



## Trabajo Fin de Grado

La imagen del Real Madrid en la prensa franquista  
durante sus triunfos en la Copa de Europa: La  
*Vanguardia y Abc*

Autor:

Miguel Gaitán Marqueta

Director:

María Angulo Egea

Facultad de Filosofía y Letras  
2012

## ÍNDICE

<b>0. Resumen.....</b>	<b>2</b>
<b>1. Introducción.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Metodología de análisis.....</b>	<b>6</b>
2.1 Breve apunte histórico de <i>Abc</i> y <i>La Vanguardia</i> hasta el franquismo	
<b>3. Marco histórico.....</b>	<b>9</b>
3.1. Primera etapa: el primer franquismo.....	10
3.2. Segunda etapa: década de 1960.....	12
<b>4. Modelo propagandístico.....</b>	<b>13</b>
4.1. Ley de prensa de 1938.....	13
4.2 Ley de prensa de 1966.....	14
<b>5. Análisis de contenido.....</b>	<b>15</b>
<b>6. Análisis de discurso.....</b>	<b>28</b>
<b>6.1. Análisis de titulares.....</b>	<b>28</b>
6.1.1 Primera etapa.....	28
6.1.2 Segunda etapa.....	40
<b>6.2. Análisis léxico.....</b>	<b>43</b>
6.2.1 Primera etapa.....	44
6.2.2 Segunda etapa.....	50
<b>7. Conclusiones.....</b>	<b>54</b>
<b>8. Bibliografía y webgrafía.....</b>	<b>58</b>

## RESUMEN

El uso propagandístico de los medios de comunicación en los regímenes autoritarios es un hecho. La prensa escrita de la dictadura franquista representó bien esta manipulación más o menos explícita y su carácter publicista. Este trabajo ahonda en las fórmulas propagandísticas e ideológicas de la prensa de la Dictadura. En concreto se ocupa de analizar la imagen del Real Madrid club de fútbol que difundieron los periódicos de la época. Hasta qué punto este equipo y sus victorias encarnaron las consignas franquistas como el nacionalcatolicismo y sirvieron al régimen para ensalzar unas conductas morales determinadas. Se trata de indagar en cómo el Real Madrid terminó por convertirse en el emblema, en la señera de la España de la dictadura.

Para este trabajo, se toman como análisis las seis primeras victorias del Real Madrid en la Copa de Europa (máxima competición continental entre clubes). Estos éxitos europeos tuvieron lugar entre la temporada 1955 / 1956 y la de 1959 / 1960, con la consecución de cinco títulos seguidos; y en la campaña 1965 / 1966. Seis triunfos que elevaron la figura del club hasta altísimas cotas futbolísticas y sociales. La prensa y su modo de narrar los triunfos del Madrid colaboraron en gran medida en la mitificación del equipo, que llegó a ser un símbolo de los valores franquistas.

La investigación se fundamenta en el análisis del tratamiento mediático del que fue objeto el Real Madrid en dos periódicos generalistas fundamentales de la época: *La Vanguardia* y *Abc*. Un diario ubicado en Barcelona (ciudad rival futbolísticamente del Real Madrid) y otro situado en la capital de España, donde el club tenía su sede. Ambos periódicos se debieron a las consignas, pautas de control y censura vigentes durante la dictadura franquista. Sin embargo, el contraste geográfico entre ambos y la idiosincrasia de cada uno nos aportan una visión amplia y consistente de los distintos prismas desde los que vieron los triunfos madrileños.

**Palabras clave:** prensa, propaganda, franquismo, Real Madrid, *La Vanguardia*, *Abc*

## 1. INTRODUCCIÓN

En el seno de un sistema autoritario los medios de comunicación se convierten en el instrumento perfecto que posee el Estado para imponer su doctrina. De manera masiva expanden, fomentan y alientan unos valores, ideas, sentimientos y costumbres que el régimen desea que arraiguen en la sociedad. La potestad de elegir los asuntos sobre los que se discutirá y de qué forma se abordarán en la sociedad es arrebatada a los medios en un sistema dictatorial. En la actualidad persisten sistemas totalitarios en los que el Estado ejerce un fuerte control sobre los canales de información y de opinión. En Asia se encuentran ejemplos en países como Siria, Yemen, China o Corea del Norte. Y en África, Sudán, Camerún o Zimbabwe son algunos de los resquicios dictatoriales que perduran en la actualidad. Estos casos son una reminiscencia de un modelo político fundamentado en el poder de la fuerza, que pone a disposición del Estado y de su necesario adoctrinamiento popular los medios de comunicación. La prensa transmite la palabra gubernamental. De esta manera los medios son propaganda política estatal, que justifica la existencia de las dictaduras y ensalza su gestión (CHULIÁ, 2001). Este modelo mediático encuentra sus antecedentes más cercanos en la Italia fascista de Mussolini, la Alemania de Hitler, o la Unión Soviética<sup>1</sup>. Los Estados pasan a controlar todos los ámbitos de la comunicación y eliminan a aquellos que difunden informaciones contrarias a la que predicen.

En España, con el final de la Guerra Civil, en 1939, se instauró un sistema totalitario bajo el mando del General Franco que fue conocido como franquismo. Esta dictadura, que se alargó hasta 1975, combinó distintas influencias para establecer su propia doctrina. La Italia fascista, la Alemania nazi y el catolicismo más tradicional fueron los modelos que inspiraron al franquismo para dar a luz un sistema propio. Tras la llegada al poder de Franco rápidamente se controlaron los medios informativos para poner en marcha la propaganda política del régimen (PIZARROSO, 1993: 13).

Esta investigación se centra en un análisis del tratamiento en la prensa del que fue objeto el Real Madrid durante el franquismo. Debido a sus abundantes éxitos nacionales, así como en la recién fundada Copa de Europa<sup>2</sup> (competición de mayor

---

<sup>1</sup> Aunque el control de los medios para fines propagandísticos es un concepto más antiguo. Probablemente Napoleón fuese el primer gran líder en hacer uso de este método.

<sup>2</sup> El nacimiento de la Copa de Europa se debe al trabajo de dos periodistas del diario francés *L'Equipe* junto con mandatarios como el presidente del Real Madrid, Santiago Bernabéu. En el siguiente enlace, aparece relatado el nacimiento de la competición: <http://www.granadahoy.com/article/deportes/133437/nacimiento/una/leyenda.html> Consultado el 13-09-12.

renombre disputada entre clubes), se forjó la idea de que la prensa de la época utilizó las conquistas del equipo como un medio para inyectar la propaganda política del régimen en la sociedad. El franquismo pretendía con esto adoctrinar a la población y asentar así la cortina de valores ideológicos afines al régimen. Partiendo de la hipótesis de que el Real Madrid experimentó, con el beneplácito del Estado, un proceso de mitificación que le llevó a traspasar la frontera del deporte, el objetivo de este trabajo es poner de manifiesto el tono publicista e ideológico que se escondía tras la prensa en las victorias en la Copa de Europa del Madrid. Ante la opinión pública, la prensa elevó al equipo hasta convertirlo en el adalid del sentimiento nacionalista y católico español. El equipo madrileño fue tratado como un símbolo que encarnaba la presunta grandeza de España, el orgullo nacional y los principales valores franquistas. Auspiciada por el control estatal (que vio en los triunfos madrileños una ocasión inmejorable para fomentar sus ideales), la prensa convirtió al equipo de la capital de España en un símbolo de los valores franquistas.

Los primeros coletazos de gloria continental, con seis conquistas de la Copa de Europa, sobre los que comenzó a gestar su leyenda el Real Madrid servirán de ejemplo para analizar el fondo que alcanzaron en la prensa las victorias del equipo. El periodo que abarca desde la temporada 1955/1956 (fecha en la que el club presidido por Santiago Bernabéu consiguió su primer entorchado europeo) hasta el curso 1959/1960 (en la que se alzó con su quinta corona europea seguida) ocupa la primera parte del análisis. Esta primera serie de títulos llegó bajo el manto legal de la Ley de Prensa de 1938. La segunda parte del análisis de este trabajo trata un periodo distinto. En 1966 el Real Madrid se alzó de nuevo (y por sexta vez) como campeón de Europa. En estos años sesenta se aprobó una legislación de prensa ligeramente más permisiva, aunque continuase el régimen franquista. A pesar de esta variación, no se contrastan importantes en el discurso con el que la prensa difundió el triunfo de 1966 respecto a los cinco anteriores. Este trabajo se detiene en estos dos periodos: los años 50 y los 60, por medio de los títulos europeos del Real Madrid. Para ello, el análisis se fija en dos diarios: *Abc* y *La Vanguardia*. Ambos eran privados<sup>3</sup>, pero estaban sujetos al control ejercido por el Estado.

---

<sup>3</sup> Durante el franquismo existieron los diarios privados, como *Abc* o *La Vanguardia*, pero también mantuvo actividad la denominada prensa del Movimiento. En ella se enmarcaban diarios franquistas como *El Alcázar* y *Arriba España*. Ambos tipos de prensa expresaban las ideas del régimen. Sin embargo, unos lo hacían como diarios financiados por el Estado y otros por imposición. (SEOANE,

## 2. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

La metodología empleada consiste en un análisis de contenido y otro de discurso respecto a las publicaciones que recogen la disputa de la final de la Copa de Europa por parte del Real Madrid en *Abc* y *La Vanguardia*. Se toman como referencia los seis primeros entorchados europeos del equipo, gestados en la década de los años 50 y los 60. El espacio temporal que servirá como eje de análisis en cada temporada será el de la semana correspondiente a la celebración de la final del torneo. Los días previos, el mismo día del partido y la repercusión que alcanzó cada victoria serán el objeto de estudio en cuanto al contenido y al discurso.

El análisis de contenido se ocupa de cuantificar el tratamiento con el que *Abc* y *La Vanguardia* abordaron las victorias en la final del trofeo continental. Se observa una clara diferencia de extensión en las páginas dedicadas a la celebración de la final en ambos diarios. El Real Madrid es protagonista absoluto en las líneas de *Abc* cuando se consuman sus victorias. En cambio, *La Vanguardia* aborda estas informaciones dedicándole un peso mucho menor, sin sobrepasar la media página de extensión cada día. Mediante diferentes tablas que muestran esta desigualdad, se hace manifiesta la descompensada proporción que dedica un diario respecto al otro. Estas tablas miden variables como el número de artículos dedicados al Real Madrid durante el día posterior a la celebración de la final; los artículos totales existentes en cada diario; la extensión de esos artículos; los géneros empleados; la aparición o no en la portada de información relacionada; si las informaciones ocupan una página completa o si se trata de la información principal que aparece en cada página. El intervalo temporal observado permite analizar los días previos y los sentimientos de cada diario ante la trascendental cita; la manera en la que engrandeció el triunfo cada uno y las repercusiones en los días sucesivos a la final.

El análisis de discurso se ocupa de examinar en profundidad el tono, propagandístico y publicista, de las publicaciones relacionadas. Para ello, este estudio se divide en dos partes: análisis de titulares y de la semántica empleada. Los titulares de *La Vanguardia* y sobre todo *Abc* son un adelanto del tono propagandístico con el que se trasladaban al lector las victorias del Real Madrid en la Copa de Europa. El análisis de términos supone la prueba definitiva para comprobar el fondo político que poseían las publicaciones. El vocabulario empleado parte siempre de un tono épico, moralista,

---

2007) amplia esta idea para quien desee profundizar más en ella con su obra *Cuatro Siglos de Periodismo en España*.

bético, fantástico, histórico, religioso e ideológico, es decir, propagandístico. El estudio de las semanas completas en cada año que el Madrid consiguió levantar el trofeo (excepto los lunes en los que no había prensa en aquella época) aportan una visión inconfundible del carácter propagandístico de los artículos.

## **2.1. Breve apunte histórico de *La Vanguardia* y *Abc* hasta el franquismo**

*La Vanguardia* nació el 1 de febrero de 1881. Bajo la gestión de dos empresarios catalanes, los hermanos Carlos y Bartolomé Godó Pie, el diario sacó a la calle el primer número del diario. Cuando vio la luz, lo hizo como expresión de una fracción del partido Liberal de Barcelona. Siete años más tarde comenzó a editarse como diario independiente, separado ya del brazo del Partido Liberal barcelonés. Poco a poco *La Vanguardia* fue incrementando su difusión hasta convertirse en el diario más importante de la ciudad condal. Uno de los éxitos más aplaudidos del periódico fue el ser el primer diario español en enviar corresponsales a París y Berlín durante el transcurso de la Primera Guerra Mundial. Con más de 80.000 ejemplares diarios, se convirtió en el medio escrito con mayor difusión en Cataluña. Y a principios del siglo XX ya había llegado a ser el primer diario de España y uno de los más importantes de Europa.

En 1936, con el estallido de la Guerra Civil, *La Vanguardia* fue incautada por la Generalitat de Catalunya primero y por las autoridades republicanas más tarde. En este periodo la mano privada dejó de controlar el diario, que tuvo una gestión pública por motivos de la guerra. Con la victoria del bando franquista en la Guerra Civil, la propiedad privada recuperó el control financiero de *La Vanguardia*, pero su influencia se vio reducida debido a que el control de la prensa ejercido por el franquismo redujo la amplitud de movimientos de su línea editorial. *La Vanguardia* fue obligada por el nuevo Estado a cambiar su nombre por el de *La Vanguardia Española*<sup>4</sup> (SEOANE y SAIZ ROCA, 2007).

