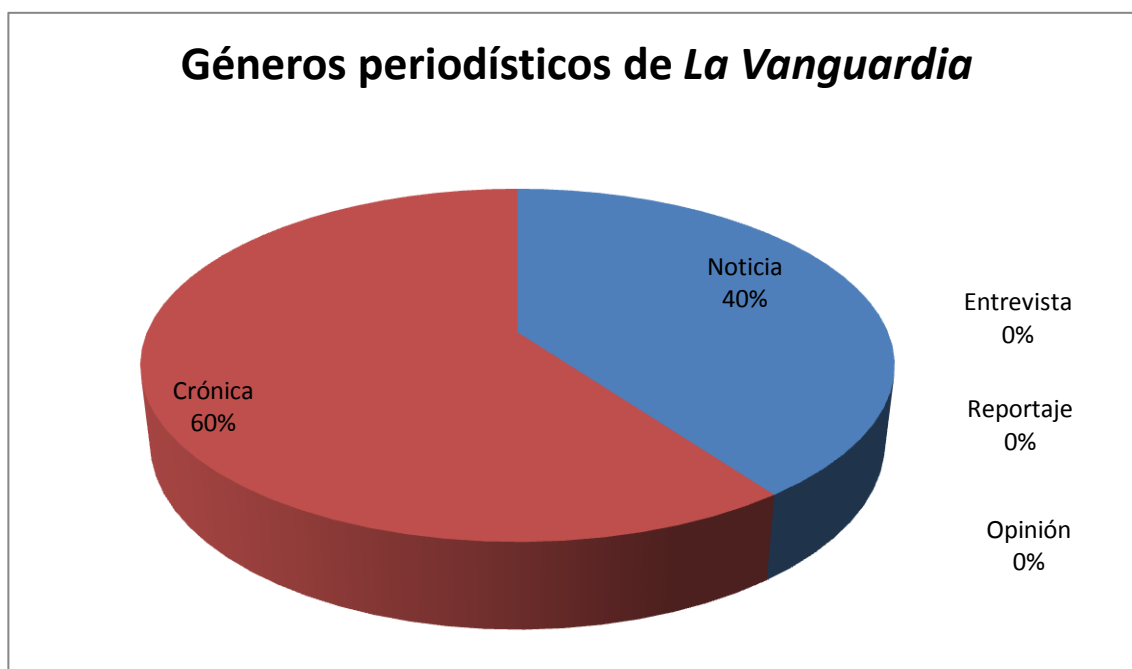
hubo margen para haber publicado 6 previas, *La Vanguardia* sólo lo hizo la mitad de los encuentros, por detrás de *La Razón*, *El Mundo* y *El Adelantado de Segovia*. Igualado con *ABC* y *La Voz de Galicia*.

Y en la categoría "Otros", mientras que la media se sitúa en 1,5 informaciones, *La Vanguardia* sólo publicó un tema, el 16 de noviembre, por lo que se ve superado por *Público*, *El País*, *La Razón* y *El Adelantado de Segovia*, igualado con *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo* y *ABC* y por delante de *La Voz de Galicia*.

6.9.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en *La Vanguardia*

Recordemos que establecimos cinco categorías diferentes en este apartado: la noticia, el reportaje, la crónica, la entrevista y el artículo de opinión.

FIGURA 8.9.



Durante el mes de noviembre de 2009, *La Vanguardia* publicó 4 noticias relacionadas con el Atlético de Madrid:

-3 de noviembre: "Último tren para el Atlético".

-7 de noviembre: "El Atlético busca poner fin a un gafe de diez años".

-16 de noviembre: "Canales de distintos colores".

-29 de noviembre: "Noche de catarsis en el Calderón".

Cubrieron 6 de los 7 todos los partidos, como hemos visto en el apartado anterior y realizaron 6 crónicas:

-1 de noviembre: "Reacciona el Athletic mientras el Atlético se acerca cada vez más al descenso".

-4 de noviembre: "Drogba despide al Atlético".

-8 de noviembre: "El Madrid resiste al acoso final".

-22 de noviembre: "Un penalti en el añadido frustra al Atlético".

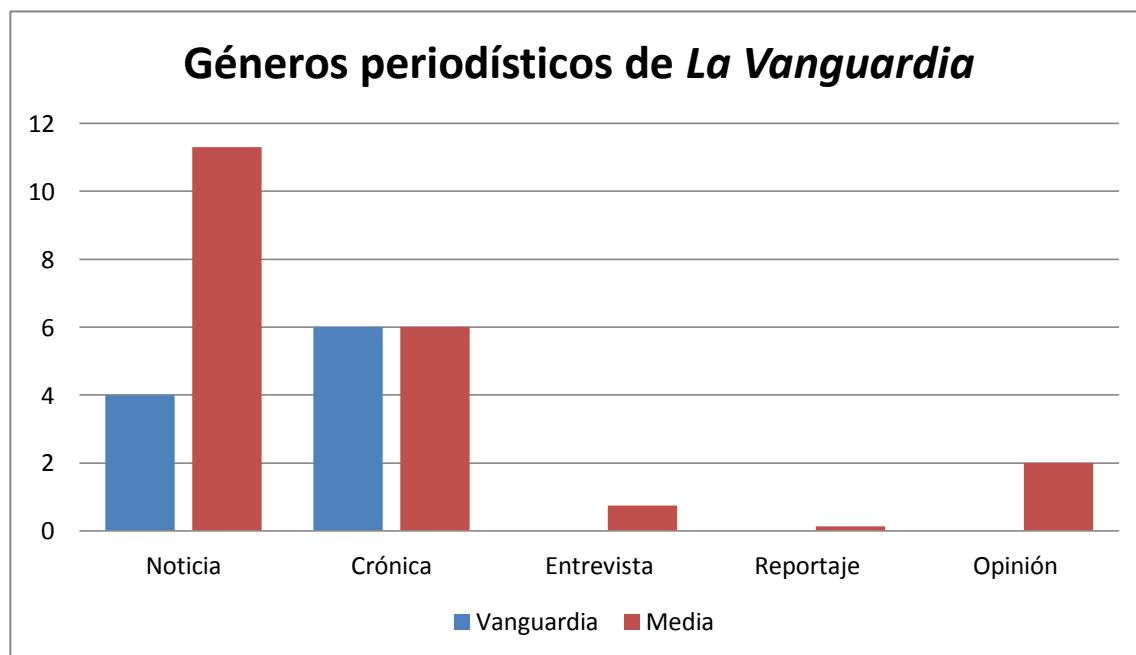
-26 de noviembre: "El Atlético apunta a la Liga Europa".

-30 de noviembre: "El peor Espanyol lo puso muy fácil".

Y no hubo ni entrevistas, ni columnas de opinión, ni ningún tipo de reportaje.

A continuación podemos contemplar la comparación de los distintos géneros periodísticos que se dan o no, en *La Vanguardia*, respecto al promedio.

FIGURA 8.10.



En cuanto al número de noticias, el diario *La Vanguardia* publicó 4, de los ocho periódicos estudiados fue el que menos ofreció. Situándose con 7,3 noticias por debajo

de una media, cuyo resultado es 11,3. Al único que se acerca es a Público, que tiene 6 noticias. En la segunda categoría, *La Vanguardia* coincide con la media de 6 crónicas. Como hemos visto anteriormente, al referirnos a los temas sobre los que trataban las diversas informaciones, recordamos que cubrieron los 6 de los 7 choques que disputó Atlético durante el mes de noviembre, excepto el del partido de Copa que disputó el 11 de noviembre ante el Marbella. Como hemos comentado, *La Vanguardia* no hizo ninguna entrevista a personajes relacionados con la actualidad atlética, al igual que *El Adelantado de Segovia* y *La Voz de Galicia*. Por lo que, a pesar de que el promedio no es elevado (0,875), se encuentra por debajo.

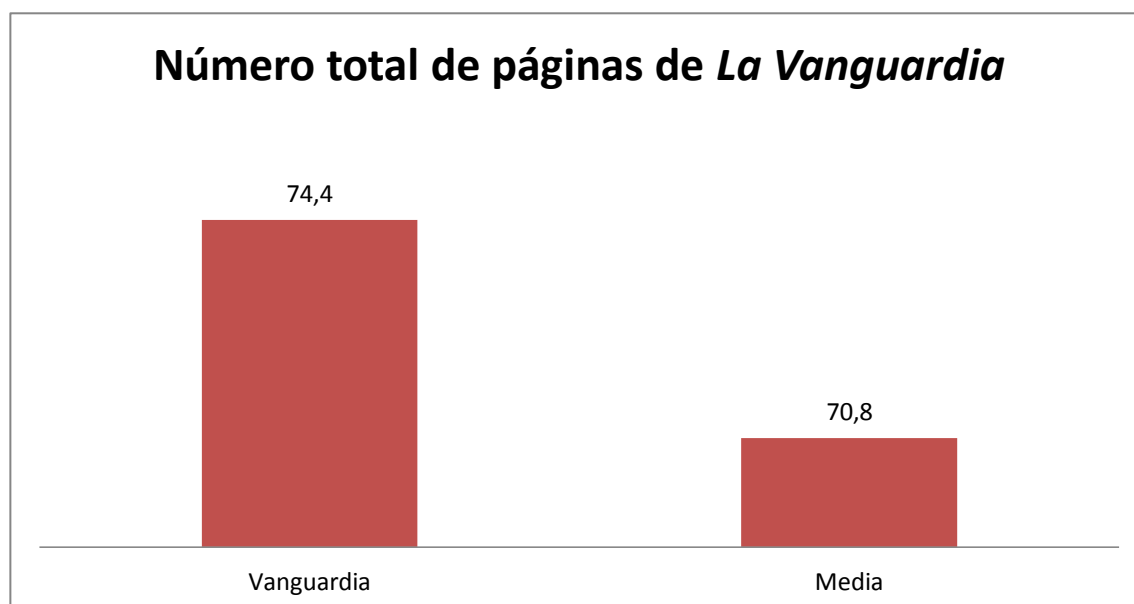
En cuanto a los reportajes, hay que indicar que ningún periódico utilizó este género, excepto *La Voz de Galicia*, que lo hizo una sola vez. Lo que sitúa la media en 0,1 reportaje de media, por lo que *ABC* está por debajo.

Y por último el género de opinión. Durante el mes de noviembre *La Vanguardia* no utilizó este género para tratar la actualidad del Atlético de Madrid. Se sitúa al mismo nivel que *ABC*, *El País* y *La Voz de Galicia*, muy lejos de *La Razón* y *Público* que son los que más columnas de opinión publicaron. Como es lógico, se encuentra por debajo de la media en 1,875 columnas.

6.9.4. Espacio dedicado en *La Vanguardia*

6.9.4.1. Páginas del diario *La Vanguardia*

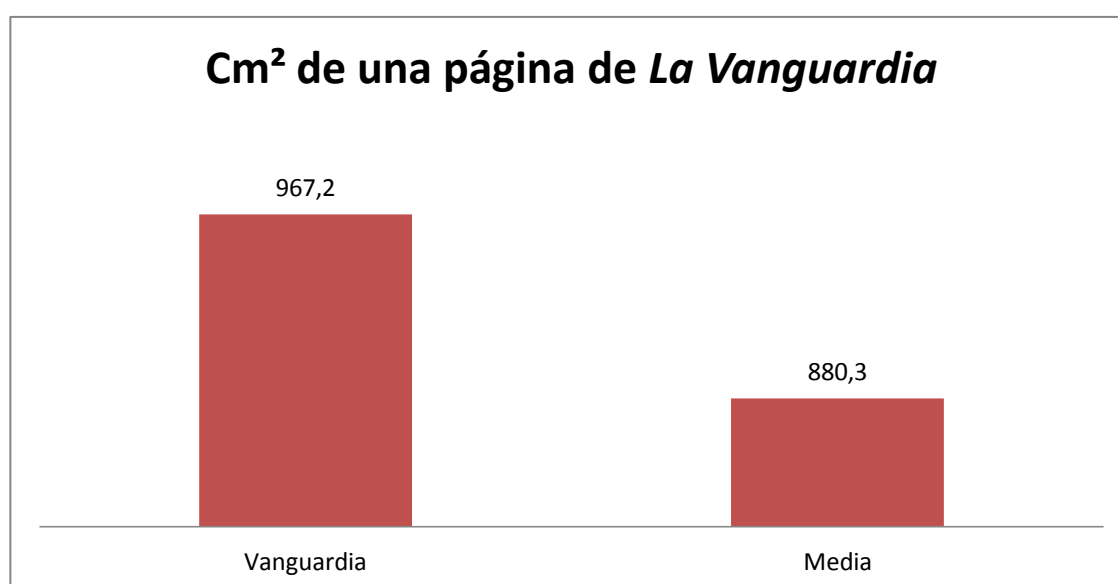
FIGURA 8.11.



El periódico *La Vanguardia* es el tercer diario que más páginas lleva, con una media de 74,4, en los días en lo que apareció alguna información sobre el Club Atlético de Madrid. Llega a ofrecer 3,6 páginas más que el promedio de los diarios. Muy lejos de los datos de *ABC*, en primer lugar y de *La Razón*, segundo lugar. Sin embargo, aventaja a *La Voz de Galicia*, *El País* y *El Mundo* en más de 10 páginas. Y a *Público* y a *El Adelantado de Segovia*, en más de 16.

6.9.4.2. Superficie de una página de *La Vanguardia*

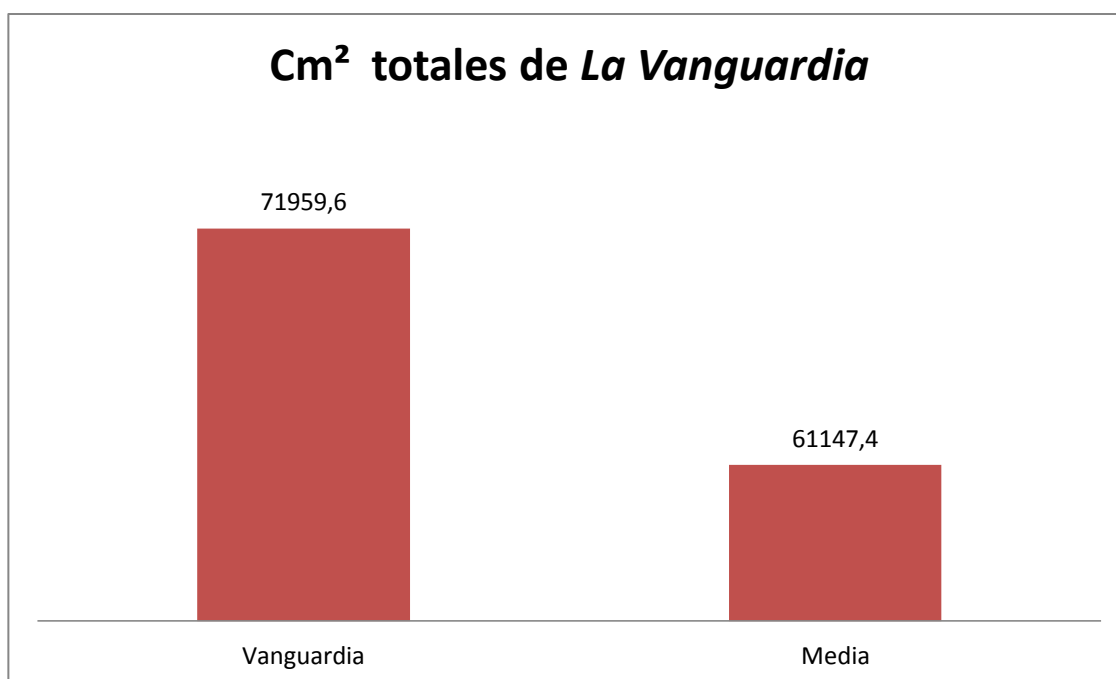
FIGURA 8.12.



El diario *La Vanguardia* es el más grande en cuanto a sus dimensiones por página (37,2 cm de largo x 26 cm de ancho). En este sentido, *La Vanguardia* tiene 86,9 cm² más que el promedio de los periódicos tomados para la muestra. Este factor beneficiará al diario en algunos de los apartados que veremos a continuación.

6.9.4.3. Superficie total de las páginas de *La Vanguardia*

FIGURA 8.13.

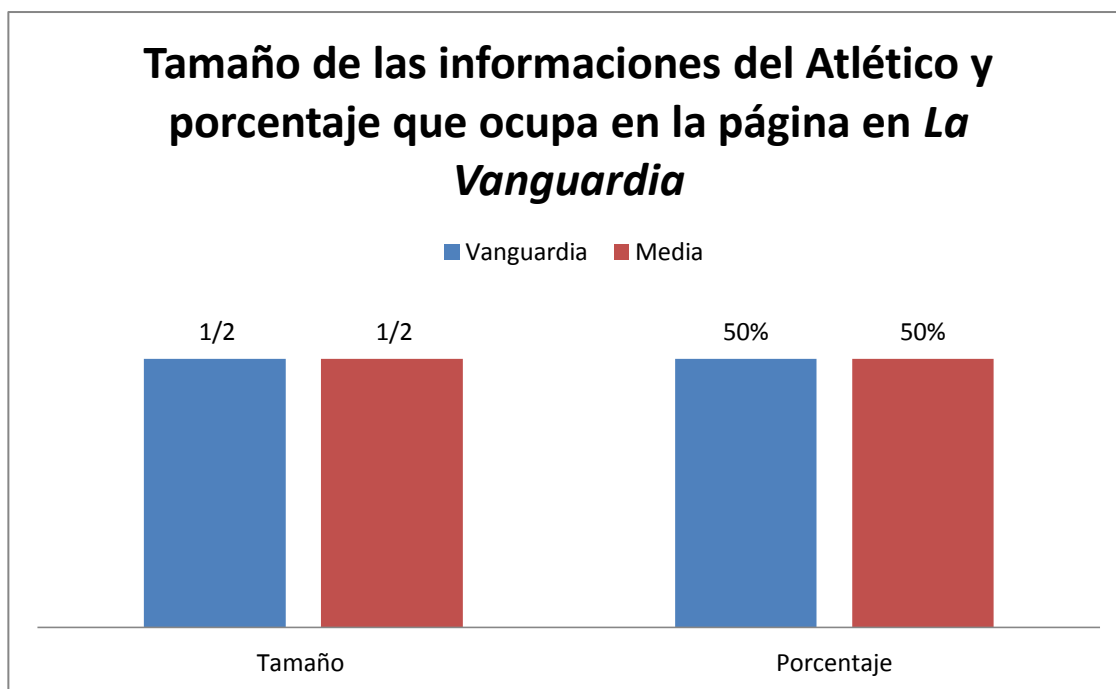


En el gráfico superior se observa como *La Vanguardia* se ubica muy por encima del promedio en lo que a cm² totales, que ofrece el periódico día a día, se refiere.

Se coloca segundo, por detrás de *La Razón*, con 76321,9 cm², que es el diario que más cm² ofrece al lector cada día. Cerca, sólo se sitúa *ABC* con 70963,4 cm². Y ya el siguiente escalón se encuentra a una distancia considerable: en cuarto lugar está *El País*, con 57058,1 cm² y con datos muy similares aparece *La Voz de Galicia*, con 57038 cm², *Público* ofrece 55965 cm², mientras que *El Mundo* y *El Adelantado de Segovia*, cuentan con 52741,3 cm² y 47132,1 cm², respectivamente.

6.9.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en La Vanguardia

FIGURA 8.14.

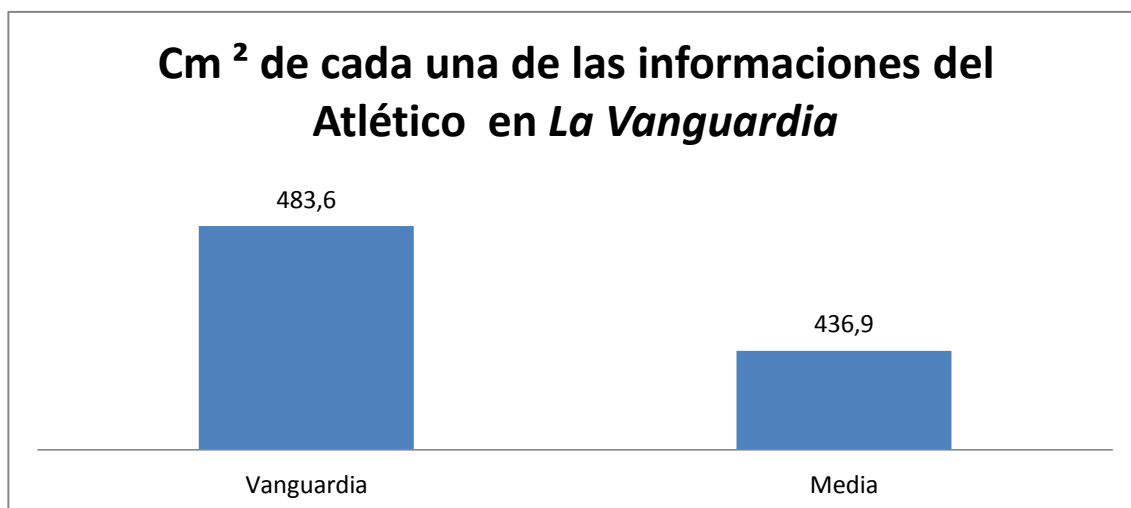


La Vanguardia es, junto a *El País*, el periódico cuyas informaciones relativas a la actualidad del Atlético de Madrid son iguales que los datos que ofrece respecto al tamaño de su página. La media de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en este periódico se sitúa en 1/2, es decir, el 50% de la página, mientras que la media de todos los diarios es 1/2, lo que supone el 50% de misma.

En este sentido, lejos de *ABC* y *El Mundo*, se acerca a *Público* y *La Razón*, que ofrecen el 55% de su espacio. Y está a una distancia considerable, por encima de los periódicos que no tienen tanta repercusión a nivel nacional, como son *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*.

6.9.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en La Vanguardia

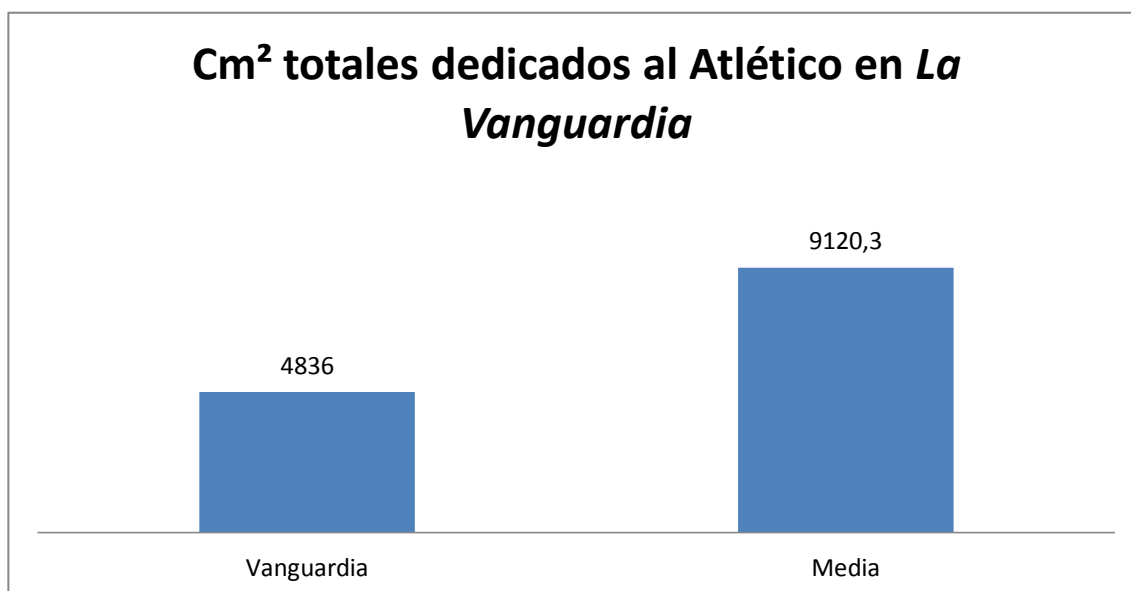
FIGURA 8.15.



Una vez más, *La Vanguardia*, favorecido por las dimensiones de sus páginas, se sitúa por encima del promedio de todos los diarios estudiados. En este caso, en cuanto a cm² de cada una de las informaciones que aparecieron del Atlético en sus páginas. *La Vanguardia* aporta 483,6 cm² y la media es 436,9 cm². Lo que supone 46,7 cm² más. De hecho, en este punto, se encuentra por detrás de *El Mundo* y *Público*. Y por delante de *El País*, *ABC*, *La Razón*, *La Voz de Galicia* y *El Adelantado de Segovia*.

6.9.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en La Vanguardia

FIGURA 8.16.



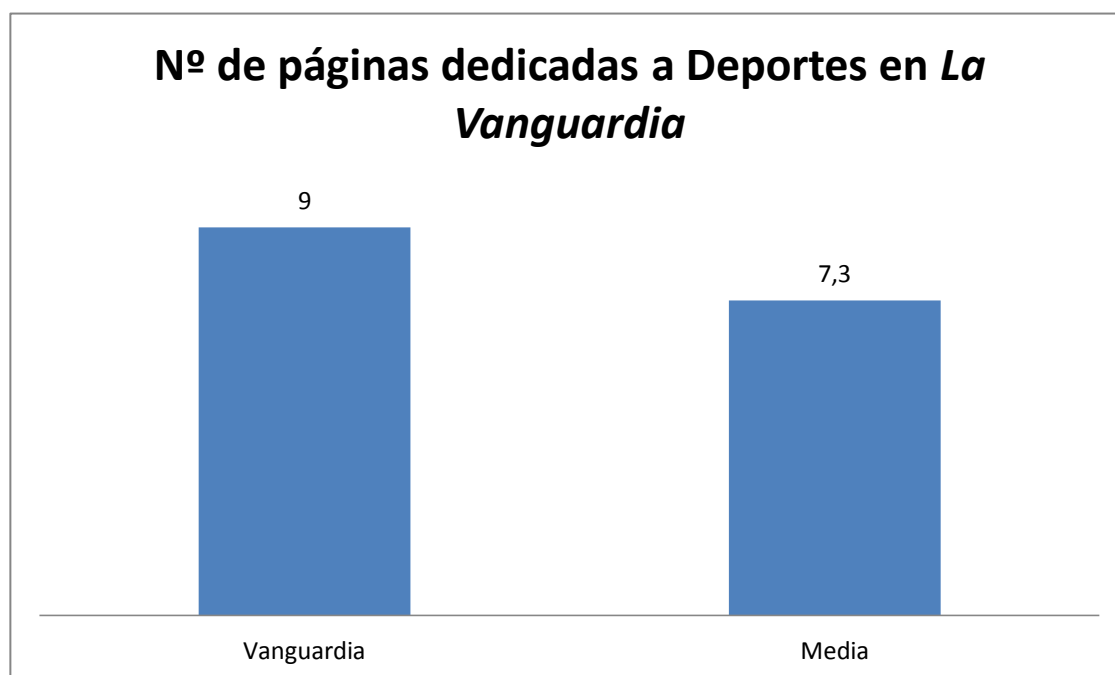
Recordemos que para obtener el resultado de este gráfico, tuvimos en cuenta los datos de la media del tamaño de las informaciones de cada periódico por la media de los cm² de página de cada diario. Así supimos los cm² de cada información del Atlético que aparece en cada uno de estos periódico y este dato lo multiplicamos por el número de informaciones rojiblancas aparecidas en las páginas de cada uno.

En este apartado, *La Vanguardia* no se vio afectado por las dimensiones de sus páginas, sino por el número de informaciones que ofrecieron del Atlético a lo largo de noviembre de 2009. La media es 9120,3 cm² y el diario aporta 4836 cm². Lo que supone 4284,3 cm² menos.

Se ubica en sexta posición, por detrás de los cinco periódicos que se editan en Madrid, es decir, *El Mundo* y *La Razón*, *ABC*, *Público* y *El País*, que son los que lideran este punto, pero por delante de *El Adelantado de Segovia* y *La Voz de Galicia*. Lo que significa que a pesar de que estos dos últimos publicaron más informaciones que *La Vanguardia* durante el mes de muestra, ofrecieron menos cm².

6.9.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en *La Vanguardia*

FIGURA 8.17.

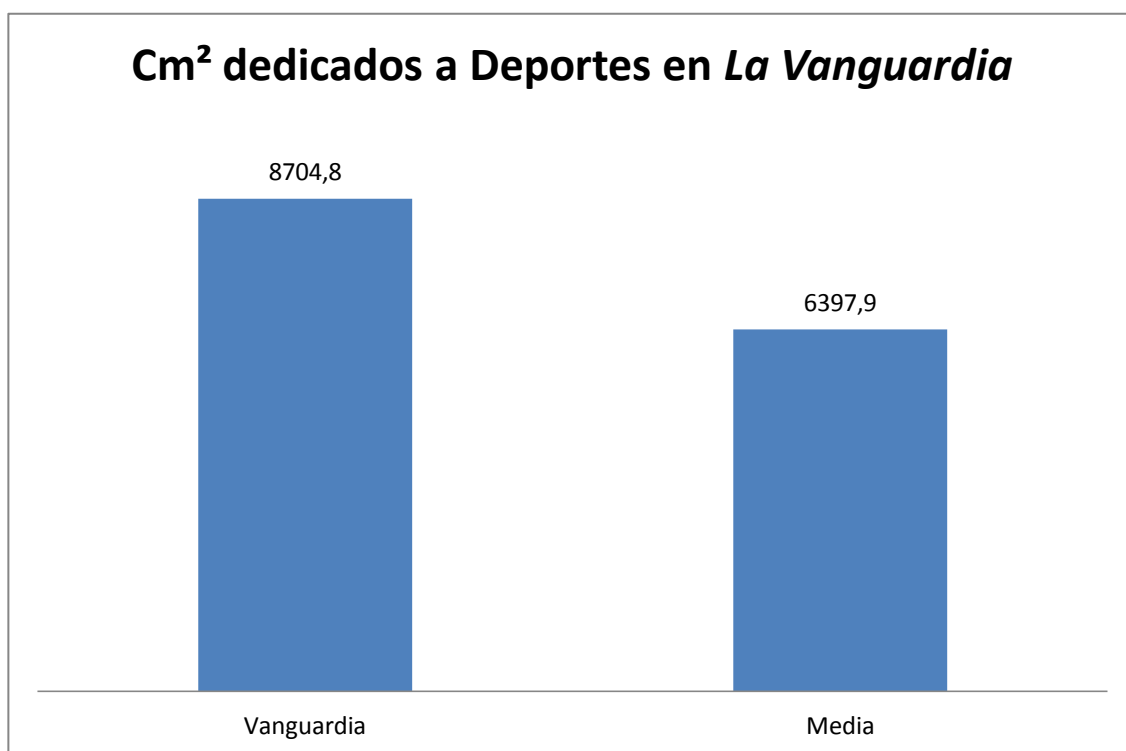


En la figura podemos observar la media del número de páginas de *La Vanguardia* dedicadas a la sección de Deportes, en los días que aparecieron informaciones del Atlético de Madrid y la media de todos los diarios.

Se posiciona en primer lugar, por delante en este apartado de *ABC*, que ocupa un lugar de privilegio respecto a sus competidores más directos, como es el caso *El Mundo* que le sigue de cerca. Aunque sí deja algo más rezagados a *La Razón*, *El País* y *Público*. Situándose con 1,7 páginas de Deportes más que la media de periódicos.

6.9.4.8. Superficie dedicada a Deportes en *La Vanguardia*

FIGURA 8.18.

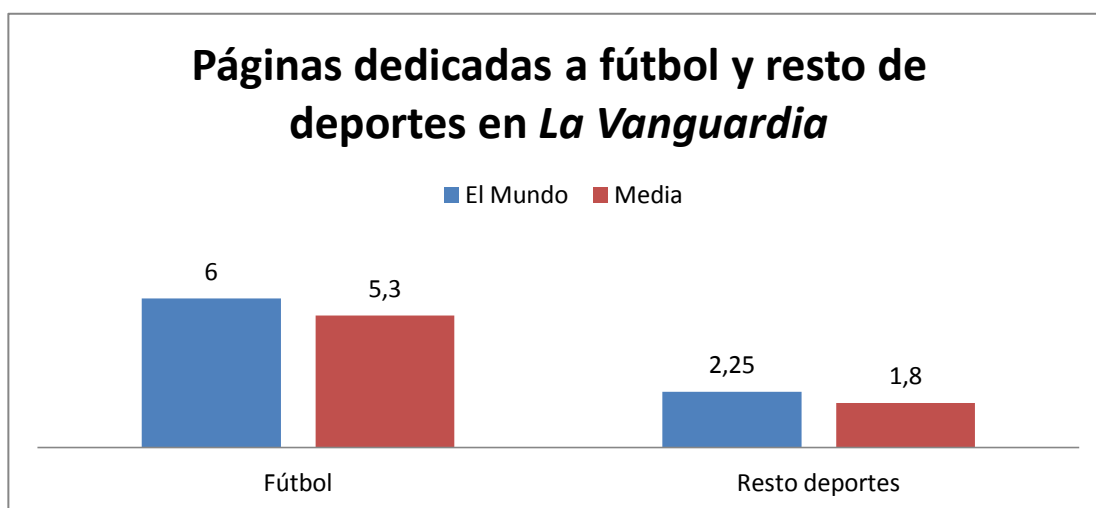


El promedio de cm² de las páginas dedicadas a Deportes de todos los diarios que hemos estudiado en la muestra del mes de noviembre de 2009 es de 6397 cm². Sólo dos diarios, en este caso *La Vanguardia* y *El Mundo*, se situaron por encima de la misma.

Como es habitual cuando hablamos de cm², *La Vanguardia* se ve beneficiado por ser el diario cuyas dimensiones son más grandes, y en este caso, además, es el diario que ofrece más página de la sección deportiva.

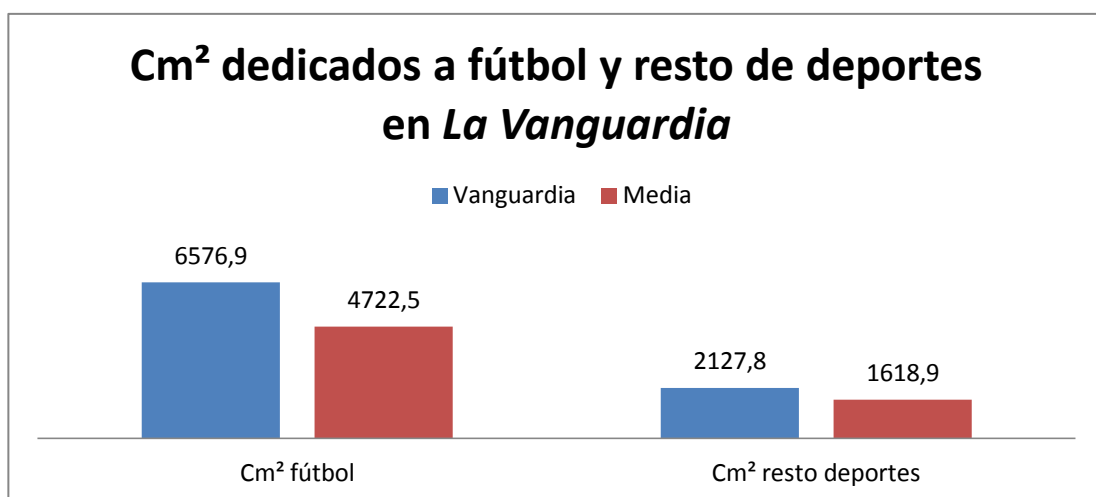
6.9.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en *La Vanguardia*

FIGURA 8.19.



En esta gráfico vemos como *La Vanguardia* se sitúa por encima del promedio en las dos categorías. Primero en las páginas en las que se escribe sobre fútbol. Este periódico es el que más páginas dedica al llamado "deporte rey". Mientras que *La Vanguardia* ofrece 6,8 páginas de fútbol, la media es 5,3. Es decir que se acerca a una página y media más. Y en cuanto a las páginas dedicadas a otras disciplinas deportivas que no son fútbol, cabe señalar que *La Vanguardia* es el tercero que más páginas ofrece del resto de deportes. Por detrás de *ABC* y muy cerca de *El Mundo*.

FIGURA 8.20.



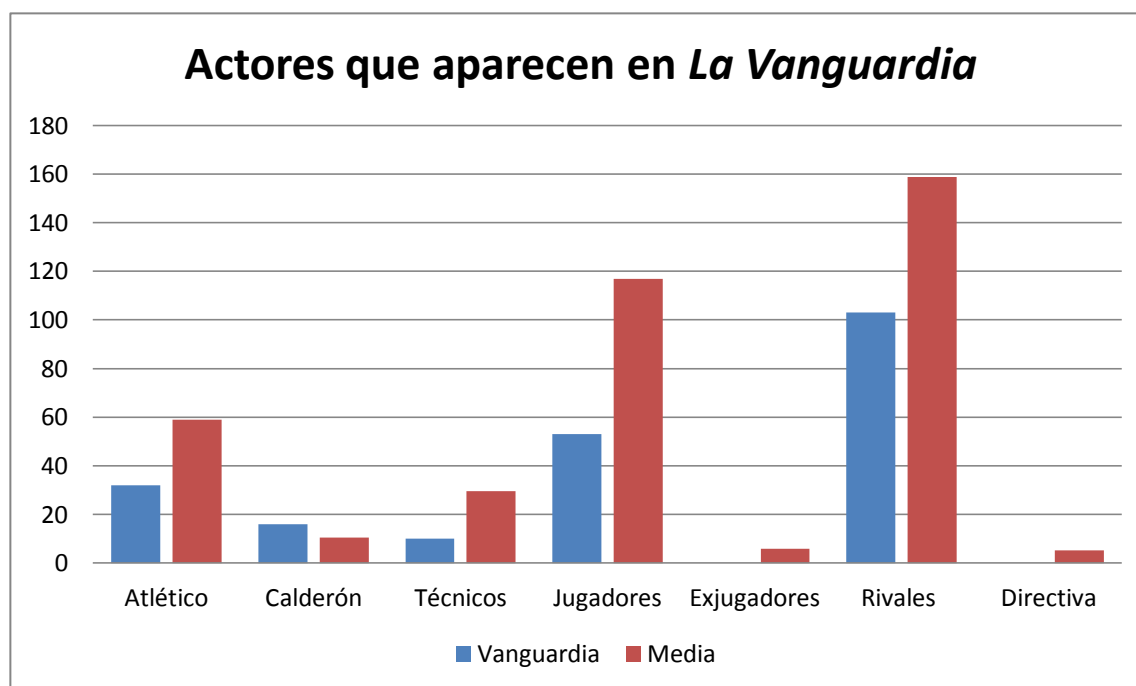
En esta categoría, *La Vanguardia* al ser el periódico que más información de fútbol publica, se sitúa por encima del promedio de cm² dedicados a este deporte de los ocho

periódicos. Se posiciona en 6576,9 cm² y la media en 4722,5 cm². Lo que significa que tiene 1854,4 cm² más. En el apartado dedicado al resto de disciplinas deportivas, *La Vanguardia*, gracias a las dimensiones de sus páginas, es el periódico que más cm² dedicó al resto de deportes.

6.9.5. Protagonistas

6.9.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en La Vanguardia

FIGURA 8.21.

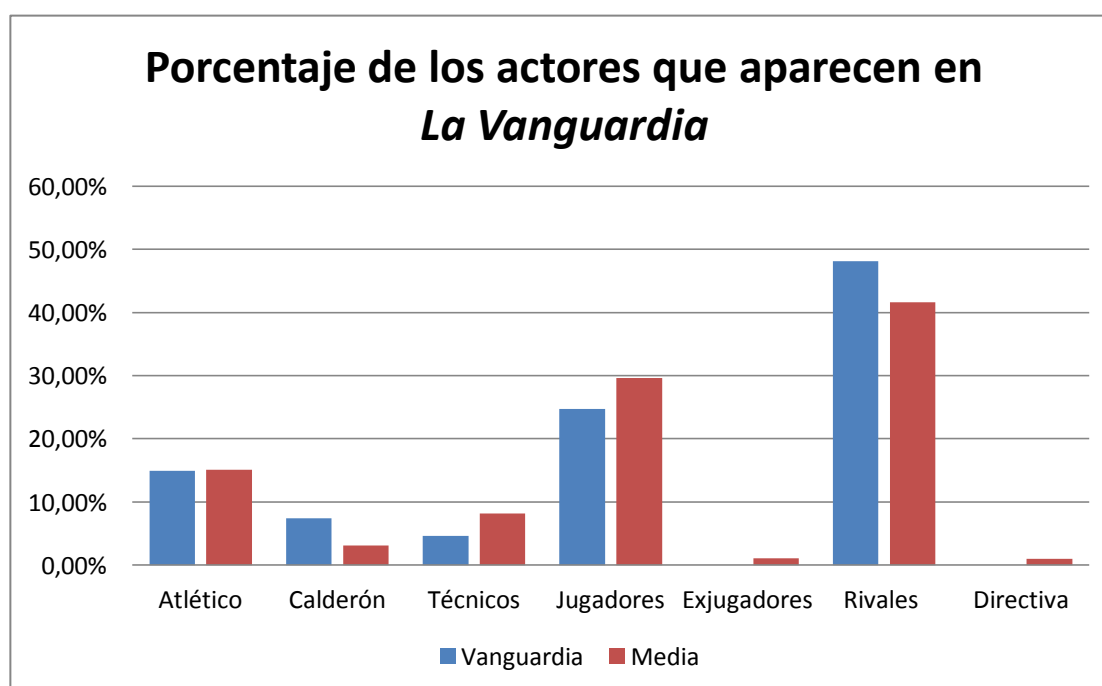


Durante el mes de noviembre de 2009, *La Vanguardia* utilizó 214 nombres propios en las informaciones relativas al Atlético de Madrid. La media fueron 390,8 nombre, por lo que este diario escribió 176,8 nombres menos que el promedio de todos los periódicos. En la categoría "Atlético", el nombre del club apareció en sus páginas 32 veces, mientras que la media se sitúa en 58,8. Es el diario que menos utilizó el nombre de la entidad. Sin embargo, no ocurre algo similar ocurre con el nombre del actual estadio del conjunto colchonero, el Vicente Calderón. *La Vanguardia* se encuentra por encima del promedio. *La Razón* y *La Vanguardia* lideran el apartado, ya que lo mencionaron más de 15 veces y el promedio se localiza en 10,5 oportunidades.