*Abc* es un periódico madrileño que fue fundado en 1903. Inicialmente nació como un semanario, hasta que el 1 de junio de 1905 vio la luz ya como diario. Su forma inicial, de menores dimensiones que la mayoría de diarios, poseía un formato de revista y representaba una de sus características más singulares. Con idénticas características de formato y de línea editorial, Juan Ignacio Luca de Tena, hijo del fundador del diario, vinculó el *Abc* Sevilla a la publicación madrileña, el 12 de octubre de 1929. Pese a que

---

<sup>4</sup> La historia de la Vanguardia hasta la llegada de la dictadura franquista también puede consultarse en el siguiente enlace: <http://www.grupogodo.net/institucional/historia/index.html> Consultado el 11-09-12.

en su primer número declararon no alinearse con ninguna opción política, *Abc* ha sido definido, según su línea editorial, como "monárquico, liberal e independiente". Precisamente su marcado carácter monárquico hizo que su publicación fuese suspendida hasta en tres ocasiones durante la Segunda República. En la Guerra Civil, al igual que la mayoría de periódicos (dependiendo de si se encontraban en un bando u otro) las fuerzas leales al Gobierno se apropiaron del diario. Durante el conflicto, las autoridades republicanas marcaron la línea editorial del medio. Una vez finalizado la contienda civil, volvió a manos privadas, en marzo de 1939 y el 23 de abril reanudó sus publicaciones. Durante el franquismo, al igual que el resto de diarios privados, continuó su trayectoria sujeto a la censura y consignas del gobierno franquista (SEOANE y SAIZ ROCA, 2007).

Ambos diarios corresponden a la prensa privada que siguió existiendo bajo el estricto control del gobierno franquista. *Abc* y *La Vanguardia*, ambos de carácter conservador desde sus inicios, no pertenecen a la denominada *Prensa del Movimiento*<sup>5</sup>. Este tipo de prensa estaba formada por diarios financiados por el Estado y su finalidad era la de adoctrinar a la población. Estos periódicos estaban sujetos a la legislación vigente en prensa, pero no eran objeto de censura, ya que los regían personas muy afines al régimen. Ejemplos de este tipo de prensa puramente franquista fueron el *Arriba España* o el *Alcázar*. Su marcado carácter publicista hacía de cada artículo una proclama a favor del Estado (DELGADO, 2006) (ZABILDEA, 1996).

*La Vanguardia* y *Abc* poseen un contraste geográfico que aporta una visión nítida acerca del tratamiento en prensa de las victorias del Real Madrid. *La Vanguardia* es un diario barcelonés y el tono y el espacio dedicado a las publicaciones es muy nítido. No sigue una línea tan marcadamente propagandístico como *Abc*. El componente de rivalidad (tanto territorial como deportiva) entre Barcelona y Madrid estaba ya latente en aquella época<sup>6</sup>, por lo que la implicación de *la Vanguardia* con el equipo madrileño era fruto de las imposiciones de la Administración franquista, que obligaban a publicar una determinada línea editorial. *Abc* era un diario madrileño y, aunque sujeto al control del régimen, se identificaba con parte de la propaganda que el Estado vertía en las

---

<sup>5</sup> Begoña Zabilde (1996) analiza detalladamente la prensa del Movimiento y su repercusión en la España de la época en su obra *Prensa del Movimiento en España*.

<sup>6</sup> La rivalidad entre el F.C. Barcelona y Real Madrid nació a principios del siglo XX, en la década de 1910. En el siguiente enlace aparece una explicación acerca del comienzo de dicha enemistad deportiva. <http://www.1001experiencias.com/experiencias-míticas/real-madrid-barcelona-el-nacimiento-de-una-rivalidad/> Consultado el 9-09-12.

publicaciones referentes al Real Madrid y por ello en cada una de las victorias en la Copa de Europa, el diario realizaba auténticas proclamas a favor de los valores morales franquistas. En este caso, el carácter propagandístico ofrecido por el diario es fruto de las consignas, pero de no haber existido éstas, la línea editorial hubiera sido similar.

### 3. MARCO HISTÓRICO

Con el final de la Guerra Civil, el 1 de abril de 1939, quedó instaurado en España, hasta 1975, el periodo conocido como franquismo. Régimen dictatorial inspirado inicialmente en el modelo fascista italiano, con el general Francisco Franco como principal estandarte de poder. Su figura fue elevada al nivel de un monarca absoluto, casi como un semi-dios. La pretensión de las autoridades del régimen fue que los españoles viesen a Franco (que fue proclamado Jefe de Estado y de Gobierno) como el defensor que velaba por su cuidado y bienestar (PAYNE, 1997). La principal característica de esta etapa fue la ausencia de libertades. Los mandatarios franquistas se preocuparon de controlar la vida pública, privando a la población de la libertad de expresión, de reunión, de prensa, lingüística o cultural. La dictadura impuso una violenta ruptura con cualquier atisbo democrático apreciado en la etapa anterior de la Segunda República. El franquismo era un régimen totalitario fundamentado en una democracia orgánica, según argüía el propio sistema. Franco elegía los principales cargos de gobierno (NICOLÁS, 2005: 13-14). Se prohibieron los sindicatos y partidos políticos a excepción del *Movimiento*, que era la voz oficial del régimen. El catolicismo se convirtió en la religión oficial de un Estado que recuperó su confesionalidad y que impuso unas directrices morales ancladas en valores tradicionalistas, nacionalistas, conservadores y religiosos<sup>7</sup>.

El nacionalcatolicismo fue uno de los elementos principales del pensamiento moralista durante el franquismo. Ideología político-religiosa de carácter conservador, impulsó un resurgir religioso de características de corte tradicional en España. Esta doctrina consistió en una exacerbada devoción por la patria y los valores católicos. Bajo este pensamiento, la sociedad retornó a la puesta en práctica de las costumbres religiosas. La Iglesia Católica y Franco impusieron la vida religiosa y censuraron cualquier práctica contraria. La institución eclesiástica dominó el pensamiento público, privado y la educación con el beneplácito del régimen. En materia propagandística,

<sup>7</sup> Las características generales del franquismo se pueden consultar en: <http://www.infoguerracivil.com/espana-ideologia-caracteristicas-regimen.html> Consultado el 12-09-12.

también desempeñó un papel destacado, ya que gozó de plenos poderes para dictaminar la estricta moral que rigió el país durante estos años. Este matiz religioso supuso la distinción más notable que llevó al franquismo a alejarse del fascismo italiano. El nacionalcatolicismo se mantuvo latente hasta el final de los días franquistas (PAYNE, 1997: 85-87) (NICOLÁS, 2005). En la prensa de la época, era frecuente que los periodistas atribuyesen los éxitos deportivos del Real Madrid debido a su “titánica moral” y valores sobre el terreno de juego, lo que daba a entender que los valores católicos y nacionalistas habían conducido al equipo hasta lo más alto.

### **3.1. Primera etapa: el primer franquismo (1939–1959)**

Hasta 1959 España vivió una primera etapa del régimen, conocida como primer franquismo, fase inicial y más difícil de la dictadura. Fue un periodo marcado por la fuerte represión, la débil producción económica y la enorme escasez de alimentos (PAYNE, 1997). En esta etapa llegaron los primeros cinco triunfos del Real Madrid en la Copa de Europa.

Con el desenlace de la Segunda Guerra Mundial en 1945, el régimen franquista alejó a los falangistas, que hasta entonces fueron mayoría en los puestos más relevantes del gobierno, del poder. Se trató de eliminar cualquier relación del régimen con rasgos fascistas. Franco no quería que las potencias internacionales observasen a España como una dictadura. Así, Falange Española Tradicionalista y de las JONS, único partido político legalizado que había marcado la doctrina oficial del franquismo hasta ese momento, cambió su nombre por *el Movimiento*. Este cambio no consistió únicamente en una modificación terminológica, sino que confirmó el rechazo de cualquier símbolo fascista. Esta nueva actitud supuso el comienzo de una nueva etapa<sup>8</sup> (NICOLÁS, 2005).

Pese a las pretensiones de Franco, el aislamiento internacional fue la realidad que tuvo que soportar España en los primeros años de la dictadura. Las potencias aliadas, que habían vencido en el conflicto internacional, aislaron al régimen franquista por haber apoyado a las potencias del Eje en la Segunda Guerra Mundial<sup>9</sup>. Esos primeros años fueron los más difíciles política, social y económicamente para la dictadura. Sin embargo, con la llegada de la Guerra Fría el anticomunismo de Franco

<sup>8</sup> Payne (1997): 86-87 destaca en su libro que la nueva etapa estuvo marcada por la llegada al gobierno de miembros destacados de la Iglesia Católica.

<sup>9</sup> La España de Franco había mostrado su apoyo a las potencias del Eje al inicio de la Segunda Guerra Mundial, sin embargo, no llegó a tomar parte de forma directa en el conflicto internacional. Cuando la contienda se decantó del lado de los aliados, la postura española ante la guerra cambió a la neutralidad. PAYNE, 1997: 26-30; 45-53.

fue la clave que rescató a España de la marginación mundial. El conflicto internacional entre EEUU y la URSS, que se inició en 1947-1948 hizo que el franquismo fuera reconocido definitivamente en el mundo occidental (PAYNE, 1997: 58-81).

Los primeros años del franquismo estuvieron marcados por una política económica regida por un fuerte control e intervencionismo estatal. El modelo económico instaurado en esta etapa, que se prolongó hasta 1959 y se basó en la autosuficiencia, era conocido como autarquía. Su escaso rendimiento hizo entrar en escena el hambre y la miseria. En la segunda mitad de la década de los 50 comenzaron a vislumbrarse los primeros atisbos de cambio en el modelo económico que irían de la mano de una expansión económica sin precedentes en la etapa franquista.

Algunas de las ideas y conceptos que se podían observar en la prensa durante este periodo cuando se relataban las victorias del Real Madrid fueron<sup>10</sup>:

- Nacionalcatolicismo
- Concentración del poder político
- Tradicionalismo
- Militarismo
- Defensa de la unidad de la patria

El Real Madrid fue utilizado por el franquismo como un emblema ideológico del régimen por medio del cual transmitía las cinco ideas anteriores. Las victorias del equipo en la Copa de Europa fueron el escenario perfecto para que los valores ideológicos franquistas saliesen a relucir en la prensa y fueran aceptados en el seno de la sociedad española.

Como se verá en el exhausto análisis de la prensa de la época que realizaremos más adelante por medio del estudio de *la Vanguardia y Abc*, el nacionalcatolicismo fue una constante en las publicaciones referidas al Madrid. Los triunfos eran casi siempre atribuidos a unas convicciones y conductas determinadas en las que se enmarcaba la moral católica. El centralismo político que mantenía el régimen se tradujo en la prensa como monopolio de elogios hacia el Real Madrid. Al resto de clubes españoles no se les trató con un discurso semejante, tampoco gozaron de los privilegios mediáticos del club

<sup>10</sup> Algunas de las ideas y valores que rigieron los primeros años del franquismo en España aparecen explicados en el siguiente enlace: <http://www.historiasiglo20.org/HE/15a-1.htm> Consultado el 07-09-12.

madridista ni se convirtieron en una herramienta publicista del franquismo. Como resultado, el club llegó a ser un símbolo de la moral impuesta por el régimen. Las victorias del Madrid se trasladaban a la sociedad como auténticas batallas en las que el conjunto español salía victorioso, aplastando a su rival extranjero. Se llegaba a comparar las gestas blancas con episodios históricos como las cruzadas. Todo este entramado propagandístico escondido en la prensa convirtió del Real Madrid un claro símbolo del franquismo.

### **3.2. Segunda etapa: la década de 1960**

Durante su segunda etapa, el régimen persiguió prolongar su existencia. El afán por mantener un poder total que garantizase la supervivencia de la dictadura animó un denso despliegue jurídico en forma de cambios institucionales. Una de las novedades más destacadas fue la Ley Orgánica del Estado, que actualizaba y modificaba la antigua legislación vigente<sup>11</sup>. Excepto en matices de escaso calado, la dictadura siguió monopolizando el poder mediante la violenta exclusión de los adversarios políticos y sociales (NICOLÁS, 2005: 263-268). La ausencia de cambios importantes en el apartado político caracterizó este periodo<sup>12</sup>.

El Plan de Estabilización de 1959 motivó una liberalización en la economía, que mejoró su situación auspiciada por una situación internacional propicia. (NICOLÁS, 2005: 217, 218). España, pese a la errada política autárquica de la década anterior, se adhirió a este crecimiento internacional<sup>13</sup> (NICOLÁS, 2005: 269, 270).

La prensa también se vio afectada en la nueva década con la promulgación de la Ley de Prensa de 1966, aprobada el 18 de marzo por el entonces ministro de Información y Turismo, Manuel Fraga. La nueva legislación pretendía liberalizar la prensa española, pero el régimen todavía ejercía un gran control sobre las publicaciones. Conocida como “Ley Fraga”, pretendía suprimir la censura previa y propiciar una

---

<sup>11</sup> Las Leyes que hasta aquel momento regían la vida pública eran: *el Fuero del Trabajo, la Ley Constitutiva de las Cortes, el Fuero de los Españoles y la Ley de Sucesión en la Jefatura del Estado*. Todas ellas fueron promulgadas con un carácter liberalizador y pretendían garantizar muchas de las libertades comunes en el mundo occidental. Sin embargo, en la práctica, las libertades estuvieron muy restringidas. El Estado ideó este entramado legal con el propósito de dar una imagen de liberalización del sistema de cara al exterior. Payne (1997): 64-67.

<sup>12</sup> La evolución política desde 1959 hasta el final del franquismo estuvo marcada por el inmovilismo. Véase <http://www.historiasiglo20.org/HE/15b-1.htm>. Consultado el 11-09-12.

<sup>13</sup> La ayuda financiera de EEUU se encuentra muy vinculada a esta prosperidad monetaria, así como la entrada de capitales extranjeros, las divisas generadas con el impulso del turismo, las transferencias de los emigrantes y el crecimiento demográfico estimularon el empleo y el consumo (PAYNE, 1997).

apertura a la opinión pública escrita, no así para la radio y la televisión<sup>14</sup>. En este contexto de leve liberalización de la prensa, el Real Madrid logró su sexto título en la Copa de Europa. Las nuevas directrices regirán la acogida en la prensa que tuvo este triunfo y desvelarán la ausencia de contrastes significativos con la década de los 50.

#### 4. MODELO PROPAGANDÍSTICO DURANTE EL FRANQUISMO

El ejército, el clero y Falange Española (único partido político legalizado en el franquismo) fueron quienes más influyeron en la difusión de propaganda política e ideológica del régimen a través de la prensa. La estructura publicista del franquismo tomó como inspiraciones la Italia fascista y la Alemania de Hitler, pero con una marcada influencia clerical. Para encauzar el control mediático, el 5 de agosto de 1936 se constituyó el Gabinete de Prensa de la Junta de Defensa Nacional, que poco después cambió su nombre por Oficina de Prensa y Propaganda. Más tarde, el 14 de enero de 1937 nació otro organismo que sería el encargado de gestionar la parcela propagandística, la Delegación del Estado para Prensa y Propaganda, dependiente de la Secretaría General del Estado. Ramón Serrano Súñer<sup>15</sup>(PAYNE, 1997: 20) tenía bajo su mando este organismo estatal.

Con la promulgación de la Ley de Prensa del 22 de abril de 1938, se forjó el sistema legal que vertebrará la estructura propagandística en el franquismo hasta la llegada de la “Ley Fraga” en 1966. Aunque la Ley nació con un carácter provisional, rigió el sistema de prensa español durante casi treinta años. Mediante esta legislación se concebía a la prensa como un servicio público al servicio de la nación, y recogía que los organismos del Estado podían intervenir en su gestión siempre que lo considerasen apropiado (PIZARROSO, 1993: 361-364).

El franquismo se valió de las informaciones referentes a las victorias en la Copa de Europa del Real Madrid, para convencer de las bondades del régimen y asentar la

---

<sup>14</sup> La Ley de Prensa de 1966 y sus principales innovaciones pueden consultarse en de: <http://233grados.lainformacion.com/blog/2012/01/la-ley-fraga-luces-y-sombras.html> Consultado el 14-09-12.

<sup>15</sup> Entre 1937 y 1942, Serrano Súñer fue la segunda figura del Estado en importancia. Abogado del Estado en Zaragoza, era cuñado de Franco. Su ideología se decantaba por un fascismo muy influenciado por el catolicismo. Principal consejero político del Caudillo desde el levantamiento de 1936, fue el primer ministro oficial nombrado por Franco. Concretamente desempeñó labores en el Ministerio del Interior, del que dependía la Delegación de Prensa y Propaganda. (PAYNE, 1997: 12) (SEOANE y SAIZ ROCA, 2007). (ARANDA Y BARRERA, 1992)

doctrina del régimen (DELGADO, 2006: 19). Para ello la propaganda del régimen se mezclaba con la información deportiva.

#### **4.1. Ley de Prensa de 1938**

El marco legal sobre el que se asentó el control mediático franquista hasta 1966 fue la Ley de Prensa de 1938. Desde sus inicios, el régimen vio la inmediata necesidad de justificar su existencia ante la opinión pública española y puso en marcha un estricto control de la prensa. Esta legislación encuentra su inspiración en la Ley de prensa italiana de 1935 (SEOANE y SAIZ ROCA, 2007), de carácter fascista. El antiliberalismo y el control de todo el ámbito mediático por el estado es la nota común en todos los textos de ambas leyes.

La Ley otorgó a los órganos estatales el entramado legal necesario para tener un estricto control de los medios de comunicación e impedir que se desviasen del trazado ideológico que el franquismo marcó. La inquebrantable autoridad ejercida sobre la prensa convirtió cualquier artículo en una pieza de propaganda política estatal. Desde su preámbulo hasta sus líneas finales, la Ley buscaba asegurar un control estatal sobre los medios escritos con el fin de reproducir el discurso oficial del régimen.

Los periódicos debían constituirse como una institución “en servicio permanente del interés nacional”, según estipulaba la propia Ley. Al Gobierno le competían las atribuciones de organizar y supervisar todo el entramado informativo y designar a los directores de las publicaciones, cargo que recaía en personalidades afines al régimen. El Estado controlaba la extensión y el número de diarios que podían tener vida y fijaba mediante consignas lo que se tenía que publicar e imponía los editoriales. Asimismo, la censura previa era un hecho, sin embargo, debido a que en los puestos de difusores de información solo se encontraba a personas plenamente identificadas con el régimen, apenas se escribían artículos dignos de ser secuestrados por los censores. Así, la persuasión propagandística que ejerció el régimen resultó clave a la hora de justificar las acciones de Gobierno y encontrar el respaldo social. La prensa pues, perdió el carácter de “cuarto de poder”, pasando a ser un instrumento al servicio de la única autoridad, que era el Estado (DELGADO, 2006: 15-23).

#### **4.2. Ley de Prensa de 1966: “Ley Fraga”<sup>16</sup>**

---

<sup>16</sup> El texto completo de la Ley de Prensa de 1966 puede verse en: <http://galeon.com/franquismo/web/Imprenta.pdf>. Consultado el 14-09-12.

Con la incorporación de Manuel Fraga Iribarne como ministro de Información y Turismo en 1962 se inicia un proceso que flexibilizará el sistema de prensa. Medidas como una disminución de las consignas o una tímida relajación de la censura previa fueron los preludios de la promulgación final de la Ley de 1966. La nueva Ley de Prensa e Imprenta supuso la derogación de la legislación de 1938.

En los textos de la Ley ya se habla de términos vetados en la anterior etapa como libertad de expresión, de empresa y designación libre del director. Con todo y según lo previsible, la Ley obligó al respeto de los valores fundamentales del *Movimiento Nacional*. La apariencia en algunos sectores sociales de la época fue que la Ley daba una falsa sensación de libertad y el Estado seguía controlando férreamente la prensa (ALFÉREZ, 1986).

Como medidas más destacadas de la Ley Fraga, se suprimió la censura previa. Los directores de los diarios pasaron a ser los encargados de juzgar si un artículo podía ser o no publicado, salvo en casos de excepción o de guerra, que la potestad recaía en el Estado. La consulta voluntaria de los artículos que fueran susceptibles de ser secuestrados por la Administración sustituyó al sistema de consulta obligatoria de las publicaciones en la etapa anterior. Ya no era obligatorio que todas las piezas informativas fueran aprobadas por un sistema censor. Sin embargo la Ley también presentaba restricciones, ya que se contemplaba el secuestro de una publicación y su posterior denuncia ante el tribunal de Justicia. Desde su promulgación hasta 1975 se incautaron de 1270 expedientes sancionadores contra periódicos y revistas. Por ello, es lógico pensar que las palabras reformistas que expone en su preámbulo la Ley no fueron aplicadas en su mayoría. Asimismo, se permitió la creación de empresas periodísticas, aunque el Estado podía denegar la inscripción de las que considerase oportunas. Los periódicos del *Movimiento Nacional* no se vieron afectados por las nuevas medidas. Sin embargo, poco a poco perderán difusión e importancia hasta que terminarán desapareciendo o privatizándose<sup>17</sup> (SEOANE y SAIZ ROCA, 2007) (ALFÉREZ, 1986).

## 5. ANÁLISIS DE CONTENIDO

El análisis de contenido en este trabajo refleja cuantitativamente el tratamiento que ofrecieron los diarios *Abc* y *La Vanguardia* a los triunfos en las distintas finales de

---

<sup>17</sup> Otra fuente de análisis de las principales medidas adoptadas por la “Ley Fraga” en: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero30/liprensa.html> Consultado el 14-09-12.

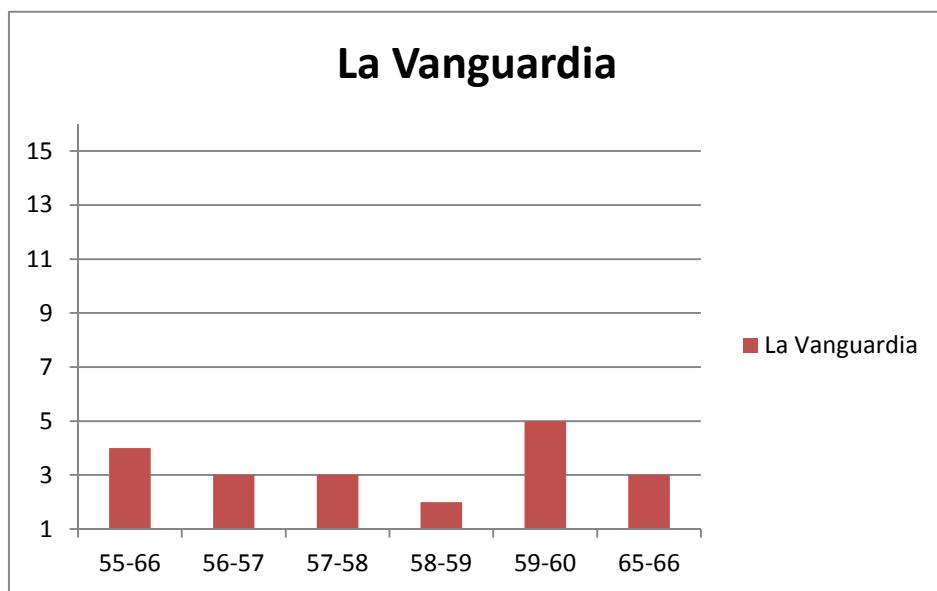
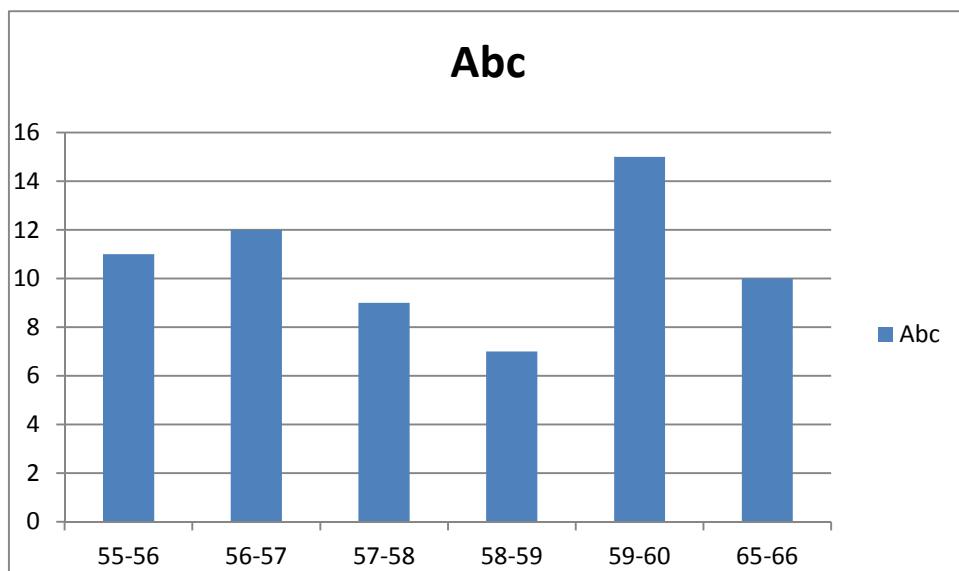
la Copa de Europa que son objeto de estudio. En los gráficos que aparecen en este apartado se muestran variables como:

- a) el número de artículos que dedica cada diario a las finales en la semana correspondiente a su celebración;
- b) el número de artículos en el día posterior al encuentro;
- c) el género de esos artículos;
- d) la extensión (cómputo total de páginas) en las que aparece información relacionada;
- e) si la información madrileña ocupa todo el ancho de las páginas;
- f) los días de una semana (seis días en total debido a que los lunes no se publicaba prensa escrita con motivo del descanso dominical) en los que el Real Madrid y la final son la parte más importante de la sección deportiva
- g) y, por último, las ocasiones en las que la portada del diario refleja la victoria madrileña.