En cuanto a los "Técnicos", *La Vanguardia* los nombró 10 veces y se situó con *El Adelantado de Segovia* y *La Voz de Galicia* a la cola de la categoría. Muy lejos de *La*

Razón, que fue el diario que más citó a Quique Sánchez Flores, Abel Resino y sus ayudantes (58 veces). El promedio de las ocasiones en las que se refirieron a los técnicos fue 29,5 veces, por lo que *La Vanguardia* los nombró en 19,5 ocasiones menos. La categoría "Jugadores" está directamente relacionada con el número de noticias que aportaron los diarios y que hemos visto en puntos anteriores. *La Vanguardia* se refirió a ellos 53 veces. La media de todos los diarios es de 116,8. *La Razón* es el periódico que mencionó más nombres de futbolistas de la actual plantilla del Atlético de Madrid. *El Mundo*, *ABC* y *El País* ofrecieron unas cifras muy parecidas en cuanto a cantidad, ya que después de un mes de estudio, sólo les diferencian unos pocos nombres. En el apartado dedicado a "Exjugadores" sólo *ABC* (24) y *El Mundo* (12) mostraron algo de interés a la hora de citar a futbolistas que militaron en las filas del conjunto colchonero. La media quedó en 5,8 exjugadores nombrados. El resto de diarios sólo nombraron uno o dos exjugadores en todo el mes. En la categoría "Rivales", *La Vanguardia* mencionó a 103 adversarios, cuando el promedio estuvo en 158,75. Situándose después de *La Razón*, *El Mundo*, *Público*, *El País*, *La Voz de Galicia*, y sólo por delante de *El Adelantado de Segovia*. En cuanto a las ocasiones que se nombra la "Directiva", *La Vanguardia* fue, al igual que *La Voz de Galicia*, el único diario donde no se mencionó ni una sola vez a Enrique Cerezo, Gil Marín o García Pitarch. La media fue de 5,1 las veces que se nombró a la directiva en el mes de noviembre.

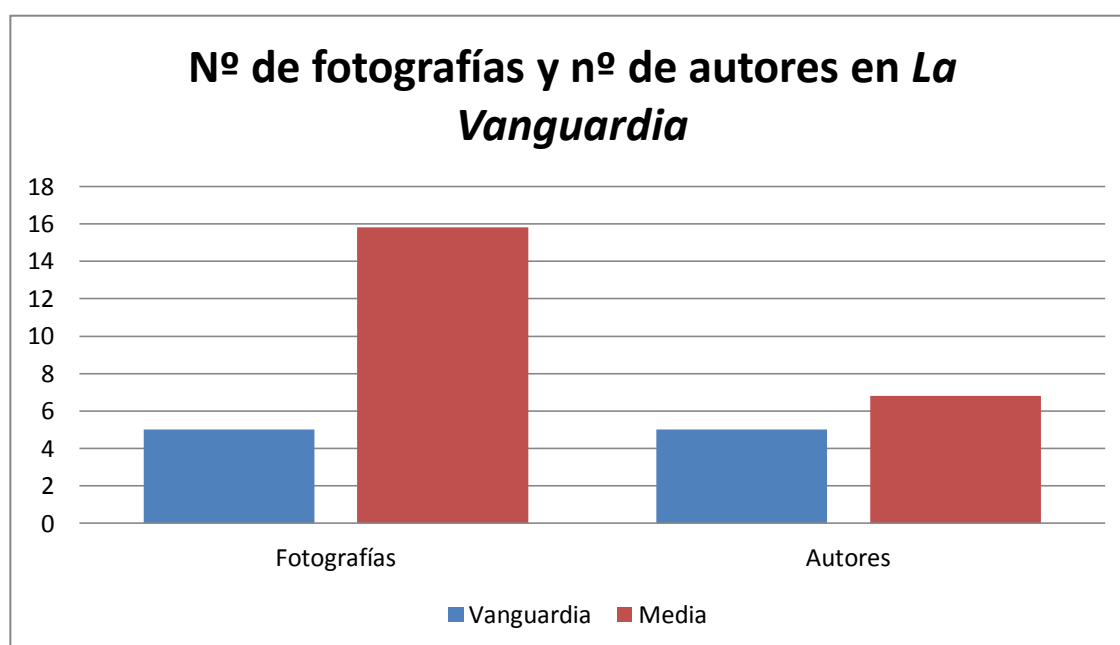
FIGURA 8.22.



En cuanto a los porcentajes, no hay grandes cambios entre este gráfico y el que hemos comentado anteriormente referido al número de actores que aparecieron en las páginas de *La Vanguardia* en noviembre de 2009. El dato donde encontramos mayor diferencia es en la categoría rivales, donde para *La Vanguardia* supuso el 48,1% y para la media 41,6%.

6.9.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en *La Vanguardia*

FIGURA 8.23.

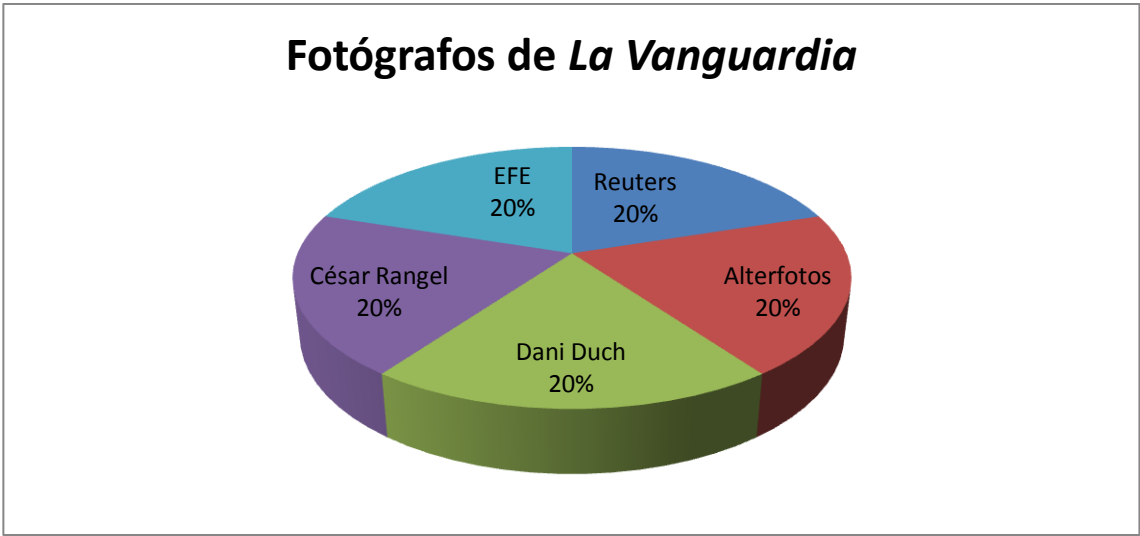


Las 10 informaciones que el diario *La Vanguardia* publicó en noviembre sobre el Atlético de Madrid fueron acompañadas por 5 fotografías, colocándose en penúltimo lugar. Bastante lejos de *El Mundo*, *ABC*, *La Razón*, *El País* y *Público* y más cerca de *El Adelantado de Segovia*. Sólo por delante de *La Voz de Galicia*. El promedio fueron 15,8 instantáneas. *La Vanguardia* también está por debajo en cuanto al número de fotógrafos cuyo trabajo precisaron durante el mes. Utilizaron 5 profesionales (muchas agencias no especifican el nombre del autor y se contabiliza como el nombre de la agencia) y la media estuvo en 6,8 fotógrafos. En este caso, sólo está por detrás de *El Mundo*, *El País*, *La Razón*, *ABC* y *Público*. Por delante de *El Adelantado de Segovia* o *La Voz de Galicia*.

A continuación, podemos observar un gráfico en el que se detalla de manera exhaustiva el número de fotografías que realizó cada uno de los fotógrafos profesionales que

participaron con sus instantáneas en las informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid en las páginas de *La Vanguardia*, durante el mes de noviembre de 2009.

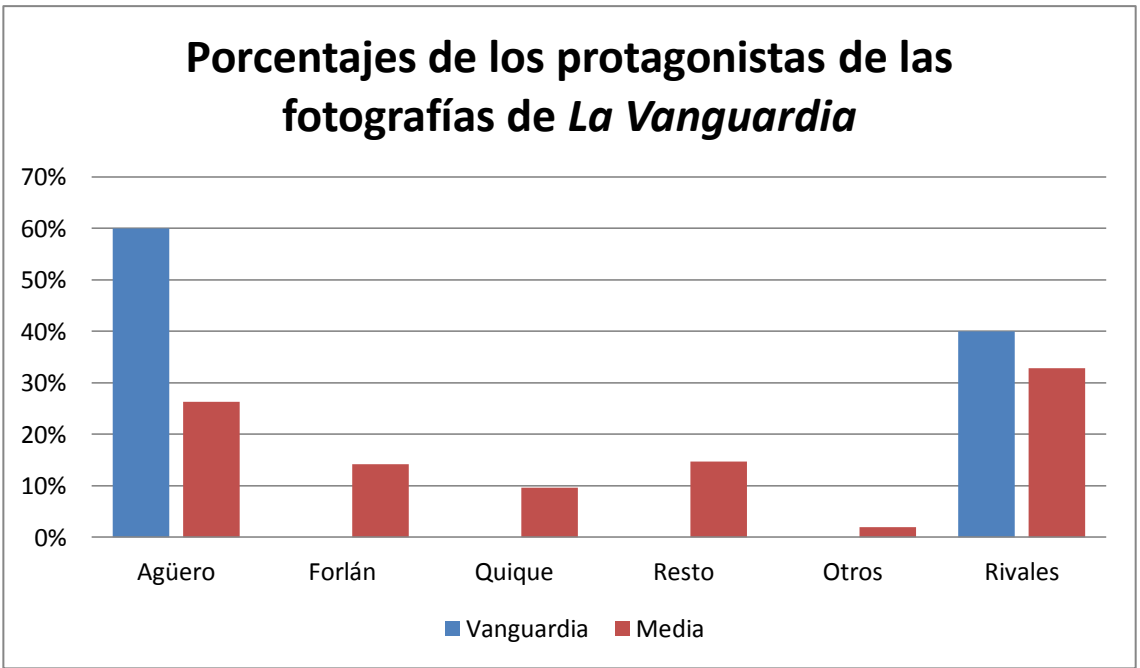
FIGURA 8.24.



El 60% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético de Madrid fueron de agencia. Dani Duch y César Rangel realizaron una foto cada uno.

6.9.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en *La Vanguardia*

FIGURA 8.25.



El 60% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético tuvieron como principales protagonistas a los jugadores de la plantillas, concretamente a Sergio "Kun" Agüero.

Se publicaron más fotos de él que del resto del equipo. El argentino Agüero salió en 3 ocasiones, lo que supone el 60% de todas las imágenes (33,7% más que la media); ni el uruguayo Forlán, ni el resto de todo el plantel sólo estuvieron presentes en alguna fotografías.

Ni siquiera el entrenador, Quique Sánchez Flores, que tuvo más espacio fotográfico que la mayoría de sus jugadores en el resto de diarios, tuvo una sola foto.

Los rivales de los compromisos que disputó el Atlético en noviembre de 2009, además de tener especial importancia en las informaciones escritas, como ya hemos visto en apartados anteriores, sí tuvieron especial relevancia en cuanto a imágenes se refiere, ya que aparecieron en 2 ocasiones, una menos de las que salió "Kun" Agüero. Sin embargo, se sitúan en un 40% y la media en 32,8%. Es decir, un 7,2% menos.

Por último, señalar que en la categoría "Otros" no estuvo representada en *La Vanguardia*, al igual que ocurriera con Forlán, el resto de jugadores de la plantilla y Quique Sánchez Flores, lo que supone un 2% menos que el promedio de todos los periódicos tomados para la muestra estudiada.

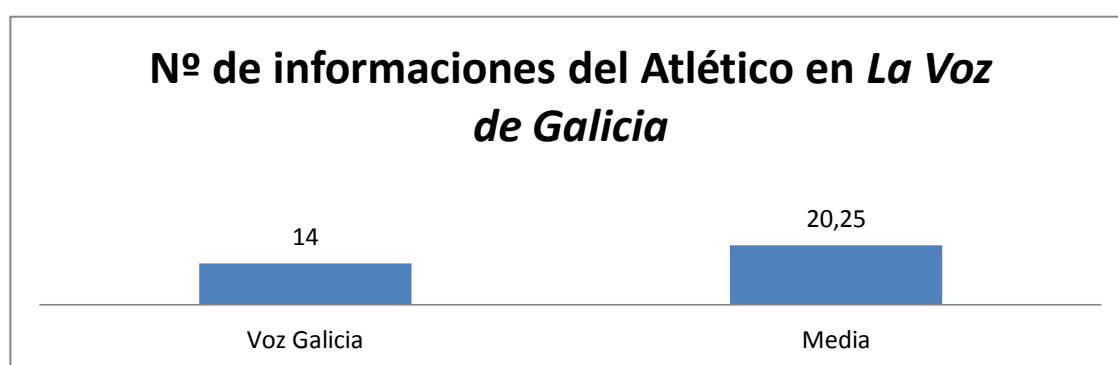
6.10. *La Voz de Galicia*

6.10.1. Informaciones

6.10.1.1. Informaciones dedicadas al Atlético en *La Voz de Galicia*

En el diario *La Voz de Galicia* aparecieron 14 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid, durante el mes de noviembre de 2009. Lo que supone que está 6,25 puntos por encima del promedio, situado en 20,25.

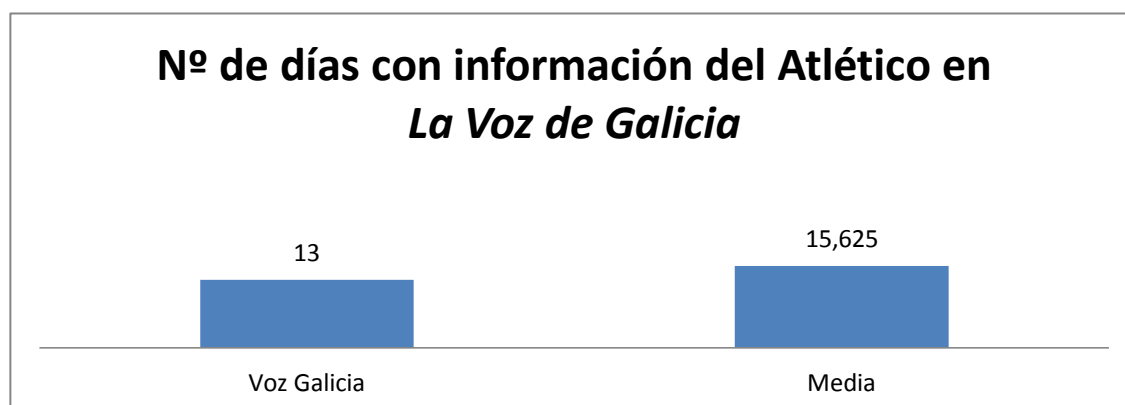
FIGURA 9.1.



Lo que supone que, de los ocho periódicos estudiados, es el séptimo en lo que a cantidad de información se refiere, con un 9%, sólo por delante de *La Vanguardia*, que cuenta con el 6%.

6.10.1.2. Días en los que apareció alguna información relacionada con el Atlético de Madrid en *La Voz de Galicia*

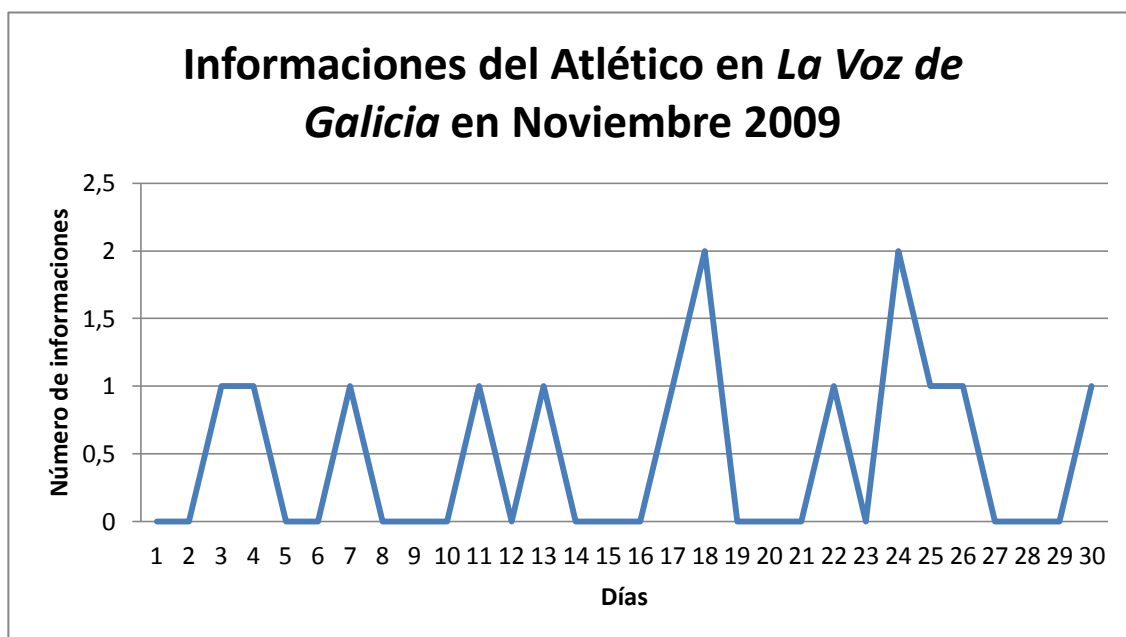
FIGURA 9.2.



Esto supone que *La Voz de Galicia* está por detrás de la mayoría de periódicos cuya sede central está en Madrid. Concretamente *ABC*, *La Razón*, *El Mundo* y *El País*. Sin embargo está por delante de *Público*, *El Adelantado de Segovia* y *La Voz de Galicia*

Lo que significa que escala dos posiciones en cuanto a días con información del conjunto colchonero se refiere. De los 30 días de muestra que seleccionados, el diario *La Voz de Galicia* informó sobre la entidad del Vicente Calderón en 14 de ellos. Lo que se traduce en que *La Voz de Galicia* realiza un seguimiento regular del equipo, ya que casi 1 de cada 2 días informa de la actualidad rojiblanca. Le concede una importancia que provoca que tenga una presencia en el periódico el 46,6% de los días del mes.

FIGURA 9.3.



Como se puede observar en el gráfico, los días que más temas se publicaron del Atlético de Madrid fueron el 18 y el 24 de noviembre, con 2 informaciones. El 18 fue debido a que el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores jugaba esa semana frente al Deportivo de la Coruña, equipo muy seguido, como es lógico, por *La Voz de Galicia*.

Hubo varias informaciones que trataban sobre la situación deportiva que atravesaba el Atlético de Madrid. El día 24 salieron dos temas relacionados con el choque que disputaron Deportivo y Atlético dos días antes.

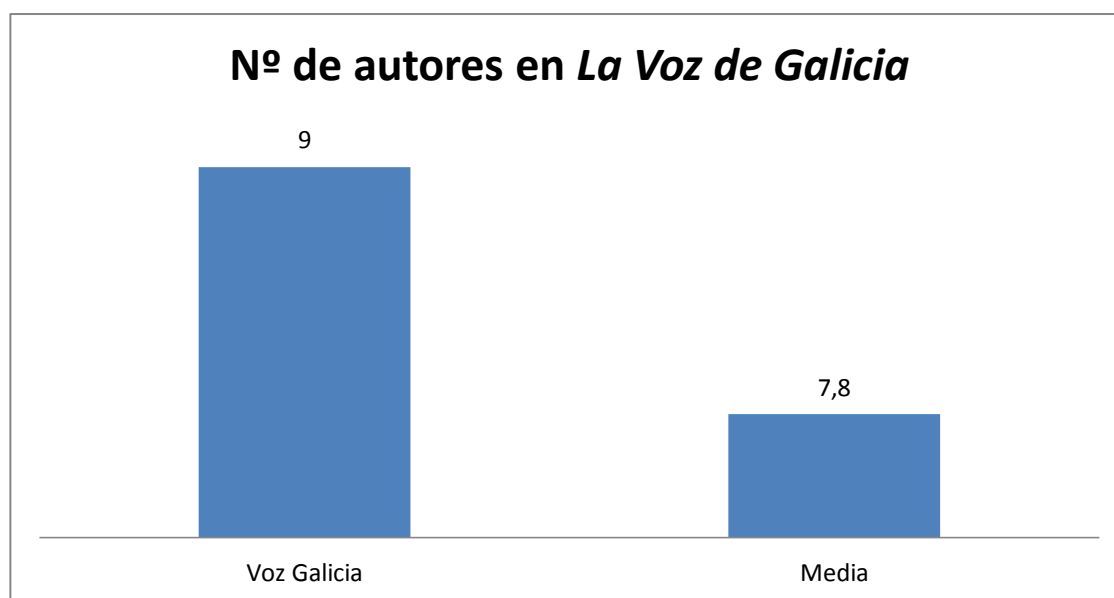
Hubo 10 días en los que apareció una información del Atlético y 18 en los que no apareció ningún tema. Hecho, este último, provocado por el parón de la competición de Liga debido a diversos compromisos de la Selección Española, lo que propició que no hubiera jornada el fin de semana del 14 de noviembre.

Es decir, que desde que el Atlético juega su partido de vuelta del los 1/16 de final de la Copa de S.M. El Rey, el martes 10 de noviembre, hasta que vuelve la Liga el 22 de noviembre, se acumulan 7 días sin noticias rojiblancas, por este motivo.

6.10.2. Autores

6.10.2.1. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid en *La Voz de Galicia*

FIGURA 9.4.



Es preciso destacar que el diario *La Voz de Galicia* es uno de los que mayor variedad de firmas presenta en las informaciones relacionadas con el Atlético. Mientras que en algunos periódicos más grandes como *La Razón* o *El Mundo* presentan 13 y 10 autores de las informaciones diferentes, *La Voz de Galicia* tiene 9, por delante de periódicos como *ABC*, *Público*, *El País* y *El Adelantado de Segovia*.

Así, el diario *La Voz de Galicia* se sitúa por encima del promedio del número de autores de todos los periódicos en 1,2 puntos. Sin embargo, como veremos a continuación, es el que menor grado de concentración de firmas presenta (1,5), muy por debajo de la

media que se sitúa 2,6 informaciones por cada autor que escribe en estos diario sobre el Atlético.

6.10.2.2. Concentración de las firmas que escribieron sobre el Atlético de Madrid en La Voz de Galicia

FIGURA 9.5.

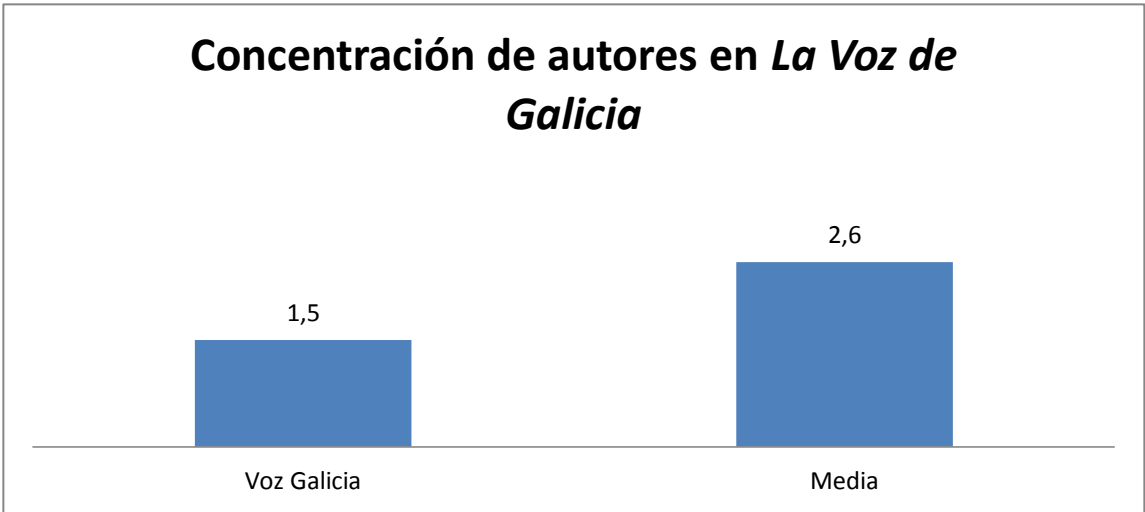
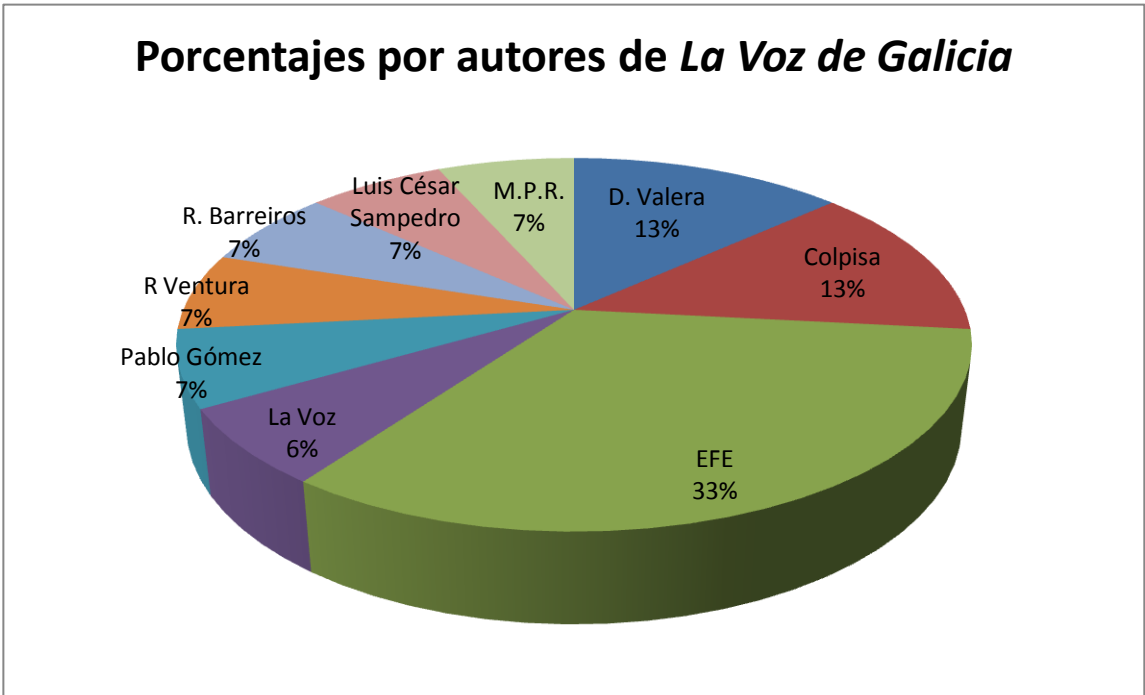


FIGURA 9.6.



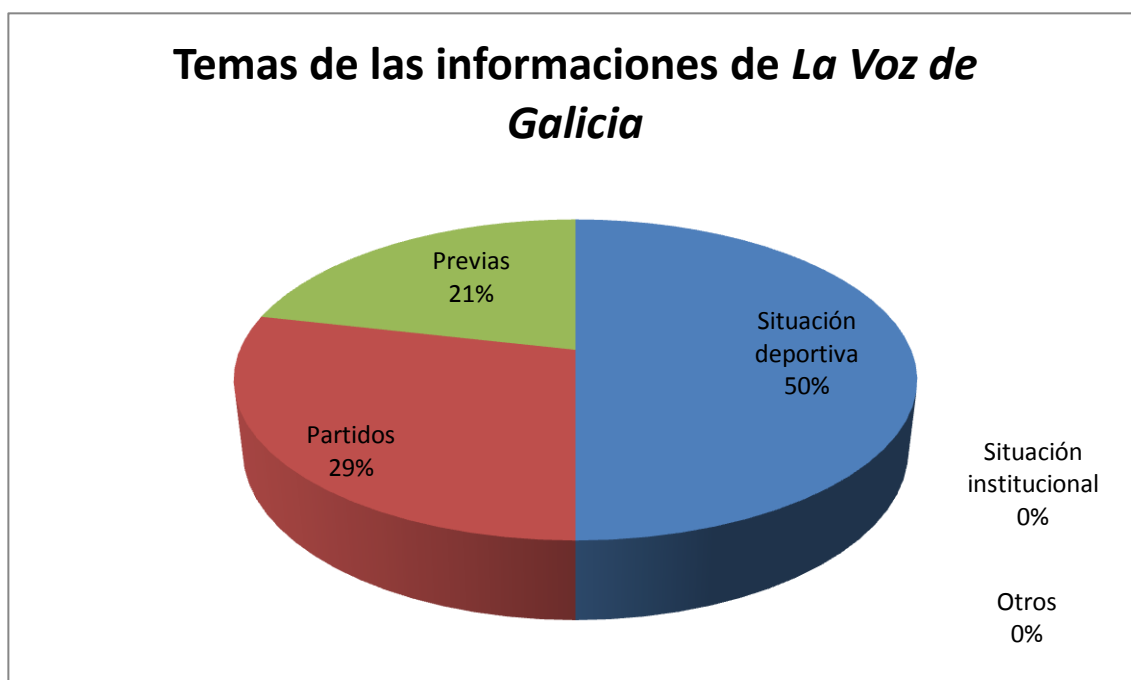
De las 14 informaciones del Atlético de Madrid aparecidas en el diario *La Voz de Galicia* durante el periodo de muestra, 5 de ellas fueron firmadas por periodistas de la

Agencia EFE. En una noticia no especificaron el nombre del autor y firmaron con el nombre del periódico. Además, publicaron 2 informaciones de la Agencia Colpisa y D. Valera hizo lo propio. Por su parte, Luis César Sampedro, Pablo Gómez, R. Barreiros y R. Ventura (estos dos últimos de manera conjunta) firmaron una información casa uno.

6.10.3. Temas y géneros periodísticos

6.10.3.1. Temas de las informaciones del Atlético en *La Voz de Galicia*

FIGURA 9.7.



Con 7 informaciones, la situación deportiva es la que conlleva un mayor espacio de las informaciones rojiblancas en *La Voz de Galicia*. Así, trataron este tema los siguientes días y con los siguientes titulares:

- 11 de noviembre: "El Atlético resucita; Villarreal y Valencia sufren demasiado".
- 13 de noviembre: "El Atlético anuncia la renovación de Jurado hasta el año 2013".
- 17 de noviembre: "El gafe colchonero de Lotina".
- 18 de noviembre: "El Atlético, un grande en letras minúsculas".
- 18 de noviembre: "El Atlético de Madrid, siete puntos peor que el año del descenso".

-24 de noviembre: "Lotina se quitó su gafe con el Atlético y lo derrotó por primera vez desde que llegó a A Coruña".

-24 de noviembre: "Juanito: Es una situación muy crítica y lo prioritario es salir".

Los partidos que disputó el conjunto dirigido por Quique Sánchez Flores también tuvieron una especial repercusión (aunque menos que en otros diarios) en las páginas de *La Voz de Galicia*, con 4 informaciones:

-4 de noviembre: "Drogba elimina de la Champions a un buen Atlético".

-22 de noviembre: "El Deportivo aprovecha su ejercicio de fe ante el Atlético".

-26 de noviembre: "El Atlético agoniza para meterse en la Europa League".

-30 de noviembre: "Agüero desguaza al Espanyol".

En tercer lugar, en cuanto a cantidad, aparece lo que en el argot futbolístico se conoce como "previas", con 3:

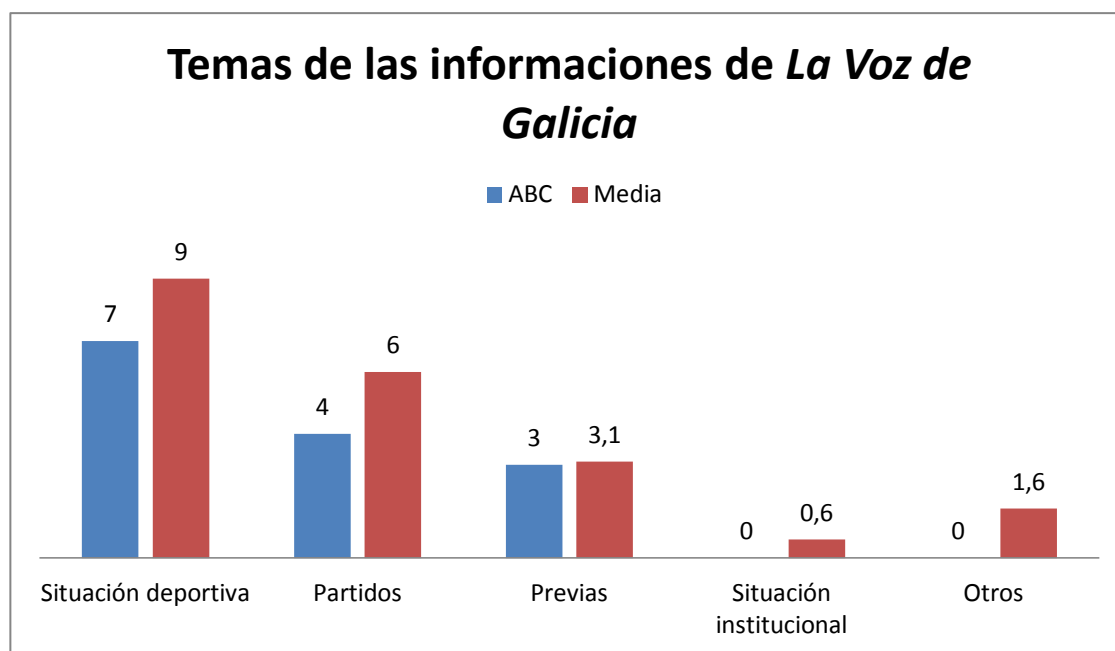
-3 de noviembre: "El Atleti obligado a ganar al Chelsea para seguir vivo".

-7 de noviembre: "El clásico de las necesidades".

-25 de noviembre: "El Atlético busca cerrar en Chipre su clasificación para la Liga Europa".

Ni la situación institucional ni la categoría "otros" estuvieron presentes en las páginas de *La Voz de Galicia*.

FIGURA 9.8.



El diario *La Voz de Galicia* ofrece un seguimiento de la situación deportiva del Atlético inferior al promedio de todos los periódicos que hemos estudiado. *La Voz de Galicia* publicó 7 informaciones, es decir, 2 menos que la media. Igualado con *Público* y sólo por delante de *El Adelantado de Segovia*.

En la segunda categoría, *La Voz de Galicia*, en este caso, tampoco llega cifras del promedio de 6 partidos. Cubrieron los 5 choques que disputó el conjunto atlético durante el mes de noviembre, pero del que disputó el 11 de noviembre ante el Marbella, en partido correspondiente a la Copa de S. M. El Rey, no realizaron una crónica al uso, sino que resumieron todos los resultados de la ronda copera en una sola noticia, por lo que la incluimos dentro de apartado "Situación deportiva". Además no se hicieron eco de dos partidos ligeros que el Atlético disputó dos sábados, a partir de las 22 horas, como que el encuentro ante el Athletic Club y el derbi ante el Real Madrid. En esta categoría se sitúa en última posición.

En el apartado "Previas" ofrece de nuevo unos números muy similares a la media, que es 3,1, por los 3 de *La Voz de Galicia*. Si tenemos en cuenta que en el periodo de muestra hubo margen para haber publicado 6 previas, *La Voz de Galicia* sólo lo hizo la mitad de los encuentros, por detrás de *La Razón*, *El Mundo* y *El Adelantado de Segovia*.

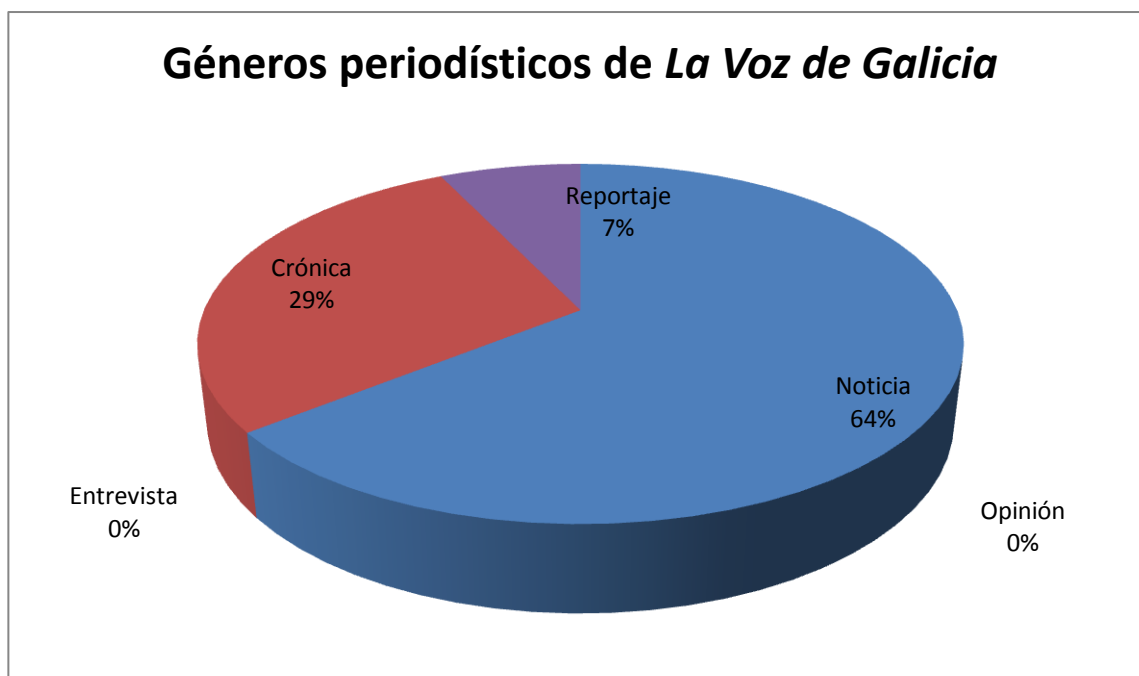
El diario *La Voz de Galicia* no ofreció ningún tipo de seguimiento de la situación institucional del Atlético, al igual que *El Adelantado de Segovia*, *El País*, *Público* y *La Voz de Galicia*. Obviamente, se encuentra por debajo del promedio en 0,625 informaciones.

Y en la categoría "Otros", mientras que el promedio se situó en 1,5 informaciones, *La Voz de Galicia* no publicó ni un solo tema, por lo que ocupa en este apartado también el último lugar.

6.10.3.2. Géneros periodísticos utilizados en las informaciones del Atlético en *La Voz de Galicia*

Recordemos que establecimos cinco categorías diferentes en este apartado: la noticia, el reportaje, la crónica, la entrevista y el artículo de opinión.

FIGURA 9.9.



Durante el mes de noviembre de 2009, *La Voz de Galicia* publicó 9 noticias relacionadas con el Atlético de Madrid:

-3 de noviembre: "El Atleti obligado a ganar al Chelsea para seguir vivo".

-7 de noviembre: "El clásico de las necesidades".

-11 de noviembre: "El Atlético resucita; Villarreal y Valencia sufren demasiado".

-13 de noviembre: "El Atlético anuncia la renovación de Jurado hasta el año 2013".

-18 de noviembre: "El Atlético, un grande en letras minúsculas".

-18 de noviembre: "El Atlético de Madrid, siete puntos peor que el año del descenso".

-24 de noviembre: "Lotina se quitó su gafe con el Atlético y lo derrotó por primera vez desde que llegó a A Coruña".

-24 de noviembre: "Juanito: Es una situación muy crítica y lo prioritario es salir".

-25 de noviembre: "El Atlético busca cerrar en Chipre su clasificación para la Liga Europa".

Cubrieron 5 de los 7 encuentros que disputó el Atlético de Madrid, como hemos visto en el apartado anterior, pero hemos considerado que realizaron 4 crónicas:

-4 de noviembre: "Drogba elimina de la Champions a un buen Atlético".

-22 de noviembre: "El Deportivo aprovecha su ejercicio de fe ante el Atlético".

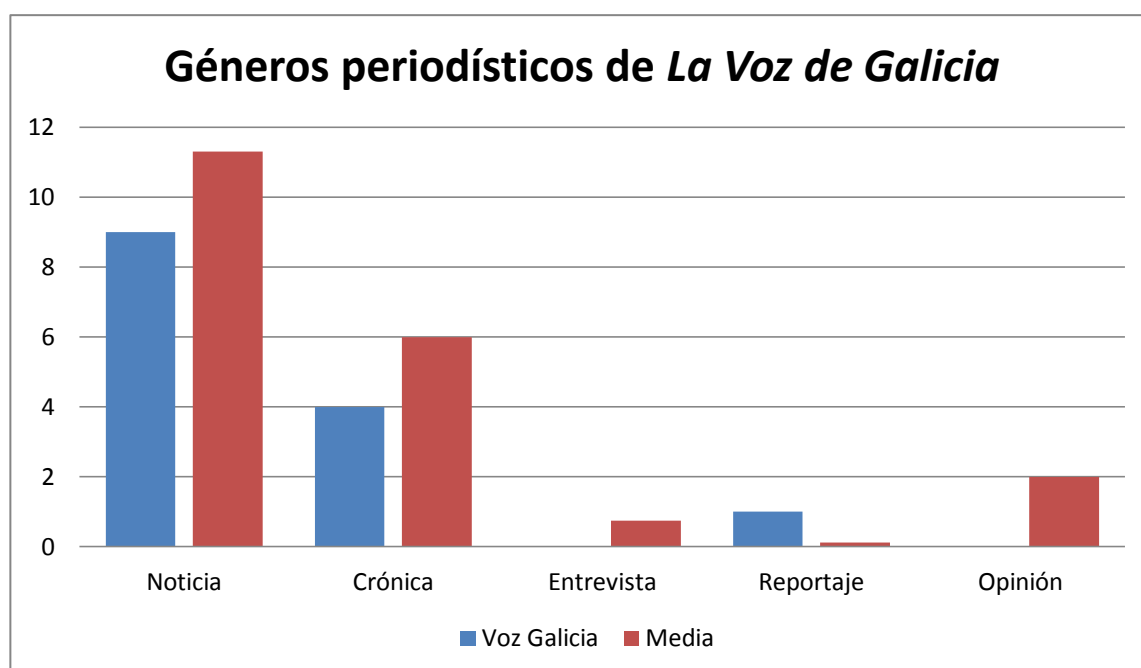
-26 de noviembre: "El Atlético agoniza para meterse en la Europa League".