Estos aspectos aportan una visión clara acerca del contraste existente entre ambos diarios. Asunto determinante para llegar a algunas conclusiones pertinentes para nuestro estudio sobre el Real Madrid como emblema del nacionalcatolicismo franquista en la prensa de la época.

La difusión que *Abc* dedicó a la celebración de las finales de Copa de Europa y los correspondientes títulos madrileños es infinitamente superior a la que hizo *La Vanguardia*. Además del matiz geográfico que separa a ambos diarios (Madrid y Barcelona), esta abrumadora diferencia de publicaciones pone de manifiesto el centralismo político franquista que señalamos como uno de los ejes propagandísticos del Régimen. Franco aplicó un modelo de gobierno desde Madrid hacia todo el territorio español. Este sistema chocaba de lleno con el pensamiento autonomista catalán, entre otros, encarnado por *La Vanguardia*. Estos aspectos hacen que *La Vanguardia* dedique menos extensión a los triunfos madrileños. Además, dada la rivalidad existente entre el F.C. Barcelona (equipo principal de la ciudad condal) y el Real Madrid, no resulta extraño que la dedicación dentro del diario catalán a las victorias merengues, no sobrepase nunca más de una página de extensión. *La Vanguardia* da prioridad en sus dependencias deportivas a los equipos catalanes, de cualquier deporte. *Abc*, con sede en la capital de España, dedicó la mayor parte de sus páginas deportivas a la difusión de las victorias del Real Madrid.

Veamos una tabla al respecto de lo comentado anteriormente que ofrece una visión del número total de artículos publicados por uno y otro medio<sup>18</sup>:



Hay que señalar que en la semana correspondiente a la final, el contraste entre ambos periódicos se agudiza aún más. La temporada que menos publicaciones ofrece *Abc*, 1958/1959, sigue estando muy por encima de las ilustradas por *La Vanguardia* esa misma fecha, con tan solo dos. En la campaña que mayor difusión ofreció el diario

<sup>18</sup> El gráfico muestra el número de publicaciones que cada diario registró en cada una de las temporadas en las que se centra este análisis.

catalán, se quedó en cinco publicaciones. El motivo de llegar a este máximo fue que en esa fecha el Real Madrid alcanzó los cinco títulos de forma consecutiva. Auténtico hito, que, aun no identificándose con los colores ni con los valores del Real Madrid<sup>19</sup>, como medio de comunicación era justo ampliar el espacio concedido a este tema por el interés que suponía esta cota histórica, que ningún conjunto ha igualado hasta la fecha.

Al limitado número de publicaciones se suma la escasa extensión de las mismas por parte de *la Vanguardia*. En *Abc* las piezas informativas llegan a ocupar el grueso de una página, incluso las crónicas de los encuentros se extienden hasta casi cuatro. Sin embargo, *La Vanguardia* nunca dedica más de una mitad de la extensión total de una página a ninguna publicación y en la mayoría de casos ni siquiera llega a esa proporción. Por lo general, solo aporta la crónica del partido. Asimismo, nunca se difunden más de dos artículos por día. La extensión dedicada choca con el tono de las publicaciones. No se hace un alarde de nacionalcatolicismo tan manifiesto como en *Abc*, pero sí se entiende de los textos una identificación entusiasta con la victoria.

Las publicaciones previas a los encuentros empiezan dos días antes de la cita en ambos diarios. La última hora, posibles alineaciones y un pequeño análisis del rival suelen ocupar estas páginas. Un recurso muy empleado por *Abc* es presentar el partido como un acontecimiento único que hipnotiza la actividad ciudadana en Europa y detiene el continente a la espera del resultado. La repercusión de los encuentros en la época fue grande pero llegar a estos términos resulta exagerado.

En el título conseguido en 1966 apenas hay diferencias destacables si se atiende a la difusión de *Abc*. En cambio, el número de páginas dedicado a la final, así como a la semana completa, es ligeramente superior a los cinco primeros títulos<sup>20</sup>, concretamente siete páginas. Lo que suponen dos páginas más de la sección deportiva que en la anterior etapa. En *la Vanguardia* se aprecia un cambio con respecto a la fase anterior. En la víspera de la disputa de los encuentros, la referente al Real Madrid no se considera la información más importante; el Barcelona (equipo de la ciudad donde tiene su sede el diario) y su concurso en un partido de la Copa de Ferias<sup>21</sup> se considera lo más destacado

---

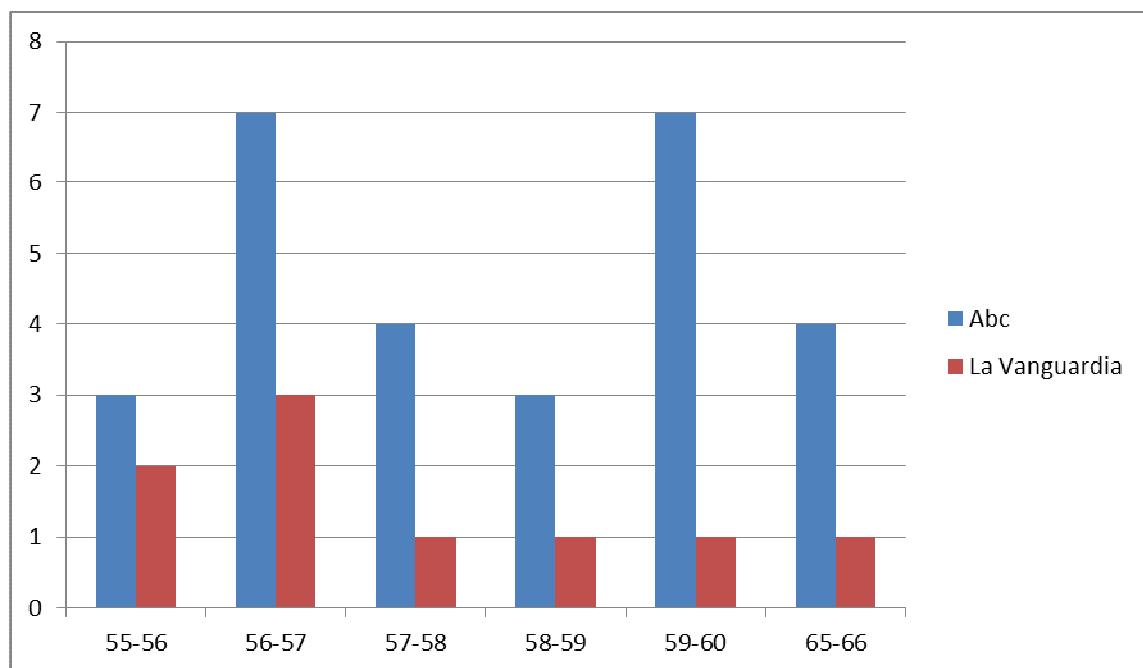
<sup>19</sup> *La Vanguardia* era un periódico que, al igual que la mayor parte de Cataluña en la época, no compartía el centralismo político con el que gobernaba el franquismo. Sin embargo, las consignas impuestas por el régimen, le hacían expresar en sentimiento entusiasta ante las victorias madrileñas y el supuesto alborozo común a toda España por dichas victorias.

<sup>20</sup> Los cinco primeros títulos de Copa de Europa se produjeron antes de 1966. Por ello el manto legal que cubría la prensa durante ese periodo (la Ley de 1938) obligaba a dedicar un amplio espacio a los triunfos del Madrid. Sin embargo el espacio dedicado no descendió en el título de 1966.

<sup>21</sup> La Copa de Ferias era otra competición europea a nivel de clubs, pero carecía de la relevancia y entidad de la Copa de Europa. En un principio, la competición nació como una ocasión para enfrentar a los

de la sección de deportes. El número total de publicaciones continúa en los valores de los 50.

En los días siguientes a la final de la Copa de Europa, la tónica de publicaciones se mantiene, como indica el siguiente gráfico<sup>22</sup>:



*Abc* aporta una cobertura mediática bastante superior a la de *La Vanguardia*. En la final de 1956, disputada el 13 de junio y recogida en la prensa el 14 del mismo mes, de cinco páginas dedicadas a la información deportiva, cuatro informan de la victoria del Real Madrid. Un monopolio casi total de las dependencias deportivas del periódico. Esto resulta lógico si se tiene en cuenta que fue la primera edición disputada de la Copa de Europa. Que un equipo español (y más el Real Madrid) se alzase con el mayor cetro continental era una ocasión inmejorable para emitir propaganda política.

En la segunda final, disputada el 30 de mayo de 1957, de las cuatro páginas de la sección deportiva, tres se dedican al Real Madrid. En la tercera, disputada el 28 de

---

equipos de las ciudades que albergaban exposiciones internacionales. Sin embargo, más tarde el campeonato ganó relevancia en Europa y pasaron a disputarla los segundos clasificados las principales ligas nacionales europeas. Se trató del segundo torneo de mayor prestigio de la época. En 1971, cambió su nombre por Copa de la UEFA. En los siguientes enlaces aparece una breve reseña histórica sobre el peculiar nacimiento y el desarrollo de esta competición. [http://www.allcompetitions.com/soc\\_fair.htm](http://www.allcompetitions.com/soc_fair.htm) <http://europaenjuego.wordpress.com/historia-de-la-copa-de-ferias/> Consultado el 23-09-12.

<sup>22</sup> Este gráfico desvela el número de artículos en ambos diarios que describían algún aspecto del triunfo del Real Madrid en el día posterior a la celebración del encuentro.

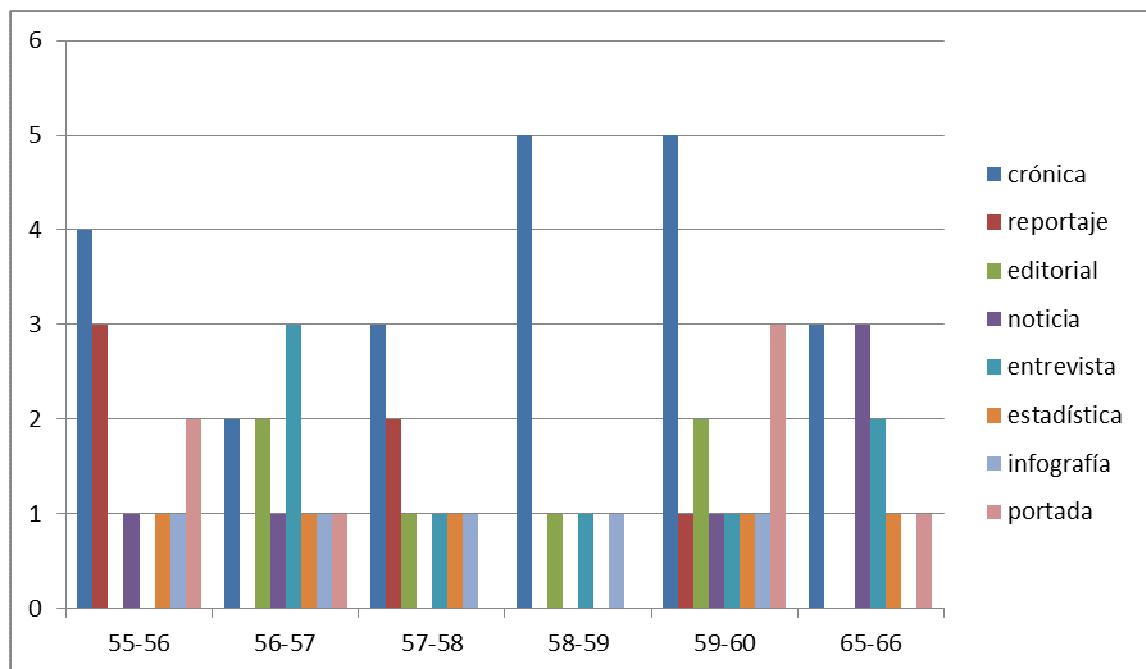
mayo de 1958, en las cuatro páginas deportivas aparecen informaciones del Real Madrid. En la cuarta edición, celebrada el 3 de junio de 1959, tres de cinco. Y en la quinta, del jueves 18 de mayo de 1960, cuatro de cinco.

La sexta edición de la Copa de Europa, disputada el 11 de mayo de 1966, se ilustra con información referente a la final en tres páginas de un total de siete. En esta última edición, ganada por el Real Madrid en la época, se aprecia una ampliación de la sección de deportes, que pasó de ocupar cuatro y cinco páginas a extenderse hasta siete. En la década de los 50 nunca estuvo por encima de las 5 páginas. Esta ampliación de la sección deportiva demuestra que la población se interesó más por este tipo de eventos y por ello, el contenido propagandístico no desapareció de las publicaciones deportivas con la nueva Ley.

También destaca el contraste que mantienen las crónicas que presentaban ambos diarios. En *Abc* se llegaron a extender hasta en tres páginas diferentes, mientras que el diario catalán, nunca le dedica más de media página. Con la nueva legislación vigente, la Ley Fraga, aparentemente no hubo cambios significativos en cuanto a la extensión ocupada por las publicaciones del Real Madrid.