-30 de noviembre: "Agüero desguaza al Espanyol".

No realizaron ninguna entrevista, ni columnas de opinión, pero hicieron el único reportaje que hubo a lo largo del mes de noviembre en todos los periódicos analizados en la muestra:

-17 de noviembre: "El gafe colchonero de Lotina".

FIGURA 9.10.



En cuanto al número de noticias, el diario *La Voz de Galicia* publicó 9, de los ocho periódicos estudiados fue el quinto. Situándose con 2,3 noticias por debajo de un promedio, cuyo resultado es 11,3. *ABC*, *El Mundo*, *La Razón* y *El País* están por delante, mientras que *El Adelantado de Segovia*, *Público* y *La Vanguardia* están por detrás.

En la segunda categoría, *La Voz de Galicia* está por debajo del promedio de 6 crónicas. Como hemos visto anteriormente, al referirnos a los temas sobre los que trataban las diversas informaciones, recordamos que cubrieron los 5 de los 7 choques que disputó Atlético durante el mes de noviembre, pero del partido de Copa que disputó el 11 de noviembre ante el Marbella, no realizaron una crónica al uso, sino que resumieron todos los resultados de la ronda copera en una sola noticia, por lo que la incluimos dentro de apartado "Noticias".

Además, no se hicieron eco de dos partidos ligeros que el Atlético disputó dos sábados, a partir de las 22 horas, como que el encuentro ante el Athletic Club y el derbi ante el Real Madrid.

Como hemos comentado, *La Voz de Galicia*. no hizo ninguna entrevista a personajes relacionados con la actualidad atlética, al igual que *El Adelantado de Segovia* y *La*

Vanguardia. Por lo que, a pesar de que el promedio no es elevado (0,875), se encuentra por debajo.

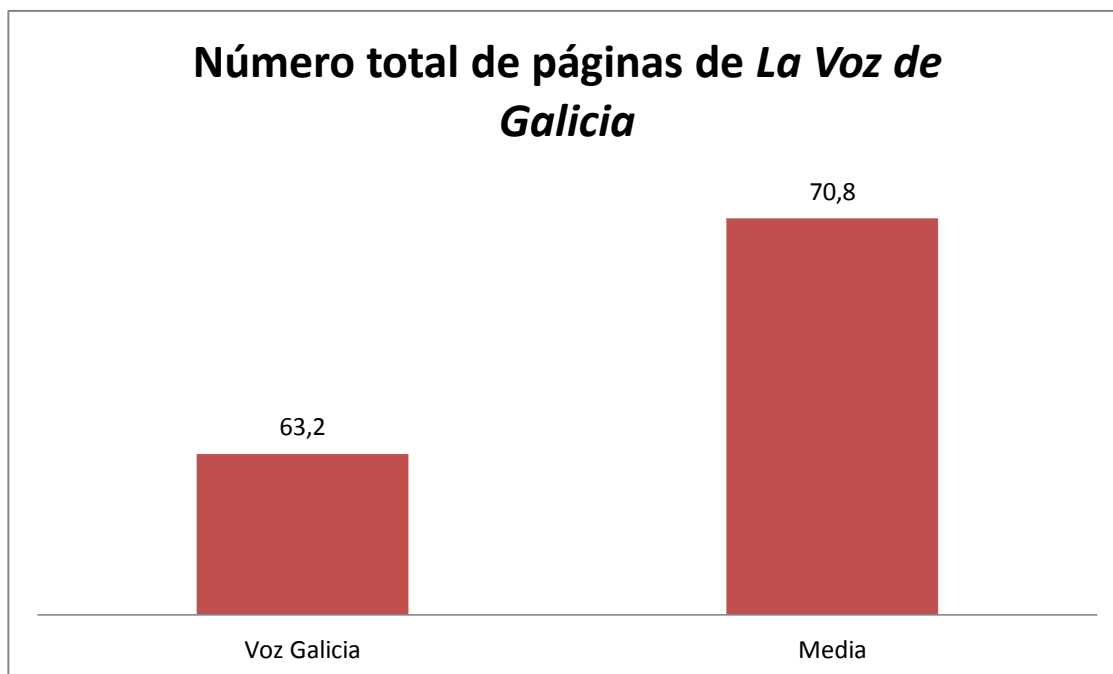
En cuanto a los reportajes, hay que indicar que ningún periódico utilizó este género, excepto *La Voz de Galicia*, que lo hizo una sola vez. Lo que sitúa la media en 0,1 reportaje de media, por lo que es el único que está por encima.

Y, por último, el género de opinión. Durante el mes de noviembre *La Voz de Galicia* no utilizó este género para tratar la actualidad del Atlético de Madrid. Se sitúa al mismo nivel que *El País*, *La Vanguardia* y *ABC*, muy lejos de *La Razón* y *Público* que son los que más columnas de opinión publicaron. Como es lógico, se encuentra por debajo del promedio en 1,875 columnas.

6.10.4. Espacio dedicado en La Voz de Galicia

6.10.4.1. Páginas del diario La Voz de Galicia

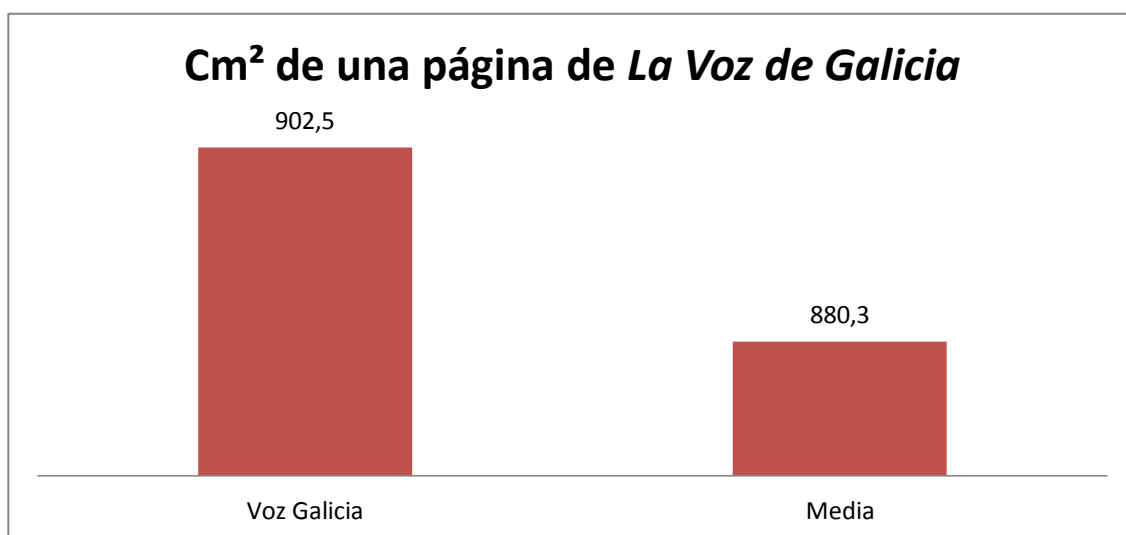
FIGURA 9.11.



El periódico *La Voz de Galicia* es el cuarto que sale a la calle con más páginas, a pesar de que ofrece 7,6 páginas menos que el promedio de todos los diarios. Está lejos de *ABC*, *La Razón* y *La Vanguardia*, pero por delante de *El Mundo*, *El País* o *Público*. Y aventaja en más de diez páginas a *El Adelantado de Segovia*.

6.10.4.2. Superficie de una página de *La Voz de Galicia*

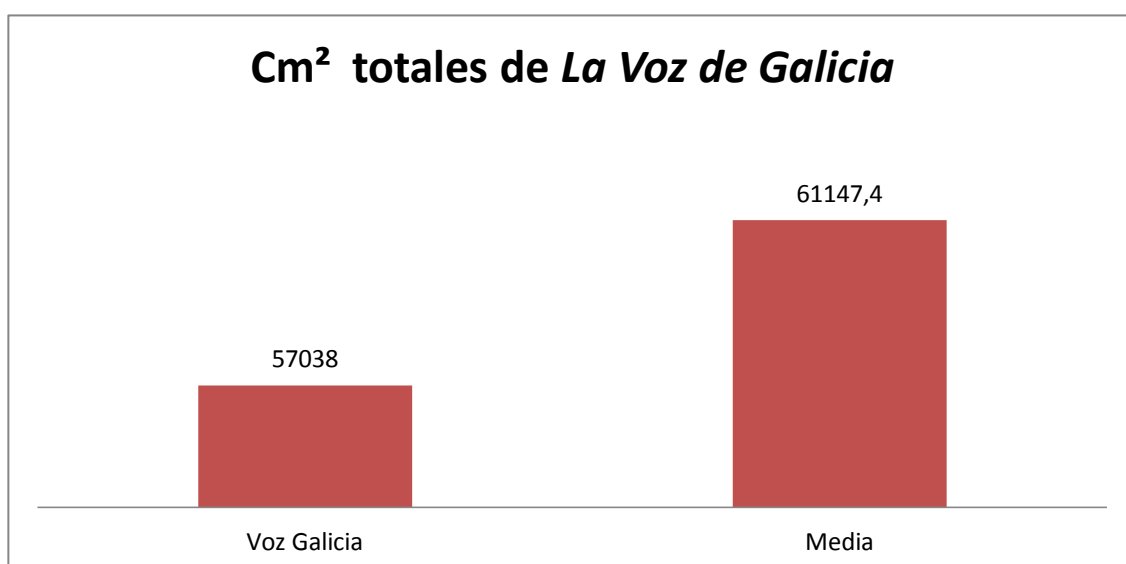
FIGURA 9.12.



El diario *La Voz de Galicia* ocupa la quinta posición en cuanto a sus dimensiones por página (36,1 cm de largo x 25 cm de ancho). Tiene 22,2 cm² más que el promedio de los periódicos tomados para la muestra. Se coloca por detrás de *La Vanguardia*, *Público*, *el Adelantado de Segovia* y *El País*. Aunque se sitúa por delante de diarios de la importancia de *El Mundo*, *La Razón* o *ABC*.

6.10.4.3. Superficie total de las páginas de *La Voz de Galicia*

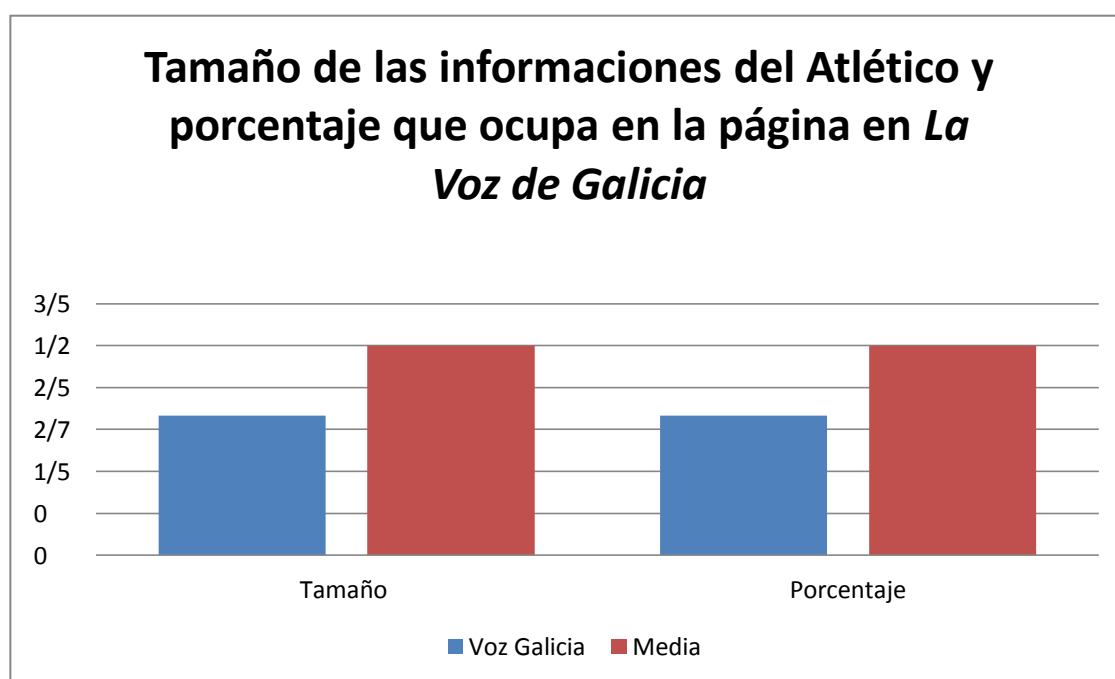
FIGURA 9.13.



En el gráfico se puede apreciar como *La Voz de Galicia* está por debajo del promedio en lo que a cm² totales se refiere. Pierde un puesto, respecto al número total de páginas, y se convierte en el quinto periódico que se sitúa en este apartado. Presenta datos muy similares a *El País* y *Público*, sus más inmediatas referencias por delante y por detrás, respectivamente.

6.10.4.4. Tamaño de las informaciones del Atlético en *La Voz de Galicia*

FIGURA 9.14.

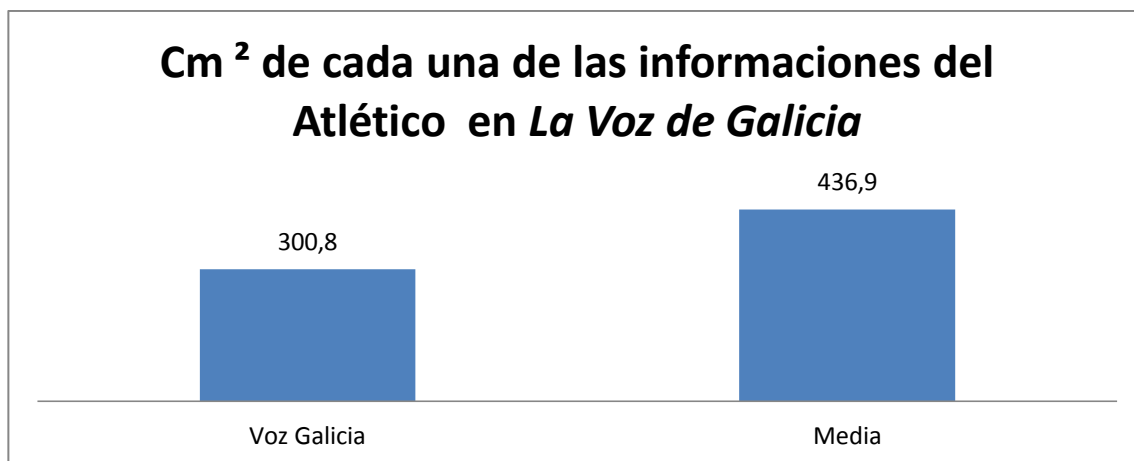


La Voz de Galicia es uno de los periódicos cuyas informaciones relativas a la actualidad del Atlético de Madrid respecto al tamaño de su página. La media de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en este periódico se sitúa en 1/3, es decir, el 33,3% de la página, mientras que la media de todos los diarios es 1/2, lo que supone el 50% de la misma.

Lo que significa que las informaciones de *La Voz de Galicia* ocupan un 16,7% menos que el promedio. En este sentido sólo está por delante de *El Adelantado de Segovia*, que se sitúa en último lugar, con el 28% de su espacio. Y está a lejos de los periódicos que le aventajan, como son *Público*, *La Razón*, *El País* y *La Vanguardia*.

6.10.4.5. Superficie de cada una de las informaciones del Atlético en La Voz de Galicia

FIGURA 9.15.

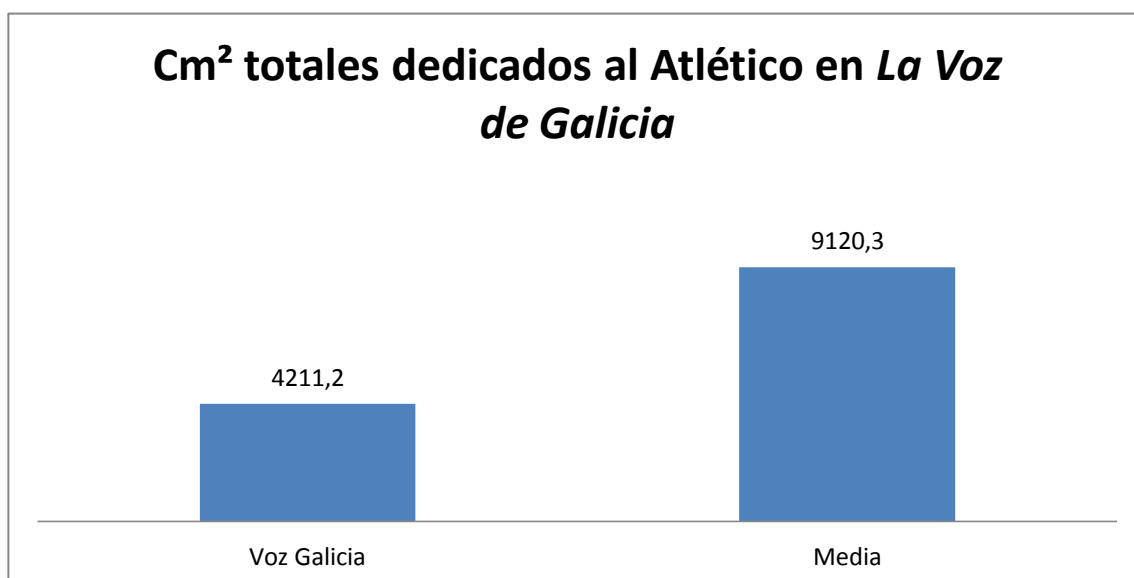


Una vez más, *La Voz de Galicia* se sitúa por debajo del promedio. En este caso, en cuanto a cm² de cada una de las informaciones que del Atlético que aparecieron en sus páginas. *La Voz de Galicia* aporta 300,8 cm² y la media es 436,9 cm².

Lo que supone 136,1 cm² menos. En este punto, se encuentra por detrás de *El Mundo*, *Público*, *La Vanguardia*, *El País*, *La Razón* y *ABC*, sólo por delante de *El Adelantado de Segovia*.

6.10.4.6. Superficie total dedicada al Atlético en La Voz de Galicia

FIGURA 9.16.

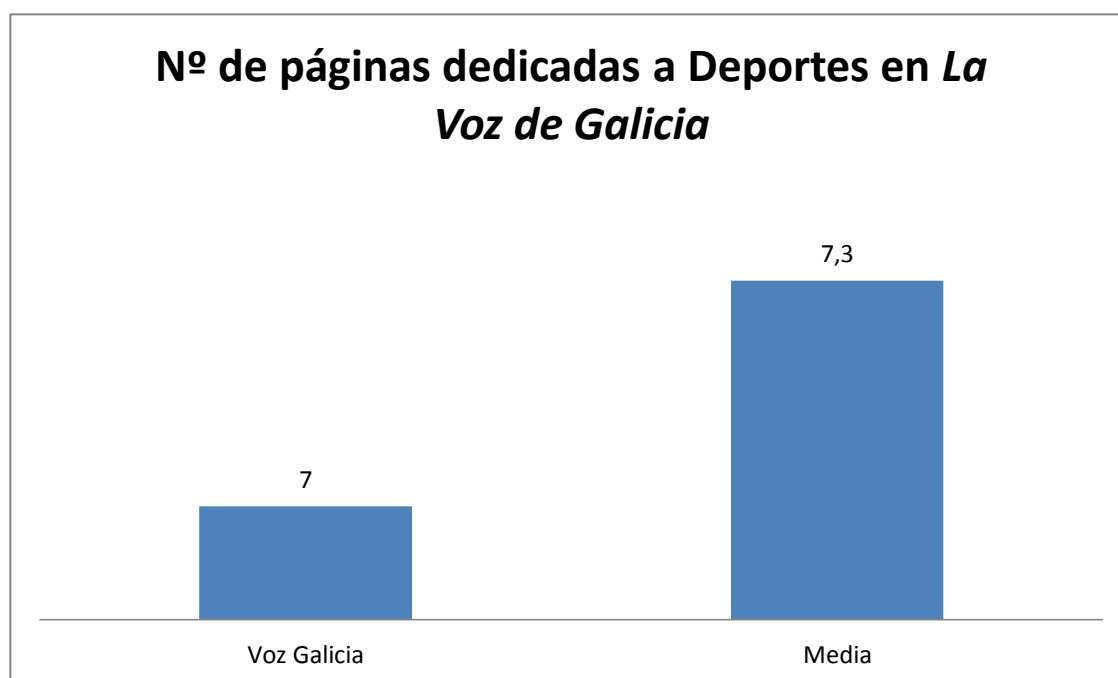


Recordemos que para obtener el resultado de este gráfico, tuvimos en cuenta los datos de la media del tamaño de las informaciones de cada periódico por la media de los cm² de página de cada diario. Así supimos los cm² de cada información del Atlético que aparece en cada uno de estos periódico y este dato lo multiplicamos por el número de informaciones rojiblancas aparecidas en las páginas de cada uno.

En este apartado, el promedio es 9120,3 cm² y *La Voz de Galicia* aporta menos de la mitad de los cm², concretamente 4211,2 cm². Lo que supone 4909,1 cm² menos. Aquí coincide su posición de número de informaciones y de cm² totales dedicados al club de la ribera del Manzanares, ya que fue el segundo que menos temas ofreció del Atlético y es también penúltimo en cm² dedicados al conjunto rojiblanco.

6.10.4.7. Páginas dedicadas a la sección de Deportes en *La Voz de Galicia*

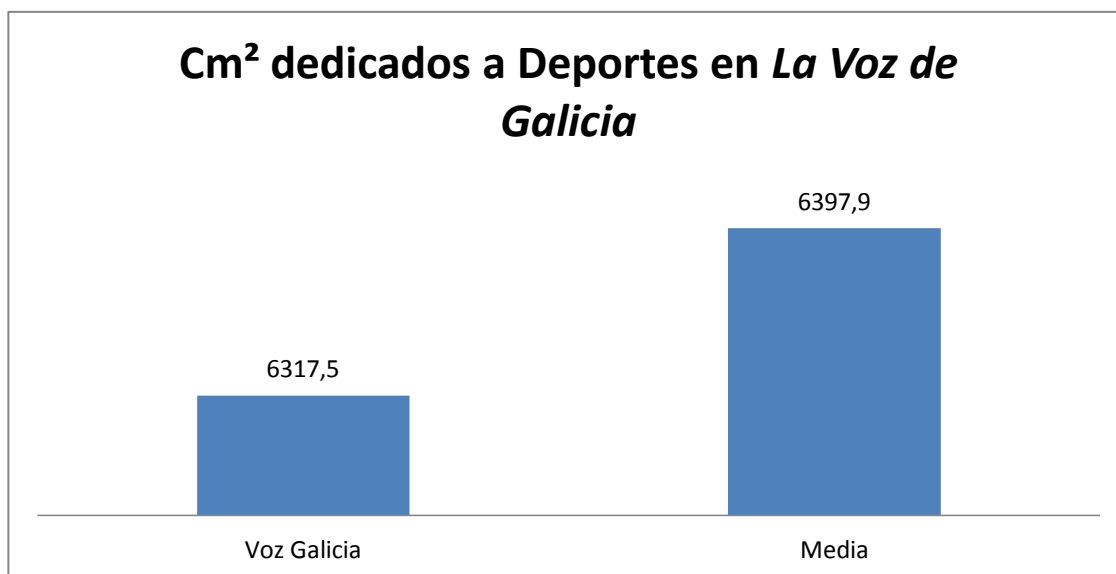
FIGURA 9.17.



En la figura podemos observar la media del número de páginas de *La Voz de Galicia* dedicadas a la sección de Deportes, en los días que aparecieron informaciones del Atlético de Madrid y el promedio de todos los diarios. *La Vanguardia*, *ABC* y *El Mundo* se posicionan por delante en este apartado de *La Voz de Galicia*, que ocupa un lugar de privilegio respecto a periódicos más potentes, como es el caso de *La Razón*, *El País* o *Público* que le siguen de cerca. Situándose con 0,3 páginas de Deportes menos que el promedio de periódicos.

6.10.4.8. Superficie dedicada a Deportes en *La Voz de Galicia*

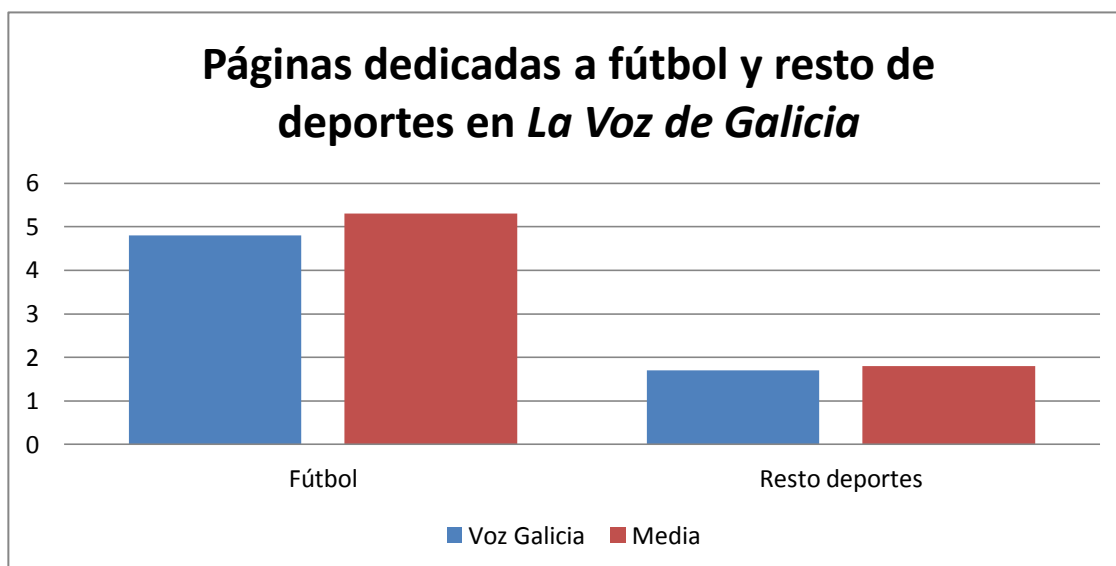
FIGURA 9.18.



La media de cm² de las páginas dedicadas a Deportes, de todos los diarios que hemos estudiado en la muestra del mes de noviembre de 2009 es de 6397 cm². Sólo dos diarios, en este caso *La Vanguardia* y *El Mundo*, se situaron por encima de la misma. *La Voz de Galicia* se posicionó en tercera posición. Por delante de periódicos de relevancia como *El País*, *ABC*, *Público* o *La Razón*, además de *El Adelantado de Segovia*.

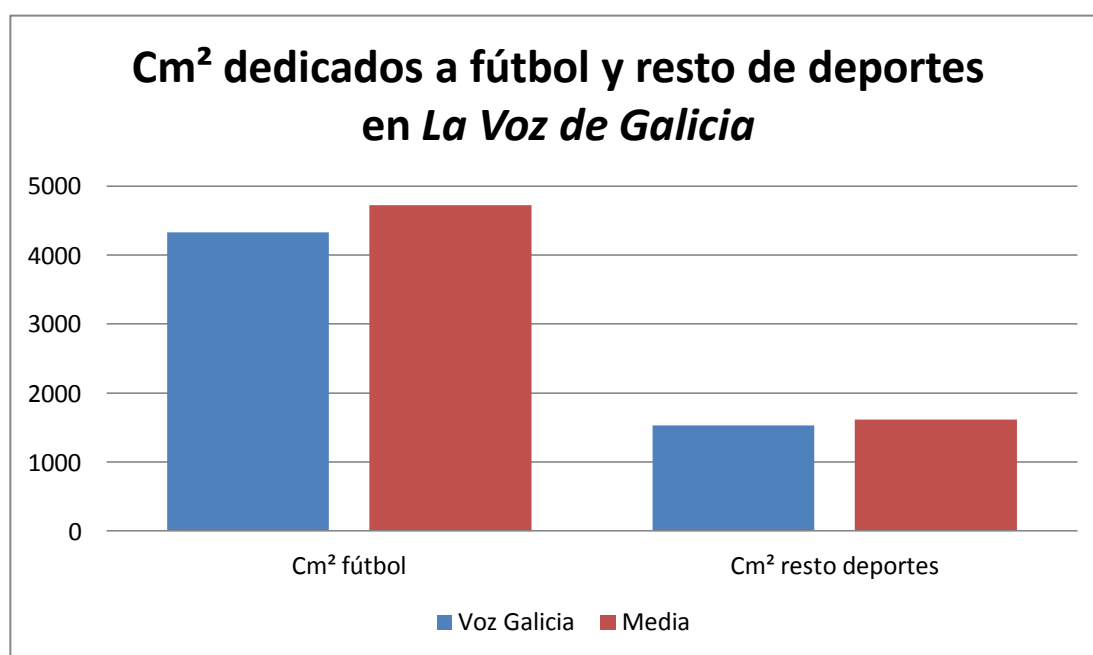
6.10.4.9. Páginas y superficie dedicadas al fútbol y al resto de deportes en *La Voz de Galicia*

FIGURA 9.19.



En esta gráfico vemos como *La Voz de Galicia* se situó por debajo del promedio en las dos categorías. Primero en las páginas en las que se escribe sobre fútbol. Este periódico es el segundo por la cola, junto a *La Razón*, que menos páginas dedica al llamado "deporte rey". Mientras que *ABC* ofreció 4,8 páginas de fútbol, la media es 5,3. Es decir que se acercó a media página menos. Sólo *El Adelantado de Segovia* ofreció menos páginas dedicadas al deporte del fútbol. Y en cuanto a las páginas dedicadas a otras disciplinas deportivas, cabe señalar que *La Voz de Galicia* fue el sexto que más páginas ofreció del resto de deportes. Así, mientras que la media se posiciona en 1,8, *La Voz de Galicia* tiene 1,7.

FIGURA 9.20.



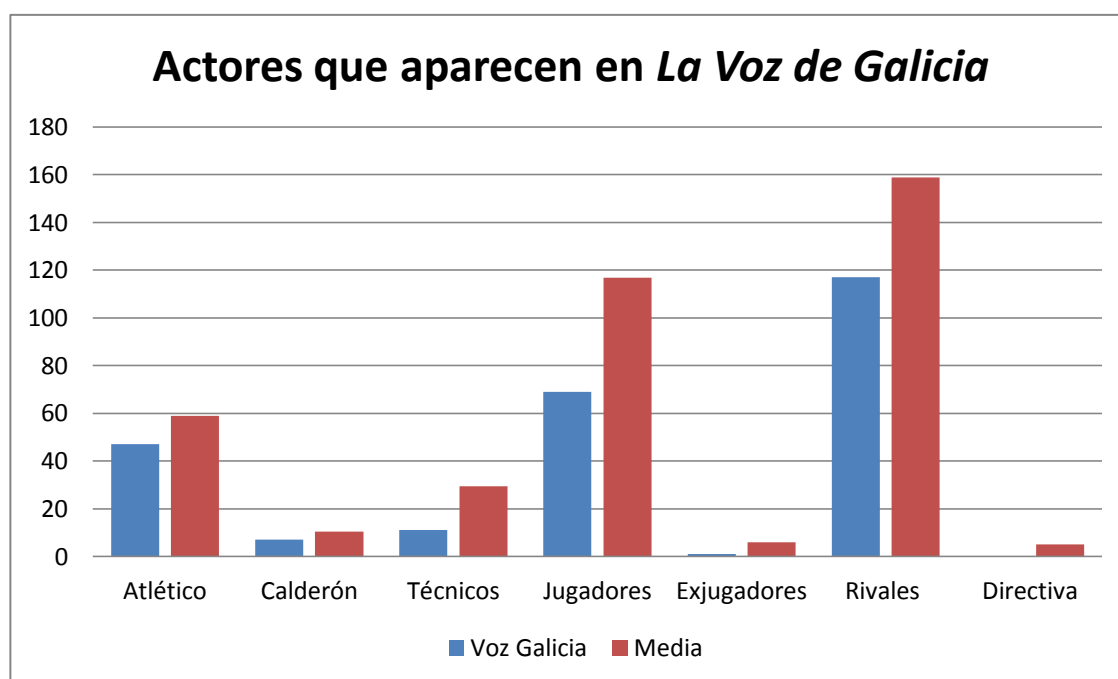
En esta categoría, *La Voz de Galicia* se sitúa por debajo del promedio de cm² dedicados a este deporte de los ocho periódicos. Se situó en 4332 cm² y la media en 4722,5 cm². Lo que significa que tuvo 390,5 cm² menos. Está en quinto lugar, por detrás de *La Vanguardia*, *El Mundo*, *Público* y *El País*, pero por delante de *ABC*, *El Adelantado de Segovia* y *La Razón*.

En el apartado dedicado al resto de disciplinas deportivas, *La Voz de Galicia*, se posiciona quinto detrás de *La Vanguardia*, *El Mundo ABC* y *El Adelantado de Segovia*.

6.10.5. Protagonistas

6.10.5.1. Actores que aparecen en las informaciones del Atlético en La Voz de Galicia

FIGURA 9.21.



Durante el mes de noviembre de 2009, *La Voz de Galicia* utilizó 252 nombres propios en las informaciones relativas al Atlético de Madrid. La media fueron 138,8 nombres, por lo que este diario escribió 113,2 nombres menos que el promedio de todos los periódicos. En la categoría "Atlético", se mantuvo prácticamente en los datos del resto, es decir, siempre por debajo del promedio. El nombre del club apareció en sus páginas 47 veces, mientras que la media se sitúa en 58,8. Sólo por delante de *La Vanguardia* y *El Adelantado de Segovia*.

Algo similar ocurre con el nombre del actual estadio del conjunto colchonero, el Vicente Calderón. *La Voz de Galicia* se encuentra ligeramente por debajo de la media, pero con datos muy similares, aunque lejos cifras como las de *La Razón* y *La Vanguardia* que lo hicieron más de 15 veces. Así en este diario se mencionó el estadio en 7 ocasiones y el promedio se localiza en 10,5 oportunidades.

En cuanto a los "Técnicos", *La Voz de Galicia* citó a Quique Sánchez Flores, Abel Resino y sus ayudantes 11 veces. El promedio de las ocasiones en las que se refirieron

a los técnicos fue 29,5 veces, por lo *La Voz de Galicia* repite al final de la clasificación con *El Adelantado de Segovia* y *La Vanguardia*.

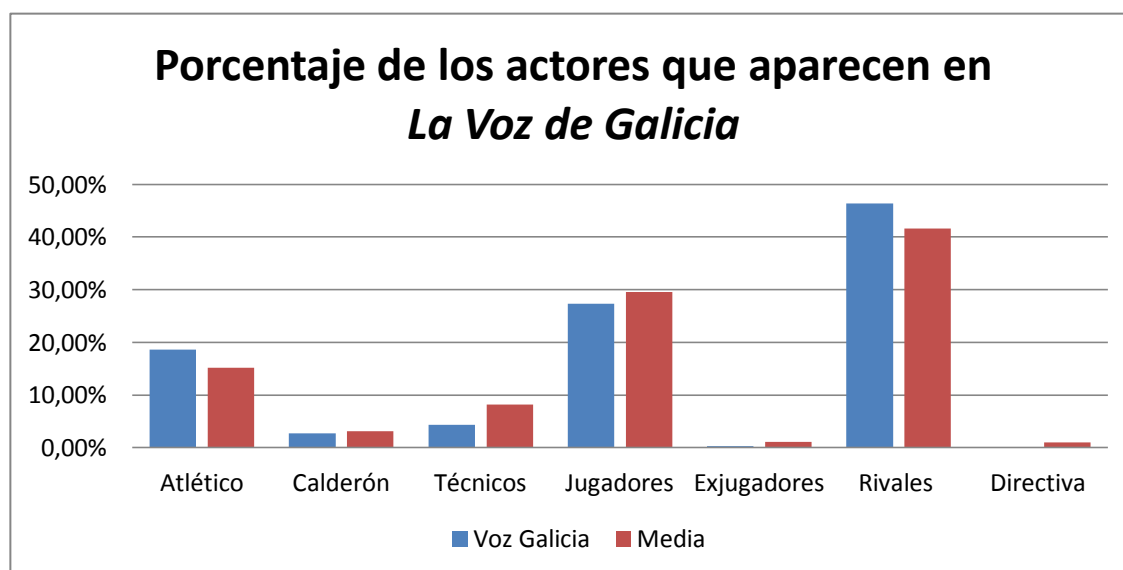
La categoría "Jugadores" está directamente relacionada con el número de noticias que aportaron los diarios y que hemos visto en puntos anteriores. *La Voz de Galicia* se refirió a ellos 69 veces. La media de todos los diarios es de 116,8. Solamente *El Adelantado de Segovia* y *La Vanguardia* nombraron menos jugadores.

En el apartado dedicado a "Exjugadores" sólo *ABC* (24) y *El Mundo* (12) mostraron algo de interés a la hora de citar a futbolistas que militaron en las filas del conjunto colchonero. La media quedó en 5,8 exjugadores nombrados. El resto de diarios sólo nombraron uno o dos ex jugadores en todo el mes.

En la categoría "Rivales", *La Voz de Galicia* mencionó a 117 adversarios, cuando la media estuvo en 158,75. Situándose después de *La Razón*, *El Mundo*, *Público* y *El País*, pero por delante de *La Vanguardia* y *El Adelantado de Segovia*.

En cuanto a las ocasiones que se nombra la "Directiva", *La Voz de Galicia* fue, al igual que *La Vanguardia*, el único diario donde no se mencionó ni una sola vez a Enrique Cerezo, Gil Marín o García Pitarch. La media fue de 5,1 las veces que se nombró a la directiva en el mes de noviembre.

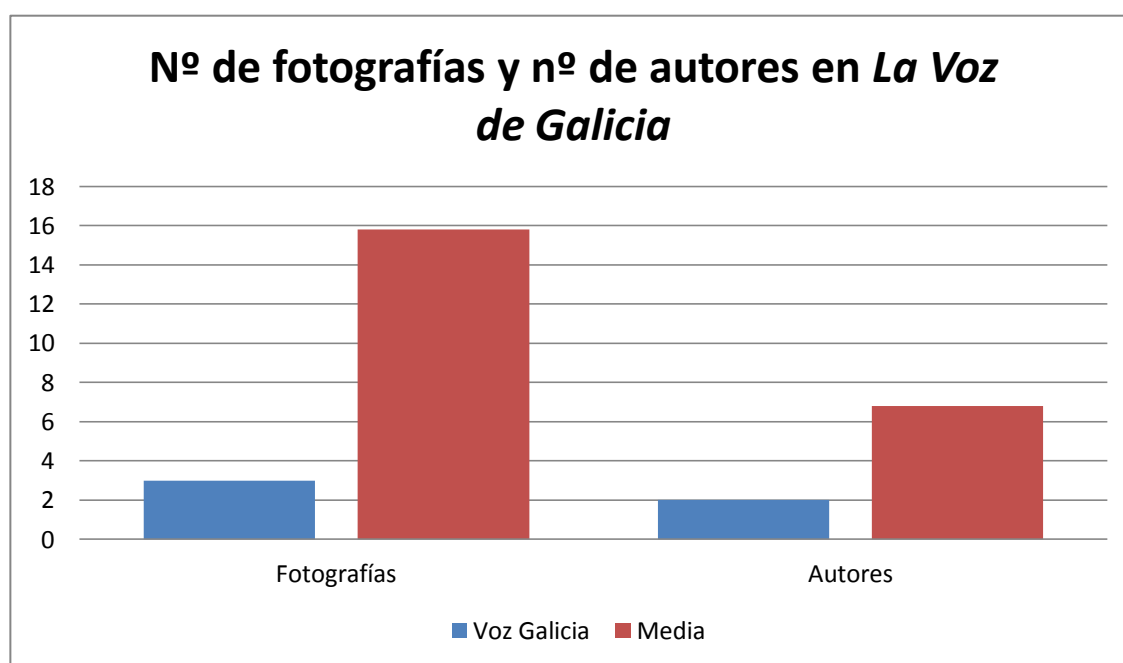
FIGURA 9.22.



En cuanto a los porcentajes, hay un par de cambios entre este gráfico y el que hemos comentado anteriormente referido al número de actores que aparecieron en las páginas de *La Voz de Galicia* en noviembre de 2009. Mientras que en la anterior figura *La Voz de Galicia* estaba por debajo del promedio en todas y cada una de las categorías, en éste, encontramos que está por encima en el apartado "Atlético" y "Rivales".

6.10.5.2. Fotografías y fotógrafos del Atlético en *La Voz de Galicia*

FIGURA 9.23.

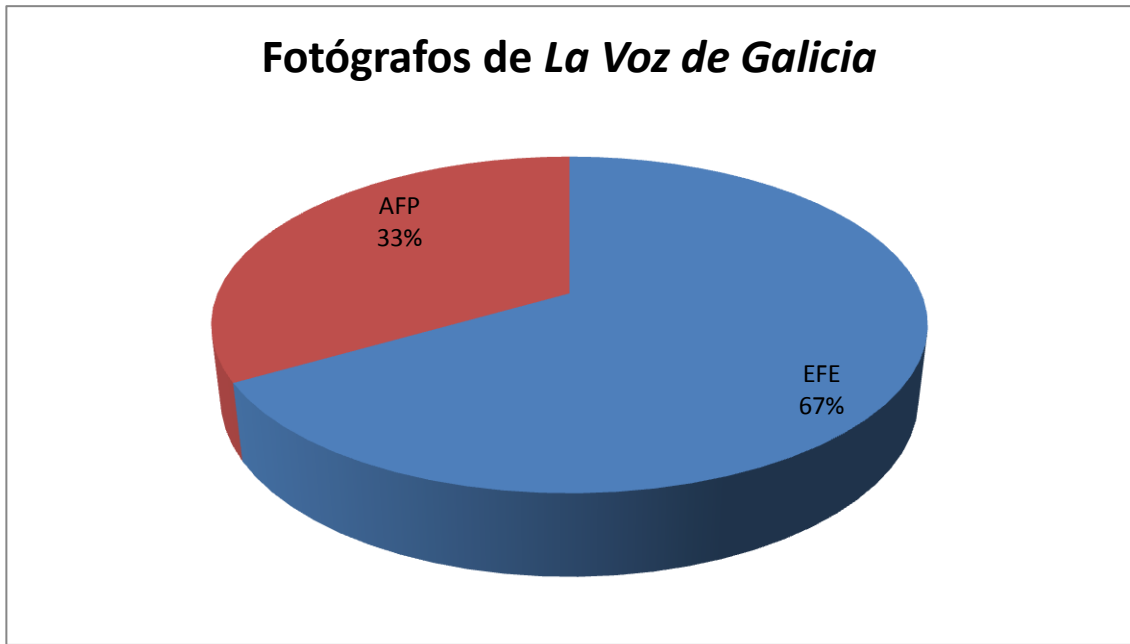


Las 14 informaciones que el diario *La Voz de Galicia* publicó en noviembre sobre el Atlético de Madrid fueron acompañadas por 3 fotografías, colocándose en último lugar. La media fueron 15,8 instantáneas.

La Voz de Galicia también está por debajo en cuanto al número de fotógrafos cuyo trabajo precisaron durante el mes. Utilizaron 2 profesionales (muchas agencias no especifican el nombre del autor y se contabiliza como el nombre de la agencia) y la media estuvo en 6,8 fotógrafos. En este caso, de nuevo fue el que menos aportó.

A continuación, podemos observar un gráfico en el que se detalla de manera exhaustiva el número de fotografías que realizó cada uno de los fotógrafos profesionales que participaron con sus instantáneas en las informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid en las páginas de *La Voz de Galicia*, durante el mes de noviembre de 2009.

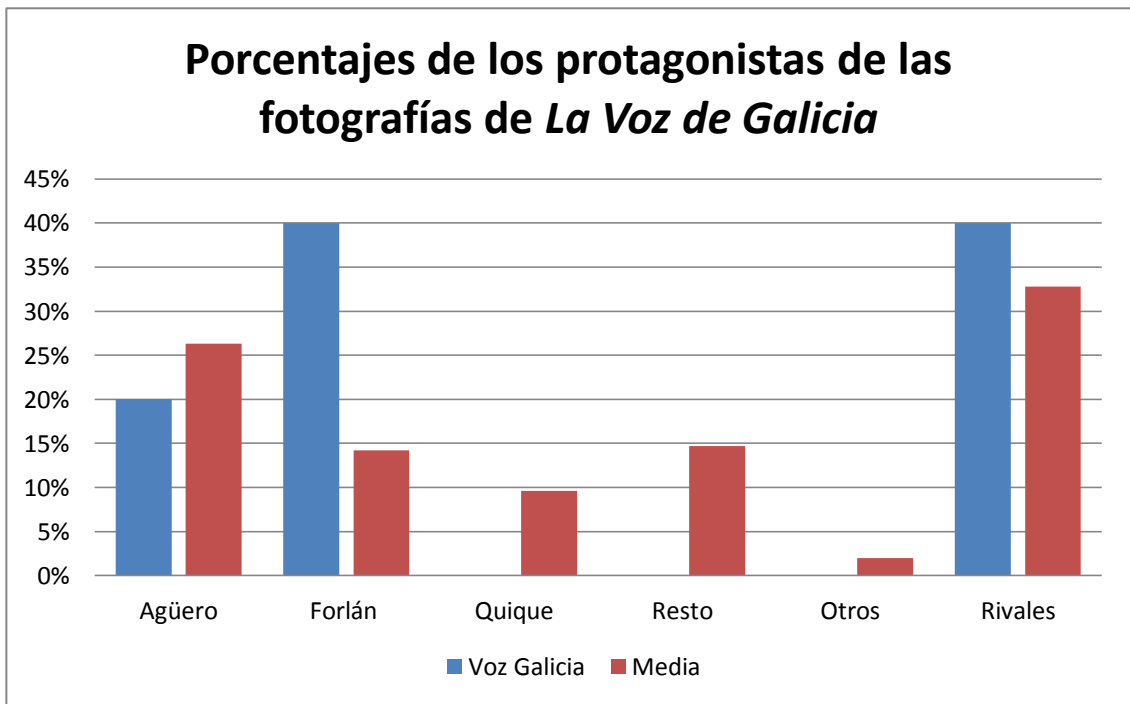
FIGURA 9.24.



El 100% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético de Madrid fueron de agencia. Concretamente, 2 instantáneas fueron de la Agencia EFE y 1 de AFP.

6.10.5.3. Protagonistas de las fotografías del Atlético en *La Voz de Galicia*

FIGURA 9.25.



El 60% de las fotografías que acompañaron las informaciones del Atlético tuvieron como principales protagonistas a los jugadores de la plantilla. Hay que señalar que dos futbolistas fueron los que coparon gran parte de las instantáneas, Sergio "Kun" Agüero y Diego Forlán.

Se publicaron más fotos de cada uno de ellos que del resto del equipo. El argentino Agüero salió en una ocasión, lo que supone el 20% de todas las imágenes (6,30% menos que la media); el uruguayo Forlán lo hizo en 2, lo que significa el 40% (25,77% más que la media), mientras que el resto de todo el plantel no estuvieron presentes en ninguna fotografía, lo que supone el 14,7% menos que la media.

El entrenador, Quique Sánchez Flores, tampoco tuvo espacio. Por lo que se sitúa con un 9,6% menos que el promedio.

Los rivales de los compromisos que disputó el Atlético en noviembre de 2009, además de tener especial importancia en las informaciones escritas, como ya hemos visto en apartados anteriores, también tuvieron especial relevancia en cuanto a imágenes se refiere, ya que aparecieron en 2 ocasiones. Sin embargo, se sitúan en un 40% y la media en 32,8%. Es decir, un 7,2% más.

Por último, señalar que en la categoría "Otros" no estuvo representada, al igual que ocurriera con Quique Sánchez Flores, en las páginas de *La Voz de Galicia*, lo que supone un 2% menos que el promedio de todos los periódicos tomados para la muestra estudiada.

7. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LOS PERIÓDICOS DE LA PRENSA GENERALISTA

7.1. Informaciones aparecidas sobre el Atlético de Madrid y días en los que hubo alguna información relacionada con el club

Después de haber desgranado los resultados en su conjunto y analizado detalladamente cada periódico, podemos asegurar que los cinco periódicos que se editan en Madrid son los que aportan más informaciones relativas al Club Atlético de Madrid. Observamos como *La Razón*, supera una información diaria de promedio, *El Mundo* o *ABC* se acercan mucho a esta cifra, mientras que *El País* y *Público*, aunque más alejados, también llegan a los 2/3. Es decir, escribieron sobre el conjunto colchonero más del 65% de los días. Estos datos revelan que el club de la ribera del Manzanares despierta un interés que se ve reflejado en sus páginas. En cuanto a los otros tres diarios, entre *El Adelantado de Segovia* y *La Voz de Galicia* apenas hay diferencias, ya que ambos rondan las 15 informaciones a lo largo del mes, lo que supone que la mitad de los días informaron sobre la entidad atlética. Y donde menos información apareció fue en *La Vanguardia*, que pese a esto, trató la actualidad rojiblanca cada tres días.

Sin embargo, algunos resultados cambian en cuanto a la regularidad con la que informaron algunos diarios. *La Razón*, *ABC*, *El Mundo* o *El País* además de cantidad de noticias, ofrecieron un seguimiento frecuente del Atlético, ya que alrededor del 60% de los días del mes de noviembre de 2009 salió alguna información publicada. El dato más significativo es el del diario *Público*, que ve como periódicos cuya resonancia es local le superaron en cuanto a días de información del Atlético. No deja de resultar sorprendente que los lectores de *El Adelantado de Segovia* o en *La Voz de Galicia* encontraran más información del día a día del equipo colchonero que los de *Público*.

7.2. Autores que escribieron algún tema del Atlético y concentración de las firmas

La Razón, además de ser el diario que más informó sobre el Atlético de Madrid, también fue el diario en el que escribieron un mayor número de autores. Lo mismo sucedió con *El Mundo*, que también se colocó en segunda posición en lo que a número de informaciones rojiblancas se refiere. Sin embargo, se produce un hecho destacable, que situó a *La Voz de Galicia* justo detrás de estos periódicos, pese a que fue uno de los diarios que menos informaciones rojiblancas publicó. En el caso de *La Razón* y *El Mundo* se puede brindar una visión positiva, ya que se valora la variedad de las firmas

como producto del amplio abanico de columnas de opinión que ofrecieron (sobre todo *La Razón*). Pero en el caso de *La Voz de Galicia* fue debido a la utilización de diversas agencias y de que los periodistas propios del medio no escribieron más allá de una información, o como mucho dos, cada uno del Atlético a lo largo del mes, por lo que la especialización en el conjunto rojiblanco fue menor.

Mención especial merecen los resultados que arroja el diario *ABC*, que fue el periódico que mayor concentración de firmas presentó. *ABC* y *La Vanguardia* tuvieron el mismo número de autores, pero los primeros firmaron 26 informaciones y los segundos 10. Lo que supuso que cada uno de los seis firmantes en *ABC* escribió 4,3 noticias de promedio, por lo que el grado de especialización en el Atlético de Madrid es mucho más alto que el resto de periódicos. *El Adelantado de Segovia* también mostró un elevado índice de concentración de sus firmas, aunque conviene señalar que en este caso, no se debió a periodistas propios del diario, sino a noticias firmadas por diversas agencias. Así, si tenemos en cuenta este hecho, tras *ABC*, *El País* fue el segundo periódico en lo que a concentración de sus autores se refiere.

7. 3. Temas de las informaciones y géneros periodísticos

De la división en cinco categorías de los temas de las informaciones relativas al Atlético de Madrid podemos extraer que la "Situación deportiva" fue la que ocupó un mayor número de informaciones en *ABC*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón* y *La Voz de Galicia*, por lo que se aprecia cierta coherencia, respecto al número de informaciones que publicaron. No ocurrió lo mismo en *La Vanguardia* y *El Adelantado de Segovia*, debido a que al publicar menos informaciones, dieron más importancia a los partidos que disputó el equipo, centrándose más en los resultados que en el seguimiento.

En líneas generales, los diarios cubrieron gran parte de los partidos que jugó el Atlético de Madrid a lo largo del mes, aunque sólo *El Mundo* y *Público* dedicaron el espacio habitual a los siete encuentros. *La Razón* siguió 6. Sorprendentemente no trataron el partido de Liga de Campeones que enfrentó al Atlético contra el Chelsea, aunque tampoco publicaron ninguna noticia relacionada con el Real Madrid que esa noche también disputó un encuentro de la máxima competición continental, por lo que pudo deberse a algún problema interno. *ABC*, *El País* y *La Vanguardia* cubrieron 6 de los 7 choques, pero no se hicieron eco de forma individual del encuentro de Copa del Rey que disputó frente al Marbella, aunque lo incluyeron en una noticia a modo de resumen de

todos los resultados de esta fase de la competición copera, algo que también hizo *La Voz de Galicia*. *El Adelantado de Segovia* también cubrió 6 encuentros, pero no publicó nada del encuentro que el Atlético disputó en San Mamés ante el Athletic Club, posiblemente porque el encuentro terminó más tarde que la hora prevista para el cierre, algo que también sucedió a *La Voz de Galicia* en el partido de Bilbao y en el derbi frente al Real Madrid, por el mismo motivo. Estos datos también sirven para comentar el género periodístico de la crónica, ya que el seguimiento de los encuentros se publica a través del mencionado género.

En cuanto al apartado "Previas", todos los periódicos excepto *El País*, cubrieron al menos la mitad de la información del día de los encuentros. En este caso, el diario del Grupo Prisa, sólo lo hizo el día del encuentro frente al Real Madrid, en el estadio Vicente Calderón.

La situación institucional tuvo poco peso en las informaciones que se publicaron a lo largo del mes. Así, los diarios que le concedieron cierta relevancia fueron *La Razón*, *El Mundo* y *ABC*. Mientras que para *El Adelantado de Segovia*, *El País*, *Público*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* fue completamente inexistente. En este caso coinciden los nombres de los diarios con mayor número de informaciones con los que sí que estuvieron atentos a la situación institucional del club. Por último, señalar en este apartado que todos los periódicos estudiados en la muestra, excepto *La Voz de Galicia*, tuvieron algún tema que se pudo incluir en la categoría "Otros".

En cuanto a los géneros periodísticos (una vez comentada la crónica, cuando nos referimos a los partidos que trataron), hay que reseñar que la noticia, que fue el género más utilizado a nivel general, lo fue también en *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *La Razón*, y *La Voz de Galicia*. Es decir, excepto en *Público* y *La Vanguardia*. Algo que sorprende menos en el diario catalán, si tenemos en cuenta que había cubierto 6 partidos de las 10 informaciones que publicó, lo que supone la utilización del género periodístico de la crónica, como ya hemos visto. Pero en *Público* choca más, aunque es debido a la importancia que dan a las columnas de opinión en detrimento de las noticias.

Precisamente del género periodístico de opinión, *Público* fue uno de los que más hizo uso del mismo. En sus páginas y en las de *La Razón* se pudieron encontrar la gran mayoría de las columnas de opinión que se refirieron al Atlético de Madrid. Aunque en

líneas generales no fue un género periodístico demasiado utilizado. De hecho, fue inexistente en 4 de los 8 periódicos tomados para la muestra. Algo similar ocurre con los dos géneros periodísticos que veremos a continuación. Los tres periódicos que no se editan en Madrid, no realizaron ninguna entrevista. Y de los otros cinco, los que más utilizaron este recurso fueron *ABC* y *La Razón*, en un par de ocasiones cada uno. Lo que pone de manifiesto que si los que más entrevistas realizaron sólo hicieron dos, significa que a la entrevista no le dieron mucha importancia los periódicos estudiados. Algo perfectamente extrapolable al género periodístico del reportaje: uno en todo el mes. Ese es el balance que se puede hacer de su utilización en noviembre de 2009. Tan sólo *La Voz de Galicia* usó este género, en una sola ocasión, por lo que podemos asegurar que su utilización fue nula.

7.4. Páginas de cada diario, superficie por página de cada periódico y superficie total

Estas tres variantes están relacionadas entre sí. El hecho de ser el periódico con más páginas, no garantiza ser el que más cm² de información ofrece a los lectores. De hecho, las dimensiones de las páginas de los diarios resultan claves. Así, mientras que *ABC* resultó ser el periódico que más páginas llevó en los días en lo que apareció alguna información sobre el Club Atlético de Madrid, debido a que fue el más pequeño en cuanto a las dimensiones de su página, estuvo lejos de ser el que más cm² de información ofreció.

Sin embargo, *La Razón* sí encontró equilibrio en este sentido. Ya que fue el segundo en cuanto a número de páginas publicadas, sólo se situó por delante de *ABC* cm² por página, pero a pesar de esto fue el diario que más cm² de información ofreció a sus lectores. Algo muy parecido le ocurrió a *La Vanguardia*, que es en uno de los pocos aspectos en los que destaca, debido a que fue el tercero que salió a la calle con más páginas, fue el periódico más grande en cuanto a dimensiones, lo que propició que se colocara detrás de *La Razón*, en segundo lugar, en cuanto a cm² totales.

El País y *La Voz de Galicia* mantuvieron unos números muy similares, que provocaron que alternaran sus posiciones, sin excesivas diferencias. Así, mientras que el diario gallego y el periódico de Prisa, se situaron en cuarto y quinto lugar en cuanto a número de páginas, permutaron su posición en los cm² por página, debido a sus dimensiones y finalmente *El País* quedó ligeramente por delante de *La Voz de Galicia* en cm² totales.

El diario *Público* también se vio favorecido por sus dimensiones, ya que a pesar de ser el penúltimo en número de páginas, es el segundo en cm² por página y gracias a eso no ocupó la cola de cm² totales, posicionándose por delante de *El Mundo* y *El Adelantado de Segovia*. Precisamente, en estos dos últimos se observaron matices diferentes. Mientras que en *El Mundo*, sí hay una relación directa entre el número de páginas y los en cm² por página, que significó que se convirtiera en el segundo periódico con menos cm² totales, en el caso de *El Adelantado de Segovia* su número de páginas fue lo que lastró sus cm² totales (fue el que menos de los ocho periódicos estudiados), ya que fue tercero en cuanto a dimensiones.

7.5. Tamaño de las informaciones, superficie de cada una de ellas y superficie dedicados al Atlético

ABC fue el diario cuyas informaciones del Atlético de Madrid fueron más grandes respecto a las dimensiones de su página, lo que supuso el 66,6% de la misma. Sin embargo, como en cuanto a cm² de página fue el diario más pequeño, estuvo lejos de ser uno de los periódicos cuyas informaciones del conjunto rojiblanco son más grandes. Y por este motivo, se quedó relegado a la tercera posición en cm² dedicados al Atlético durante el mes de noviembre.

El Mundo fue el segundo periódico cuyas informaciones relativas a la actualidad de la entidad atlética son más grandes respecto al tamaño de su página. El promedio de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en este periódico se situó en 5/8 en el 62,5% de la página. Aunque en este caso no ocurrió lo mismo que con *ABC*, ya que pese a que *El Mundo* no destacó por las dimensiones de sus páginas, contó con los suficientes cm² como para ser el periódico cuyas informaciones del Atlético tuvieron más cm². Lo que supuso que fuera el periódico que ofreció más cm² de información colchonera a lo largo de noviembre.

Otro caso curioso fue el de *Público* y *La Razón*. Ambos diarios se posicionaron en tercer lugar en el tamaño de las informaciones relativas a la actualidad del Atlético de Madrid. El promedio de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en estos periódicos se situó en el 55,5% de su página. Pero a pesar de que *Público* adelantó varias posiciones a *La Razón* en los cm² de cada información relativa al Atlético, gracias a las dimensiones de sus páginas, entre otros motivos, fue precisamente *La Razón* quien se colocó en segundo lugar, aventajando en dos puestos a *Público* en cm² dedicados a la

actualidad rojiblanca a lo largo de noviembre. Esto fue debido a que *La Razón* publicó 31 noticias del Atlético (fue el diario que más), mientras que en *Público* aparecieron 19 temas. *El País*, junto a *La Vanguardia*, se convirtieron en los periódicos cuyas informaciones relativas a la actualidad del Atlético de Madrid fueron iguales a las del promedio general. El tamaño medio de las noticias del conjunto colchonero aparecidas en estos periódicos se situó en el 50% de la página. Además, tuvieron unos datos muy similares en cuanto a los cm² de cada una de las informaciones del Atlético publicadas en sus páginas.

Sin embargo, como era previsible, a pesar de que *El País* fue el periódico de los editados en Madrid que dedicó menos cm² de información al conjunto de la ribera del Manzanares, aventajó considerablemente a *La Vanguardia* en este aspecto. El diario catalán se posicionó por delante de *El Adelantado de Segovia* y *La Voz de Galicia*. Lo supuso que, a pesar de que estos dos últimos publicaron más informaciones que *La Vanguardia* durante el mes de muestra, ofrecieron menos cm². Esto se debió a que tanto el diario segoviano, como el gallego fueron los periódicos cuyas informaciones del Atlético ocuparon menos espacio en sus páginas y cada uno de las temas que publicaron sobre la entidad del Manzanares tuvieron menos cm² de los ocho periódicos estudiados.

7.6. Páginas y superficie de la sección de deportes, páginas y superficie dedicada a fútbol y al resto de disciplinas deportivas

La Vanguardia fue el periódico que más páginas concedió a la sección deportiva, con una promedio de 9, en los días que se publicó algún tema relacionado con el Club Atlético de Madrid. Como además fue el diario cuyas dimensiones de página fueron más grandes, provocó que se convirtiera en el diario que más cm² dedicó a la sección deportiva. No sucedió lo mismo con *ABC*, que pese a que fue segundo en número de páginas de deportes, se vio influido por las dimensiones de sus páginas lo que propició que pasara al sexto lugar en lo que a cm² dedicados a deportes se refiere.

Como ya hemos visto en el apartado anterior, *El Mundo* fue uno de los diarios en los que se pudo apreciar cierta coherencia entre el número de páginas y los cm². Fue tercero en cuanto a lo primero y llegó a escalar una posición en lo segundo. Tampoco hubo cambios relevantes en *El País*, *La Voz de Galicia* o *El Adelantado de Segovia*. En los que sí hubo variaciones destacadas fueron en *La Razón* y *Público*, debido fundamentalmente a las dimensiones de sus páginas. Mientras que *La Razón* pasó de

ocupar el quinto lugar en número de páginas de deportes, a ser los últimos en cm² dedicados a esta sección. Sin embargo a *Público* le sucedió todo contrario. Fue último en número de páginas y adelantó cuatros posiciones en los cm².

No hubo excesivas diferencias entre los datos que arrojó la tabla clasificatoria del número de páginas y el número de páginas dedicadas al fútbol. *La Vanguardia*, *ABC* y *El Mundo* ocuparon de nuevos las tres primeras posiciones y más atrás hubo algún cambio destacado como fue el paso de *Público* del último lugar en número de páginas de deportes en general al quinto en páginas de fútbol o el retroceso de *La Voz de Galicia* de cuarto en páginas totales de deportes a penúltimo en páginas futbolísticas.

Por contra, el baile de posiciones se acentuó en las páginas dedicadas a otras disciplinas deportivas, aunque no de manera significativa, ya que las distancias fueron anecdóticas, excepto para *El País* y *Público*, que en esta caso fueron los encargados de cerrar la lista, por detrás de los diarios que habitualmente lo habían hecho. En lo que a cm² dedicados a fútbol se refiere, lo más significativo son las caídas de *ABC*, del cuarto puesto en páginas de fútbol al antepenúltimo lugar en cm² de este deporte, y de *La Razón* que es el que menos cm² ofreció de fútbol. Este hecho fue debido a las dimensiones de las páginas de estos dos periódicos. Y en el resto de disciplinas deportivas, resaltaron *El Adelantado de Segovia* y *La Razón*, que pasaron a ser tercero y cuarto en este punto.

7.7. Actores que aparecieron en las informaciones

En este punto, más allá del número de veces que se nombró a cada actor, que está directamente relacionado con el número de informaciones publicadas por cada periódico, nos ha resultado más interesante fijarnos en los porcentajes de cada diario a la hora de citar a los personajes. En cuanto al apartado dedicado al "Atlético", todos mantuvieron unos porcentajes entre el 13% y el 18%. *La Voz de Galicia* fue el diario con mayor porcentaje. La categoría reservada para el estadio "Calderón" se mantuvo entre el 1% de *El País* y el 4% de *El Adelantado de Segovia*. El apartado "Técnicos" estuvo entre el 4% y el 12%, es decir es una las categorías donde hay más diferencias.

Lo mismo sucedió con la categoría "Jugadores", entre el 24% y el 32%. Menos distancias hubo en "Exjugadores", algún periódico no citó a ninguno, por lo que se encuentran entre el 0% y el 5%. Aunque en la que más distancias hubo fue en el apartado de "Rivales" donde se pasó del 36% de *ABC* al 48% de *La Vanguardia*. Y en

cuanto a la "directiva" se pasó del 0% al 3%. Lo que significa que 3 de las 7 categorías están lideradas por periódicos que se editan fuera de Madrid y que por tanto, publicaron menos noticias del Atlético y no fueron las que más citaron a estos protagonistas en cuanto número, pero sí lo hicieron porcentualmente.

7.8. Fotografías, fotógrafos y protagonistas de las imágenes

Durante el mes de noviembre de 2009 se publicaron en *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* 126 fotografías que tuvieron que ver con el Atlético de Madrid. De las cuales, 71 fueron de agencia. Es decir, el 56% de las imágenes publicadas en estos diarios no tuvieron como autores a fotógrafos propios de los periódicos.

El Mundo fue el que más utilizó a las agencias (24 fotografías), lo que supuso que, de los diarios editados en Madrid, fue el que hizo más uso de las agencias (el 74% de las imágenes publicadas). Los periódicos que se editan fuera de la capital (*El Adelantado de Segovia*, *La Voz de Galicia* y *La Vanguardia*) también se nutrieron especialmente de este servicio y los dos diarios que más publicaron las instantáneas de sus fotógrafos fueron *Público* y *El País*.

Las 126 imágenes que salieron en las páginas de los diarios fueron tomadas por 54 autores diferentes, lo que significa que 2,3 fue el promedio de fotografías por cada autor. Siendo *El Mundo* y *El País* los que presentaron un mayor número de autores, 11. Aunque los primeros en 31 imágenes y los segundos en 16. Así, los fotógrafos que publicaron más imágenes fueron Ignacio Gil (*ABC*) y Dani Pozo (*Público*) con 5. Seguidos por Claudio Álvarez (*El País*), Santi Carneri (*La Razón*) y Jesús G. Fera (*La Razón*) con 4 fotografías.

Cabe señalar que Agüero apareció en 34 instantáneas y fue el futbolista del Atlético del que se publicaron un mayor número de fotografías y el que salió en todos los diarios estudiados (fue en *El País* y *La Razón* donde más presencia tuvo), seguido por Forlán, que fue el protagonista en 18 (*ABC* fue el periódico donde más se vio el uruguayo, aunque en *La Vanguardia* no salió ni una sola vez).

Quique Sánchez Flores, entrenador del conjunto rojiblanco, también tuvo mucho peso en las fotografías que eligieron, ya que apareció en 19 ocasiones. Fue en *La Razón*

donde más apareció, aunque le ocurrió todo lo contrario en las páginas de *El Adelantado de Segovia*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia*.

El resto de la plantilla estuvo presente en 26 fotografías. *El Mundo* fue el encargado de darles más cabida y *La Vanguardia* los obvió por completo. En el apartado "Otros", todos los diarios arrojaron números similares y no hubo imagen alguna de esta categoría en *El Adelantado de Segovia*, *El País*, *Público*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* durante el mes de noviembre de 2009.

Y, por último, las fotografías de los rivales que aparecieron en las informaciones del conjunto atlético. Salieron 46 veces. *El Mundo* fue donde más fotos de los adversarios se publicaron, 15 y en *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* (en los que menos) sólo aparecieron en un par de ocasiones.

8. TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL CLUB ATLÉTICO DE MADRID EN LA PRENSA ESPECIALIZADA

8.1 Informaciones aparecidas sobre el Club Atlético de Madrid en los periódicos As y Marca durante de mayo de 2010

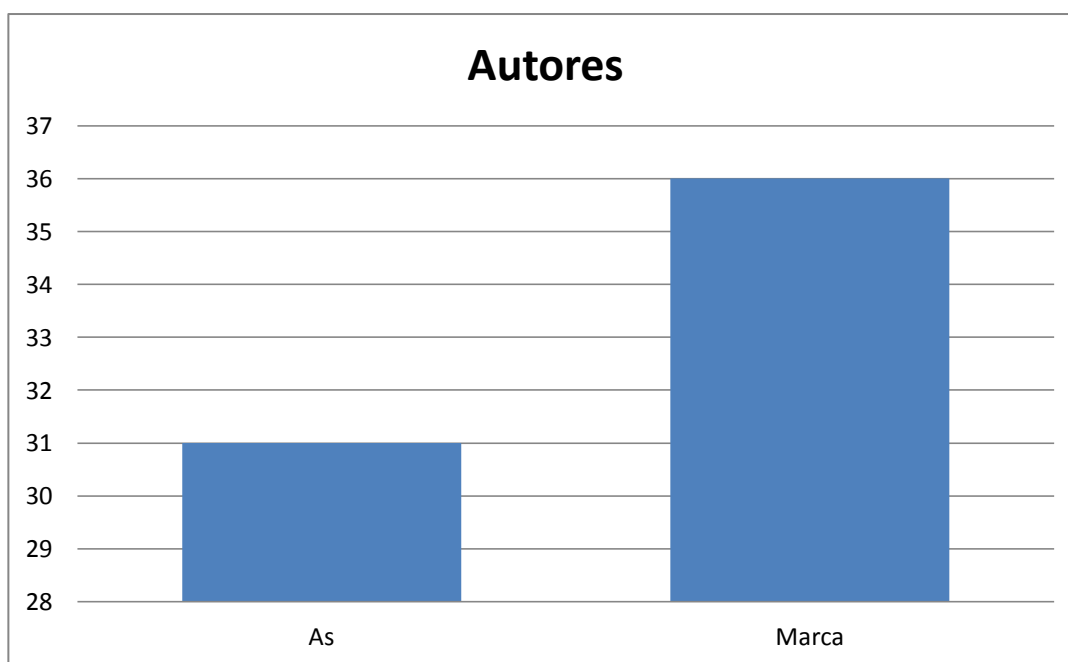
FIGURA 10.1.



Tal y como se observa en el gráfico, los dos periódicos deportivos especializados ofrecieron un número muy similar de informaciones: *Marca* ofreció 225, mientras que *As* publicó 222. El promedio de los dos diarios con los que se ha realizado la investigación es de 223,5 noticias relacionadas con el Atlético de Madrid durante el mes de mayo de 2010. Es decir, que de un total de 447 informaciones publicadas en ambos, *Marca* alcanza el 54 por ciento de las mismas, por el 46 por ciento de *As*.

8.2. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid

FIGURA 10.2.



Aunque los dos diarios tienen un número muy similar de autores que escribieron una noticia, reportaje o columna de opinión sobre el conjunto colchonero, *Marca* se sitúa por encima del promedio (33,5 autores) con 36, mientras que en *As* participaron 31.

En cuanto a la concentración de autores, hemos tenido en cuenta el número de informaciones publicadas por cada diario a lo largo del mes, así como el número de autores diferentes que firman en sus páginas.

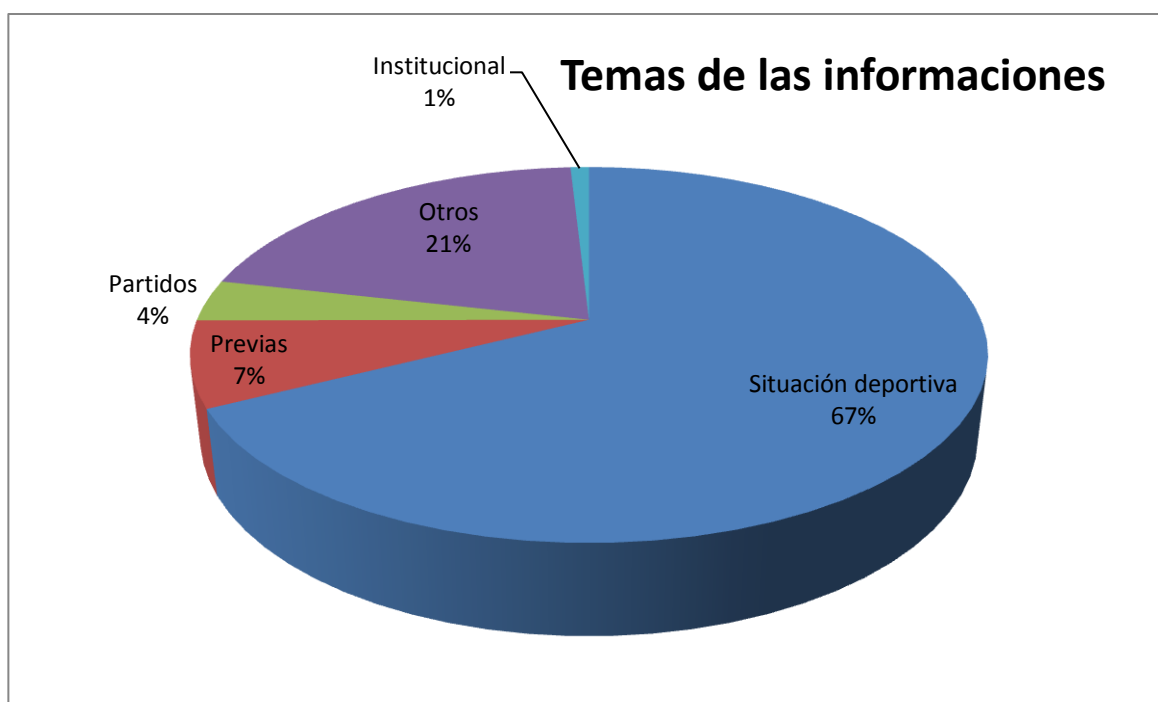
De esta manera, cada uno de los autores que escribió en *As* sobre el Atlético de Madrid, firmó una media de 7,1 informaciones, mientras que en *Marca* fueron 6,25. Localizándose el promedio, en este caso en 6,67 informaciones firmadas por autor.

El periodista que más informaciones firmó sobre el Atlético de Madrid en el mes de mayo de 2010 fue Alberto R. Barbero, en *Marca*, con 62, seguido por Luis Aznar con 36 y David G. Medina con 29, en el mismo diario.

En *As*, el nombre que más destaca es el de F. J. Díaz con 36, y el de Jorge García con 27, seguidos por Juan Casáñez con 21 y Sandra del Estal con 18.

8.3. Temas

FIGURA 10.3.



De las 447 informaciones de la muestra obtenida durante el mes de mayo de 2010, 302 se refieren a la "Situación deportiva" del Atlético de Madrid, en concreto 172 en *Marca* y 130 en *As*, situándose el promedio en 151 informaciones dedicadas a esta categoría, lo que supone el 67 por ciento del total.

En segunda posición se sitúa el apartado "Otros", con 92 noticias publicadas, donde tienen cabida informaciones relativas a venta de localidades, reacciones de la afición o curiosidades. En *As* aparecieron 60 y en *Marca* 32, es decir, 46 informaciones de media y un 21 por ciento de la totalidad.

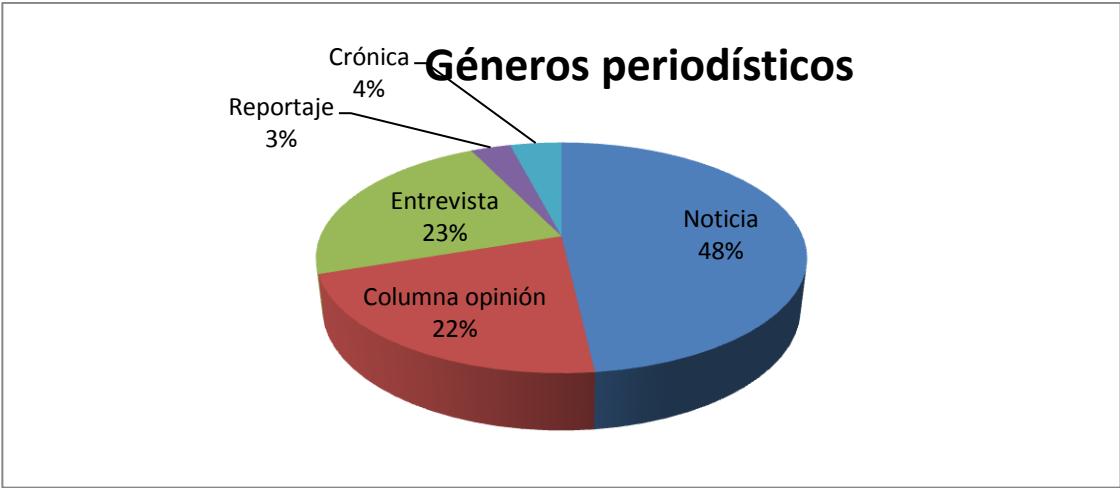
Las "Previas" aportan 33 informaciones a la muestra, y en este punto sí que se produce una notable diferencia entre ambos diarios, ya que en *Marca* publican 10, y en *As*, 23. Ello es debido a que los segundos también aportaron las previas del equipo rival en la final de la Europa League.

Así, el promedio de esta categoría es de 16,5, lo que equivale al 7 por ciento. En cuanto a las crónicas de los partidos, ambos diarios publicaron 8, al igual que el número de encuentros oficiales que disputó el Atlético de Madrid durante el mes de competición de mayo de 2010, que representan el 4 por ciento del total. El apartado que menos

representatividad tiene es el dedicado a la "Situación institucional", con un promedio de 2 informaciones, 3 en *Marca* y 1 en *AS* ,lo que significa el 1 por ciento de total de las informaciones obtenidas en la muestra.

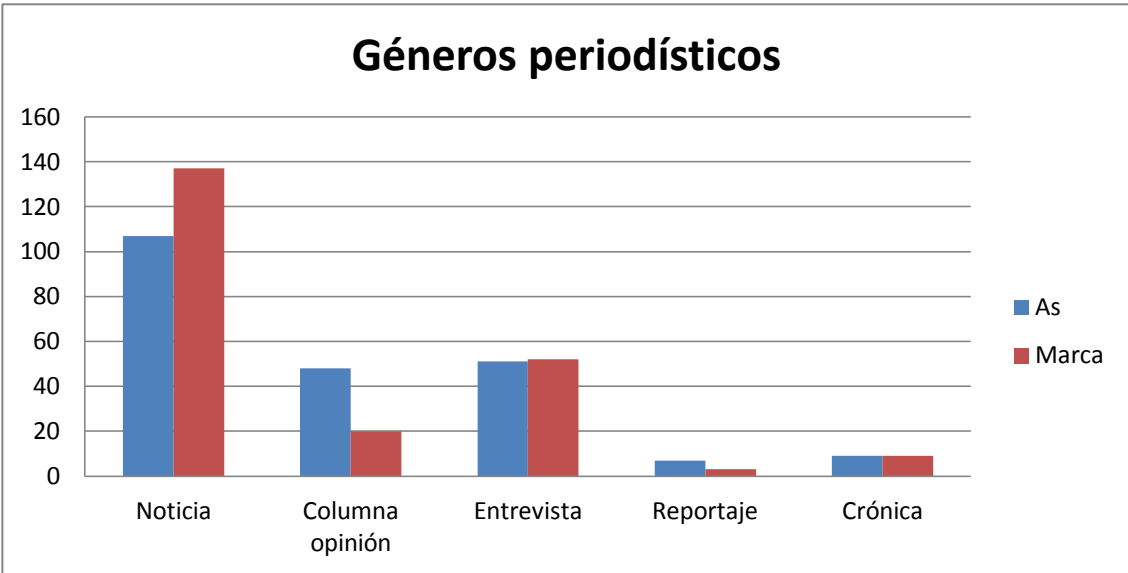
8.4. Géneros periodísticos

FIGURA 10.4.



De un total de 443 elementos, la *noticia* es el género periodístico que más aparece con 244 ejemplos. Le sigue la *entrevista*, con 103. En tercer lugar está la *columna de opinión*, con 68. Hay 18 *crónicas* y 7 reportajes.

FIGURA 10.5.



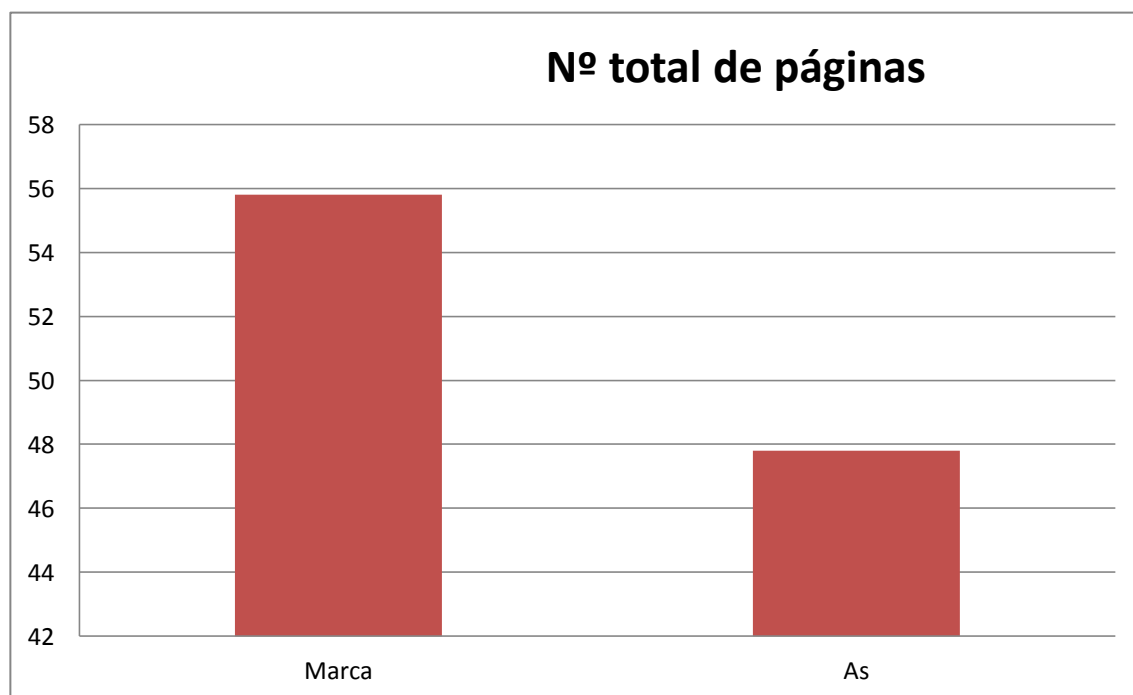
En este gráfico se aprecia como *Marca* publicó 137 noticias por las 130 de *As*, quedando el promedio en 122. Sin embargo, los segundos tienen mucha más opinión y así lo demuestran sus 48 columnas por las 20 de *Marca*, situándose la media en 34.