## Género de las publicaciones

*Abc*



Este gráfico mide el género de los artículos totales escritos durante la semana en la que se disputó cada edición de la final de la Copa de Europa. Un total de 84 piezas

periodísticas han sido clasificadas con relación al Real Madrid y su participación en la final europea. El género periodístico que domina con autoridad esta variable del estudio es lógicamente la crónica. Los días anteriores, con las previas de los encuentros, así como las repercusiones que tuvieron los triunfos tienen un denominador común, que es el empleo de la crónica para inyectar propaganda franquista a los escritos futbolísticos.

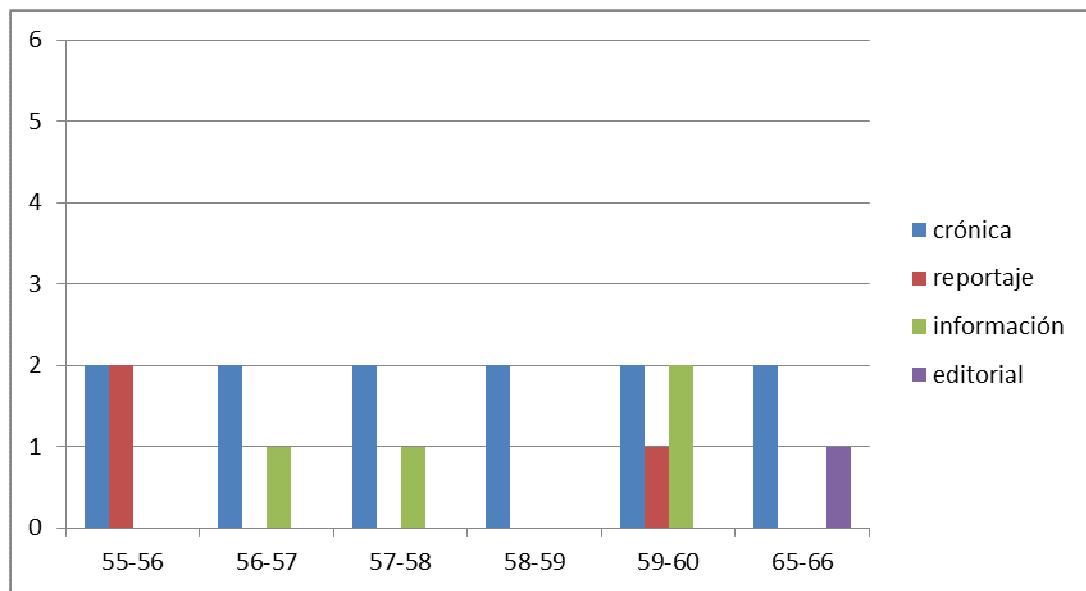
El reportaje es el segundo género más empleado en el interior de *Abc*. En este caso la línea que separa el reportaje de la crónica es muy fina. Por la alternancia de diferentes estilos, la utilización de muchas fuentes, la combinación con otros géneros periodísticos y el tono empleado (sin rayar lo épico y sin caer en la propaganda de forma ostensible) deben entenderse como reportajes.

Otro género frecuente es la entrevista. Se trata de un tipo de entrevista muy peculiar. No aparece con la estructura tradicional de pregunta y respuesta, sino que las declaraciones textuales de los protagonistas se introducen en artículos titulados “opiniones”. Estas piezas recogen el sentir de los jugadores, entrenadores, directivos y demás actores principales antes y después de los partidos. También se registran entrevistas con una estructura de pregunta-respuesta, aunque en una proporción mucho menor.

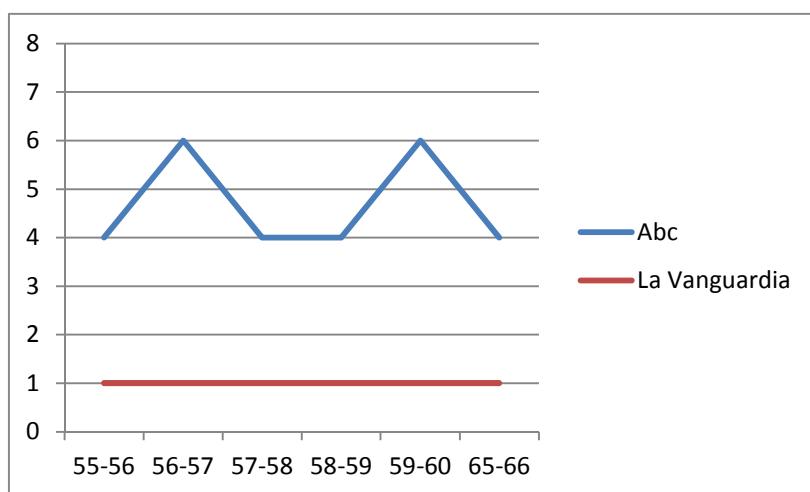
Las victorias del Madrid se redondeaban con la inclusión de páginas exclusivamente dedicadas a imágenes que relataban gráficamente el triunfo, ubicadas en las primeras páginas. Con estas publicaciones se practicaba el mismo ejercicio de propaganda política que en los textos pero reforzado con imágenes que reflejaban la alegría de jugadores y aficionados.

Conforme fueron avanzando las temporadas se flexibilizaron y variaron los géneros de las publicaciones. La crónica siguió siendo el género estrella pero otras fórmulas adquirirán importancia. Géneros periodísticos que fueron ganando peso con el paso de los años como los gráficos estadísticos (que reflejaban la alineación o diferentes cómputos de cada jugador o equipo en un aspecto del juego como pueden ser los tiros a portería) y los editoriales, que aparecieron con el nombre de “notas deportivas”. Estos artículos de opinión poseían una gran belleza de estilo, con tintes que rozaban el lirismo. Como es lógico, seguían cargados de mensajes publicistas.

*La Vanguardia*

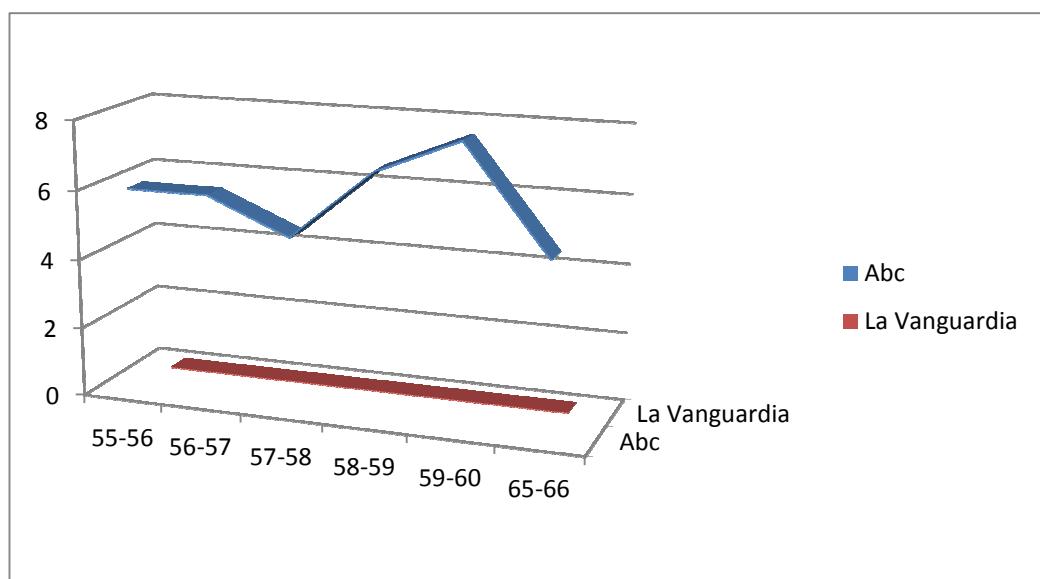


En el caso del diario catalán, la crónica es casi el único género periodístico que traslada información con una extensión mínimamente relevante. Con las crónicas de los encuentros, *La Vanguardia* daba por clausurada la cobertura de las finales europeas del Real Madrid. Tan solo aparecen como contrapunto a este monopolio de la crónica pequeños reportajes y notas informativas sobre las que no recae una información importante. Las crónicas son las publicaciones que aportan toda la información referida al Real Madrid y las distintas finales continentales. Y, en más de una ocasión, como se observa en el gráfico (temporada 1958/1959), son las únicas publicaciones existentes. En el siguiente cuadro se observan el número de páginas en las que aparece información del Real Madrid en los días posteriores al encuentro.



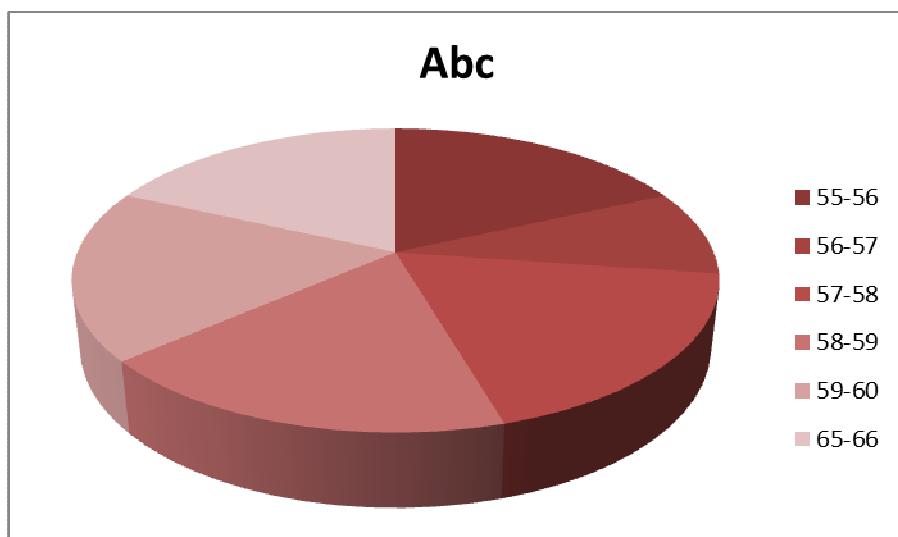
En los días posteriores a la consecución de los títulos europeos, ambos diarios mantienen una tónica constante. *Abc* suele dedicar entre cuatro y seis páginas a la información referente a la final ganada por el Madrid; *la Vanguardia* sigue una línea coincidente de una sola página. *la Vanguardia* conserva una línea absolutamente uniforme, ya que en todas las fechas estudiadas tan solo aparece información relativa al Real Madrid y a su victoria en una página de la sección deportiva. Por lo general, esta sección está formada por cuatro o cinco páginas. *Abc* maneja unas cifras bastante superiores y también se mantiene en unos valores numéricos establecidos, que oscilan entre cuatro y seis páginas cada temporada. La diferencia principal se encuentra en la inclusión o no de la portada como parte de la información, así como de las páginas aisladas dedicadas a infografía. Las crónicas de cada encuentro se extienden a tres y hasta a cuatro páginas. El espacio restante se dedica a crónicas que recogen las repercusiones de cada triunfo, las opiniones de los protagonistas o de otros medios europeos, un análisis de un aspecto concreto del juego, publicaciones que destaca el júbilo del público, o editoriales ensalzando las gestas del equipo blanco. En la edición de 1957, celebrada en Madrid, se destaca en ambos diarios el recibimiento del público a Franco y a su esposa. Ambas piezas informativas son similares, lo que muestra una vez más la vigencia de las consignas. En el título de 1966 la estructura se mantiene, con una crónica de gran extensión que es complementada por otras publicaciones que analizan la repercusión del título cosechado.

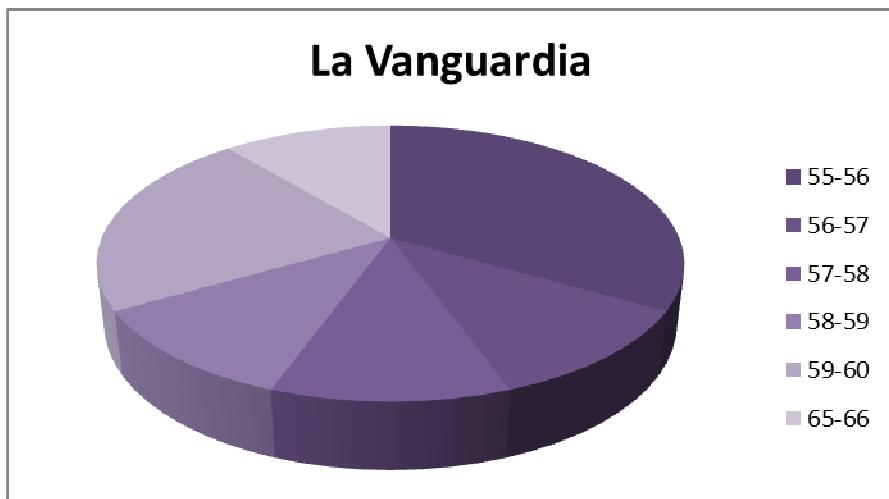
El siguiente cuadro revela las páginas en las que solo le ilustra información del Real Madrid.



Este gráfico muestra una vez más el contraste en la difusión que existe entre un diario y otro. El número de páginas en las que aparece exclusivamente información relacionada con la final europea. Esta cifra es cero en el caso de *La Vanguardia*, ya que en ninguna de las temporadas dedica en exclusiva una página completa a relatar lo acontecido en esos encuentros y sus repercusiones. El factor geográfico y el centralismo político (que era un componente puramente ideológico) vuelven a condicionar esta parte del análisis. *Abc* se mueve en unos valores en torno a las seis páginas completas cada año y alcanza su valor máximo de páginas en el año 1960. Como se viene apreciando, la quinta corona europea conseguida por el Madrid fue una de las que mayor difusión alcanzó en *Abc*. Esto fue así debido a que el equipo español completó un pleno de victorias histórico en la máxima competición europea. Consiguió llevarse los primeros cinco títulos de la competición. Un hito en la historia del deporte sin lugar a dudas. Asunto que no dejó escapar el aparato propagandístico franquista. Además, en ese momento aún estaba vigente la prensa la Ley de 1938, que hacía más accesible el férreo control mediático que se llevaba a cabo.

Fechas en las que el Real Madrid abre la sección de deportes





Estos gráficos muestran los días totales en los que la información que es objeto de estudio, es la parte principal de la sección de deportes. *Abc* sigue por la senda de otorgar una gran extensión a las publicaciones madrileñas. En un gran número de casos (como se observa en el gráfico) las publicaciones referentes a la disputa de la final suponen el asunto principal de cada página. Los resultados de esta variable son fruto de la difusión más amplia que ofrece *Abc*. Cuantas más páginas ofrece sobre el tema, es más probable que el tratamiento de esas publicaciones sea exhaustivo.

*La Vanguardia* presenta menos páginas en las cuales el Real Madrid es la pieza relevante de la actualidad. Sin embargo, en proporción, las cifras que presenta el periódico catalán son altas. Esto es debido a que, a pesar del escaso espacio que le dedica, es norma general que las piezas aparezcan como cabecera de la página (debido a las consignas establecidas por los censores de la administración franquista). Se les dedica escasa proporción espacial porque no es la información más importante para el diario pero el régimen exigía esa presencia y ubicación determinadas. Las fórmulas del régimen para imponer los temas que debían aparecer en primera posición y con un tratamiento de privilegio iban de los censores hasta los directores del propio periódico, que habían sido elegidos por el propio Estado (DELGADO, 2007) (FERNÁNDEZ Y SEBASTIÁN, 1997).

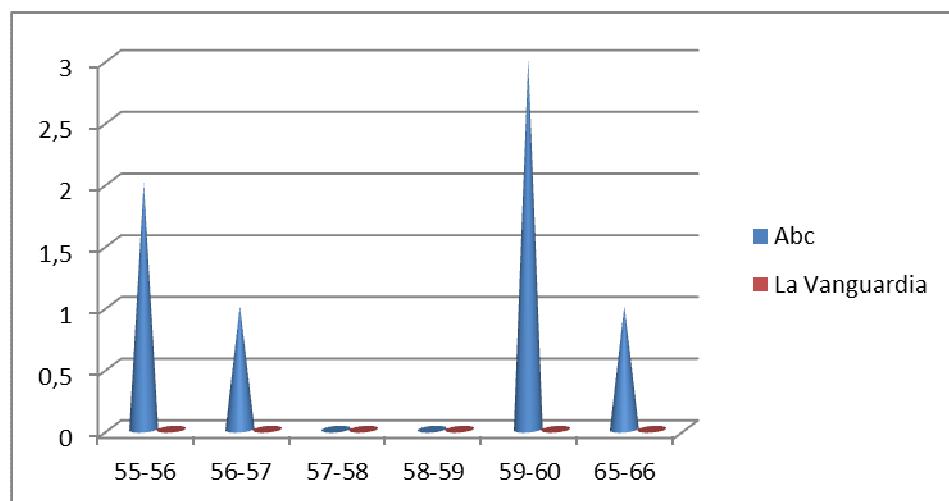
Las imposiciones por parte estatal no eran tan evidentes en *Abc*, no obstante, también se pueden apreciar síntomas en los discursos adoptados. Una terminología muy relevante para el caso, como se verá en el apartado dedicado al análisis del discurso. La extensión de las publicaciones no resulta una rareza. *Abc* era y es un diario con sede en Madrid y de carácter conservador, cuya línea ideológica casaba con muchos de los

valores franquistas del momento. Se comprende, por tanto, que este medio le asignase un espacio tan extenso a las conquistas europeas del Real Madrid.

En la prensa del franquismo se aprecia una característica que no se conserva en la sección deportiva de la prensa actual. Las publicaciones sobre deportes estaban encuadradas en una ubicación fija del periódico. Situadas en esta sección deportiva jamás se trasladaban a las primeras páginas del diario. Tan solo se hacía una excepción con las infografías que nunca superaban la página de extensión. Por muy relevante que fuese la información, seguía en su ubicación determinada. La sección deportiva se encontraba en las últimas páginas.

Desde hace unos años, el periodismo dedica las primeras páginas a aquellas materias más próximas al momento presente y que se consideran con la información más importante, con el tema del día. Las Copas de Europa conseguidas durante el franquismo fueron, sin ninguna duda, tema del momento, pero en aquella época el estilo periodístico no frecuentaba esta práctica. Hay que recordar que las conquistas de la Copa de Europa por parte del Real Madrid, con exclusión del objeto de propaganda política en que se convirtieron, fueron auténticos hitos para la historia del deporte en general y del deporte español en particular. Más si cabe la victoria de forma consecutiva del Real Madrid en las cinco primeras ediciones.

#### Inclusiones en la portada



La elección como portada de la información relativa al Real Madrid y sus finales europeas es otro objeto de estudio que pone de relieve la perspectiva de ambos diarios.

En *Abc*, la primera temporada (1955-1956) refleja la novedad y el creciente interés de la prensa por el máximo torneo continental. A lo largo de toda la semana en la que se disputó la final, la portada se dedicó al Real Madrid en dos días. La novedad y el orgullo de la prensa (y el régimen) ante tal conquista, hicieron que el encuentro fuera el asunto más importante de la semana.

En las campañas siguientes se produce un descenso en cuanto al número de portadas en las que se refleja el triunfo madridista. La pérdida del factor novedoso sacó de la primera plana estas informaciones. En la segunda temporada que vio levantar la copa al Madrid (1956/1957), tan solo en una ocasión apareció el equipo en la portada. En las dos temporadas siguientes (1957-1958 y 1958-1959) no se hizo alusión al Real Madrid en la fachada del periódico.

En la temporada 1959/1960 se produjo un reflotamiento de las portadas que recogían la victoria del Real Madrid<sup>23</sup>. *Abc* hace alusión al partido hasta tres veces en las portadas de esa semana. Tres apariciones que suponen el 50% de los días de la semana.

En la temporada 1965/1966, después de cinco ediciones de la competición sin conseguir el trofeo, el Madrid recuperó su trono continental. En esta sexta ocasión, se incluyó una sola portada con información referente a la conquista del título. Concretamente esa fecha fue la del día posterior al encuentro. Contrastó esta aportación con la de anteriores temporadas en las que el número de portadas fue mayor.

Con estas portadas se potenciaban las gestas del equipo y se ampliaba el potencial propagandístico que trataba de adoctrinar a los españoles. Las temporadas en las que el Real Madrid apareció en la portada de forma frecuente denotan la puesta en práctica la técnica conocida como “pan y circo”. El régimen pretendía centrar las miradas de la opinión pública en los logros deportivos para ocultar dilemas sociales más graves. Esta práctica gubernamental se inició en la antigua Roma y consistía en que para ocultar asuntos controvertidos y alejar al pueblo de la vida pública, el Estado le proporcionaba alimento y entretenimiento de baja calidad. El Estado se preocupó de amplificar el eco mediático de las victorias madridistas para impedir que otros asuntos, que el régimen consideraba perjudiciales para su imagen, ganasen importancia informativa (DELGADO, 2006). Esta práctica parece haber desaparecido con la nueva

---

<sup>23</sup> Como ya ha sido explicado, el título cosechado en 1960 supuso el quinto de forma consecutiva, logrado además en las cinco primeras ediciones de la competición. Hito del que, como no podía ser de otra forma, se aprovechó el régimen para introducir propaganda política en las publicaciones deportivas.

legislación de 1966. La conquista del torneo tuvo una gran importancia<sup>24</sup>, sin embargo, solo una portada fue ilustrada con imágenes al respecto.

## 6. ANÁLISIS DE DISCURSO

El segundo punto en el que se detiene el análisis de este trabajo conduce al estudio del discurso empleado en las publicaciones. La intensa dosis de propaganda política caracteriza todos los artículos de *Abc* y *La Vanguardia*, que esconden un fondo ideológico. El franquismo se aprovechó de las victorias del Madrid (equipo considerado como símbolo de los valores del régimen) para incluir los principios de su doctrina en las publicaciones. Los cinco primeros títulos llegaron en los años más difíciles de la dictadura (PAYNE, 1997: 134-138)<sup>25</sup>. Por ello, la propaganda estaba ideada para convencer a la población de las supuestas bondades y buena gestión que realizaba el Estado (DELGADO, 2006. El franquismo instaló su propaganda ideológica en otros campos aparte de la información política. Así, la prensa deportiva referida al fútbol y en especial la que se ocupó de recoger los triunfos del Real Madrid, adoptó un discurso moralista. En aquella época, el fútbol era el reclamo perfecto para que el Estado insertase su propaganda ideológica: un espectáculo seguido de forma masiva por la sociedad española. (ELÍAS, DUNNING, 1992).

El carácter publicista de las publicaciones está presente tanto en *Abc* como en *La Vanguardia*. Este análisis discursivo lo pone de manifiesto por medio del estudio de los titulares y de la terminología que esconde un significado moralista. Muy pocos artículos están exentos de ese tono ideológico.

### 6.1 Análisis de titulares

#### 6.1.1 Primera etapa (1955-1956 / 1959-1960)

---

<sup>24</sup> La conquista de la sexta Copa de Europa por el Real Madrid llegó de forma inesperada. Las gestas logradas años atrás por uno de los mejores conjuntos de jugadores que vio la historia (Di Stefano, Puskas, Rial, Gento, Zárraga y Marquitos entre otros) habían quedado atrás y ahora era una generación nueva compuesta por jóvenes jugadores la que llamaba a las puertas de Europa. En los días previos, la prensa internacional dio como favorito al título al Partizán yugoslavo, el rival del Madrid en la final de 1966. Sin embargo, el equipo español obtuvo la victoria por 2 a 1 y volvió a reinar en la Copa de Europa. La resonancia mediática que tuvo esta victoria fue ingente, ya que después de cinco temporadas sin ganar el título, el equipo volvía a coronarse como campeón de Europa. Los detalles de aquella final se pueden revisar en: <http://halamadrid123.com/copas-de-europa/> Consultado el 18-09-12.

<sup>25</sup> Las cinco primeras victorias del Real Madrid en Europa llegaron en la etapa conocida como primer franquismo, aunque ya en sus años finales. España estaba saliendo del duro periodo autárquico y todavía no se había producido la liberalización de la economía que mejoraría la calidad de vida de los españoles.

Durante este periodo, el Real Madrid cosechó los cinco títulos de la Copa de Europa comprendidos entre las temporadas 1955/1956 y 1959/1960. La amplia difusión mundial que adquirieron estos triunfos fue la excusa perfecta que encontró el régimen para asentar su doctrina. Mediante la propaganda, el Estado empleó a la prensa como principal altavoz de los postulados franquistas. El control de los medios de comunicación que estipulaba la Ley de Prensa de 1938 garantizaba el tono doctrinario de las informaciones.

Uno de los puntos comunes en las publicaciones fue el enaltecimiento de los valores morales del Real Madrid, que le habían llevado hasta la victoria. El tono empleado mostraba un carácter épico. Los encuentros futbolísticos narraban los partidos como si de batallas históricas se tratase. La administración franquista, a través de diversos métodos como la imposición de los directores; el sistema de consulta obligatoria o los comunicados de prensa, imponía a los diarios aquellas directrices que debían seguir de manera obligatoria en sus publicaciones (DELGADO, 2006). Estas imposiciones convertían las victorias madrileñas en triunfos de la moralidad nacional-católica que defendía el Estado. Los valores que aparecían en las publicaciones y que formaban la doctrina del régimen fueron: nacionalismo, catolicismo, centralismo político, concentración del poder, militarismo, tradicionalismo y unidad de España.

El deporte resultó una muy jugosa ocasión para dotar de significación política las crónicas e informaciones. El lector no era consciente de tal carácter ideológico y podía, de forma inconsciente, adoptar (si es que no los compartía ya) los ideales que eran enaltecidos en la prensa. Las victorias del Madrid también funcionaron como entretenimiento y distracción social. El régimen trató de desviar la atención ciudadana de problemas que podían desencadenar en descontento social y mostró que las victorias en el terreno futbolístico del Real Madrid eran un síntoma de la buena marcha del país.