En cuanto a las entrevistas existe una gran similitud entre ambas rotativas, 51 en *As*, por las 52 de *Marca*. En las páginas de *As* aparecieron 7 reportajes y en las de *Marca*, 3, lo que equivale a un promedio de 5. Y en ambas publicaciones salieron el mismo número de crónicas, 9.

8.5. Espacio dedicado en los periódicos

8.5.1. Páginas de los diarios

FIGURA 10.6.



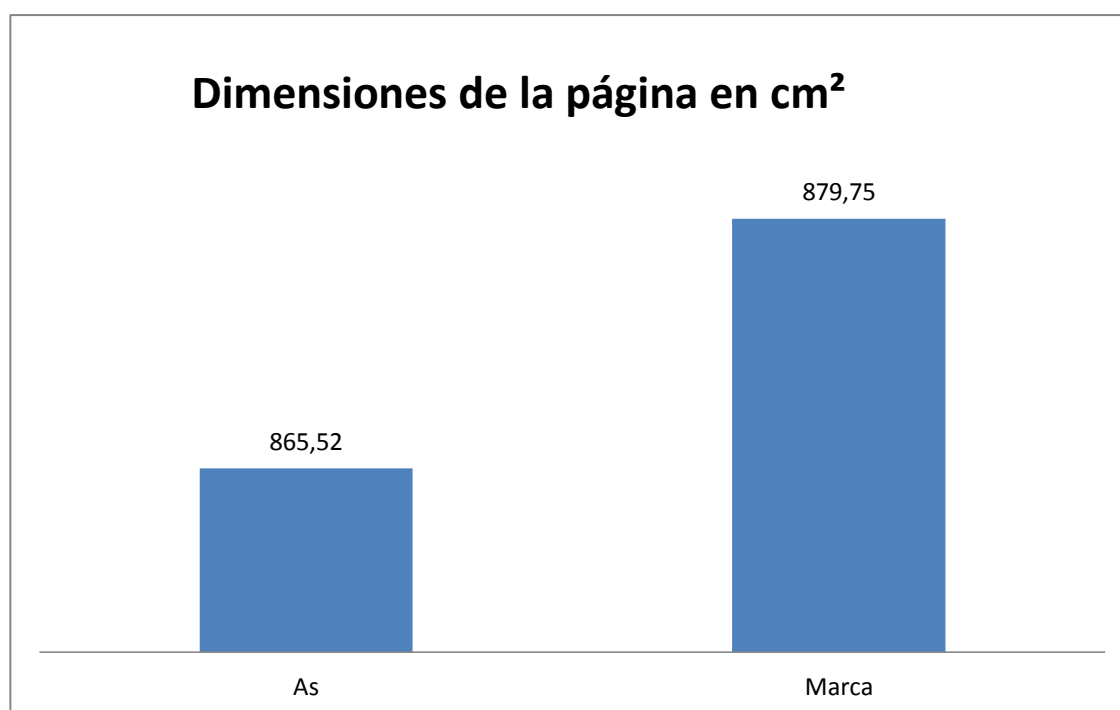
El diario *Marca* ofreció a sus lectores una media de 55,8 páginas diarias, durante el mes de mayo de 2010, que se ha tomado como muestra para realizar este estudio. Por su parte, *As* publicó 47,8 páginas diarias. Estos datos demuestran que el promedio de páginas publicadas en ambos periódicos deportivos es de 51,8.

8.5.2. Superficie de una página de cada periódico

TABLA 2. Fuente: *Guía de los Medios de Comunicación de España. Diciembre 2008, Enero y Febrero 2009*. Madrid. Remarca. 2009.

Periódico	Dimensiones de la página	cm ²
As	34,9 cm x 24,8 cm	865,52 cm ²
Marca	34,5 cm x 25,5 cm	879,75 cm ²

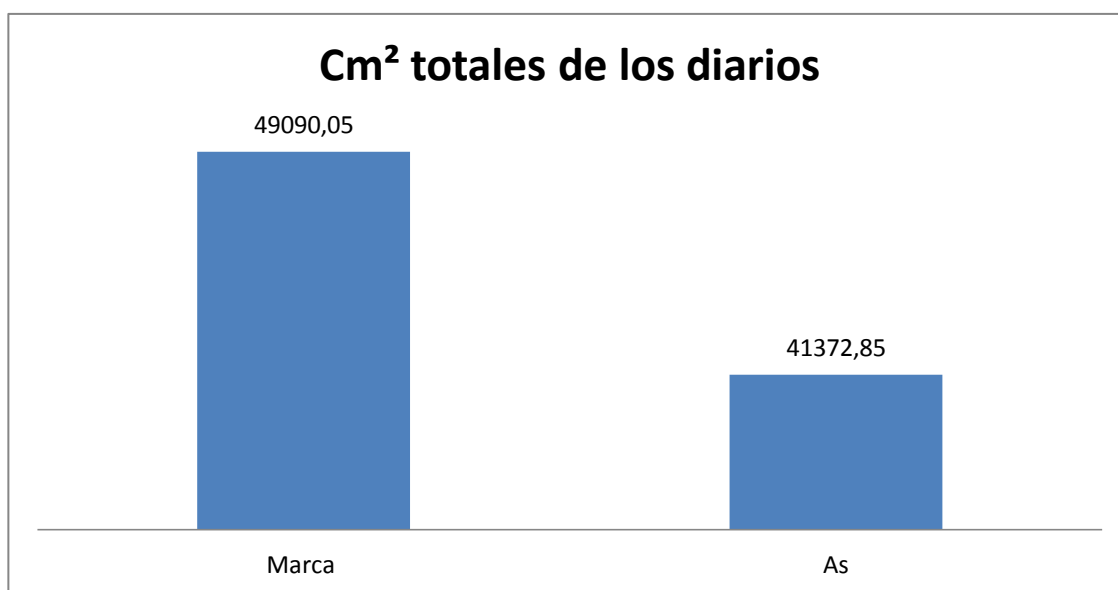
FIGURA 10.7.



La mancha de una página de *As* tiene 865,52 cm², mientras que la de *Marca* 879,75 cm², por lo que el segundo diario que hemos citado cuenta con 14,23 cm² más que el primero. Situándose el promedio de los diarios deportivos en 872,63 cm².

8.5.3. Superficie total de los diarios

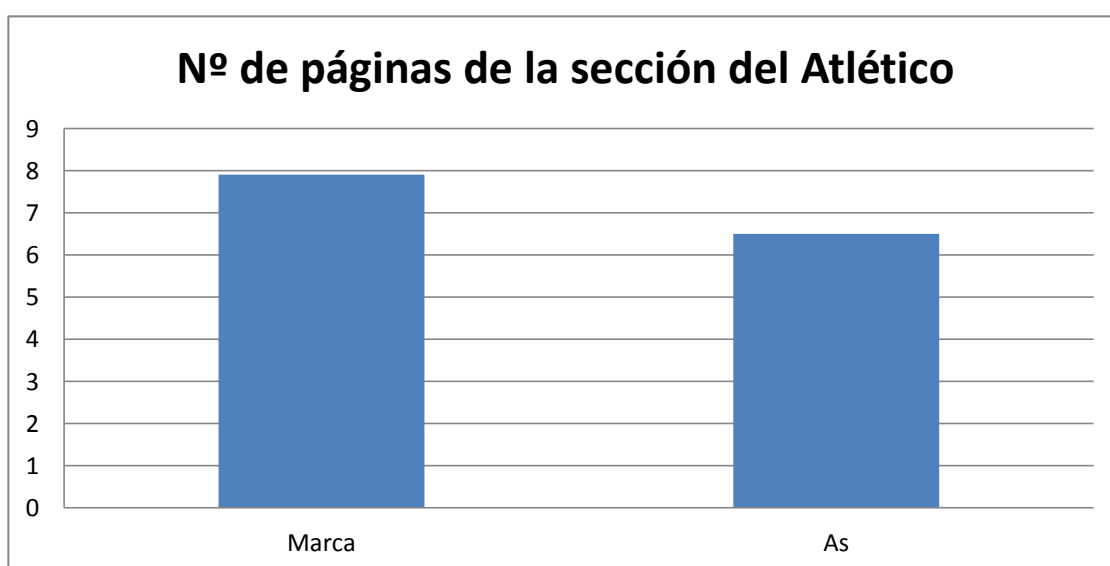
FIGURA 10.8.



Después de tener en cuenta el promedio del número de páginas totales de cada uno, así como los cm² por página de cada diario, podemos decir que *Marca* publica 49090,05 cm², por los 41371,95 de *As*. Es decir, 7718,2 cm² más. Localizándose la media en 45231 cm².

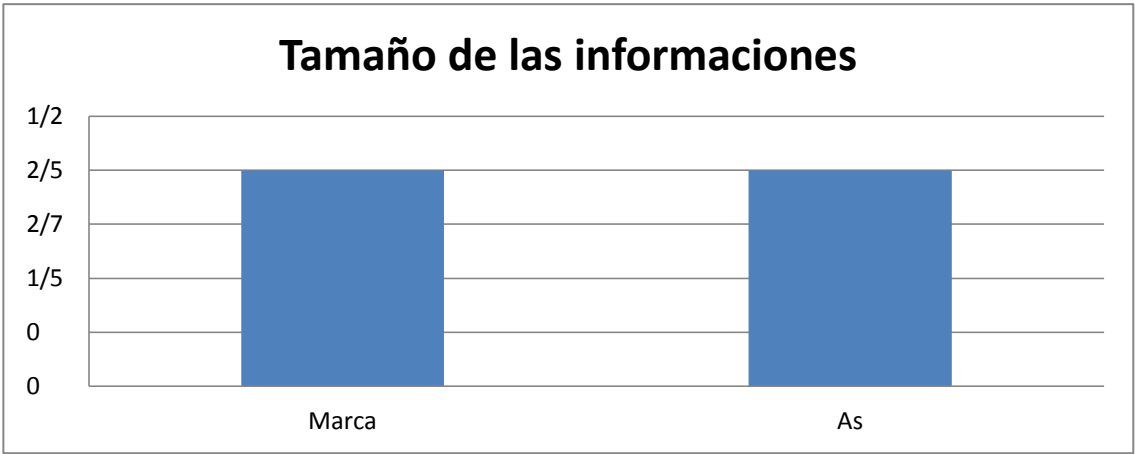
8.5.4. Páginas dedicadas a la sección del Atlético de Madrid

FIGURA 10.9.



En la figura podemos observar el promedio del número de páginas dedicadas a la sección del Atlético de Madrid. *Marca* ofrece 7,9 páginas del equipo rojiblanco y *As*, 6,5. Situándose la media en 7,2.

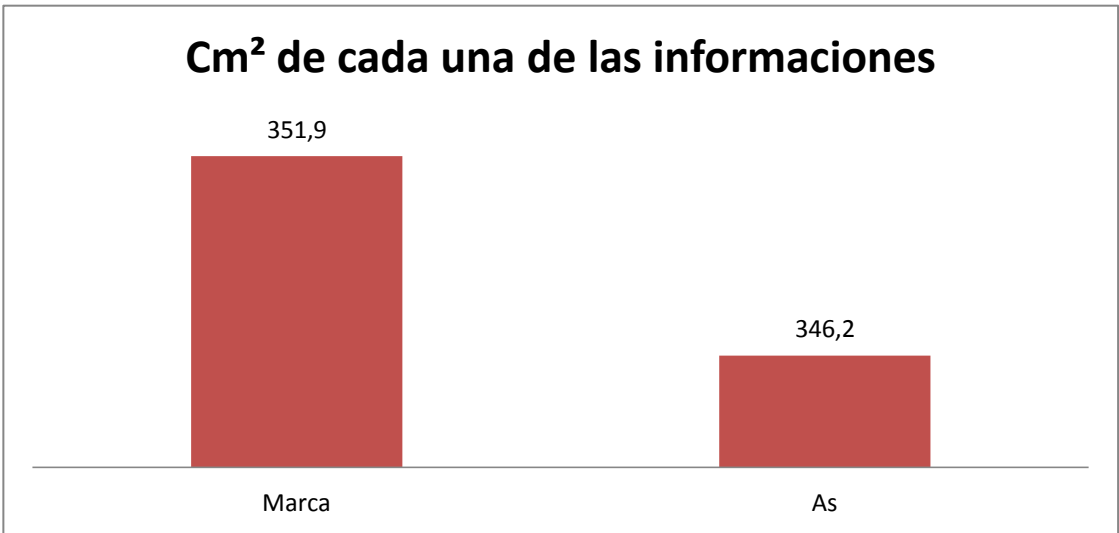
FIGURA 10.10.



El tamaño de las informaciones que aparecieron en los periódicos deportivos estudiados durante el mes de mayo de 2010 fue de 2/5. Es decir, las informaciones que aparecieron tanto en *As* como *Marca*, dedicaron el 40 por ciento de la superficie de su página de media.

8.5.5. Superficie de cada una de las informaciones

FIGURA 10.11.

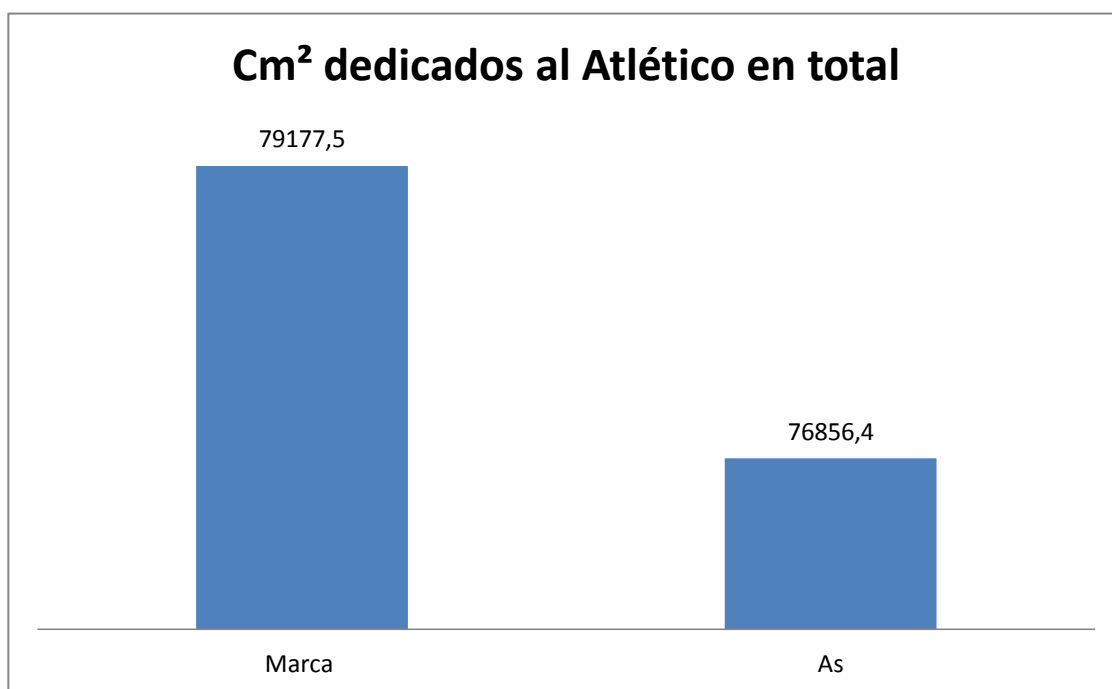


Si tenemos en cuenta los datos anteriores del promedio del tamaño de las informaciones de cada periódico y la media de los cm² de página de cada diario, obtenemos los cm² de cada información del Atlético que aparece en uno de estos periódicos. Cada vez que aparece un tema del club en *Marca* ocupa de media 351,9 cm², y en *As* 346,20 cm². Es decir, 349,05 cm² de promedio.

A los resultados obtenidos con anterioridad, referidos a los cm² de promedio que ocupan cada una de las informaciones hemos introducido una variante más. Se trata del número de noticias, crónicas, reportajes o columnas de opinión que aparecieron durante el mes de mayo de 2010 en cada uno de los periódicos. Así, si se multiplica lo anterior por el número de informaciones de cada diario se obtiene el total de los cm² que cada diario dedicó al Atlético de Madrid.

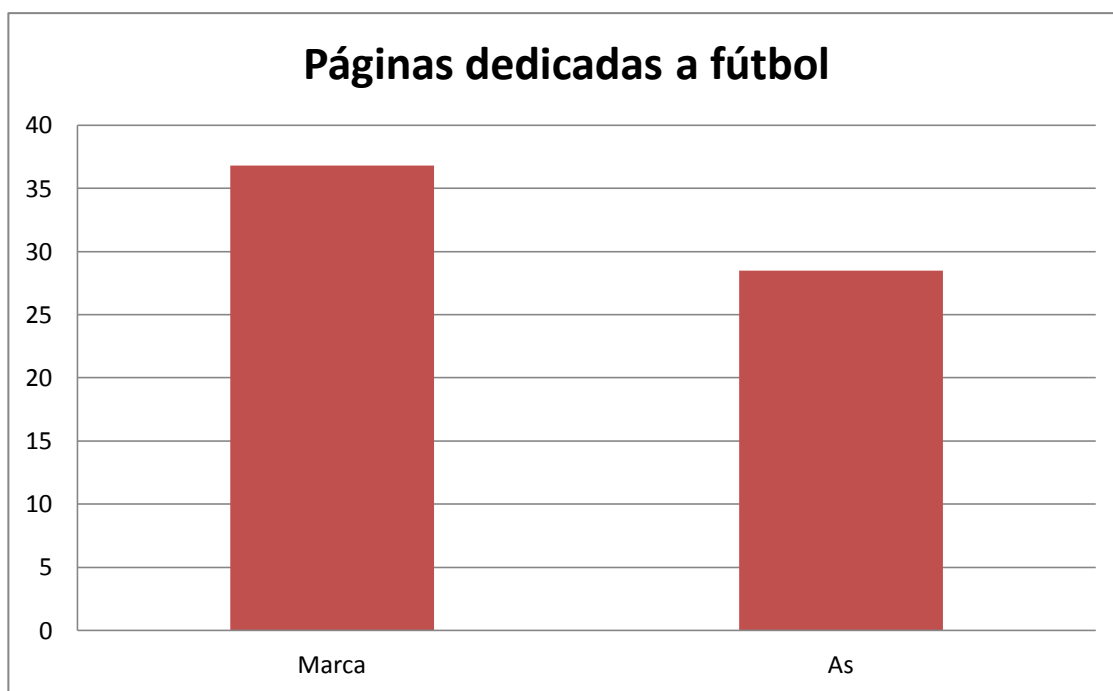
8.5.6. Superficie dedicada al Atlético

FIGURA 10.12.



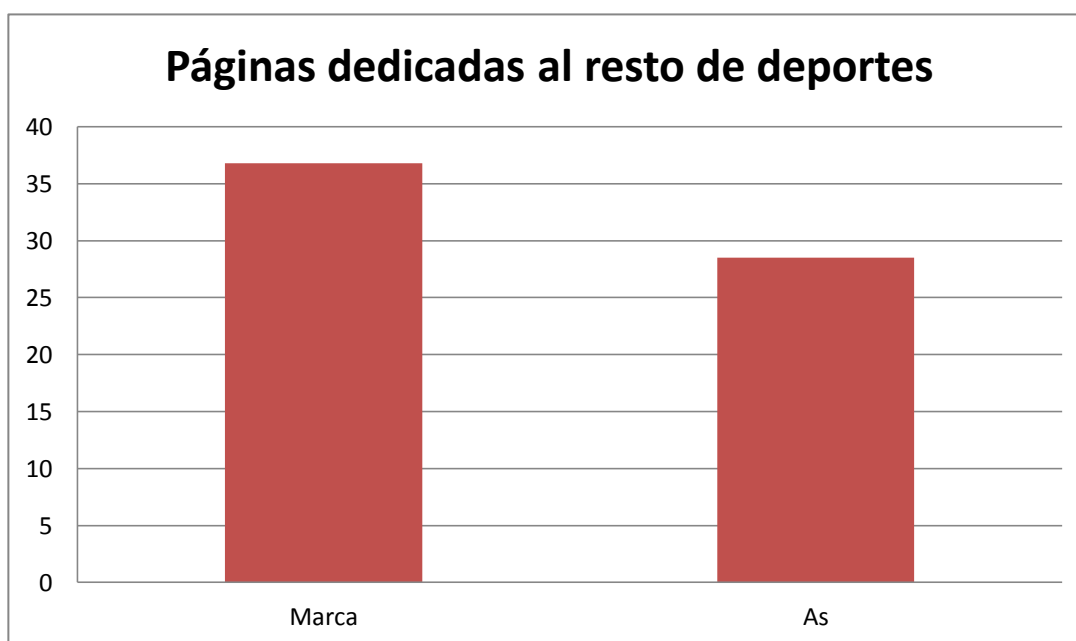
Durante el mes de mayo de 2010, *Marca* publicó 79177,5 cm² relacionados con el Atlético de Madrid, por los 76856,4 cm² de *As*, quedándose la media en 78016,95 cm².

FIGURA 10.13.



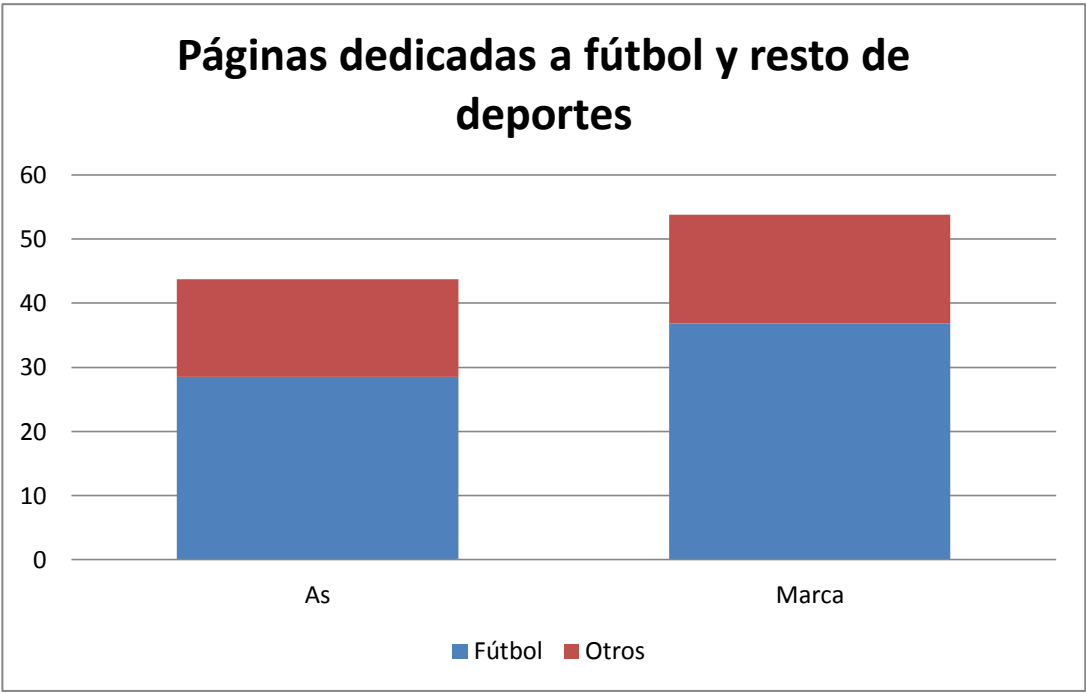
En el gráfico anterior podemos comprobar el promedio del número de páginas dedicadas al fútbol. *Marca* ofrece 36,7 páginas y *As*, 28,5. Localizándose la media en 32,6.

FIGURA 10.14.



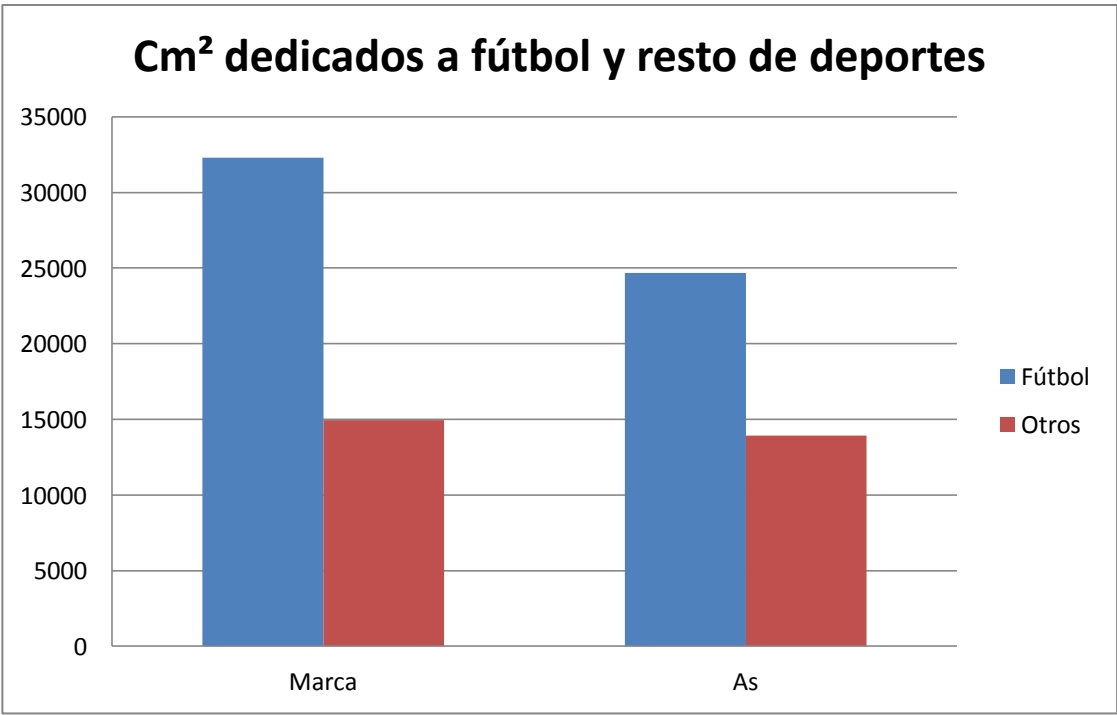
En cuanto a las páginas dedicadas al resto de deportes, que no son fútbol, *Marca* publica 17, por las 15,2 de *As*, por lo que el promedio es de 16,1 páginas.

FIGURA 10.15



8.5.7. *Cm² dedicados a fútbol y resto de deportes*

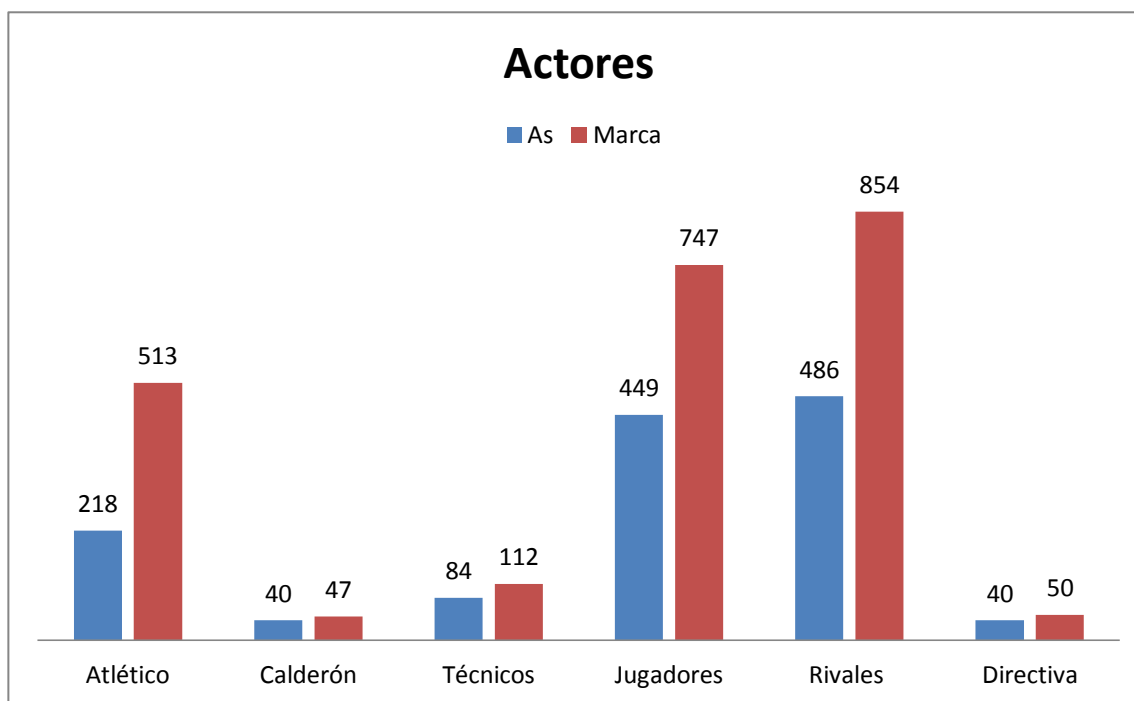
FIGURA 10.16.



Marca ofreció a sus lectores 32286,8 cm² dedicados a fútbol y *As* 24666,7 cm², por lo que la media fue de 28476,75. Y en cuanto al resto de deportes, los primeros publicaron 14955,7 cm², por los 13943,5 de los segundos, lo que significa 14445,1 cm² de media.

8.6. Actores

FIGURA 10.17.



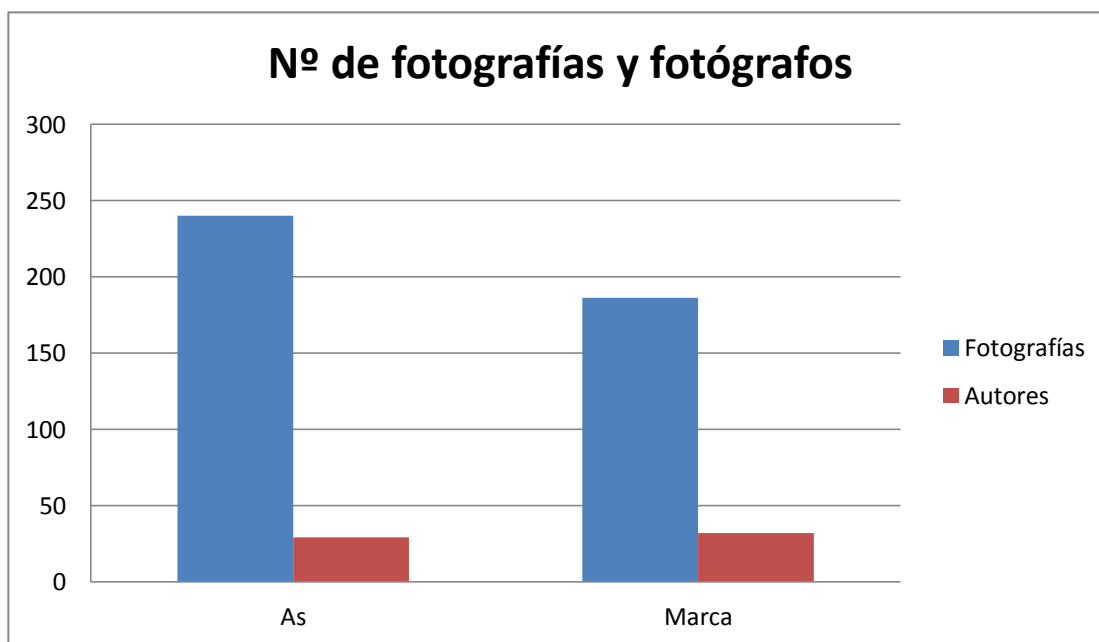
Durante el mes de mayo de 2010, *As* utilizó 1317 nombres propios en las informaciones relativas al Atlético de Madrid. La media de los diarios deportivos estudiados fueron 2981,5 nombres, por lo que este diario escribió 16645 nombres menos que el promedio.

El nombre del club apareció en sus páginas 218 veces, por las 513 de *Marca*. Similares son los datos del nombre del estadio del conjunto colchonero, el Vicente Calderón. En este caso, *Marca* se encuentra ligeramente por encima de *As*, pero con datos muy parecidos.

En cuanto a los "Técnicos", *As* los nombró en 84 veces y *Marca* citó a Simeone y sus ayudantes 112 veces. La categoría "Jugadores" *As* se refirió a ellos 449 veces y *Marca* 747. En la categoría "Rivales", *As* mencionó a 486 adversarios, por los 854 de *Marca*. Situándose después En cuanto a las ocasiones que se nombra la "Directiva", *As* lo hizo 40 veces por las 50 de *Marca*.

8.7. Fotografías y fotógrafos

FIGURA 10.18.



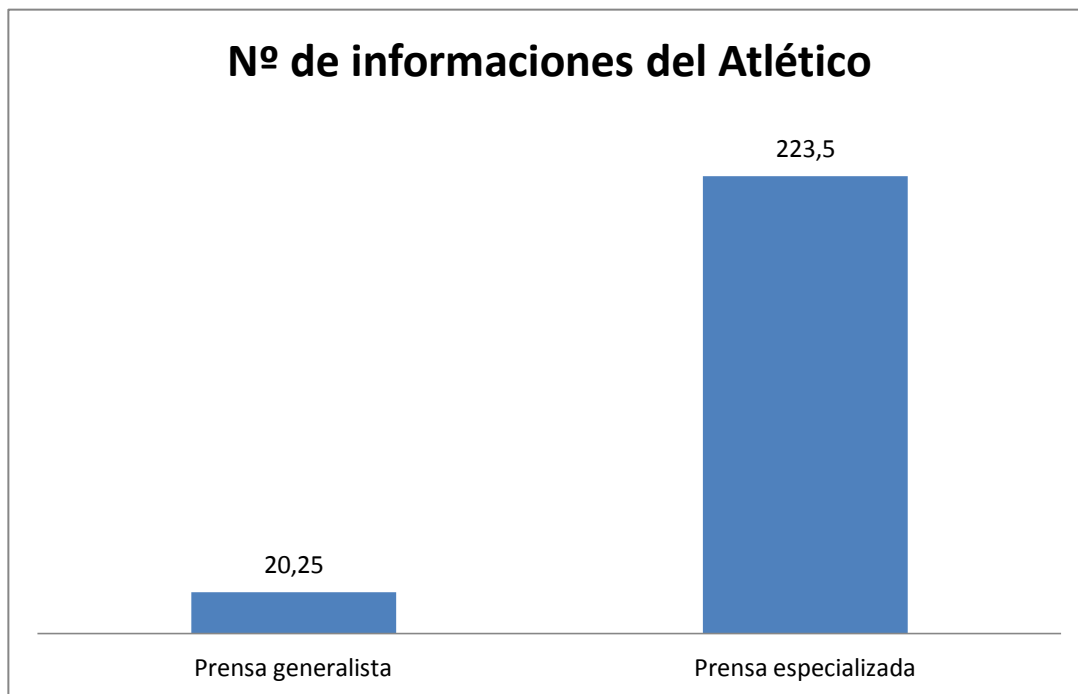
De los dos diarios deportivos estudiados, *As* fue el que más fotografías relacionadas con el Atlético de Madrid publicó durante el mes de mayo de 2010, con 240 imágenes. Esas instantáneas fueron tomadas por 26 autores diferentes y 3 agencias.

Por su parte, *Marca* sacó en sus páginas 186 imágenes de 29 autores diferentes y 3 agencias. Es decir, el promedio de fotografías del Atlético de Madrid durante el periodo estudiado se sitúa en 213, mientras que la media de autores es de 27,5.

9. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LOS PERIÓDICOS ESTUDIADOS DE LA PRENSA ESPECIALIZADA COMPARADOS CON LOS DE LA PRENSA GENERALISTA

9.1. *Informaciones dedicadas al Atlético en la prensa generalista y en la especializada*

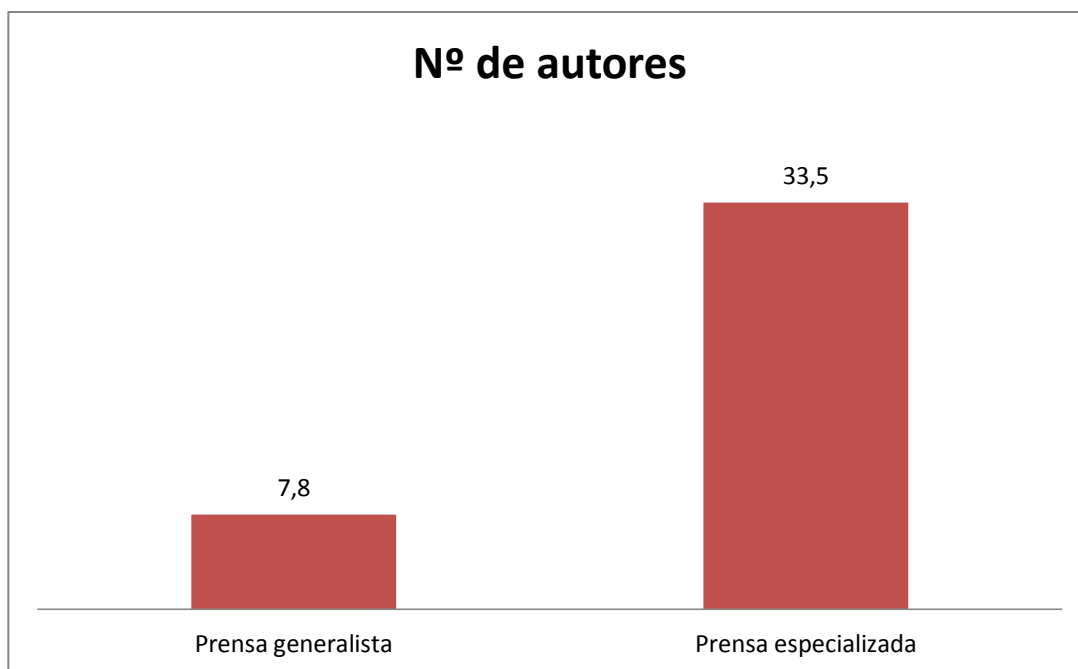
FIGURA 11.1.



Para realizar este gráfico hemos utilizado los promedios de informaciones obtenidos de los periódicos estudiados durante los meses de muestra. Tal y como se puede comprobar, durante el mes de noviembre de 2009 los periódicos de índole general publicaron una media de 20,25 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid, lo que supone 0,675 temas diarios, mientras que el promedio de los diarios especializados en mayo de 2010 llega a las 223,5 informaciones, lo que supone una media de 7,2 noticias, entrevistas o columnas de opinión, que abordaban la actualidad del conjunto colchonero.

9.2. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid

FIGURA 11.2.



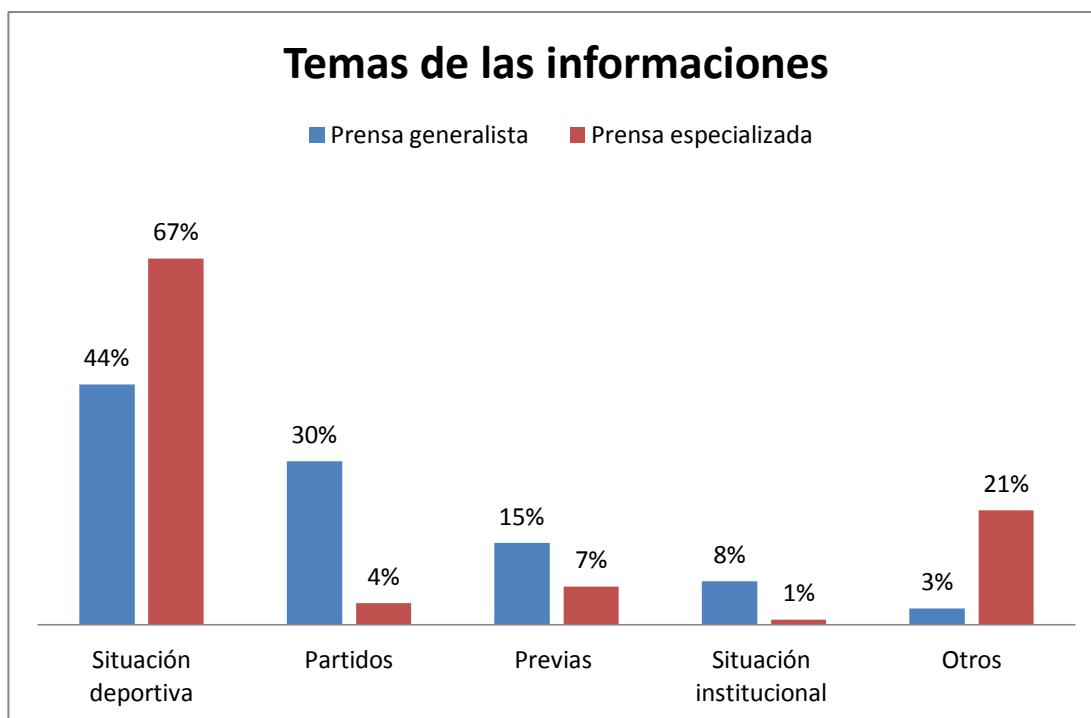
El promedio del número de autores que escribieron informaciones sobre el Atlético de Madrid en la prensa generalista fue de 7,8 en el mes de noviembre de 2009 y en la prensa especializada de 33,5 firmas durante mayo de 2010.

Estos datos revelan que cada uno de los periodistas que publicaron temas del equipo rojiblanco en *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* realizaron 2,5 noticias, mientras que los profesionales de *As* y *Marca* escribieron 6,6 temas.

En este punto, conviene recordar que *La Razón*, además de ser el periódico que más información ofrece del Atlético de Madrid, también es el diario en el que escriben más autores (13) en la prensa generalista, mientras que en la especializada *Marca* es el que más destaca con 36.

9.3. Temas de las informaciones

FIGURA 11.3.



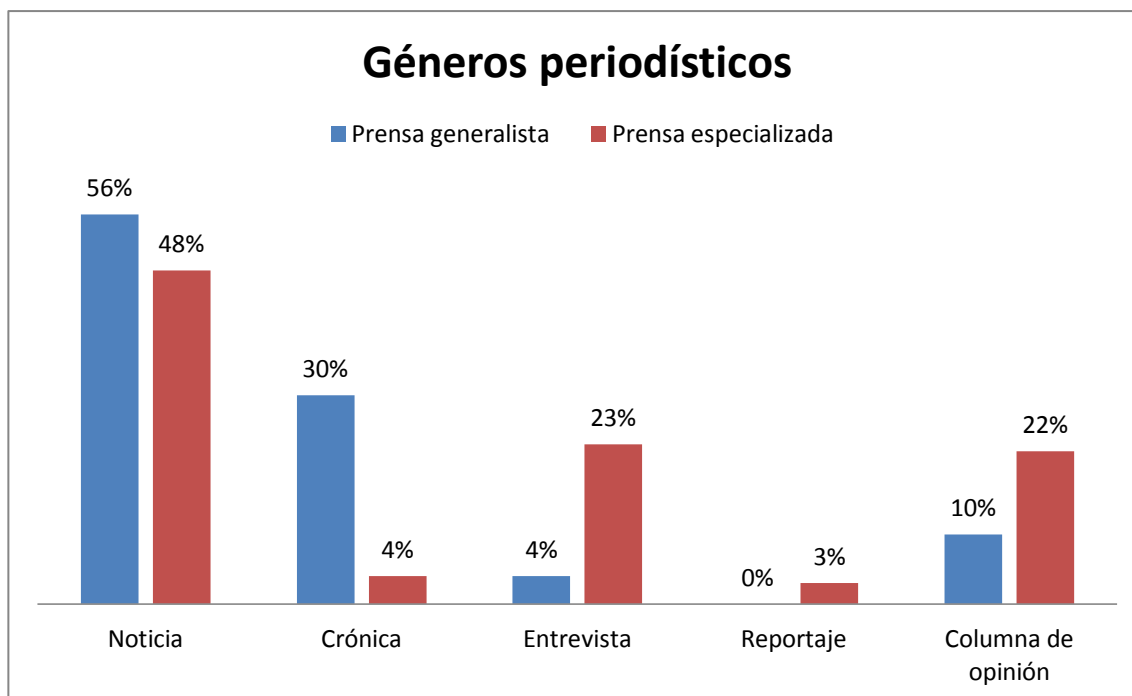
En este apartado se pueden constatar importantes diferencias entre los temas abordados entre la prensa generalista y la prensa especializada. Así, a pesar de que en ambos casos la situación deportiva es la categoría que se lleva la máxima atención, *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* centraron el 44 por ciento de sus informaciones en este punto, por el 67 por ciento de la prensa especializada, por lo que éstos otorgan una mayor relevancia al día a día de la actualidad atlética.

Ello supone que proporcionalmente los generalistas se centran más en los partidos y la previas de éstos (con el 30 y el 15 por ciento, respectivamente), mientras que los especializados la suma de ambas categorías solo llega al 11 por ciento. *ABC*, *El Mundo* y *La Razón* son los únicos periódicos generalistas que abordan la situación institucional del club, sin embargo lo hacen prácticamente al mismo nivel que *Marca* y *As*, lo que explica el 8% de las informaciones dedicadas en los primeros y no más del 1 por ciento en los segundos. En la última categoría, denominada "Otros", los diarios generalista no le dan mucha importancia a esos temas, no superando el 3 por ciento de sus

informaciones mientras que para los especializados significa el 21 por ciento, siendo el segundo punto al que dan mayor número de informaciones.

9.4. Géneros periodísticos

FIGURA 11.4.



La figura pone de relieve que en la prensa generalista, de un total de 162 elementos, la *noticia* es el género periodístico que más aparece con 91 ejemplos, lo que supone el 91 por ciento. En este apartado, la prensa especializada se sitúa en el 48 por ciento, con 122 noticia. La segunda categoría con más presencia en la prensa generalista es la *crónica*, con 48 (30 por ciento), aunque para la prensa especializada es la entrevista el segundo género más frecuentado, con el 23 por ciento, género poco utilizado en los periódicos generales (4 por ciento).

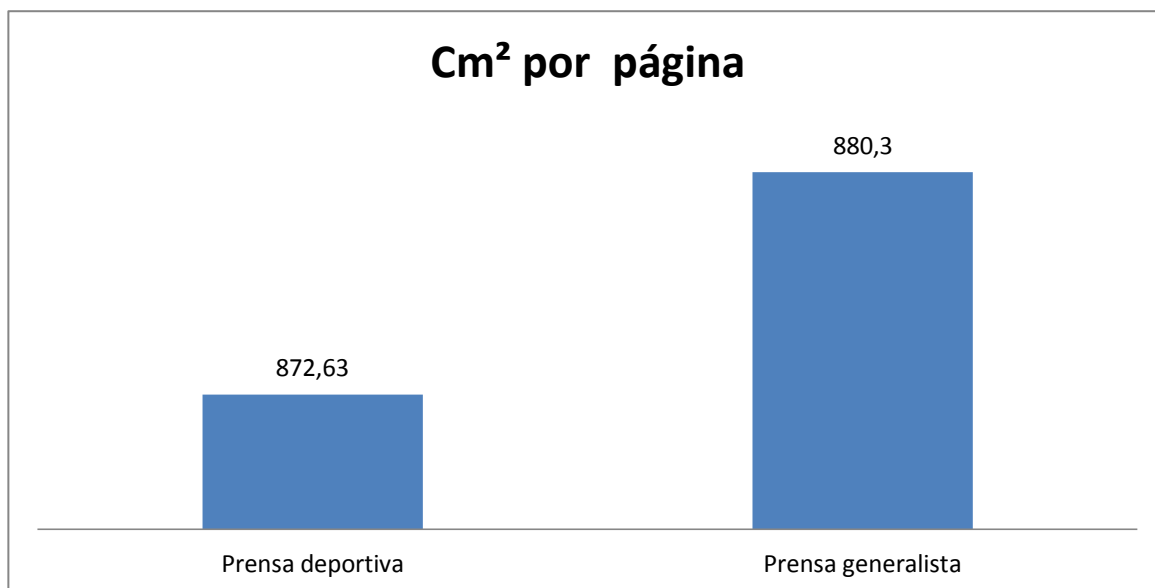
En tercer lugar de los diarios generalistas estudiados está la *columna de opinión*, con 15 ejemplos, que suponen el 10 por ciento del total, coincidiendo en posición con los diarios deportivos, aunque en su caso, la presencia de las columnas se dispara hasta el 22 por ciento.

El género menos utilizado en ambos casos es el reportaje, ya que en los diarios generalistas no llega ni al uno por ciento, y en los deportivos no pasa del 3. Estos datos subrayan que los géneros informativos dominan el campo de los géneros periodísticos.

9.5. Superficie

9.5.1. Superficie de una página

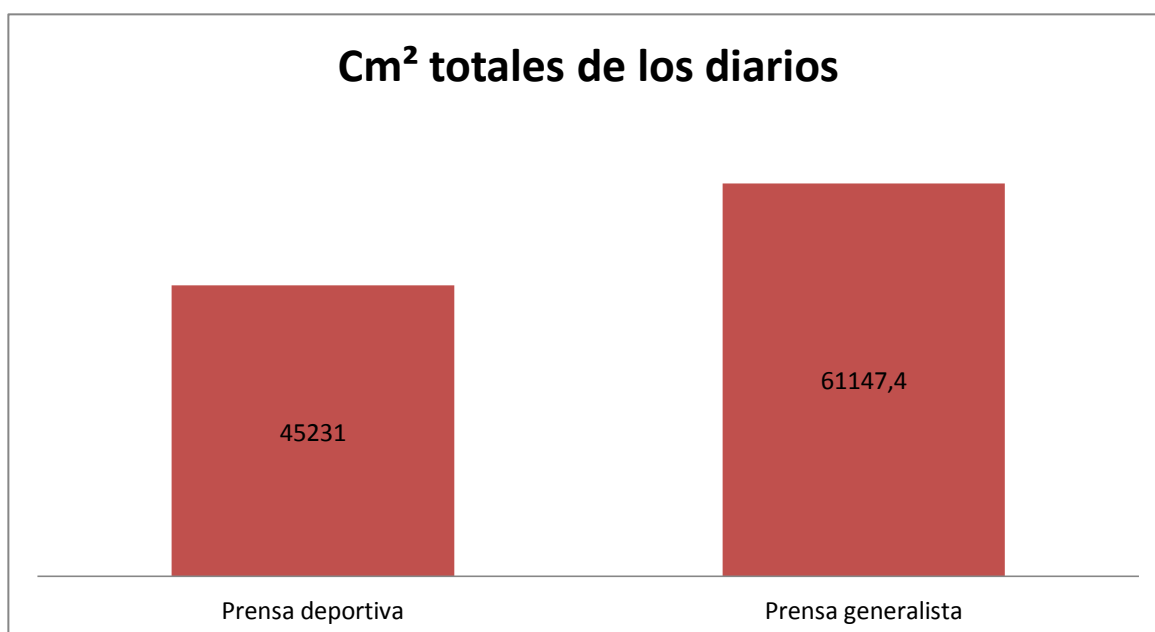
FIGURA 11.5.



Los periódicos deportivos analizados tiene una promedio de 872,63 cm² de mancha de página, por los 880,3 cm² de la prensa generalista, lo que supone 7,67 cm² más por página.

9.5.2. Superficie total de los diarios

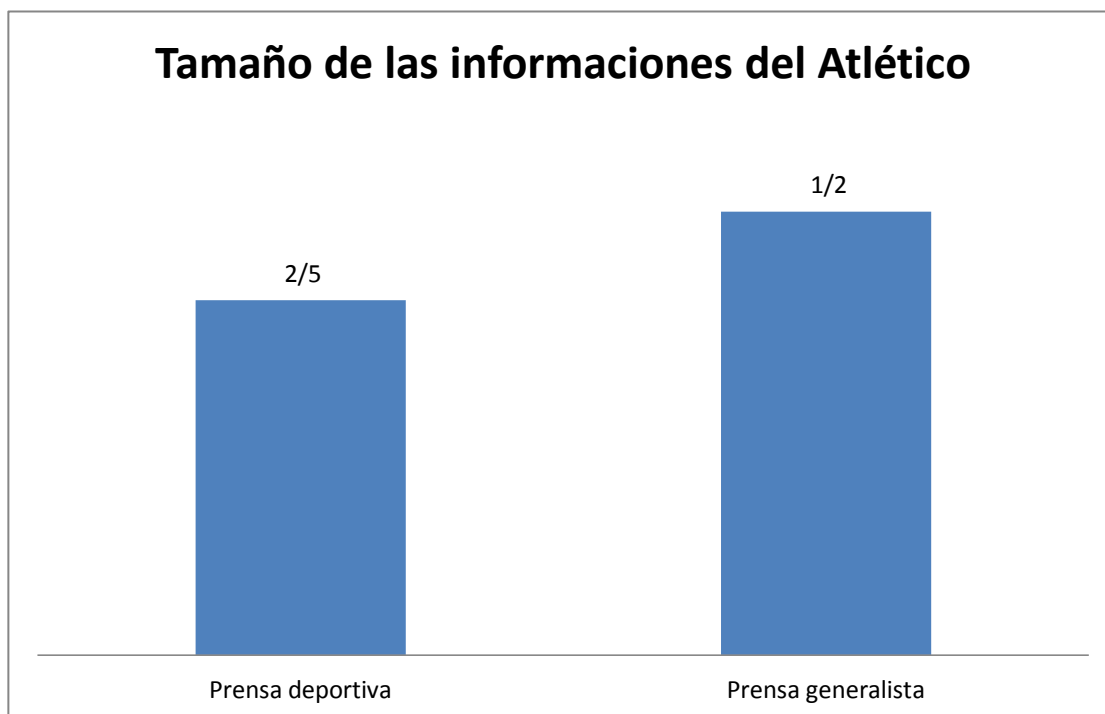
FIGURA 11.6.



Después de tener en cuenta el promedio del número de páginas totales de cada uno, así como los cm² por página de cada diario, podemos decir que los diarios analizados de la prensa generalista publicaron una media 61147,4. cm², lo que significa 15916,4 cm² más que los periódicos de la prensa deportiva, que publicó de promedio 45231 cm².

9.5.3. *Tamaño de las informaciones del Atlético*

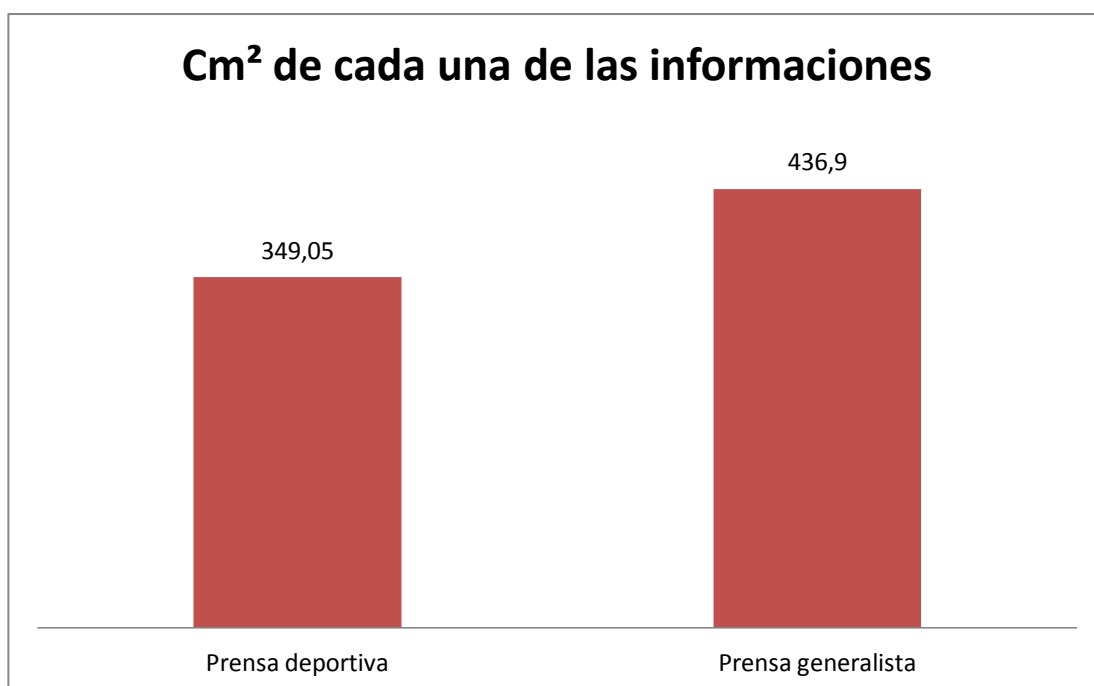
FIGURA 11.7.



Aunque los periódicos de índole general publicaron una media de 20,25 informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid, lo que supone 0,675 temas diarios, y los diarios especializados llegaron a las 223,5 informaciones, lo que supone una media de 7,2 noticias, entrevistas o columnas de opinión, que abordaban la actualidad del conjunto colchonero, las informaciones en los primeros fueron más grandes de promedio, ocupando cada información un 50 por ciento de la página, mientras que en los deportivos fueron del 40 por ciento.

9.5.4. Superficie de cada una de las informaciones

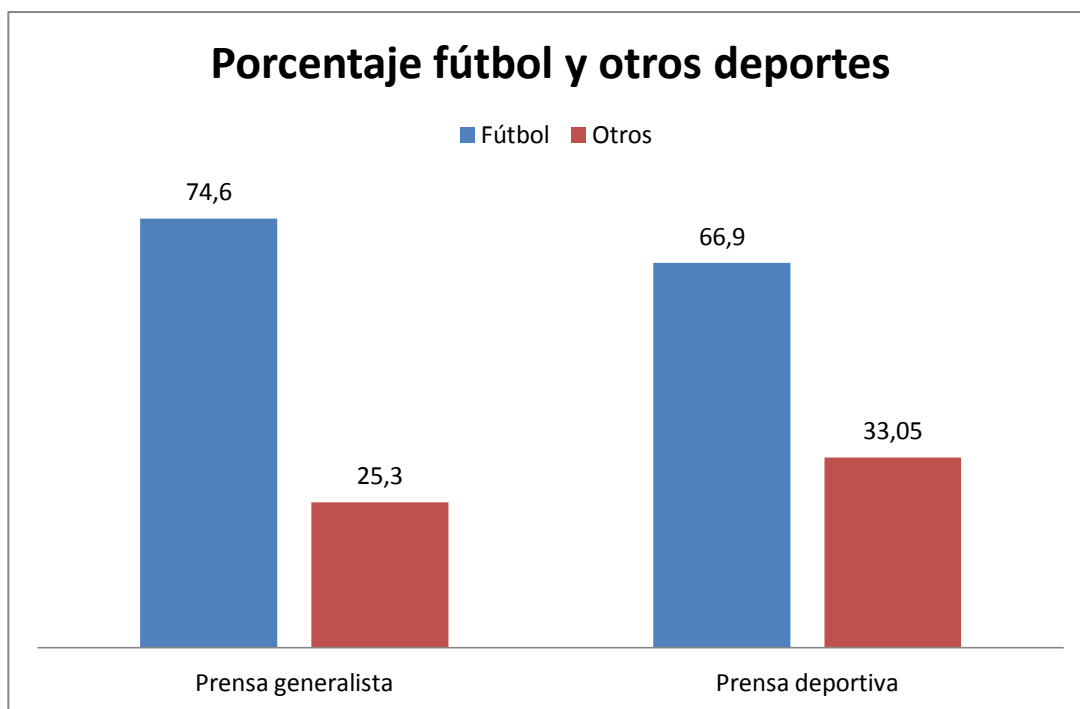
FIGURA 11.8.



En este apartado se han de tener en cuenta los datos anteriores del promedio del tamaño de las informaciones y la media de los cm² de página de los diarios deportivos y generalistas, obtenemos los cm² de cada información del Atlético que aparece en uno de estos bloques. Así, cada una de las informaciones en los diarios deportivos es de 349,05 cm², y en los diarios generalistas es de 436,9 cm² de promedio.

9.5.5. Porcentaje dedicado a fútbol y resto de deportes

FIGURA 11.9.



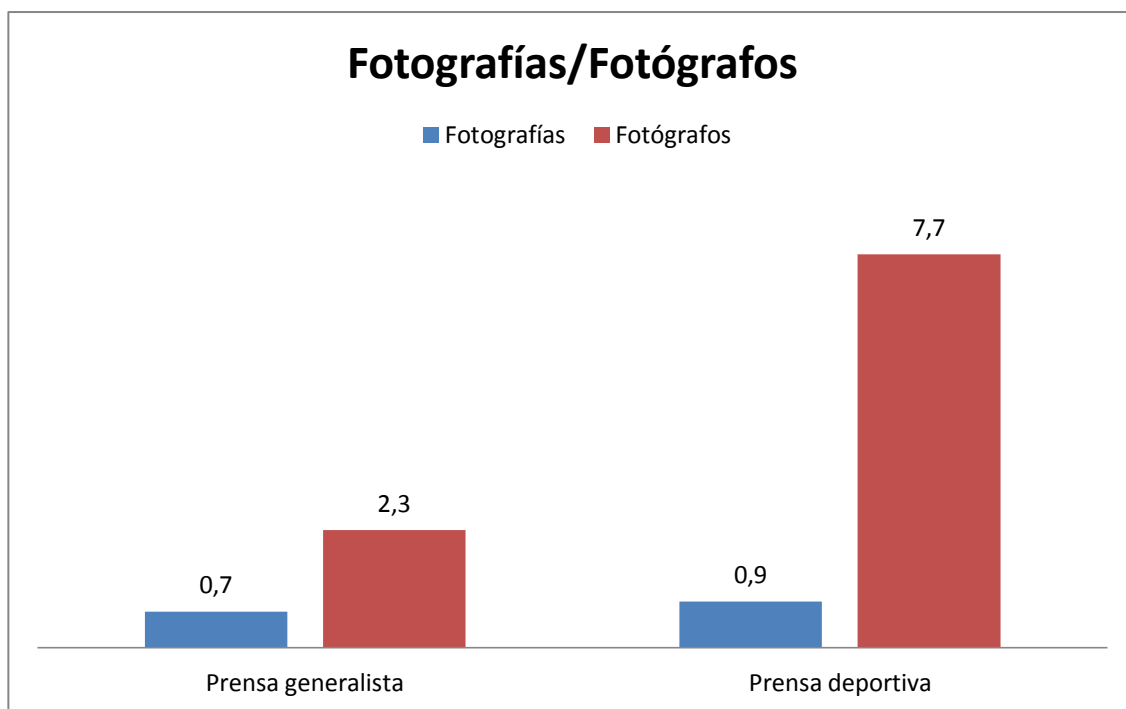
Para poder realizar este gráfico hemos tenido en cuenta el promedio de páginas dedicadas a Deportes en la muestras de la prensa generalista y deportiva (en este caso, es su totalidad) que hemos estudiado. En los periódicos de corte general analizados durante el mes de noviembre de 2009 se publicaron una media de 7,1 páginas dedicadas a la sección deportiva, de las cuales 5,3 abordaron asuntos futbolísticos y 1,8 estuvieron dedicadas al resto de disciplinas, lo que significa un 74,6 y un 25,3 por ciento, respectivamente.

En el caso de los diarios *Marca* y *As*, 48,7 páginas publicadas de media durante el mes de mayo de 2010, 32,6 se centraron en la actualidad futbolística, mientras que 16,1 lo hicieron en otros deportes, suponiendo un 66,9 y un 33,05 por ciento, respectivamente.

A tenor de estos resultados podemos afirmar que la prensa especializada ofrece mayor presencia porcentual de los deportes que no son fútbol, que la prensa generalista que se centra más en este deporte.

9.6. Fotografías y fotógrafos

FIGURA 11.10.



Esta figura se ha obtenido teniendo en cuenta el número total de informaciones relacionadas con el Atlético de Madrid en la prensa generalista durante noviembre de 2009 (162) y las de la prensa especializada en mayo de 2010 (447); y el número de fotografías publicadas en esos periodos, 126 y 426, respectivamente. Los resultados hallados relevan que en la prensa especializada salió a la luz 0,7 fotografías por noticia publicada y en la deportiva 0,9, lo que revela que en el segundo caso, prácticamente todas las informaciones tuvieron el complemento de una imagen.

9.6.1. Imágenes por fotógrafo

En la prensa generalista se publicaron 126 imágenes, que llevaron la firma de 54 autores (incluidas agencias), por lo que cada firma publicó de promedio 2,3 fotografías. En el caso de la prensa especializada, las 426 imágenes que ilustraron las informaciones llevaron la firma de 55 autores, lo que supone un promedio de 7,7 imágenes publicadas por fotógrafo.

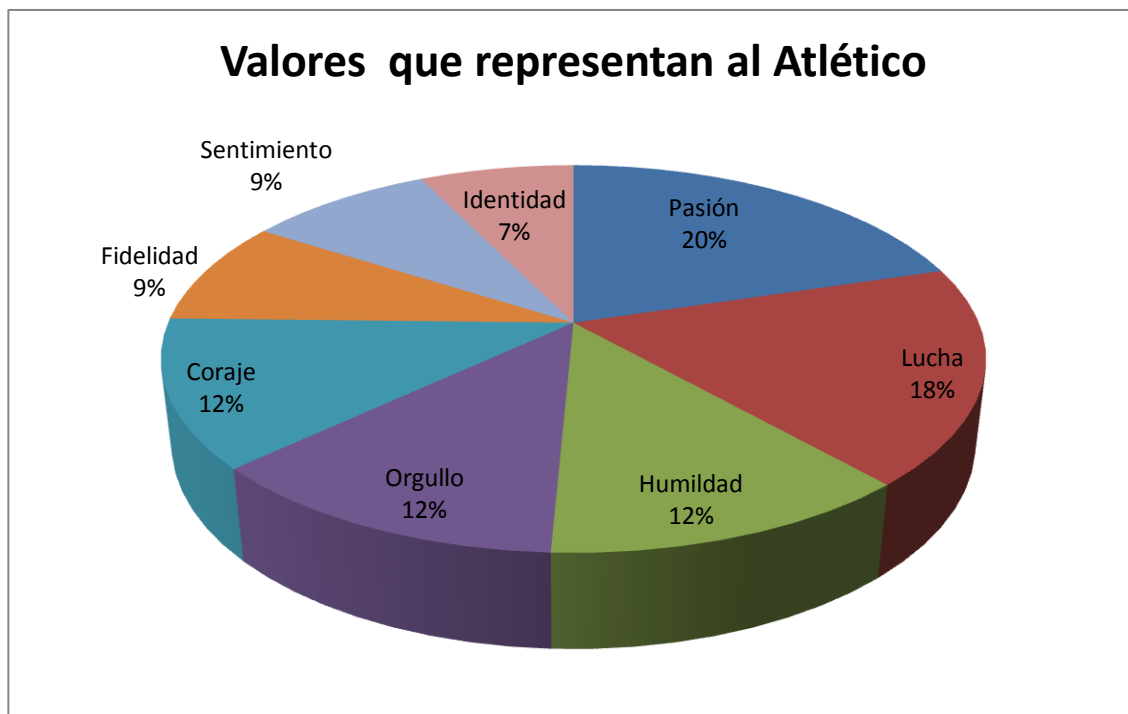
10. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

10.1. Opiniones de los aficionados a través de una encuesta

Encuesta realizada a 100 aficionados del Atlético de Madrid en febrero de 2014.

1- Valores que representan la idiosincrasia del Atlético de Madrid

FIGURA 12.1.



En este apartado se solicita a los aficionados que señalen tres valores que, a su juicio, mejor representen la idiosincrasia del Atlético de Madrid. En el gráfico se recogen los ocho elementos más repetidos, aunque en la encuesta se llegan a recoger 56 diferentes.

Para 28 aficionados del conjunto rojiblanco citan "pasión" como rasgo más identificativo, siendo el más citado. La segunda posición es ocupada por "lucha", con 25 votos.

A continuación aparecen igualados "coraje", "orgullo" y "humildad" siendo nombrados en 17 ocasiones. Al igual ocurre con "sentimiento" y "fidelidad" señalados 12 veces. De los sustantivos que aparecen en el gráfico el que aparece con menor porcentaje es "identidad", con 10 votos.

"Afición" y "sufrimiento" fueron mencionados en 9 ocasiones. "Respeto ", "ilusión", "entrega" y compañerismo", fueron nombrados en 8, 7, 6 y 6 ocasiones, respectivamente.

"Historia" y "lealtad", aparecen 5 veces. Y a partir de ahí aparecen numerosos elementos, como "amor", "constancia", "sacrificio", "honor", "valentía", "superación" , "familia", "señorío", "honestidad", "eternidad", "cariño", "grandeza", "optimismo", "emoción", "fe", "antimadridismo", "vida", "alegría" o "hermandad", entre otros.

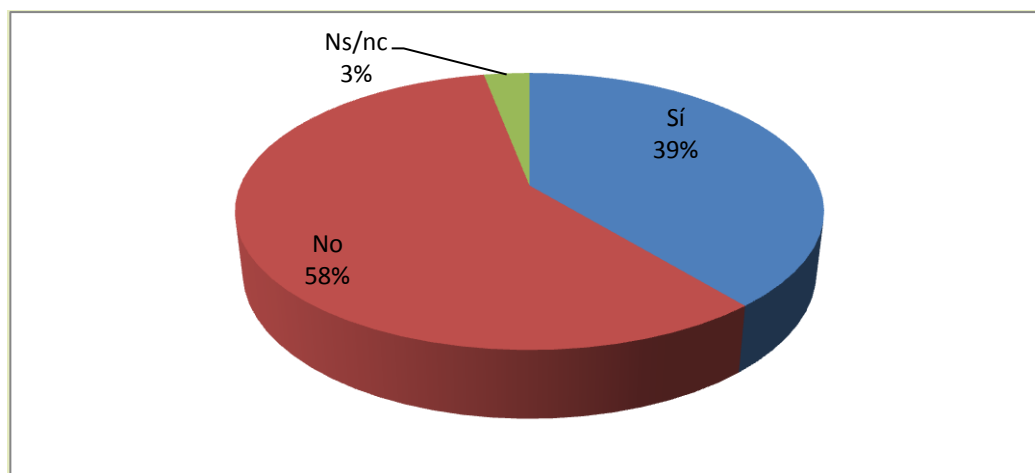
TABLA 3

Valor	Votos
Pasión	28
Lucha	25
Humildad	17
Orgullo	17
Coraje	17
Sentimiento	12
Fidelidad	12
Identidad	10
Afición	9
Sufrimiento	9
Respeto	8
Ilusión	7
Corazón	7
Entrega	6
Esfuerzo	6
Compañerismo	6
Historia	5
Lealtad	5
Rebeldía	5
Sacrificio	4
Familia	4
Amor	4

Alegría	4
Fe	3
Constancia	3
Inconformismo	3
Emoción	2
Fuerza	2
Valentía	2
Honor	2
Optimismo	2
Distinción	2
Sencillez	2
Grandeza	2
Ganas	1
Hermanidad	1
Trabajo en equipo	1
Competitividad	1
Empatía	1
Superación	1
Vida	1
Solidaridad	1
Antimadridismo	1
Honestidad	1
Actitud	1
Señorío	1
Honradez	1
Perseverancia	1
Eternidad	1
Valor	1
Cariño	1
Esperanza	1

2- ¿Considera que desde el club se transmiten adecuadamente esos valores?

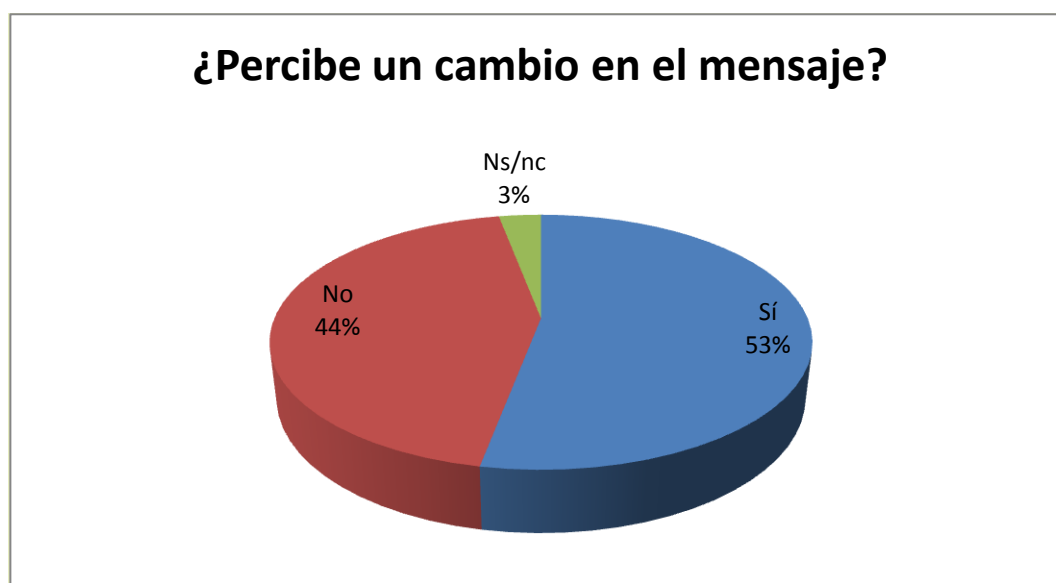
FIGURA 12.2.



De los 100 aficionados encuestados, 58 consideran que desde el propio club no se transmite con acierto los valores que con anterioridad han citado en la primera pregunta. Por contra, 39 están satisfechos de cómo la entidad refleja las sensaciones que a ellos les genera el Atlético de Madrid. Tan solo el tres por ciento no se posicionan y declinan posicionarse en una u otra tesitura.

3- En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde el club?

FIGURA 12.3.



En esta cuestión hay que hacer un paréntesis y explicar las campañas publicitarias que empezó a realizar el club desde 2000. Tras consumarse el descenso a Segunda División,

la entidad utiliza dos piezas gráficas para remover el sentimiento de sus aficionados para que continúen acompañando al equipo y tan complicado trance. Eran dos carteles diferentes, uno con el rótulo “Un añito en el infierno” y el otro, que tuvo menos éxito, “El Manchester y el Milán también jugaron aquí abajo”, ambos con la imagen de Kiko, referente atlético en ese momento, con el fuego del infierno como telón de fondo. El cambio de categoría se contemplaba como algo circunstancial y pasajero, aunque finalmente se alargó un año más de lo previsible.

En el verano de 2001, tras fracasar en su primer intento por regresar a la máxima categoría, se apuesta por la campaña ¿Papá, por qué somos del Atleti? En este spot hacen público una de las preguntas que muchas personas se han hecho alguna vez, cuando un hijo le pregunta a su padre por qué son de ese equipo. Sin embargo, en esta ocasión había contestación: "no es fácil de explicar, pero es algo muy, muy grande", recuerda García Vizcaíno, presidente creativo de Sra. Rushmore, la agencia de publicidad a la que se le encargaron todos estos trabajos.

En 2002, logrado el ascenso, la idea que se transmite es que el club vuelve del infierno a través de las cloacas, tras permanecer dos años en la Segunda División del fútbol español. Un tiempo en el que ha cumplido su castigo y ha logrado redimirse de sus pecados con el apoyo incondicional de su afición. En su camino hacia la luz, el club atlético ha completado una trilogía a través de sus campañas, desde la tristeza del descenso a la alegría del retorno a Primera División.

En este episodio, el Mono Burgos, portero del equipo, se convierte en protagonista y en avanzadilla de un club que cuenta en estos momentos con el mayor número de socios de toda su historia. Todos salen de la alcantarilla. La ilusión vuelve a ser de color rojiblanco. El centro de Madrid amanece desierto. En el cruce de las calles Gran Vía y Alcalá no se atisba ni un solo peatón y las carreteras aparecen ajenas a la circulación trepidante de todos los días. De repente, la tapa de una alcantarilla sale disparada por los aires y un balón parece surgir de las profundidades de la tierra. Con sigilo, unas manos se apoyan en el firme de la carretera y tras ellas, aparece la figura del Mono Burgos. Un lema acompaña su aparición, "Ya estamos aquí."

Así, hasta 2007 la mencionada agencia, año tras año, lanzaba campañas en el periodo estival, momento en el que los socios del Atlético debían renovar sus abonos. En 2003,

año del centenario, recrea una situación de la guerra civil, en la que un soldado del bando nacional captura a uno del lado republicano. Comienzan a hablar y se dan cuenta que no son tan diferentes y que ambos comparten su amor por los colores del Atlético de Madrid. Al final, le libera y le deja escapar al grito de ¡Áupa Atleti!.

En 2004, el protagonista del anuncio fue el por entonces socio número 1, que contaba que a lo largo de su vida se había ido quitando cosas, pero solo de una pasión no había tenido la suficiente voluntad para superarla. el Atlético de Madrid. En 2005, un inmigrante mandaba cartas a su familia en Ecuador para contarles lo bien que le iban las cosas en España y que era del equipo que siempre ganaba, a pesar de que la realidad decía lo contrario. Lo que pretendieron transmitir con este spot fue la sensación de orgullo, a pesar de los malos momentos.

En julio de 2006 se presentó en el Vicente Calderón la campaña para la temporada 2006-07 y el objetivo principal de la misma es como señaló el director de comunicación de la entidad rojiblanca, Emilio Gutiérrez, la fe. Esta enigmática palabra cierra un spot muy claro con el que el equipo rojiblanco, después de una temporada en la que no se cumplieron sus objetivos, les dice a sus socios y simpatizantes que, pese a todo, crean; crean en que el balón llegará a la red las veces suficientes, igual que el balón del anuncio llega a la playa donde espera un niño.

El spot de 2007 está ambientado en un cementerio al que acude un aficionado rojiblanco para comunicar a su padre, ya fallecido, que abandona la lucha rojiblanca. Desde el más allá su progenitor le contesta con un sonoro cachete (empleando la rama de un árbol), consiguiendo de inmediato que su hijo mantenga su fe en el Atlético de Madrid. Sentimiento rojiblanco en estado puro mezclado con una pincelada de humor. Emilio Gutiérrez recordó durante el acto que “la historia de estas campañas arrancó con el descenso y en todas intentamos contar historias. No es fácil y por ello hay que agradecer a ‘Sra. Rushmore’ y a las productoras que hayan creado spots tan maravillosos. Estas campañas nos han permitido asociar valores y potenciar el sentimiento atlético”.

A partir de 2008 se empieza a percibir un cambio en los anuncios. Ese año el Atlético celebraba su regreso a competiciones europeas y el slogan fue 'Vuelve mi Atleti'. El de toda la vida, el que es protagonista en España y en Europa. Con este título reflejó la nueva campaña de imagen de la grandeza de la institución. ‘Pastor’ relata una historia

cruda y real que retrata el dolor que la guerra provocó en Kosovo, y en la que las rayas rojas y blancas representan la ilusión para uno de sus ciudadanos, roto por las consecuencias de una batalla sin sentido.

Desde entonces, aprovechando que el equipo en este tiempo ha vuelto a conquistar títulos y jugar finales se cambia esa sensación de sufrimiento de años atrás por una visión más optimista y alegre de la afición rojiblanca, como los spots "Nosotros soñamos más fuerte", que se lanzó antes de las finales de Hamburgo y Barcelona de 2010, así como "Dichosos los que creyeron sin haber visto", que muestra a varios niños ilusionados cantando el Atlético de Madrid que no habían tenido oportunidad de vivir la grandeza de su club, o "Vuelta al cole", en la que niños y adultos están deseando volver al colegio y a sus trabajos después del periodo vacacional para mostrar con satisfacción su condición atlética.

En 2012, tras volver a clasificarse para la final de la Europa League aparece "La vida puede ser maravillosa" y "Nuestra Verdad es Nuestra Verdad" con motivo del partido contra el Athletic de Bilbao que se disputó en Bucarest, que concluye con la frase "3 finales europeas en 2 años". Una vez explicada esta evolución, la encuesta realizada a los aficionados señala que 53 de los 100 preguntados, sí perciben un cambio. El 44 por ciento, no distinguen la variación en el mensaje y 3 de ellos no se pronuncian.

4-¿Qué periódico de información general cree que ofrece más información del Atlético?

FIGURA 12.4.

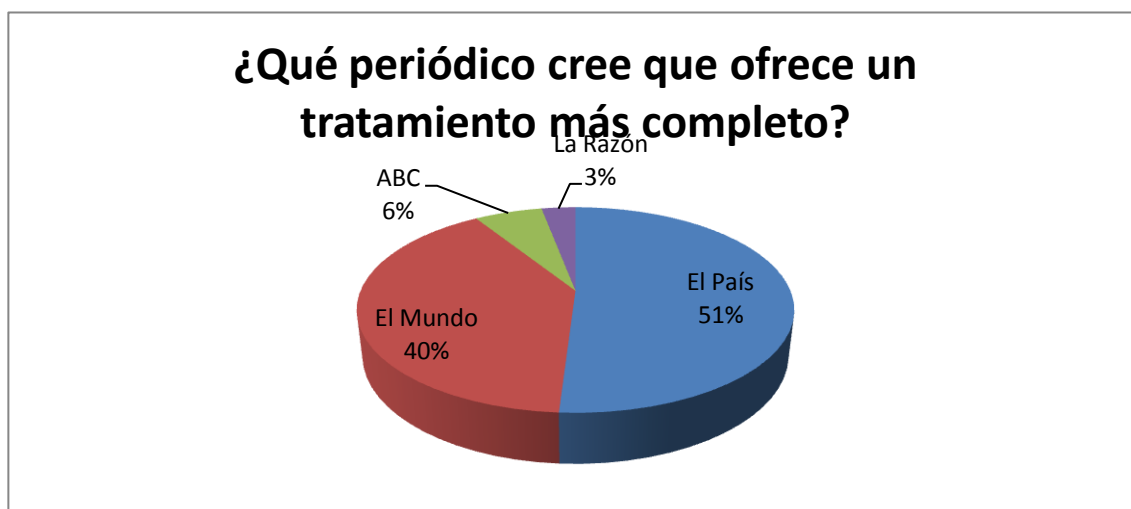


Para esta pregunta se descartaron aquellas respuestas que aseguraban no tener argumentos por diversos motivos para decantarse por uno de los diarios. Esta decisión se ciñó a criterios de interés, al entender que lo que este trabajo pretende demostrar es la presencia del Atlético de Madrid en la información de estos periódicos y no si los encuestados siguen o no dichas cabeceras.

Así, de las 100 respuestas válidas, 53 consideran que es *El País* el que más información ofrece, seguido por *El Mundo*, con 39, y a mucha distancia *ABC* y *La Razón*, con 5 y 3 votos, respectivamente.

5-¿Qué periódico de información general cree que ofrece un tratamiento más completo del Atlético?

FIGURA 12.5.



Al igual que en la pregunta anterior, se descartaron aquellas respuestas que aseguraban no tener argumentos por diversos motivos para decantarse por uno de los diarios. En este caso, de las 100 respuestas, 51 consideran que es *El País* el que más información ofrece, seguido por *El Mundo*, con 40, y recorta diferencias respecto a la cuestión anterior *ABC* con 6 votos y queda en último lugar *La Razón*, con 3 votos.

6- ¿Está satisfecho con la información que sale desde el propio club?