La estructura que presentan los titulares ofrece un amplio contraste con las prácticas periodísticas actuales. En la década de los 50 y 60 predominan los titulares de gran extensión (llegan a ocupar hasta tres o cuatro líneas). En la actualidad, los cánones periodísticos tienden a la concisión, la brevedad y el ingenio en sus encabezamientos. Además, la presencia de términos impropios de un titular en la actualidad (como es el caso de los adverbios terminados en -mente) dista sobremanera de las prácticas que se pueden observar en nuestros días. Asimismo, otra de las novedades en cuanto a la forma, es la existencia tres tipos de encabezamientos

presidiendo cada pieza informativa. Un titular, que aporta la información más relevante, y dos subtítulos.

Ya desde los mismos titulares se pone de manifiesto el discurso de carácter ideológico de las publicaciones. Su intensidad es mayor en las páginas de *Abc*. *La Vanguardia* también presenta un tono ideológico pero su intensidad es menor<sup>26</sup>. En este estudio de los titulares se presta atención a los rasgos que son comunes en las fechas analizadas. Asimismo, se explicará con detalle el significado ideológico de tres de los titulares más significativos de cada diario.

### **a) *Abc***

Durante este primer periodo que ha sido estudiado (el que va desde la temporada 1955-56 a la 1959-60) se repiten, en cuanto a la temática recurrida, una serie de asuntos dependiendo del día de la semana en el que se encuentre cada publicación. Se distinguen dos fases en las que las publicaciones que aparecen siguen una línea argumental similar: los días previos a la celebración de la final y el día después de conseguir el título y sus repercusiones. A continuación se procede a explicar el análisis de titulares en *Abc*

Días previos:

En general, los titulares en estos días mantienen una actitud cauta, sin destapar todo el arsenal propagandístico que se lanzará en el texto de las publicaciones. Según avanzaron las temporadas y se sucedieron los títulos, esta actitud cautelosa se sustituyó por la convicción en la victoria del Real Madrid. En estas ocasiones, ya desde los días que precedían a la disputa del partido, se apreciaba el tono victorioso y épico que aparecía cuando el equipo vencía en la final. La menor carga ideológica de estos titulares daba una falsa sensación de credibilidad al discurso ideológico que aparece en los días posteriores. Pasar de un extremo a otro generaba una apariencia de objetividad en todas las publicaciones que no era real.

Días posteriores a la final y repercusiones del triunfo:

El tratamiento aparentemente objetivo que se observa en los días anteriores desaparece para dejar paso a los titulares que muestran una naturaleza propagandística

---

<sup>26</sup> Hay que recordar que los motivos expuestos para esta menor carga propagandística en *la Vanguardia* eran el centralismo político en mayor medida y la diferencia territorial.

más explícita en las publicaciones. Estos titulares pretendían aupar las victorias del equipo hasta los más elevados altares, deportivos, sociales, ideológicos y políticos.

Los valores ideológicos del régimen están presentes en la mayor parte de los titulares, ya sean más o menos explícitos. Ideales franquistas como *el nacionalismo, el catolicismo, la concentración del poder político, el centralismo geográfico, la preeminencia de unos valores tradicionales, el militarismo y la defensa de la unidad de España* (todos agrupados en el Movimiento Nacional) eran los que se escondían en los encabezamientos. En el análisis de la terminología se ampliará esta idea ya que el tono doctrinario se incrementa.

*Abc* transmite que la satisfacción por los triunfos del Madrid es común a toda la geografía española. Esto es un reflejo del sentimiento de *unidad nacional* y el *nacionalismo* del régimen. El centralismo político se manifestaba al mostrar la victoria del Madrid como un éxito global de la nación española y no solo del propio equipo. Asimismo, los titulares coleccionan un vocabulario político cargado de ideología *tradicional* y *católica*. La exaltación de la moral española es otro de las huellas comunes en los titulares de este periodo. Se recurre en numerosas ocasiones al argumento de que la moral del equipo español le condujo hasta la victoria.

Los días posteriores a la disputa de la final<sup>27</sup> se centraban en agigantar el alcance social y mediático de los triunfos. Las reacciones de la población española son un asunto muy recurrido en los titulares. De esta forma, se pretendía dar forma a la idea de que la victoria era compartida por todos los españoles. *Abc* describe una ciudadanía rebosante de admiración y orgullo por la victoria. Las acogidas multitudinarias a los jugadores en su llegada a territorio español fueron otro de los puntos más recordados en los días posteriores al triunfo. Se daba a entender que la felicidad del pueblo español era plena debido a la victoria madrileña en la Copa de Europa. Los triunfos del equipo madrileño ocupaban al primer plano de la actualidad en los días posteriores al encuentro.

Los unánimes halagos de la prensa europea fueron otro eje argumentativo frecuente. Los elogios provenientes del extranjero fueron exagerados en gran medida en gran medida por el diario para dar una idea de que España era admirada en toda Europa. El espectáculo ofrecido por el equipo (siempre presentado como una exhibición que pasaría a la historia del deporte); la profunda alegría y celebración en todo el territorio

---

<sup>27</sup> Las repercusiones de los triunfos del Real Madrid en la Copa de Europa se prolongaban durante el viernes y sábado de la semana correspondiente.

español; las felicitaciones y reconocimiento al Madrid y la estupefacción del público que había presenciado el encuentro fueron las notas temáticas predominantes. También el empleo de adjetivos hiperbólicos que alababan el papel desempeñado por el equipo en los partidos fue una práctica que se repitió en ambos diarios. Por medio de ella y sin que el titular pareciese adquirir un sentido político, se conseguía que la gente viviese los triunfos como auténticas hazañas de una gran batalla.

A continuación, se concretan por medio de algunos ejemplos las ideas que se han expuesto anteriormente. Como se puede observar, los titulares que poseen un fondo político son mayoría respecto a los que no presentan signos ideológicos.

NO SE PUEDE DESFALLER	(14 de junio de 1956. Página 55)
CAMINO DE BILBAO, HOY LLEGARÁ A MADRID EL CAMPEÓN DE LA I COPA EUROPEA DE FÚTBOL / La prensa francesa reconoce justa y merecida la victoria del equipo madrileño/ “Kopa hace lo que puede; Di Stefano lo que quiere”, dice “France Soir” comentando el partido	(15 de junio de 1956)
EL CAMPEÓN DE EUROPA RATIFICÓ SU TÍTULO CON UNA MAGNÍFICA VICTORIA SOBRE LA FLORENTINA.	(31 de Mayo de 1957)
LA ALEGRÍA DE LA VICTORIA	(31 de Mayo de 1957)
EL EMBAJADOR ESPAÑOL, SATISFECHO POR LA VICTORIA Y POR EL ESPECTÁCULO OFRECIDO AL PÚBLICO / La corrección y la nobleza de todos los jugadores, resaltada por el árbitro	(29 de mayo de 1958)
MILES DE MADRIDISTAS	(30 de mayo de 1958)

EMULARON A LA “KERMESSE HEROICA” EN LAS CALLES DE LA “ALEGRE BÉLGICA” / El mejor equipo del mundo. ¿Llegaremos a la final de baloncesto?	
EL MADRID RECIBIRÁ ESTA NOCHE EN CHAMARTÍN EL APLAUSO POR SU GRAN TRIUNFO EUROPEO	(1 de junio de 1958)
VENCEDORES Y VENCIDOS	(1 de junio de 1959)

EXTRAORDINARIA EXPECTACIÓN ANTE EL PARTIDO MADRID-REIMS	(2 junio de 1959)
FRANCESSES Y ALEMANES DECLARAN LEGÍTIMA LA NETA VICTORIA DEL REAL MADRID	(5 de junio de 1959)
EL REAL MADRID, TRIUNFALMENTE RECIBIDO Y ACOMPAÑADO POR LA MUTITUD A SU REGRESO DE STUTTGART. / Maurice Herzog impuso en París a D. Santiago Bernabéu las insignias de la Legión de Honor	(6 de junio 1959)
GRAN EXHIBICIÓN DE FÚTBOL, MAGNÍFICO PARTIDO Y EJEMPLAR COMPORTAMIENTO DEL PÚBLICO	(19 de mayo de 1960).

Los titulares que presenta *Abc* en este periodo dan una idea de la línea ideológica y temática que siguen las publicaciones. El principal objetivo que poseen estos encabezamientos es amplificar el eco de las victorias del Real Madrid en la sociedad y

hacer creer que esos triunfos están sostenidos por el entramado ideológico del régimen. La tónica general de los titulares anteriores alude al carácter triunfal de las victorias europeas del equipo. El diario destaca sobre todo el juego y estilo desplegados y la expectación que el equipo creó allá donde jugó las finales. Esta admiración que despertaba el Madrid a su paso por las ciudades donde jugaba era real, pero *Abc* se encargó de magnificar el impacto que creaba el equipo.

#### TITULARES MÁS REPRESENTATIVOS DE ESTE PERÍODO

Además de los titulares anteriores, a continuación se analizan en profundidad cuatro encabezamientos que son los que mejor representan el carácter publicista en las publicaciones de *Abc*. En estos titulares, la índole publicista es aún más notoria que en los anteriormente expuestos.

EL REAL MADRID GANÓ LA COPA EN EL PARTIDO MÁS EXTRAORDINARIO QUE SE RECUERDA EN EL PALACIO DE LOS PRÍNCIPES / JUGÓ EL REIMS SU MEJOR PARTIDO EN MUCHOS AÑOS PERO FUE BATIDO POR LA GRAN REACCIÓN MORAL DEL EQUIPO BLANCO / RIAL, QUE MARCÓ DOS TANTOS, Y DI STEFANO Y GENTO PODRÍAN SER LOS DESTACADOS SI TODO EL CONJUNTO NO MERECIERA LOS MÁXIMOS ELOGIOS. (Jueves 14 junio de 1956).

Este titular corresponde a la primera final de la Copa de Europa ganada por el Real Madrid en 1956. A lo largo de ambos períodos, se aprecia una tendencia propagandística que será la tónica general de las publicaciones, aunque aquí no es tan evidente al no emplear un vocabulario con demasiada inclinación ideológica, sí que posee un fondo político. Se trata de un buen ejemplo del tipo de titular que aparece en las crónicas de los encuentros. Sin llegar a adquirir un marcado tono político, engrandece la victoria del equipo español de forma ostensible. Las comparaciones más gloriosas y el vocabulario que apela a la historia son recursos muy empleados en las crónicas.

El contenido político del titular transmite que el Real Madrid pudo reaccionar y proclamarse vencedor gracias a su “reacción moral”. Esta terminología esconde el enaltecimiento continuo hacia la moralidad española. *Abc* narra que el equipo español protagonizó el mejor partido que vieron los aficionados parisinos. El Reims (que fue el rival del Madrid en esa primera final), aun completando su mejor partido, no fue capaz

de doblegar al equipo madridista. Este matiz rezuma un fuerte sentimiento ideológico y político. Se podría traducir como un mensaje de supremacía de la moralidad española frente a la francesa.

En el subtítulo se aprecia el reconocimiento internacional que recibieron las victorias del Real Madrid, ampliamente engrandecido por la prensa. Es cierto que los diarios extranjeros reconocían las bellas artes presentes en el juego del equipo español, sin embargo, las alabanzas extranjeras eran exageradas (tanto en los titulares como en los textos de las publicaciones). Esto se relaciona con el marcado carácter nacionalista del régimen. El reconocimiento internacional a las victorias del Madrid resultó un modo de exaltar los valores patrióticos, de hacer creer a la población española que la situación general del país era magnífica y las victorias europeas del Madrid eran buena muestra de ello. Esta técnica comunicativa es muy similar al clásico “pan y circo”<sup>28</sup>. Se transmitía una sensación de que la coyuntura española era la correcta, Y se tapaban con la cortina política que se añadía a los éxitos futbolísticos del Real Madrid.

LA AFICIÓN DE MADRID TRIBUTÓ UN GRAN RECIBIMIENTO EN BARAJAS AL CAMPEÓN EUROPEO DE FÚTBOL/ CORDIAL FELICITACIÓN DEL ATLÉTICO BILBAÍNO A SU RIVAL EN LA SEMIFINAL DE LA COPA ESPAÑOLA / “Solidaridad Nacional” recoge la satisfacción barcelonesa y propone un homenaje al Real Madrid. (Sábado 16 de junio de 1956. Página 55)

Los recibimientos multitudinarios al equipo fueron otro asunto recurrente. Tras las crónicas de los partidos que relataban épicas batallas futbolísticas que acaban con el Madrid como justo y brillante vencedor, *Abc* se encargaba de dar una amplia difusión del regreso de los jugadores a España. Esto propició que la devoción por el equipo creciese enormemente y el régimen aprovechó este seguimiento masivo del equipo para convertirlo en un símbolo franquista. La gran masa social que acabó apoyando y siendo partícipe de las victorias fue atraída en gran medida por el tratamiento que se hizo de las primeras victorias en la prensa. Este simbolismo presente en las publicaciones fue básico para llevar a buen puerto la propaganda franquista que tenía que sustentarse y apropiarse de hitos históricos como las victorias madridistas.