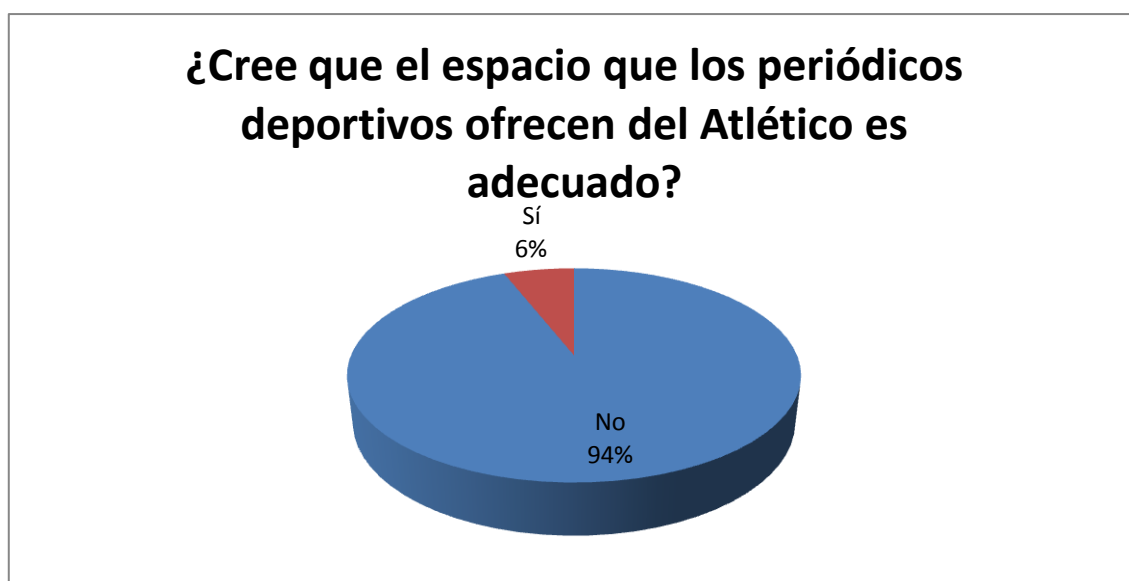
FIGURA 12.6.



Una inmensa mayoría de los encuestados, el 60 por ciento, no está satisfecho con la información que tiene el origen en el propio club. 35 de los encuestados consideran adecuada la política informativa que nace desde la entidad, mientras que solo un 5 por ciento no se posiciona por alguna de las opciones.

7- ¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es adecuado?

FIGURA 12.7.



Esta es la cuestión que muestra mayor rotundidad en la respuesta de los encuestados, puesto que el 94 por ciento de los mismos estima que los diarios deportivos no destinan

un espacio suficiente a la información del Atlético de Madrid. Un 6 por ciento, considera que el espacio que ofrecen es adecuado.

8- ¿Qué periódico deportivo ofrece más información del Atlético, *Marca* o *As*?

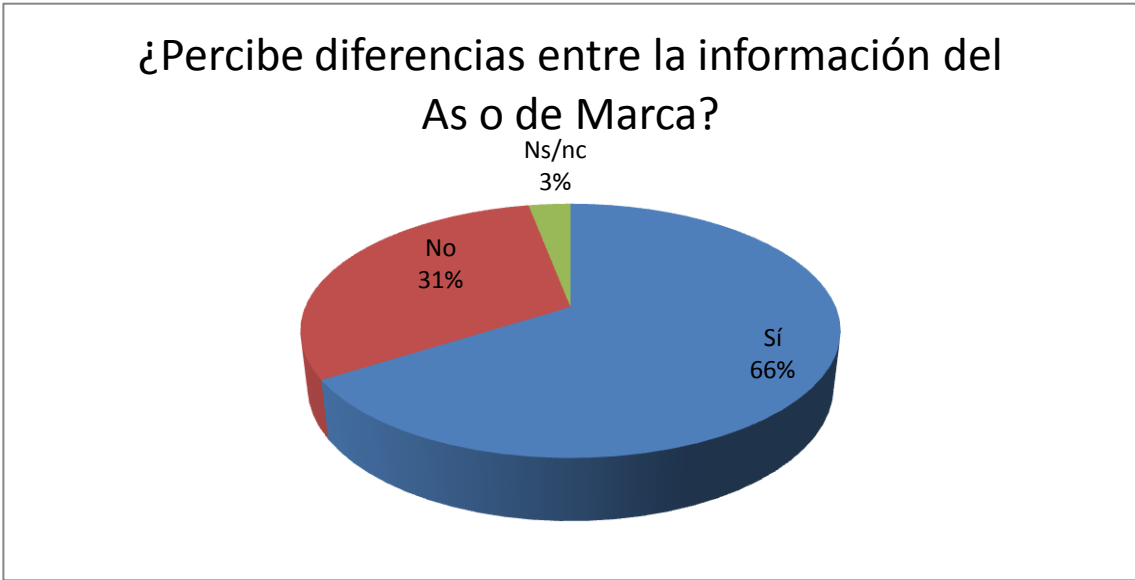
FIGURA 12.8.



De los 100 encuestados, el 62 por ciento cree que el diario *As* ofrece más información del Atlético de Madrid que *Marca*, que ha recibido el 38 por ciento de los votos.

9-¿Percibe diferencias entre la información de *As* y la de *Marca*?

FIGURA 12.9.



Dos tercios de los encuestados afirma que percibe diferencias entre las informaciones de *As* y *Marca*. El 31 por ciento cree que no hay diferencias y el 3 por ciento no se pronuncia.

10- ¿Crees que los periódicos ofrecen información suficiente de los aspectos institucionales del club?

FIGURA 12.10.



87 de los 100 encuestados opinan que los periódicos no publican información suficiente de los aspectos institucionales del club, por el 6 por ciento, que entiende que sí se brinda un espacio aceptable a la este aspecto de la actualidad. El 7 por ciento de los encuestados no se pronuncian.

10.2. Aproximación a fuentes especializadas a través de entrevistas a periodistas expertos

- Carmen Calvo, ABC

-Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

Yo creo que el club, a través de las redes sociales, transmite una información bastante aséptica. Tan sólo la publicidad institucional refleja muy bien nuestros valores.

-¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

En el contenido es meramente informativa, con poca pasión y los mensajes no son nada motivadores. Se crea más ruido gracias a los aficionados que al propio departamento de comunicación del club. Es más, yo considero que el gran valor del Atleti es su afición y eso el club lo refleja poco, parece que tenemos que darles las gracias.

-¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

Los espacios que le dedican los medios no corresponden con el nivel del Atleti, especialmente en estos últimos años con las magníficas campañas que estamos haciendo.

-En una encuesta realiza para esta tesis , el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que Marca. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

No tengo datos para contestar porque no leo prensa deportiva.

-De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Con respecto a las informaciones de la directiva, me parece que hay un pacto de silencio. La prensa no puede escupir en la mano de quién le da de comer y eso se percibe mucho.

- Eduardo Castelao, *El Mundo*

- Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

Una cosa son los valores que representa el club y otra esta última etapa de su historia. El Atlético siempre ha tenido algo de rebelde, de modesto que lucha contra el 'hermano mayor' de la ciudad, y eso permanece en su ADN. Ocurre que, de unos años a esta parte, especialmente desde la intervención judicial, hay una parte de la masa social del Atlético que está en contra de todo lo que salga desde la directiva. El club ha ido dando tumbos en la última década y lo último que le preocupaba era transmitir estos u otros valores. Están mucho más centrados en la realidad económica, durísima, del club.

-¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

Como la que sale del resto de clubes: es una información interesada. Es inconexa en el mensaje porque es un club bastante permeable a la prensa. Por razón de la crudísima situación económica, no suficientemente explicada, ha habido movimientos deportivos (fichajes, compras y ventas) que también han resultado muy difíciles de explicar.

- En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

Desde la llegada de Simeone, es él quien acapara casi todo el mensaje en el área deportiva. Su discurso, prudente, humilde, apelando constantemente a los sentimientos, ha calado en la gente. En cuanto a la información institucional, no ha variado sustancialmente.

-¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

Sí. Cuando la situación deportiva era peor, el espacio era menor, y ahora que el equipo está peleando por los títulos, ganando constantemente partidos, es raro el día que en *El País*, *El Mundo* o *ABC* no hay una información del Atlético. Los deportivos le dedican sus páginas pase lo que pase, y creo que tiene suficiente espacio.

-¿Cuál es la principal diferencia entre el tratamiento informativo que recibe el Atlético en *El Mundo* y en *El País*?

No hay muchas diferencias más allá del estilo propio de cada uno de los periodistas que lo cubren. Ambos periódicos tratan de atender bien las crónicas, las previas, las entrevistas con los personajes o el análisis de lo que sucede alrededor del equipo.

-En una encuesta realiza para esta tesis , el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que Marca. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

Probablemente porque en la página web de As el Atlético casi siempre está más visible. En el papel, habitualmente es *Marca* quien ofrece más información del Atlético, pero en la web está más 'escondida', y teniendo en cuenta que la mayoría del público hoy se informa vía web, probablemente sea esa la razón.

-¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto As como Marca?

No aprecio apenas ninguna. Ambos hacen una información muy positiva para el equipo y la institución. Quizá haya leído más noticias puramente definidas así en *Marca*, pero la línea editorial de ambos para con el club es similar.

-De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Es una cantinela habitual entre los lectores del Atlético. Un vistazo a la hemeroteca bastaría para desmentir eso, especialmente en el caso de *El Mundo*, donde todo lo

relacionado con la familia Gil ha sido objeto de portada. Lo que ellos pretenden es que hagamos una información diaria diciendo que Gil y Cerezo se apropiaron indebidamente del club, y eso por razones obvias no es viable. Se contó en su momento, además con gran despliegue, y un periódico trata de contar lo que pasa cada día. Lo sucedido hace unos años se contó en su momento, como era nuestra obligación.

- Francisco Javier Díaz, As

-Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

Hasta hace poco el club no sabía venderse bien hacia fuera, pero creo que poco a poco eso se ha ido corrigiendo.

-¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

En general no es mala, pero es un tanto irregular. Debe mejorar cosas, como por ejemplo, y eso sucede en muchos clubes, las informaciones relacionadas con los partes médicos y lesiones de jugadores.

- En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

El club se ha ido adaptando a los cambios tecnológicos y está dando mucha importancia a las redes sociales, a su página web, etc. Ha perdido es punto de club familiar que antes tenía y que a mí particularmente me gustaba mucho. Lo sigue teniendo, no obstante.

-¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

Yo creo que sí. Quizás a los periódicos les falta algo de sensibilidad con el Atlético. Es decir, darle una portada algún día determinado, con un triunfo importante o alguna cosa así. Cuesta darle portadas al Atlético. Pero dentro hay información suficiente. La percepción de la gente puede que no sea así, pero siempre hay cuatro páginas dedicadas al equipo rojiblanco.

-En una encuesta realiza para esta tesis, el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que Marca. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

Porque la gente asimila *Marca* con Real Madrid. Básicamente es por eso. Quizá también porque el AS intenta volcarse con el tema social, de entradas, afición, peñas... Eso cala mucho entre la gente y da sensación de mucha cercanía.

-¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto As como Marca?

En AS damos mucho valor a las peñas, a la afición, a las historias de gente que se desvive por y para el Atlético. En *Marca*, sin embargo, les gusta estar mucho más pendiente de lo que es el equipo en sí.

-De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Posiblemente sea verdad. Pero en AS consideramos que los directivos no juegan. Son parte importante, pero más los aficionados, los jugadores, el cuerpo técnico. La información relativa a dirigentes siempre es muy engorrosa.

- Sandra del Estal, As

-Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

Considero que la labor del club no es transmitir esas sensaciones. Es decir, la pasión y la lucha son los valores que transmiten (o intentan transmitir) la afición y los jugadores. La labor de la entidad debe ser más institucional.

¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

Escasa si se tienen en cuenta los recursos que tienen a su alcance. Se va mejorando poco a poco, pero considero que aún así resulta insuficiente para los aficionados, los que buscan información más allá de periódicos, radios o televisiones.

En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

Lo que cambia en cuanto al mensaje viene determinado por el momento deportivo e institucional del club. Alegrías cuando las cosas van bien, unidad cuando van peor.

¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

A tenor de lo que los aficionados dicen a los periodistas, no. Desde mi opinión como periodista tampoco. Vivimos en un momento del periodismo deportivo en el que la rivalidad Madrid-Barcelona copa la información, especialmente en las televisiones. Ni siquiera el momento del Atlético en el inicio de esta temporada parece haber roto esa dinámica.

En una encuesta realiza para esta tesis, el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que *Marca*. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

Supongo que por el número de páginas, darle mayor importancia a los acontecimientos rojiblancos más importantes... Aún así cuantitativamente creo que ambos periódicos van más o menos a la par.

¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto As como *Marca*?

En AS se le da mucha importancia a la afición del Atlético, con informaciones sobre peñas, socios, abonados... En lo relativo a los temas deportivos los enfoques suelen ser similares y ambos periódicos prestamos mucha atención a fichajes.

De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Así es. En muchas ocasiones porque no hay noticias y, cuando las hay, se relega para dar prioridad a los temas deportivos. Cuestión de línea editorial

- Javier Estepa, *Marca*

-Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

Estoy de acuerdo con esa opinión de los encuestados, pero creo que en los últimos dos años las cosas han cambiado. La llegada de Simeone provocó una renovación de esos valores. El departamento de comunicación del Atlético ha tenido mucho que ver en eso. La pasión y la lucha están impregnados más que nunca en la afición y en el equipo.

-¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

Notable. Es cierto que cuando las cosas van bien todo es más fácil. Hoy por hoy el Atlético es un ejemplo de transparencia. Futbolistas cercanos a los aficionados y sensación de unión.

- En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

El mensaje desde la institución sigue siendo el mismo. Ha cambiado la percepción de ver al equipo. Los resultados acompañan y se ha encontrado a un entrenador que contagia su garra.

-¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

En alguna ocasión puede que se quede algo corta. En un periódico siempre el espacio es limitado y se tiende a dar más importancia a otros equipos como el Real Madrid o el Barcelona.

-En una encuesta realiza para esta tesis, el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que *Marca*. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

No sabría contestar a esta pregunta.

-¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto As como Marca?

No encuentro grandes diferencias entre *Marca* y *As*. Pienso que el diario *Marca* trata correctamente la información del Atlético, teniendo una sección única y exclusivamente dedicada al conjunto rojiblanco.

-De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Lo valoro como algo negativo. Por lo general los clubes de fútbol son propensos al hermetismo en ese aspecto. Debería haber más transparencia en temas relacionados a la directiva de los clubes.

- Jorge Fernández Maldonado, As

-Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

Considero que esta respuesta es diferente desde la llegada de Simeone al banquillo. Pese al relativo poco tiempo que el Cholo estuvo en el club en su época de jugador supo entender perfectamente los valores que vertebran el sentimiento de este club. Con las ideas tan claras ha sabido unificar a todos los estamentos del equipo y devolverle grandeza al club. Ahora mismo, Simeone es igual de importante o más que Diego Costa. Lo que el Atleti transmite ahora fuera es la imagen del Cholo. Y el Cholo es pasión, es lucha, es el arquetipo perfecto del sentimiento rojiblanco. Y el club lo sabe y lo explota. La figura de Simeone es tan indispensable que el club apenas tiene que esforzarse en transmitir los valores del Atleti, todo gravita en torno al entrenador. Sí considero que hasta la llegada del Cholo el aficionado no sentía que dentro del club hubiera dirigentes que compartiera su pasión por el equipo.

-¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club? En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

Desde la llegada del último equipo de comunicación que hay en el club, la información del club hacia los aficionados ha mejorado bastante. Sin embargo, hay ciertos temas en asuntos económicos, de fichajes, de ventas que siempre están rodeados de cierta falta de transparencia. Sí percibo que al aficionado le gustaría saber de manera más clara la información relacionada con esto.

-¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

Considero que el Atlético tiene el espacio que merece. Una media de cuatro páginas diarias en AS es espacio más que suficiente para seguir la actualidad del club. Otra historia es que otros equipos tengan demasiado espacios y otros deportes muy poco, pero el dedicado al Atlético me parece proporcionado.

-En una encuesta realizada para esta tesis, el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que Marca. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

Yo soy parte interesada, trabajo con esta sección. Pero entiendo que la gente valora positivamente la sección del Atlético de As porque cuenta con grandísimos profesionales. Iñako es el mejor cronista de los partidos del Atleti que hay, Picu conoce todo lo que se cuece dentro del club, Jorge García es uno de los periodistas deportivos más infravalorados que existen... Raro es el fichaje o la noticia que depara el Atleti de la que los lectores de As no hayan sido informados puntualmente.

-¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto As como Marca?

Conozco a algunos de los que hacen información en *Marca* y también son grandes profesionales. Pero el aficionado rojiblanco lector de *As* sabe que en este periódico encuentra información veraz, opiniones interesantes y expertos en el día a día del club.

-De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Siempre que ha habido alguna sentencia judicial o alguna manifestación se ha informado. Lo que ocurre es que la oposición en el Atleti es poco ruidosa y apenas

moviliza gente. A sus manifestaciones apenas acude gente y en el Calderón ya no se escucha ningún cántico contra la directiva. El espacio en los medios debe ser proporcional a las protestas. Y así han sido hasta ahora.

- David García Medina, *Marca*

-Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

Sin duda. La pasión de la afición que acude al Calderón es incomparable en el fútbol español. Si lo comparamos con los otros grandes de la Liga, Barcelona y Real Madrid, no hay color entre la intensidad con la que se vive el fútbol en el Calderón y la que ponen tanto en el Camp Nou como en el Bernabéu. En estos dos últimos, la gente va a ver fútbol, no a animar a sus equipos. No tengo la sensación de que desde el club no sepan transmitir esas sensaciones.

-¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

Como toda la información que viene de un equipo, lógicamente es positiva para sus intereses. Ahora, con el actual equipo de comunicación, son más transparentes, aunque está claro que hay mucho que mejorar.

- En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

La línea es la misma. Claridad en el tema de acceso a jugadores (mejorable respecto a estrellas como Costa ahora o Falcao el año pasado) y no tanta en el tema de los traspasos y demás aspectos económicos de la entidad.

-¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

Marca y *As*, por ejemplo, dan cuatro páginas diarias al Atlético. Creo que más sería estirar demasiado el chicle, por lo que veo que es una buena cantidad de páginas. Eso sí, me parece bastante escasa la información que se da del Atlético en la mayoría de los telediarios y tertulias nocturnas.

-En una encuesta realiza para esta tesis, el 62% de los encuestados creen que *As* ofrece más información del Atlético que *Marca*. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

No creo que sea cierto. En *Marca* es raro cuando se da menos de cuatro páginas del Atlético, algo que *As* sí hace habitualmente. Y los días de partidos vamos a la par. En el número de portadas, en los últimos tiempos, está igualada la cosa.

-¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto *As* como *Marca*?

No creo que existan diferencias sustanciales. Quizá que en *As* se dan más nombres de jugadores que interesan (por lo que es más fácil que se equivoquen... pero también que acierten). Personalmente -es una opinión personal e interesada- me gusta más cómo se cuida en *Marca* las informaciones. Lucen más. Y también que el cronista de *Marca* (Alberto R. Barbero) para mí más brillante que el de *As* (y que la mayoría de cronistas de fútbol). Pero, lo dicho, no es objetiva la apreciación al pertenecer yo a esta sección.

-De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Quizá tengan razón, pero no le veo ningún atractivo a hablar con frecuencia de Gil Marín, Cerezo o de cualquier dirigente de otro club. El fútbol es de los futbolistas y son ellos los protagonistas.

-Fran Guillén, *Marca*

- Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

De un tiempo a esta parte, esa transmisión ha mejorado ostensiblemente. La figura de Diego Pablo Simeone y su mensaje, clave en este proceso, ha aumentado exponencialmente la identificación de la gente para con los valores que son seña de la entidad y ha reafirmado al equipo en ellos.

- ¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

Si hablamos de comunicación, el fichaje de Rafael Aligue ha supuesto un cambio para mejor. El Atlético de Madrid es, hoy por hoy, quizá el club mejor posicionado y que más trabaja canales como Twitter o YouTube, con iniciativas como los magníficos 'ATM Insider'.

- En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

Como he respondido en la primera cuestión, aquí haría una distinción entre directiva y cuerpo técnico, ya que considero que ambos estratos del club reman en direcciones opuestas. La directiva sigue anclada en un inmovilismo del que, por fortuna para ellos, les saca sin merecerlo la plantilla.

- ¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

Sí. Es, con holgura, el tercer equipo de España en lo mediático.

- En una encuesta realiza para esta tesis, el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que Marca. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

Quizá porque las firmas de AS son más reconocibles. Manuel Esteban está, lamentable e inevitablemente, ligado al Atlético. Y el gran trabajo de Iñako Díaz-Guerra le hace un referente en este campo. Colaboradores como José Miguélez o Antoni Daimiel ayudan indudablemente a esa percepción.

- ¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto As como Marca?

La calidad en la opinión referente al Atlético. En la información pura y dura están cortados por el mismo patrón.

- De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo

valora?

Es algo indudable. Ningún medio *mainstream* se atreve a ser subversivo con la directiva. Y no digamos las cúpulas de los mismos.

- José Marcos, *El País*

-Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

Frente a la pujanza económica y de títulos del Real Madrid, ser hinchas del Atlético no resulta la opción más cómoda, en especial tras los 20 años largos de sequía con la llegada de los Gil al club (excepción del doblete). Un entrenador con espíritu, Simeone, y antes que él Quique Flores, que sentó las bases ganando una Liga Europa que al propio plantel le parecía imposible, han dado forma al club actual. A ver lo que dura: la deuda solo con Hacienda es de 200 millones (hace dos años saqué que eran 215)

-¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

No es información, es propaganda. Para acceder a las cuentas del club y escribir de ellas me tuve que hacer accionista. Ningún periodista, lamentablemente, ni lo ha hecho ni ha mostrado interés en unos datos que dibujan un club con graves problemas económicos (de ahí que recurriera a los fondos de inversión para traer a Falcao y muchos más de la cuadra de Jorge Mendes, de los que también he escrito).

- En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

La directiva no está a la altura de los colores. Por desgracia, la tendencia del periodismo deportivo al amarillismo e informar de cosas ligeras les beneficia.

-¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

Sí, teniendo en cuenta que abunda el ruido en ese sector. La calidad escasea.

-¿Cuál es la principal diferencia entre el tratamiento informativo que recibe el Atlético en *El Mundo* y en *El País*?

No veo ninguna diferencia sustancial. Cuando yo escribía centrado en el club sí se daban noticias económicas muy incómodas (ahora lo sigo haciendo desde la sección de local de Madrid). En ambos se trata la información de forma seria frente a lo que sucede en la prensa deportiva.

-En una encuesta realiza para esta tesis , el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que Marca. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

No tengo esa percepción, lo veo muy parejo.

-¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto As como Marca?

A mí gusto son demasiado próximas a los despachos del Calderón. Todo es positivo. Nada se hace mal. Ejemplo: las obras de La Peineta se tendrían que haber iniciado en 2009, ahora las retrasan para 2015-16... Sin sonrojo.

-De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Remito a las respuestas anteriores. Creo que se tiene que informar de todo, de los fichajes, el entrenamiento, la táctica etc... Pero también de las finanzas, y más en un club que fue intervenido y cuyos máximos accionistas fueron declarados culpables pero no pasó nada porque el delito había prescrito. Otro ejemplo: soy el único periodista que ha acudido a dos juntas de accionistas del Atlético (años 2010 y 2012). La última la tuiteé en directo.

- José Miguélez, *Marca, El País, Público*

-Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?
Yo incluiría rebeldía. En los últimos años, el club sí ha hecho esfuerzos por transmitir esos valores de marca asociados al Atlético. Otra cosa es que toquen de oído o que en muchas de sus actuaciones vayan en contra de esos valores que reconocen. O que, como en el último spot, se columpien radicalmente.

-¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

Sesgada. En los temas institucionales y de negocio, sobre todo. Pero menos que en otros clubes. Porque al tiempo hay una reciente política de facilitar el trabajo a los medios de comunicación muy saludable.

- En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

En el mensaje no, en la forma de transmitirlo sí. A mejor.

-¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

Radicalmente, no.

-En una encuesta realiza para esta tesis , el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que Marca. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

Sinceramente no lo sé.

-¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto As como Marca?

Creo que las diferencias son las propias de los redactores que firman esas informaciones. Y quizás que en *Marca* dan la sensación de llevar un tufo más institucional.

-De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Es una percepción muy extendida entre el sector de atléticos, pero un tanto contaminada. Si se trata de información actual, puede; pero me da que ese porcentaje señala a información vieja, a la forma irregular con la que en su día los dueños se hicieron con la propiedad del Atlético. Y ésa es una información dada y acabada. Lo que sí creo es que hay más cortesía que crítica alrededor de las informaciones que afectan a los directivos.

-Fernando Sánchez Postigo, autor de la tesis doctoral *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*.

-Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

El club no sabe transmitir nada que tenga que ver con la historia, la idiosincrasia y los valores del Atlético de Madrid. En este club desde 1987 se obvia cualquier tema que tenga ver con la historia y el ADN del Atlético de Madrid. El motivo es que ellos quieren crear, y lo están consiguiendo, un nuevo Atleti que se adapte a sus fines. Por lo tanto, estoy de acuerdo con los encuestados e incluso se quedan cortos en sus apreciaciones. Solo hay que ver las campañas de publicidad que se crean desde el club que son contrario a los valores históricos del Atlético de Madrid.

-¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

Partidista, irreal, falsa y nula para mí. No me creo nada que salga desde la SAD de Gil Marín y Cerezo. Un mero ejemplo. Tratan de engañar con el tema de socios y abonados para inflar cifras y dar una imagen de apoyo a su gestión que no lo es. Su objetivo es falsear todo lo posible para dar una imagen irreal de la directiva.

- En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

Siguen el mismo patrón desde 1987, si acaso ahora son más sibilinos y falsos. Pero es el mismo patrón: defensa de sus intereses que son los contrarios que los intereses del Atlético de Madrid. Eso sí, muchos aficionados se lo tragan todo.

-¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

Pues no, claramente más. Sobre todo en relación al Real Madrid. Antes no había esa diferencia, pero en los últimos quince años aproximadamente se ha producido una tendencia muy favorable para el Madrid en este sentido. Y este aspecto ha contado con la colaboración a través del silencio de la SAD de Gil Marín y Cerezo. Ellos prefieren que los medios de comunicación no hablen de ellos, no sea que saquen sus temas irregulares y su nefasta gestión. Ellos son felices con esta prensa.

-En una encuesta realiza para esta tesis , el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que Marca. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

Desconozco el motivo de la gente para afirmar tal cosa. En mi opinión, no veo apenas diferencia entre *As* y *Marca* en este asunto.

-¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto As como Marca?

No veo apenas diferencias. Son muy parecidas. Puede haber matices, pero son muy puntuales y circunstanciales. En grandes líneas, son muy parecidas.

-De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Totalmente de acuerdo. La prensa calla en la mayor parte de los casos cualquier información que pueda afectar negativamente a Gil Marín y Cerezo. Estos dos personajes han conseguido crear una prensa dócil y generosa con ellos en su mayoría. Solos unos pocos son valientes a la hora de contar la nefasta gestión de Gil Marín y Cerezo. El resto calla, otorga y mira a otro lado.

- Daniel Senovilla, *Marca*

-Según la encuesta realizada para esta tesis, los valores que mejor representan al Atlético de Madrid son la pasión y la lucha, pero los encuestados consideran que desde el club no saben transmitir estas sensaciones. ¿Cuál es su opinión?

Creo que en los últimos tiempos la política de comunicación ha mejorado mucho y los mensajes llegan mejor al aficionado. Además, gracias a los anuncios realizados por Sr.Rushmore se consigue transmitir correctamente cualquier tipo de forma de pensar, aunque es cierto que la situación actual del equipo también ayuda bastante.

-¿Cómo valora la información del Atlético de Madrid que sale desde el propio club?

Por redes sociales ha sido la gran mejoría, pese a que todavía tienen camino por recorrer. La web, principal fuente de información, no me parece demasiado útil a la hora de encontrar lo que buscas realmente y también se nota la ausencia de mayor fomento de aplicaciones móviles y de la revista que se hacía para los partidos de casa.

- En los últimos años, ¿ha percibido algún cambio en el mensaje lanzado desde la entidad?

Se ha modernizado bastante el tema de comunicación, especialmente en redes sociales.

-¿Cree que el espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético es suficiente?

Creo que el espacio es limitado y depende del día, aunque sí es cierto que los periódicos dedican más espacio a Real Madrid y Barcelona.

-En una encuesta realiza para esta tesis, el 62% de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que *Marca*. ¿Por qué cree que la gente tiene esta percepción?

No lo sé, pero no estoy de acuerdo.

-¿Cuál es la principal diferencia entre las informaciones que ofrecen del Atlético tanto *As* como *Marca*?

NS/nc

-De la misma manera, el 87% de los encuestados consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. ¿Cómo lo valora?

Es cierto, la información suele ser dirigida y no demasiado 'real'. Se comunica lo que quiere el club... poco se saben de temas polémicos como Peineta, Ciudad de Alcorcón, etc.

Análisis de las respuestas

La transmisión de valores se está mejorando.

A la pregunta sobre si desde el club se sabe transmitir valores como la pasión y la lucha, que han sido los dos elementos más citados por los aficionados encuestados, la opinión mayoritaria de los periodistas a los que se ha entrevistado indica que en los últimos tiempos (desde 2011), se ha producido una notable mejoría en el mensaje que la entidad pretende hacer llegar a sus hinchas. No en vano, en la camiseta rojiblanca se pueden ver escritos términos como sentimiento, orgullo y pasión, que han sido citados en la encuesta.

De los doce especialistas, siete consideran que el club sí ha hecho esfuerzos por transmitir esos valores de marca asociados al Atlético. Aunque son tres los que señalan como elemento clave de este cambio la figura del entrenador Diego Pablo Simeone, solo dos indican exclusivamente que la llegada del técnico argentino ha provocado la renovación de estos valores y otros dos explican que lo que parte desde dentro de la organización es un mensaje institucional, más centrado en aspectos económicos. Uno de los periodistas consultados expone que el club no sabe transmitir nada que tenga que ver con la historia y su idiosincrasia.

La información desde el club carece de transparencia.

Seis de los 12 periodistas preguntados se muestran críticos con la información que nace desde la propia institución. La tachan de sesgada, partidista, propagandística, sesgada, escasa y falta de transparencia, especialmente en asuntos económicos y temas que pueden afectar a la directiva. Hay dos periodistas que no se muestran claramente en contra de esta política y la califican como irregular y poco motivadora. Mientras que

uno de los redactores encuestados señala que a día de hoy el Atlético de Madrid es un ejemplo de transparencia informativamente hablando y a su juicio su actuación en este sentido es notable y aquí coincide con otro compañero, aunque cree que todavía queda camino por recorrer.

No cambia el mensaje de la directiva, sí el aspecto deportivo.

Preguntados sobre si han percibido algún cambio en el los últimos tiempos del mensaje que sale desde la entidad, la mayoría de los periodistas consultados explican que básicamente el mensaje desde la institución sigue siendo el mismo, manteniendo una línea inmovilista. Sin embargo, lo que ha cambiado es la percepción de ver al equipo, debido a que los resultados acompañan y se ha encontrado a un entrenador que contagia su garra. Insisten en la importancia de hacer una distinción entre la directiva y el cuerpo técnico. Cinco periodistas aseguran que el mensaje no ha variado dos opinan que sí y el resto lo justifican por el buen momento deportivo que atraviesa el club, con Simeone a la cabeza.

Desacuerdo sobre el espacio que ofrecen los periódicos deportivos.

En la pregunta donde no se ha podido establecer una conclusión esclarecedora ha sido la relativa al espacio que los periódicos deportivos ofrecen del Atlético de Madrid. Para seis periodistas el espacio es suficiente, mientras que otros seis lo consideran insuficiente. Así, unos defienden que es suficiente, teniendo en cuenta que abunda el ruido en ese sector. Mientras que para otros la rivalidad Madrid-Barcelona copa la información, especialmente en las televisiones. Ni siquiera el buen momento del Atlético en las últimas temporadas parece haber roto esa dinámica.

Disparidad de opiniones para explicar que los aficionados creen que As ofrece más información del Atlético que Marca.

Otra de las preguntas que ha generado mayor diversidad de respuestas ha sido la referida a las razones por las que creen que en una encuesta realizada para esta tesis, el 62 por ciento de los encuestados creen que As ofrece más información del Atlético que Marca. Mientras que dos (periodistas vinculados a este último diario) opinan que no es cierto, hay tres que aseguran que no lo saben, otros dos señalan que puede ser porque

desde el *As* se da una mayor importancia al aspecto social, como aficionados o peñas, también hay quién apunta a que las firmas de opinión de estos últimos son más reconocidas para la afición colchonera o que la hinchada rojiblanca relaciona desde siempre a marca con el eterno rival, el Real Madrid.

No hay diferencias entre el tratamiento de *As* y de *Marca*.

La mayoría de los expertos consultados estiman que no hay grandes diferencias entre el tratamiento del club rojiblanco que realiza *As* al que ofrece *Marca*. La conclusión de esta pregunta es que son muy parecidas. Puede haber matices, pero son muy puntuales y circunstanciales. Algunos van en el mismo sentido que hemos recogido en el análisis de la cuestión anterior de que quizás las firmas de opinión de *As* tiene un mayor peso y también se recoge que una de las diferencias es que en *Marca* se puede notar más la tesis institucional del club.

El tratamiento informativo que recibe el Atlético en *El Mundo* y en *El País* es similar

No hay muchas diferencias más allá del estilo propio de cada uno de los periodistas que lo cubren. Ambos periódicos tratan de atender bien las crónicas, las previas, las entrevistas con los personajes o el análisis de lo que sucede alrededor del equipo.

No hay información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva

Casi la totalidad de los profesionales encuestados reconocen y están de acuerdo con el 87 por ciento de los encuestados, que consideran que los periódicos no ofrecen información suficiente de los aspectos que afectan a la directiva. Los periodistas justifican esta circunstancia porque en muchas ocasiones porque no hay noticias y, cuando la hay, se relega para dar prioridad a los temas deportivos, influyendo la línea editorial de cada medio, que en el caso de los diarios deportivos lo explican aduciendo que no tiene ningún atractivo a hablar con frecuencia de Gil Marín, Cerezo o de cualquier dirigente de otro club, ya que el fútbol es de los futbolistas y son ellos los protagonistas.

10.3. Entrevistas a exjugadores del Atlético de Madrid

- Entrevista a Adelardo Rodríguez

Jugador del Atlético de Madrid entre 1959 y 1976

-¿Qué ha significado el Atlético de Madrid en su vida?

Absolutamente todo. Entré con 19 años y todavía sigo, imagínese... Es una vida entera, completa, dedicada al club.

-¿Cómo definiría al Atlético de Madrid?

Ha sido mi alegría, mi tristeza...

-¿Qué supone para usted ser el jugador que más veces ha vestido la camiseta del club?

A nivel personal, es muy importante. Es una emoción inmensa. Con el paso del tiempo uno se da cuenta de que no ha sido sencillo conseguirlo, porque estar ahí durante 17 temporadas supone mucho trabajo detrás. Sin embargo, yo hacía lo que más me gustaba, que era jugar al fútbol, por lo que era un esfuerzo que se sobrellevaba muy bien. Para mí no es una hazaña, sino más bien un orgullo haber podido defender durante tantos años la camiseta del Atlético de Madrid.

-Está considerado por la afición como uno de los jugadores más relevantes de la historia rojiblanca. ¿Con qué momento se queda de las experiencias vividas?

Los aficionados son los jueces de la historia. Son los que más razón deben tener. Después de una larga trayectoria que la gente se acuerde de ti y te nombre es para agradecer. Es un premio a toda una vida en rojiblanco. Gracias a ellos estamos donde estamos. Me tengo que quedar con todo, porque la vida no es solo ganar títulos o triunfos. El conjunto, incluidos los malos momentos, son lo que hacen que las cosas queden para siempre.

-Usted ha hablado de sentimientos a la hora de referirse al club, ¿hoy se saben transmitir estos valores?

Antes tampoco hacía falta que se transmitiera tanto. El hecho de estar tantos años y tanto tiempo en un equipo era lo que favorecía que la gente te tuviera más cariño. De todas formas, creo que los clubes sí tendrían que enseñar un poco más la historia.

-¿El espacio que le dedican al Atlético los periódicos es suficiente, o merecería ser mayor?

Al lado de otros equipos como el Madrid o el Barcelona, es poco. Sobre todo si se tiene en cuenta el gran momento que atraviesa el Atlético de Madrid en estos momentos. Deportivamente, el número de páginas debería estar más igualado.

- Entrevista a Enrique Collar

Jugador del Atlético de Madrid entre 1953 y 1969

-¿Qué ha significado el Atlético de Madrid para usted?

Ha sido el equipo de mis sueños.

-¿Cómo definiría al Atlético?

Para querer al Atleti hay que saber cómo es. Y para eso hay que haber estado en el vestuario, haber jugado y haber tenido buenos compañeros. Eso es algo primordial. Así se observa en el equipo actual, donde la camaradería que hay no sé si será igual en otros clubes en este momento. Vestir esta camiseta es algo muy profundo.

-¿Cuál fue el mejor momento que vivió en el club?

No podría quedar con uno solo. Hubo muy buenos momentos.

-Usted en su día señaló que le hubiera gustado volver a nacer para volver a jugar en el Atlético de Madrid.

Me hubiera encantado volver a jugar en el Atlético de Madrid. La entrega de la afición siempre fue tremenda y siempre estuvo muy unida al equipo. Es una relación para disfrutarla.

-De hecho, usted está considerado como uno de los futbolistas más emblemáticos de la historia colchonera.

Yo percibo con el cariño que me tratan tantísimos años después. Para mí el Atlético de Madrid ha sido mi vida. Yo ofrecí lo que tenía cuando jugaba, a cambio de que tenía un contrato, y me han entregado muchísimo afecto. Defendería el Atlético de Madrid a vida o muerte.

-¿Considera que esos valores tan sentimentales se transmiten adecuadamente hoy en día desde la propia entidad?

No lo sé. A mí el sentimiento se me fue fraguando gracias a los compañeros que tuve cuando llegué. Esa fue una de las claves para que yo tenga un recuerdo tan extraordinario como el que aún perdura.

¿Cree que el espacio que se le dedica al Atlético en los periódicos es suficiente?

Es difícil saber si el espacio es suficiente, pero lo que es una realidad es que el Atlético de Madrid es uno de los equipos grandes, de los que hacen afición. Aunque a todos nos gustaría que se hablara aún más del equipo.

- Entrevista a José Eulogio Gárate

Jugador del Atlético de Madrid entre 1966 y 1977

-¿Qué ha significado para usted del Atlético de Madrid?

Para mí ha sido una parte fundamental en mi vida. Desde que llegué a Madrid hasta ahora, ha estado presente no solo cuando jugaba, sino también después.

-En una encuesta realizada para esta tesis, usted junto a Luis Aragonés y Adelardo son reconocidos como los jugadores más emblemáticos de la historia del club. ¿Qué supone para usted?

También hubo jugadores muy destacados en los años 40 y 50. Cuando llegué era Ben Barek o Marcel Domingo. Algunos hemos tenido la suerte de quedar más grabados en la memoria de la afición. Pero por el Atlético de Madrid han pasado siempre grandísimos jugadores en todas sus épocas.

Yo siempre traté de jugar al fútbol dentro de las normas marcadas. Yo, como todo el mundo, tengo partes buenas y partes malas. Lo más positivo es que mis cualidades se

recuerdan más que mis defectos. Por eso ha quedado un poco como una leyenda aquello de la caballerosidad dentro del terreno de juego. Fui uno más con mis virtudes y mis defectos.

-¿Cuál es el momento que más recuerda de su trayectoria en el club?

Cuando yo llegué en 1966 el Atlético de Madrid acababa de ser campeón de Liga y tenía un equipazo con Mendoça, Adelardo, Collar, Griffa, Calleja, Rivilla... Pensaba que era imposible hacerme un hueco. Poco a poco conseguí tener minutos y empecé a jugar en Europa. Gané tres Ligas, dos Copas del Generalísimo, máximo goleador. Todo eso se lo debo al Atleti. Es verdad que con el tiempo se tiende a recordar solo los momentos buenos, pero también los hubo complicados como cuando perdimos la final de la Copa de Europa en el último segundo que nos igualaron y en el partido de desempate llegamos hundidos y perdimos.

-La afición atlética cuando habla de valores señala la pasión, la rebeldía, el sentimiento rojiblanco por encima de todo. ¿Considera que se sabe transmitir desde el club?

En este momento desde luego que sí. Porque el Atleti nunca ha estado tan bien llevado desde lo que es la dirección deportiva, fundamentalmente por el Cholo Simeone. Es un entrenador que sabe transmitir el esfuerzo, el trabajo, el sentido de equipo. Anímicamente los jugadores que hace dos años no llegaban, ahora han hecho que el Atleti sea un equipo difícilmente batible. Sobre todo si se tiene en cuenta que está compitiendo con un Real Madrid y un Barcelona que tienen unos presupuestos mucho mayores. El Atlético de Madrid tiene un presupuesto de 120 millones y los otros dos de 500. Lo que está haciendo el conjunto, además de esa transmisión de valores y de solidaridad, está consiguiendo unos resultados que nadie soñábamos.

¿-Cree que al Atlético de Madrid se le da el suficiente espacio en los periódicos?

No sé si en *Marca* se le dan más páginas que *As*, o al revés. Lo que no cabe duda y es lo que debe ser, al Atlético de Madrid tanto en España como fuera al club se le trata con muchísimo respeto.

11. CONCLUSIONES

Después de realizar un recorrido exhaustivo por la historia del Atlético de Madrid, este trabajo ha plasmado lo que es la identidad del club, jalonada de éxitos y decepciones, forjada con triunfos inesperados y fracasos impensables. Todos estos acontecimientos, desarrollados en los 112 años de la entidad, han propiciado que se haya creado una cultura corporativa, formada por unas características definidas que los aficionados tienen interiorizadas y que se ven reflejadas en la imagen que proyecta la propia institución.

Tras realizar los pertinentes análisis, haber extraído todos los datos significativos, hacer las valoraciones generales y parciales de los diarios estudiados, y haber conocido la opinión de los periodistas expertos, exjugadores emblemáticos y de los simpatizantes, contamos con los elementos de juicio necesarios para extraer las siguientes conclusiones:

1- Identificación de los aficionados con los valores y la historia del club

Un palmarés compuesto por 10 Ligas, 10 Copas del Rey, 1 Copa Intercontinental, 1 Recopa, 2 Uefas Europa League, 2 Supercopas de Europa y 2 Supercopas de España hacen que el aficionado del conjunto rojiblanco sienta orgullo de la historia de su club. Sin embargo, no son únicamente los títulos los que generan esa sensación de identificación y pertenencia. Algunos de los valores que más destacan sus hinchas son la humildad, la lucha y, sobre todo, la pasión. Es decir, se trata de elementos cuyos ingredientes son difícilmente descriptibles, pero que forman parte del imaginario colectivo rojiblanco.

Desde el club, conocedores de la idiosincrasia de sus aficionados, han tratado de potenciar estos elementos y no en vano, en la camiseta del equipo ha parecido en alguna ocasión el lema “Un sentimiento, un orgullo, una pasión”. Al comenzar el trabajo manejábamos en las hipótesis esta posibilidad de arraigo del aficionado, a lo que ha ayudado uno de los objetivos marcados de inicio que era conocer qué significado tiene el Atlético de Madrid.

2- Desafección con el mensaje institucional, a pesar de coincidir en los conceptos

El club trata de potenciar los valores citados para conectar con la grada por medio de mensajes y campañas publicitarias. En este punto, pese a la coincidencia de los conceptos, existe divergencia en el modo de interpretarlos, ya que el 58% de los encuestados consideran que desde la entidad estos valores no se transmiten debidamente. No deja de resultar curioso que opinen así en un periodo de estabilidad deportiva, cuando en los últimos cinco años se han logrado siete títulos. Lo que evidencia una clara desafección con los dirigentes de la entidad.

Asimismo, los profesionales de los medios de comunicación estiman que dicha transmisión de valores se está mejorando, especialmente desde 2011 con un cambio de política en la comunicación del club. Sin embargo, hay un factor integrador que hace que la identidad, la imagen y la cultura coincidan, como es la figura de Diego Pablo Simeone.

Los datos de una encuesta realizada para esta tesis evidencian que para los aficionados el entrenador argentino encarna esos elementos propios del club, al igual que para los periodistas, que señalan al técnico como la clave en el cambio del devenir de la entidad en los últimos años. Por tanto, pese a que los aficionados consideran que el club no transmite los valores que creen que representan al Atlético de Madrid, los dirigentes apuestan claramente por un entrenador que aglutina a la mayoría de la masa social del equipo colchonero.

Así, hemos respondido a uno de los objetivos que teníamos que era saber si el mensaje que trata de trasladar el club llega a su masa social. Aunque directamente los aficionados no lo interpreten de este modo, lo cierto es que el mensaje que intenta enviar la entidad, cala en ellos, porque ambas partes coinciden en los valores que tiene la institución. Del mismo modo, hemos corroborado una de las hipótesis plasmadas al inicio de la investigación, que certifica el desarraigo existente entre los aficionados y el mensaje institucional, que no así con la idiosincrasia, la historia y los valores de la entidad.

3- Escasa transparencia informativa desde la entidad

Otra cuestión que hemos pretendido aclarar en esta investigación tiene que ver con la percepción de un cambio en el mensaje que en los últimos años sale desde el Atlético de Madrid. Los periodistas especializados explican que la idea que parte desde la institución persiste en una línea inmovilista, pero ha cambiado la percepción del equipo, gracias a los éxitos cosechados.

En este punto, consideran que la información que surge desde el club es escasa y carente de transparencia, especialmente en asuntos económicos y temas que pueden afectar a la directiva, como reflejábamos en las hipótesis planteadas al inicio. El hecho de que el propio Atlético de Madrid no haya respondido a las preguntas planteadas para la elaboración de este trabajo no hace más que reforzar esta conclusión.

Las relaciones entre los profesionales y los clubes como fuentes de información han evolucionado de la misma forma que el fútbol ha pasado de ser una mera competición a convertirse en un espectáculo deportivo, en el que prevalecen los intereses que emanan desde la institución. Así comprobamos otra de las hipótesis que manejábamos, como es que los clubes operan en un escenario en el que pretenden atraer y mantener la fidelidad de sus públicos objetivos, incluidos los medios de comunicación, lanzando el mensaje que más interesa.

La poca información sobre estos asuntos institucionales se puede corroborar empíricamente en el trabajo de campo realizado para la elaboración de este proyecto, puesto que las cuestiones sobre la directiva apenas ha tenido repercusión en los diarios de información general y en los especializados la importancia porcentual que atesora es todavía inferior. En este sentido, el 87% de los aficionados encuestados opinan que los periódicos no publican información suficiente de los aspectos institucionales del club, el 7% no se pronuncia y solo el 6% entiende que sí se brinda un espacio aceptable a este aspecto de la actualidad.

4- Atención continuada y tratamiento similar en los periódicos

Es evidente que la visión que realizan los medios de comunicación sobre el club tiene una repercusión sobre la imagen corporativa de éste. Los resultados obtenidos tras el análisis de los textos informativos publicados en los diarios *ABC*, *El Adelantado de Segovia*, *El Mundo*, *El País*, *Público*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *La Voz de Galicia* durante el mes de noviembre de 2009 referidos al Atlético de Madrid , y de *As* y *Marca* en mayo de 2010 demuestran que, pese a las creencias instauradas en la mente del público, no existen grandes diferencias en el tratamiento informativo que recibe el club.

Dos grandes ejemplos demuestran esta afirmación. El 62% de los encuestados cree que el diario *As* ofrece más información del Atlético de Madrid que *Marca*. Sin embargo, los números evidencian, que *Marca* publicó 225 noticias por las 222 de *As*, cifras muy similares, como apuntábamos en las hipótesis, que se mantienen en cuanto al número medio de páginas diarias ofrecidas del club, 7,9 páginas del equipo rojiblanco en *Marca*, por las 6,5 de *As*. Los periodistas especializados que han respondido a esta cuestión apuntan que esta idea instaurada pueda deberse a que *As* otorga mayor relevancia al aspecto social, como aficionados o peñas. También hay quién apunta a que las firmas de opinión de estos últimos son más reconocidas para la afición colchonera o que la hinchada rojiblanca relaciona desde siempre a *Marca* con el eterno rival, el Real Madrid. Sucede igual con los diarios de corte general, pues el 51% de los encuestados consideran que es *El País* el que más información ofrece del Atlético de Madrid, seguido por *El Mundo*, con 40% y queda en último lugar *La Razón*, con el 3%.

Nada más lejos de la realidad, puesto que en el periodo analizado de noviembre de 2009, el diario que ofreció más informaciones relativas al Atlético de Madrid fue *La Razón* con 31. *El Mundo* ocupa la segunda posición con 27 y en tercer lugar está *ABC* con 26 y *El País*, 20. Los expertos consultados creen que no hay muchas diferencias entre los diarios generalistas más allá del estilo propio de cada uno de los periodistas que cubren los acontecimientos. En este sentido, hemos cumplido el objetivo de demostrar empíricamente cuál es el tratamiento que recibe el Atlético en los diarios y se cumple otra hipótesis como es el interés mediático que existe alrededor del conjunto rojiblanco.

5- El fútbol acapara las páginas deportivas

La investigación pone de manifiesto con datos concretos lo que para muchos es un secreto a voces y que confirma lo que en ocasiones es criticado. El fútbol es con amplísima diferencia el deporte que más espacio ocupa en esta sección de los periódicos. Con frecuencia diaria hay informaciones del Real Madrid, el Fútbol Club Barcelona y del resto de equipos, aunque en menor medida. Las demás disciplinas quedan relegadas a un evento de envergadura o cuando algún deportista español destaca a nivel internacional. En los periódicos generalistas estudiados, el espacio que se dedica al fútbol supera el 74% del total dedicado a deportes. En los diarios especializados roza el 67%. Es verdad, como antes hemos reflejado que la mayoría de las informaciones van dedicadas al Real Madrid o Barcelona, pero no es menos cierto que el tercero en discordia, a una distancia importante, eso sí, es el Atlético de Madrid, aunque esta no parece ser una justificación para los aficionados rojiblancos. Así, hemos logrado alcanzar el objetivo de situar la especialidad futbolística dentro del contexto informativo al que pertenece, demostrando la hipótesis de que el fútbol ocupa una superficie mayor que el resto de deportes en cualquier periódico, aunque no se ha cumplido que los de carácter generalista le otorguen a otras materias deportivas más relevancia.

6- Los aficionados demandan más espacio en los periódicos

En este apartado, otro punto que consideramos relevante y que genera discrepancia en cuanto a la plasmación del concepto de identidad, imagen y cultura corporativas es el espacio que se le dedica al Atlético de Madrid en los medios analizados.

Este malestar queda patente en la respuesta de los encuestados, puesto que el 94% de los mismos estima que los diarios deportivos no destinan un espacio suficiente a la información del Atlético de Madrid. Pero también evidencia una de las señas de identidad del club como es la lucha y la rebeldía, de disconformidad ante lo establecido.

El aficionado del conjunto rojiblanco no se siente inferior, más allá de la disparidad de los presupuestos con otros clubes, por eso reclama una posición de mayor notoriedad. Idea que entronca con uno de los valores que al comienzo de estas conclusiones se ha citado, como es el orgullo por su club y por su historia.

Los periodistas tampoco se ponen de acuerdo en este apartado. Unos defienden que es suficiente, teniendo en cuenta que abunda el ruido en ese sector. Mientras, para otros la rivalidad Madrid-Barcelona copa la información y ni siquiera el buen momento del Atlético en las últimas temporadas parece haber roto esa dinámica. Dos instituciones rojiblancas como Adelardo o Collar, subrayan que el espacio que se le dedica a los colchoneros es poco en comparación a otros equipos como el Madrid o el Barcelona y el número de páginas debería estar más igualado. Sin embargo, otro futbolista de leyenda como José Eulogio Gárate entiende que al Atlético de Madrid tanto en España como fuera se le trata con mucho respeto.

12. BIBLIOGRAFÍA

ALCOBA LOPEZ, Antonio: *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid. Hijos de E. Minuesa. 1980.

ALCOBA LOPEZ, Antonio: *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid. Editorial Paraninfo S.A. 1993.

ALCOBA LOPEZ, Antonio: *La prensa deportiva. Tratamiento inédito sobre el género específico del deporte, y como hacer una publicación deportiva ideal*. 1ª edición. Madrid. Instituto Universitario Olímpico de las Ciencias del Deporte. 1999.

ALCOBA LOPEZ, Antonio: *Enciclopedia del deporte*. Madrid. Librerías Deportivas Esteban Sanz, S.L. 2001.

ALCOBA LOPEZ, Antonio: *Periodismo deportivo*. Madrid. Editorial Síntesis S.A. 2005.

ANDREU, JAIME; GARCÍA-NIETO, ANTONIO, PÉREZ CORBACHO, ANA M^a. *Evolución de la teoría fundamentada como técnica de análisis cualitativo*. Centro de investigaciones sociológicas. 2007

Anuario Marca 1995/1996. Madrid. Editado por el diario deportivo “Marca”. 1996

Anuario Marca 1996. Agenda del deporte 1997. Madrid. Editado por el diario deportivo “Marca”. 1997.

Anuario Marca 1997/1998. Todo deporte Marca. Madrid. Editado por el diario deportivo “Marca”. 1998.

Anuario del deporte 1999. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. 1998.

AS. Liga 98/99. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. 1998.

AS. Liga 2001. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. 2000.

AS. Liga 2002. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. 2001.

AS. Liga 2004. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. 2003

Atlético de Madrid. Genio y figura. Un grande en la historia. Madrid. Editado por el diario *Marca*. 1996.

BARDIN, LAURENCE. *Análisis de contenido*. Akal. Segunda edición. 1996.

BERELSON, B. Y LASZARFELD P.F. *The analysis in Communications Content*. University of Chicago and Columbia University. 1948

BERELSON, BERNARD. *Content analysis in communication research*, Free Press, Glencoe. 1952.

CASPISTEGUI, F.J. y WALTON, J.K. *Guerras danzadas. Fútbol e identidades locales y regionales en Europa*. Pamplona. Eunsa. 2001.

CEBRIÁN, Juan Luis: *Cartas a un joven periodista*. Barcelona. Editorial Planeta. 1997.

CIMPEC-OEA: *Periodismo científico y educativo*. Quito. Ecuador. 1976.

COSTA, JOAN: *Imagen Corporativa del Siglo XXI*. Buenos Aires, Ediciones La Crujía. 2001.

DE HORNA, Antonio (dir.): *Historia oficial del Atlético de Madrid en su noventa aniversario, 1903-1993*. Madrid. De Horna Editores. 1993.

DE LA MORENA, José Ramón: *Los silencios de El Larguero*. Madrid. El País-Aguilar. 1995.

DE LA MORENA, José Ramón: *Aquí unos amigos*. Madrid. El País-Aguilar. 1998.

DE SALAZAR, Bernardo: *Cien años del Atlético de Madrid*. Madrid. Editado por el diario deportivo “AS”. 2003 (4 tomos).

DUFOUR, Iñaki, GONZÁLEZ, Óscar y LORENTE, Jenaro: *Leyendas del Atlético de Madrid*. Madrid. Bookland Press. 2013.

El País: Libro de estilo. Madrid. Ediciones El País. 2004

ESTEVE RAMÍREZ, Francisco (coord.): *Estudios sobre información periodística especializada*. Valencia. 1997.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier: *Modelos de comunicación científica para una información periodística especializada*. Madrid. Dossat. 1983.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco: *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid. Síntesis. 1993.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier: *El periodismo de fuente en el marco de la especialización periodística*. En A. LOSADA, y F. ESTEVE (Eds.): *El periodismo de fuente: jornada de estudios organizada por el Instituto de Estudios de Comunicación Especializada (UCM) en la Facultad de Comunicación (UPSA), Salamanca, 22 de enero de 2000*. Salamanca. Universidad Pontificia de Salamanca. 2003

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier: *La comunicación aplicada a las organizaciones desde las ciencias de la información*, en J. I. BEL MALLEN (Coord.), *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*. Pamplona: EUNSA. 2004.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier (coord.): *Periodismo especializado*. Barcelona. Ariel. 2004.

FERNÁNDEZ SANTANDER, Carlos: *"La Voz de Galicia" Crónica de un periódico (1882-1992)*. La Coruña. Edicios do Castro. 1994.

GALEANO, Eduardo: *El fútbol a sol y sombra*. 2ª edición. Madrid. Siglo XXI de España Editores. 2003.

GARCÍA, Leontxo: *Radomic Antic. Jaque a la Liga*. Barcelona. Plaza y Janes. 1996 .

GARCÍA BUSTAMANTE, Santi: *El efecto Simeone*. Barcelona. Plataforma Editorial. 2013.

GARCÍA CANDAU, Julián: "La crónica deportiva" en FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier (coord.): *Periodismo especializado*. Barcelona. Ariel. 2004

GONZÁLEZ GÓMEZ, Luis Miguel. *Historia del Atlético de Madrid. Pasión en rojo y blanco*. León. Editorial Everest. 2003.

Guía “Marca” Liga 95/96, 96/97, 97/98, 98/99, 99/2000, 2000/2001, 2001/2002, 2002/2003, 2003/2004, 2004/2005, 2005/2006, 2006/2007, 2007/2008, 2008/2009, 2009/2010, 2010/2011, 2011/2012, 2012/2013, 2013/2014, 2014/2015. Madrid. Editadas por el diario deportivo “Marca”.

GRIJELMO, Álex: *El estilo del periodista*. 11ª edición. Madrid. Taurus. 2003

HERNANDEZ ALONSO, Néstor: *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Madrid. Cátedra. 2003.

Instantes de una historia diferente. Madrid. Editado por el Club Atlético de Madrid. 2003.

KRIPPENDORF, KLAUS. *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona. Paidós. 1990.

LEVI, Carlos: *Atlético de Madrid, Cien años de historia*. Madrid. Silex Ediciones. 2003

LEVINSKY, Sergio: *El deporte de informar*. 1ª edición. Buenos Aires. Paidós. 2002.

LÓPEZ DEL RAMO, Joaquín: *Análisis del tratamiento informativo del transporte ferroviario en el diario ABC (1975-2001)*. Universidad Complutense de Madrid. 2004.

MARTÍNEZ CALATRAVA, Vicente: *Historia y Estadística del Fútbol Español. Primera parte. De los inicios a los Juegos de Amberes (1920)*. Segunda edición. Barcelona. s. n. 2003.

MIGUELEZ, José y MATA LLANAS, Javier G.: *Sentimiento Atlético. 100 años de sueños, alegrías y desencantos*. Barcelona. Plaza y Janés. 2003.

NACACH, Pablo: *Fútbol. La vida en domingo*. Madrid. Lengua de trapo. 2006.

NOGUÉ, Anna y BARRERA, Carlos: *LA VANGUARDIA, Del franquismo a la democracia*. Madrid. Editorial Fragua. 2006.

OLMOS, Víctor: *Un día en la vida de El Mundo*. Madrid. La Esfera de los Libros. 2004.

ORIVE RIVE, Pedro y FAGOAGA DE BARTOLOMÉ, Concha: *La especialización en el periodismo*. Madrid. Dossat. 1974.

PANIAGUA SANTAMARIA, Pedro: *Información deportiva. Especialización, géneros y entorno digital*. 1ª edición. Madrid. Editorial Fragua. 2003.

PÉREZ MATEOS, Juan Antonio: *ABC Serrano 61 cien años de "un vicio nacional": Historia íntima del diario*. Madrid. Libro-Hobby-Club. 2002.

ROMANO, Vicente: *Introducción al periodismo: información y conciencia*. Barcelona. Teide. 1984.

ROJO VILLADA Pedro Antonio: "La información deportiva en la prensa digital española de información general: contenidos, servicios y comercio electrónico" en FERNÁNDEZ SANZ, Juan José., SANZ ESTABLÉS, Carlos y RUBIO MORAGA, Ángel Luis (coords.): *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual): III Congreso Prensa y Periodismo Especializado*. Guadalajara. Asociación de la Prensa de Guadalajara, vol. 2, 2006, págs. 419-427.

ROMÁN PORTAS, Mercedes: *Historia de La Voz de Galicia (1882-1939)*. Vigo. Universidade de Vigo, Servicio de Publicacions. 1997.

SALVADOR, José Luis. *El deporte en Occidente. Historia, cultura y política*. Madrid. Editorial Cátedra. 2004

SÁNCHEZ POSTIGO, Fernando. *Fuentes documentales deportivas aplicadas a la historia del un club deportivo español: historia del Club Atlético de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid. 2005

SEGUROLA, Santiago: *Fútbol y pasiones políticas*. 1ª edición. Madrid. Editorial Debate. 1999

SEOANE, María Cruz y SAIZ, María Dolores: *Historia del periodismo español. 3. El siglo XX: 1898-1936*". 1ª edición. Madrid. Alianza Editorial. 1996.

SEOANE, María Cruz y SUEIRO, Susana: *Un historia de El País y del Grupo Prisa*. Barcelona. Plaza y Janés. 2004.

SOTELO GONZÁLEZ, Joaquín: "Panorama actual de la prensa deportiva en España" en FERNÁNDEZ, Juan José (coord.): *Prensa especializada actual: doce calas*. Madrid. McGraw-Hill. 2007. Págs. 321-353.

VILLAFANE, Justo: *Imagen Positiva. Gestión estratégica de la imagen en las empresas*. Madrid, Editorial Pirámide. 1998.

VILLORO, Juan. *Dios es redondo*. Barcelona. Editorial Anagrama. 2006.

13. ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.1. Informaciones del Atlético de Madrid en noviembre 2009	127
FIGURA 1.2. Número de días con información del Atlético	129
FIGURA 1.3. Autores	130
FIGURA 1.4. Concentración de autores	131
FIGURA 1.5. Temas de las informaciones	133
FIGURA 1.6. Géneros periodísticos	138
FIGURA 1.7. Número de noticias	139
FIGURA 1.8. Número de crónicas	139
FIGURA 1.9. Número de entrevistas	140
FIGURA 1.10. Número de columnas de opinión	141
FIGURA 1.11. Número de reportajes	141
FIGURA 1.12. Número total de páginas	142
FIGURA 1.13. Cm ² por página	143
FIGURA 1.14. Cm ² totales de los diarios	144
FIGURA 1.15. Tamaño de las informaciones del Atlético	145
FIGURA 1.16. Cm ² de cada una de las informaciones	146
FIGURA 1.17. Cm ² dedicados al Atlético	147
FIGURA 1.18. Número de páginas de la sección de deportes	148
FIGURA 1.19. Cm ² dedicados a Deportes	149
FIGURA 1.20. Páginas dedicadas a fútbol y resto de deportes	150
FIGURA 1.21. Porcentajes dedicados a fútbol y resto de deportes	151
FIGURA 1.22. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes	152

FIGURA 1.23. Actores que aparecen en las informaciones	153
FIGURA 1.24. Número de fotografías y número fotógrafos	157
FIGURA 1.25. Protagonistas de las fotografías	158
FIGURA 2.1. Número de informaciones del Atlético de Madrid en <i>ABC</i>	160
FIGURA 2.2. Número de días con información del Atlético en <i>ABC</i>	161
FIGURA 2.3. Informaciones del Atlético en <i>ABC</i> en Noviembre 2009	162
FIGURA 2.4. Número de autores en <i>ABC</i>	163
FIGURA 2.5. Concentración de autores en <i>ABC</i>	164
FIGURA 2.6. Porcentaje por autores de <i>ABC</i>	165
FIGURA 2.7. Temas de las informaciones de <i>ABC</i>	166
FIGURA 2.8. Temas de las informaciones de <i>ABC</i>	168
FIGURA 2.9. Géneros periodísticos de <i>ABC</i>	170
FIGURA 2.10. Géneros periodísticos de <i>ABC</i>	172
FIGURA 2.11. Número total de páginas de <i>ABC</i>	173
FIGURA 2.12. Cm ² de una página de <i>ABC</i>	174
FIGURA 2.13. Cm ² totales de <i>ABC</i>	174
FIGURA 2.14. Tamaño de las informaciones del Atlético y porcentaje que ocupa en la página de <i>ABC</i>	175
FIGURA 2.15. Cm ² de cada una de las informaciones del Atlético en <i>ABC</i>	176
FIGURA 2.16. Cm ² totales dedicados al Atlético en <i>ABC</i>	177
FIGURA 2.17. Número de páginas de la sección de deportes en <i>ABC</i>	178
FIGURA 2.18. Cm ² dedicados a Deportes en <i>ABC</i>	178
FIGURA 2.19. Páginas dedicadas a fútbol y resto de deportes en <i>ABC</i>	179

FIGURA 2.20. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes en <i>ABC</i>	180
FIGURA 2.21. Actores que aparecen en <i>ABC</i>	181
FIGURA 2.22. Porcentaje de los actores que aparecen en <i>ABC</i>	182
FIGURA 2.23. Número de fotografías y número fotógrafos de <i>ABC</i>	183
FIGURA 2.24. Fotógrafos de <i>ABC</i>	184
FIGURA 2.25. Porcentaje de los protagonistas de las fotografías de <i>ABC</i>	184
FIGURA 3.1. Número de informaciones del Atlético de Madrid en <i>El Adelantado de Segovia</i>	186
FIGURA 3.2. Número de días con información del Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	187
FIGURA 3.3. Informaciones del Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i> en noviembre 2009	188
FIGURA 3.4. Número de autores en <i>El Adelantado de Segovia</i>	189
FIGURA 3.5. Concentración de autores en <i>El Adelantado de Segovia</i>	190
FIGURA 3.6. Porcentaje por autores de <i>El Adelantado de Segovia</i>	190
FIGURA 3.7. Temas de las informaciones de <i>El Adelantado de Segovia</i>	192
FIGURA 3.8. Temas de las informaciones de <i>El Adelantado de Segovia</i>	194
FIGURA 3.9. Géneros periodísticos de <i>El Adelantado de Segovia</i>	195
FIGURA 3.10. Géneros periodísticos de <i>El Adelantado de Segovia</i>	197
FIGURA 3.11. Número total de páginas de <i>El Adelantado de Segovia</i>	198
FIGURA 3.12. Cm ² de una página de <i>El Adelantado de Segovia</i>	199
FIGURA 3.13. Cm ² totales de <i>El Adelantado de Segovia</i>	200
FIGURA 3.14. Tamaño de las informaciones del Atlético y porcentaje que ocupa en la página de <i>El Adelantado de Segovia</i>	201

FIGURA 3.15. Cm ² de cada una de las informaciones del Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	202
FIGURA 3.16. Cm ² totales dedicados al Atlético en <i>El Adelantado de Segovia</i>	203
FIGURA 3.17. Número de páginas de la sección de deportes en <i>El Adelantado de Segovia</i>	204
FIGURA 3.18. Cm ² dedicados a Deportes en <i>El Adelantado de Segovia</i>	204
FIGURA 3.19. Páginas dedicadas a fútbol y resto de deportes en <i>El Adelantado de Segovia</i>	205
FIGURA 3.20. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes en <i>El Adelantado de Segovia</i>	206
FIGURA 3.21. Actores que aparecen en <i>El Adelantado de Segovia</i>	207
FIGURA 3.22. Porcentaje de los actores que aparecen en <i>El Adelantado de Segovia</i>	208
FIGURA 3.23. Número de fotografías y número fotógrafos de <i>El Adelantado de Segovia</i>	209
FIGURA 3.24. Fotógrafos de <i>El Adelantado de Segovia</i>	210
FIGURA 3.25. Porcentaje de los protagonistas de las fotografías de <i>El Adelantado de Segovia</i>	210
FIGURA 4.1. Número de informaciones del Atlético de Madrid en <i>El Mundo</i>	212
FIGURA 4.2. Número de días con información del Atlético en <i>El Mundo</i>	213
FIGURA 4.3. Informaciones del Atlético en <i>El Mundo</i> en Noviembre 2009	214
FIGURA 4.4. Número de autores en <i>El Mundo</i>	215
FIGURA 4.5. Concentración de autores en <i>El Mundo</i>	216
FIGURA 4.6. Porcentaje por autores de <i>El Mundo</i>	216

FIGURA 4.7. Temas de las informaciones de <i>El Mundo</i>	218
FIGURA 4.8. Temas de las informaciones de <i>El Mundo</i>	220
FIGURA 4.9. Géneros periodísticos de <i>El Mundo</i>	221
FIGURA 4.10. Géneros periodísticos de <i>El Mundo</i>	223
FIGURA 4.11. Número total de páginas de <i>El Mundo</i>	225
FIGURA 4.12. Cm ² de una página de <i>El Mundo</i>	225
FIGURA 4.13. Cm ² totales de <i>El Mundo</i>	226
FIGURA 4.14. Tamaño de las informaciones del Atlético y porcentaje que ocupa en la página de <i>El Mundo</i>	227
FIGURA 4.15. Cm ² de cada una de las informaciones del Atlético en <i>El Mundo</i>	228
FIGURA 4.16. Cm ² totales dedicados al Atlético en <i>El Mundo</i>	229
FIGURA 4.17. Número de páginas de la sección de deportes en <i>El Mundo</i>	230
FIGURA 4.18. Cm ² dedicados a Deportes en <i>El Mundo</i>	230
FIGURA 4.19. Páginas dedicadas a fútbol y resto de deportes en <i>El Mundo</i>	231
FIGURA 4.20. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes en <i>El Mundo</i>	232
FIGURA 4.21. Actores que aparecen en <i>El Mundo</i>	232
FIGURA 4.22. Porcentaje de los actores que aparecen en <i>El Mundo</i>	234
FIGURA 4.23. Número de fotografías y número fotógrafos de <i>El Mundo</i>	235
FIGURA 4.24. Fotógrafos de <i>El Mundo</i>	236
FIGURA 4.25. Porcentaje de los protagonistas de las fotografías de <i>El Mundo</i>	236
FIGURA 5.1. Número de informaciones del Atlético de Madrid en <i>El País</i>	238
FIGURA 5.2. Número de días con información del Atlético en <i>El País</i>	239
FIGURA 5.3. Informaciones del Atlético en <i>El País</i> en Noviembre 2009	240

FIGURA 5.4. Número de autores en <i>El País</i>	241
FIGURA 5.5. Concentración de autores en <i>El País</i>	242
FIGURA 5.6. Porcentaje por autores de <i>El País</i>	242
FIGURA 5.7. Temas de las informaciones de <i>El País</i>	244
FIGURA 5.8. Temas de las informaciones de <i>El País</i>	246
FIGURA 5.9. Géneros periodísticos de <i>El País</i>	248
FIGURA 5.10. Géneros periodísticos de <i>El País</i>	250
FIGURA 5.11. Número total de páginas de <i>El País</i>	251
FIGURA 5.12. Cm ² de una página de <i>El País</i>	252
FIGURA 5.13. Cm ² totales de <i>El País</i>	252
FIGURA 5.14. Tamaño de las informaciones del Atlético y porcentaje que ocupa en la página de <i>El País</i>	253
FIGURA 5.15. Cm ² de cada una de las informaciones del Atlético en <i>El País</i>	254
FIGURA 5.16. Cm ² totales dedicados al Atlético en <i>El País</i>	254
FIGURA 5.17. Número de páginas de la sección de deportes en <i>El País</i>	255
FIGURA 5.18. Cm ² dedicados a Deportes en <i>El País</i>	256
FIGURA 5.19. Páginas dedicadas a fútbol y resto de deportes en <i>El País</i>	256
FIGURA 5.20. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes en <i>El País</i>	257
FIGURA 5.21. Actores que aparecen en <i>El País</i>	258
FIGURA 5.22. Porcentaje de los actores que aparecen en <i>El País</i>	259
FIGURA 5.23. Número de fotografías y número fotógrafos de <i>El País</i>	260
FIGURA 5.24. Fotógrafos de <i>El País</i>	261
FIGURA 5.25. Porcentaje de los protagonistas de las fotografías de <i>El País</i>	261

FIGURA 6.1. Número de informaciones del Atlético de Madrid en <i>Público</i>	263
FIGURA 6.2. Número de días con información del Atlético en <i>Público</i>	264
FIGURA 6.3. Informaciones del Atlético en <i>Público</i> en Noviembre 2009	265
FIGURA 6.4. Número de autores en <i>Público</i>	266
FIGURA 6.5. Concentración de autores en <i>Público</i>	267
FIGURA 6.6. Porcentaje por autores de <i>Público</i>	267
FIGURA 6.7. Temas de las informaciones de <i>Público</i>	269
FIGURA 6.8. Temas de las informaciones de <i>Público</i>	271
FIGURA 6.9. Géneros periodísticos de <i>Público</i>	272
FIGURA 6.10. Géneros periodísticos de <i>Público</i>	274
FIGURA 6.11. Número total de páginas de <i>Público</i>	275
FIGURA 6.12. Cm ² de una página de <i>Público</i>	275
FIGURA 6.13. Cm ² totales de <i>Público</i>	276
FIGURA 6.14. Tamaño de las informaciones del Atlético y porcentaje que ocupa en la página de <i>Público</i>	276
FIGURA 6.15. Cm ² de cada una de las informaciones del Atlético en <i>Público</i>	277
FIGURA 6.16. Cm ² totales dedicados al Atlético en <i>Público</i>	278
FIGURA 6.17. Número de páginas de la sección de deportes en <i>Público</i>	279
FIGURA 6.18. Cm ² dedicados a Deportes en <i>Público</i>	279
FIGURA 6.19. Páginas dedicadas a fútbol y resto de deportes en <i>Público</i>	280
FIGURA 6.20. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes en <i>Público</i>	281
FIGURA 6.21. Actores que aparecen en <i>Público</i>	281
FIGURA 6.22. Porcentaje de los actores que aparecen en <i>Público</i>	283

FIGURA 6.23. Número de fotografías y número fotógrafos de <i>Público</i>	283
FIGURA 6.24. Fotógrafos de <i>Público</i>	284
FIGURA 6.25. Porcentaje de los protagonistas de las fotografías de <i>Público</i>	285
FIGURA 7.1. Número de informaciones del Atlético de Madrid en <i>La Razón</i>	287
FIGURA 7.2. Número de días con información del Atlético en <i>La Razón</i>	287
FIGURA 7.3. Informaciones del Atlético en <i>La Razón</i> en Noviembre 2009	288
FIGURA 7.4. Número de autores en <i>La Razón</i>	290
FIGURA 7.5. Concentración de autores en <i>La Razón</i>	290
FIGURA 7.6. Porcentaje por autores de <i>La Razón</i>	291
FIGURA 7.7. Temas de las informaciones de <i>La Razón</i>	292
FIGURA 7.8. Temas de las informaciones de <i>La Razón</i>	294
FIGURA 7.9. Géneros periodísticos de <i>La Razón</i>	296
FIGURA 7.10. Géneros periodísticos de <i>La Razón</i>	298
FIGURA 7.11. Número total de páginas de <i>La Razón</i>	299
FIGURA 7.12. Cm ² de una página de <i>La Razón</i>	300
FIGURA 7.13. Cm ² totales de <i>La Razón</i>	300
FIGURA 7.14. Tamaño de las informaciones del Atlético y porcentaje que ocupa en la página de <i>La Razón</i>	301
FIGURA 7.15. Cm ² de cada una de las informaciones del Atlético en <i>La Razón</i>	302
FIGURA 7.16. Cm ² totales dedicados al Atlético en <i>La Razón</i>	302
FIGURA 7.17. Número de páginas de la sección de deportes en <i>La Razón</i>	303
FIGURA 7.18. Cm ² dedicados a Deportes en <i>La Razón</i>	304
FIGURA 7.19. Páginas dedicadas a fútbol y resto de deportes en <i>La Razón</i>	305

FIGURA 7.20. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes en <i>La Razón</i>	306
FIGURA 7.21. Actores que aparecen en <i>La Razón</i>	306
FIGURA 7.22. Porcentaje de los actores que aparecen en <i>La Razón</i>	308
FIGURA 7.23. Número de fotografías y número fotógrafos de <i>La Razón</i>	308
FIGURA 7.24. Fotógrafos de <i>La Razón</i>	309
FIGURA 7.25. Porcentaje de los protagonistas de las fotografías de <i>La Razón</i>	310
FIGURA 8.1. Número de informaciones del Atlético de Madrid en <i>La Vanguardia</i> ..	312
FIGURA 8.2. Número de días con información del Atlético en <i>La Vanguardia</i>	313
FIGURA 8.3. Informaciones del Atlético en <i>La Vanguardia</i> en Noviembre 2009	314
FIGURA 8.4. Número de autores en <i>La Vanguardia</i>	315
FIGURA 8.5. Concentración de autores en <i>La Vanguardia</i>	316
FIGURA 8.6. Porcentaje por autores de <i>La Vanguardia</i>	316
FIGURA 8.7. Temas de las informaciones de <i>La Vanguardia</i>	318
FIGURA 8.8. Temas de las informaciones de <i>La Vanguardia</i>	319
FIGURA 8.9. Géneros periodísticos de <i>La Vanguardia</i>	320
FIGURA 8.10. Géneros periodísticos de <i>La Vanguardia</i>	321
FIGURA 8.11. Número total de páginas de <i>La Vanguardia</i>	322
FIGURA 8.12. Cm ² de una página de <i>La Vanguardia</i>	323
FIGURA 8.13. Cm ² totales de <i>La Vanguardia</i>	324
FIGURA 8.14. Tamaño de las informaciones del Atlético y porcentaje que ocupa en la página de <i>La Vanguardia</i>	325
FIGURA 8.15. Cm ² de cada una de las informaciones del Atlético en <i>La Vanguardia</i>	326

FIGURA 8.16. Cm ² totales dedicados al Atlético en <i>La Vanguardia</i>	326
FIGURA 8.17. Número de páginas de la sección de deportes en <i>La Vanguardia</i>	327
FIGURA 8.18. Cm ² dedicados a Deportes en <i>La Vanguardia</i>	328
FIGURA 8.19. Páginas dedicadas a fútbol y resto de deportes en <i>La Vanguardia</i>	329
FIGURA 8.20. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes en <i>La Vanguardia</i>	329
FIGURA 8.21. Actores que aparecen en <i>La Vanguardia</i>	330
FIGURA 8.22. Porcentaje de los actores que aparecen en <i>La Vanguardia</i>	331
FIGURA 8.23. Número de fotografías y número fotógrafos de <i>La Vanguardia</i>	332
FIGURA 8.24. Fotógrafos de <i>La Vanguardia</i>	333
FIGURA 8.25. Porcentaje de los protagonistas de las fotografías de <i>La Vanguardia</i>	333
FIGURA 9.1. Número de informaciones del Atlético de Madrid en <i>La Voz de Galicia</i> ...	335
FIGURA 9.2. Número de días con información del Atlético en <i>La Voz de Galicia</i>	335
FIGURA 9.3. Informaciones del Atlético en <i>La Voz de Galicia</i> en Noviembre 2009	336
FIGURA 9.4. Número de autores en <i>La Voz de Galicia</i>	337
FIGURA 9.5. Concentración de autores en <i>La Voz de Galicia</i>	338
FIGURA 9.6. Porcentaje por autores de <i>La Voz de Galicia</i>	338
FIGURA 9.7. Temas de las informaciones de <i>La Voz de Galicia</i>	339
FIGURA 9.8. Temas de las informaciones de <i>La Voz de Galicia</i>	341
FIGURA 9.9. Géneros periodísticos de <i>La Voz de Galicia</i>	342
FIGURA 9.10. Géneros periodísticos de <i>La Voz de Galicia</i>	344

FIGURA 9.11. Número total de páginas de <i>La Voz de Galicia</i>	345
FIGURA 9.12. Cm ² de una página de <i>La Voz de Galicia</i>	346
FIGURA 9.13. Cm ² totales de <i>La Voz de Galicia</i>	346
FIGURA 9.14. Tamaño de las informaciones del Atlético y porcentaje que ocupa en la página de <i>La Voz de Galicia</i>	347
FIGURA 9.15. Cm ² de cada una de las informaciones del Atlético en <i>La Voz de Galicia</i>	348
FIGURA 9.16. Cm ² totales dedicados al Atlético en <i>La Voz de Galicia</i>	348
FIGURA 9.17. Número de páginas de la sección de deportes en <i>La Voz de Galicia</i> ..	349
FIGURA 9.18. Cm ² dedicados a Deportes en <i>La Vanguardia</i>	350
FIGURA 9.19. Páginas dedicadas a fútbol y resto de deportes en <i>La Voz de Galicia</i>	350
FIGURA 9.20. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes en <i>La Voz de Galicia</i>	351
FIGURA 9.21. Actores que aparecen en <i>La Voz de Galicia</i>	352
FIGURA 9.22. Porcentaje de los actores que aparecen en <i>La Voz de Galicia</i>	353
FIGURA 9.23. Número de fotografías y número fotógrafos de <i>La Voz de Galicia</i>	354
FIGURA 9.24. Fotógrafos de <i>La Voz de Galicia</i>	355
FIGURA 9.25. Porcentaje de los protagonistas de las fotografías de <i>La Voz de Galicia</i> .	355
FIGURA 10.1. Informaciones del Atlético de Madrid en mayo 2010.....	367
FIGURA 10.2. Autores que firmaron algún tema del Atlético de Madrid.....	368
FIGURA 10.3. Temas de las informaciones	369
FIGURA 10.4. Géneros periodísticos.....	370

FIGURA 10.5. Géneros periodísticos.....	370
FIGURA 10.6. N° total de páginas	371
FIGURA 10.7. Dimensiones de la página en cm ²	372
FIGURA 10.8. Cm ² totales de los diarios.....	373
FIGURA 10.9. N° de páginas de la sección del Atlético	373
FIGURA 10.10. Tamaño de las informaciones	374
FIGURA 10.11. Cm ² de cada una de las informaciones	374
FIGURA 10.12. Cm ² dedicados al Atlético en total.....	375
FIGURA 10.13. Páginas dedicadas a fútbol.....	376
FIGURA 10.14. Páginas dedicadas al resto de deportes	376
FIGURA 10.15 Páginas dedicadas a fútbol y resto de deportes.....	377
FIGURA 10.16. Cm ² dedicados a fútbol y resto de deportes.....	377
FIGURA 10.17. Actores.....	378
FIGURA 10.18. N° de fotografías y fotógrafos	379
FIGURA 11.1. N° de informaciones del Atlético	381
FIGURA 11.2. N° de autores.....	382
FIGURA 11.3. Temas de las informaciones	383
FIGURA 11.4. Géneros periodísticos.....	384
FIGURA 11.5. Cm ² por página	385
FIGURA 11.6. Cm ² totales de los diarios	385
FIGURA 11.7. Tamaño de las informaciones del Atlético	386
FIGURA 11.8. Cm ² de cada una de las informaciones	387
FIGURA 11.9. Porcentaje fútbol y otros deportes	388

FIGURA 11.10. Fotografías/Fotógrafos	389
FIGURA 12.1. Valores que representan al Atlético	391
FIGURA 12.2. Transmisión de valores	394
FIGURA 12.3. Cambio en el mensaje	394
FIGURA 12.4. Diario que ofrece más información	397
FIGURA 12.5. Tratamiento más completo	398
FIGURA 12.6. Nivel de satisfacción de la información del club	399
FIGURA 12.7. Espacio en los periódicos.....	399
FIGURA 12.8. Diario deportivo que ofrece más información	400
FIGURA 12.9. Diferencias entre <i>Marca</i> y <i>As</i>	400
FIGURA 12.10. Nivel de información institucional	401

14. ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	143
TABLA 2	372
TABLA 3	392