---

<sup>28</sup> El origen de esta expresión proviene de la antigua Roma y aludía a que ciertos emperadores de la época romana trataban de mantener a los ciudadanos alejados de la vida política, a cambio de recibir obsequios como trigo o entradas para el circo. Con el paso de los siglos, esta expresión se fue consolidando como un reflejo de aquellos Gobiernos que tratan de mantener a su pueblo alejado o distraído de la política, centrando su atención en actividades ociosas como podría ser el fútbol.

En los subtítulos, los rasgos nacionalistas florecen por dos cauces. El Athletic de Bilbao es el club futbolístico de la ciudad bilbaína y se conocía como Athletic Club. Sin embargo, es nombrado como Atlético Bilbaíno. El nombre del equipo aparece castellanizado y es otro síntoma del centralismo político y sentimiento nacionalista que se había instaurado en España (y estaba presente en las publicaciones) y de la negación por cualquier tipo de rasgo autonómico, en este caso al País Vasco.

El subtítulo que aparece en última instancia da una pincelada de la supuesta felicidad reinante en Barcelona por la victoria del Madrid. Según se indica, la satisfacción del pueblo barcelonés fue recogida en el diario *Solidaridad Nacional*, periódico perteneciente a la prensa del Movimiento. Resulta de una credibilidad bastante escasa que la ciudad que mantiene una rivalidad acérrima por motivos territoriales, deportivos y políticos (el centralismo) con la capital de España proclame públicamente su felicidad por la victoria del Real Madrid. Este subtítulo es un síntoma de la defensa a ultranza de la unidad de la patria, uno de los principales rasgos del régimen franquista.

#### EL JEFE DEL ESTADO ACLAMADO POR EL PÚBLICO

Este titular denota claramente la vigencia de las imposiciones de la administración franquista y de la propaganda en los artículos. Una nota informativa casi con idéntico titular está presente en *la Vanguardia* en la misma fecha. La aclamación de Franco fue señalada y destacada en cualquier acto público al que asistía. Con ello se hacía ver al lector el respaldo, siempre exagerado en la prensa, hacia el Caudillo.

#### SON UNÁIMES LOS ELOGIOS DE LA PRENSA EUROPEA AL JUEGO DEL MADRID/ Según el “Daily Express” de Londres, los escoceses no han presenciado nunca cosa parecida

Este titular pone de manifiesto la amplia difusión que ofrecía *Abc* a los elogios recibidos por el Real Madrid en territorio extranjero. Con esto se pretendía proyectar en España la idea de que la fama y devoción por el equipo de la capital de España traspasaba cualquier frontera. Y eso le convertía en un equipo animado por cualquiera que presenciaba sus encuentros. El franquismo no solo se aprovechó de los hitos históricos que fue alcanzando el Real Madrid, también lo hizo del ambiente de admiración que despertaron estas victorias en la crítica europea. Las palabras de elogio provenientes de otros países europeos (la mayor parte de los elogios provenían de la

prensa europea que había presenciado el partido) se emplearon para poner de relieve en España el reconocimiento mundial de las victorias. Mediante esta práctica se reforzaba la idea de que la supremacía española en el deporte estaba vigente y eran los propios rivales los que así lo reconocían.

### **b) *La Vanguardia***

A diferencia del diario *Abc*, los titulares de *la Vanguardia* no poseen un tono tan propagandístico. El diario barcelonés no presenta un carácter tan marcadamente publicista como sí ocurre en la mayoría de titulares anteriormente expuestos. Sin embargo, se observan titulares que poseen un significado político remarcable. En las primeras temporadas en las que el Madrid se alzó con la Copa de Europa se observa la existencia de unos titulares aparentemente neutrales y sin presencia de rasgos publicistas. Sin embargo, en temporadas siguientes aparece un carácter propagandístico en los titulares, aunque su envergadura es mucho menor que en *Abc*.

En el caso de *La Vanguardia* también se pueden clasificar los titulares atendiendo a la fecha de la semana en la que vieron la luz. Mediante esta clasificación se identifican los titulares que pertenecen a los días previos a la final y que se publicaron después del encuentro. En los días previos, no se aprecia atisbo alguno de significado político. Al contrario que en los días posteriores, que sí hace aparición pero con una intensidad más débil que en *Abc*, tanto cualitativa como cuantitativamente. Una vez más encontramos la respuesta a esta menor fuerza ideológica de los titulares en la disconformidad del diario con el centralismo Estado español.

*La Vanguardia* estaba sujeta a las imposiciones y consignas de la administración franquista. Por medio de la imposición de una persona afín el régimen en la dirección del diario se establecía las pautas que debían seguir las publicaciones. En ellas figuraba el contenido doctrinario que debían tener. La presencia de mayores o menores componentes políticos dependía de lo que las pautas estatales impusieran.

En el cuadro de abajo se muestran algunos de los titulares más representativos de este periodo.

REAL MADRID Y STADE REIMS DISPUTARÁN LA	(12 junio de 1956)
--	--------------------

PRIMERA FINAL DE LA COPA DE EUROPA DE FÚTBOL / La gran competición internacional que ha triunfado clamorosamente	
EL REAL MADRID SE PROCLAMÓ VENCEDOR DE LA PRIMERA COPA DE EUROPA DE FÚTBOL AL GANAR AL REIMS POR 4 GOLES A 3 / Ambos equipos jugaron un emocionante encuentro que fue remontado por los españoles faltando once minutos / Una final en la que todo merece ser elogiado	(13 junio 1956)
EL REAL MADRID GANÓ BRILLANTEMENTE POR TERCERA VEZ LA COPA DE EUROPA DE FÚTBOL, VENCIENDO AL MILÁN POR 3 A 1 EN UN PARTIDO CON PRÓRROGA. / LA HAZAÑA CASI INCREÍBLE	(29 de mayo de 1958)
EL REAL MADRID (TRES VECES VENCEDOR) Y EL STADE REIMS DISPUTARÁN LA IV COPA DE EUROPA DE FÚTBOL / Una gesta de difícil imitación	(3 junio 1959)
EL REAL MADRID GANÓ POR CUARTA VEZ CONSECUTIVA LA COPA DE EUROPA, VENCIENDO POR DOS GOLES A CERO AL STADE DE REIMS EN EL PARTIDO FINAL	(4 junio de 1959)

EL REAL MADRID CONQUISTÓ POR QUINTA VEZ CONSECUTIVA LA COPA DE EUROPA DE FÚTBOL / Tras una formidable reacción, con su brillante juego derrotó al Eintracht de Frankfurt por siete goles a tres. / Como un romance de gesta. (	19 de mayo 1960)
ELOGIOS PERIODÍSTICOS AL REAL MADRID Y UN HOMENAJE INSÓLITO AL CLUB DE FÚTBOL BARCELONA EN GLASGOW. / Estela de un bello triunfo	(21 de mayo 1960)

Se puede observar una evolución en el carácter político de los titulares. En las dos primeras temporadas (1955-1956 y 1956-1957) no se advierte, aparentemente, presencia ideológica en los titulares referidos a la crónica de los partidos. El mensaje ofrecido en estos encabezamientos se refiere a la emoción ofrecida por ambos contendientes y el vocabulario empleado no mezcla el léxico deportivo con acepciones o significados políticos. Sin embargo, según van avanzando las campañas (de la 1957-1958 a la 1959-1960) se hace notoria una mayor presencia ideológica. Como se ha expuesto antes, sin llegar a los niveles que se observan en *Abc*, pero sí que los titulares adquieren un manifiesto carácter publicista que no tenían en las dos primeras temporadas.

#### TITULARES MÁS REPRESENTATIVOS:

Los encabezamientos que muestra *La Vanguardia* en sus publicaciones también presentan un fondo ideológico pero de una envergadura menor que en *Abc*.

**EL REAL MADRID ACABA DE RENDIR AL FÚTBOL ESPAÑOL UN BRILLANTE SERVICIO (16 junio de 1956).**

Este encabezamiento refleja la cara más propagandística de *La Vanguardia*. Se transmite un mensaje del buen servicio que rinde el triunfo al fútbol español (otro de los asuntos constantes en ambos diarios). El significado político de este titular se alinea con el centralismo y el nacionalismo franquistas. Con la victoria del club madrileño se

pretende relatar que todo el fútbol español está satisfecho con la victoria porque se trata de un triunfo nacional. La prensa trasladó ese sentimiento de que el Real Madrid, como símbolo franquista, era la cúspide futbolística nacional y sus alegrías tenían que ser compartidas por todos. El régimen escondía en titulares como éste que los triunfos se extrapolaban al plano político y suponían también victorias de la nación española.

**S.E. EL JEFE DEL ESTADO ENTREGÓ AL CAPITÁN DEL REAL MADRID LA COPA DE EUROPA DE CAMPEONES** El equipo español se la adjudicó brillantemente del equipo ente al vencer en la final al Fiorentina por dos tantos a cero obtenidos por Di Stefano, de penal, y Gento / La victoria del equipo madridista fue entusiásticamente acogida por más de cien mil espectadores. (31 de mayo de 1957)

Este titular pertenece a la final de 1957 y sitúa en un escalón informativo superior el hecho de que Franco fuera quien entregase el trofeo de campeón, que la propia victoria del Real Madrid. El hecho de que el más prestigioso galardón futbolístico en Europa fuera entregado por el Caudillo, y esto fuera lo más destacado por el diario, impregna de significado político el titular. Trasciende de lo deportivo y se centra en el aspecto ideológico. Así, se refuerzan los sólidos cimientos de adulación hacia Franco que prevalecían en la España franquista. Los eventos multitudinarios eran uno de los escenarios idóneos para que la prensa ensalzase el apoyo popular a Franco. La victoria del Real Madrid en la Copa de Europa de 1957 demuestra esta teoría.

#### **6.1.2. Segunda etapa (1965-66)**

Con la entrada en vigor (en 1966) de la nueva legislación en prensa, se abrió un nuevo horizonte (en teoría más permisivo) con las publicaciones. El Real Madrid disputó el 11 de mayo de 1966 su sexta final de la Copa de Europa ya bajo el manto legislativo de la nueva Ley. Tanto en *Abc* como en *La Vanguardia*, el tono claramente propagandístico que imperó en los titulares del periodo anterior se rebajó (mínimamente en el caso de *Abc*) para dar lugar a unos titulares con un menor fondo político. A pesar de la teórica mayor libertad de prensa, en algunos titulares se intuyen matices (como un vocabulario épico o sentimientos nacionalistas) propios de la etapa anterior que hacen presagiar que la liberalización en la prensa no fue tal (NICOLÁS, 2006). Los ejes temáticos en esta temporada son idénticos a los contemplados en el periodo anterior.

En el caso de *La Vanguardia* se aprecia de manera clara una pérdida total del significado moralista en sus titulares. Se demuestra con esto que los titulares provistos

de contenido político en la etapa anterior eran fruto de las imposiciones franquistas. La nueva legislación supuso una gran liberación en cuanto al discurso elegido en los titulares para el diario barcelonés.

*a) Abc*

Con la supuesta liberalización de la prensa que llegó de la mano de la “Ley Fraga” en 1966<sup>29</sup> se debería de haber apreciado una cierta pérdida del discurso propagandístico que caracterizó los titulares de la etapa anterior (1956-1960). Sin embargo, con la nueva legislación, en *Abc* apenas se aprecian variaciones en los encabezamientos respecto a la fase anterior.

EN BRUSELAS INTERESA POCO EL PARTIDO, LÓGICAMENTE TAPADO POR EL AMBIENTE DE LA VISITA DE LA REINA. / Contento general y tranquilidad en las filas del Real Madrid	(11 mayo de 1966)
EL REAL MADRID, CAMPEÓN DE EUROPA POR SEXTA VEZ. / En un segundo tiempo digno de su mejor historia logró remontar el gol que había hecho el Partizán, marcando Amancio el empate y Serena el triunfo. / Cerca de veinte mil españoles expresaron su alegría y su emoción en los graderíos y al final en el terreno de juego del estadio de Heysel de Bruselas	(12 mayo 1966)
LO MEJOR: LA EMOCIÓN DE LOS AFICIONADOS ESPAÑOLES. / El Madrid volverá a ser tan temido como antes	(12 de mayo de 1966)

<sup>29</sup> Cuando el Real Madrid disputó su sexta final de la Copa de Europa el 11 de mayo de 1966, la nueva legislación para la prensa acababa de entrar en vigor.

EL PRESTIGIO DEL FÚTBOL ESPAÑOL FAVORECIDO POR EL ÉXITO DEL MADRID EN LA UNDÉCIMA COPA DE EUROPA./ Elogio general de la crítica belga a la victoria de los blancos	(13 de mayo 1966)
TRIUNFAL RECIBIMIENTO AL REAL MADRID	(13 de mayo 1966)
MERECIDA VICTORIA SEGÚN LA PRENSA ITALIANA	(13 de mayo 1966)

El primer titular que aparece en la tabla superior es la excepción en un conjunto de encabezamientos que muy poco evolucionan respecto a la fase anterior. La norma en los titulares de esta etapa sigue la misma línea ideológica que en la anterior. Aunque sí que se aprecian mínimos atisbos de cambio, como por ejemplo la no alusión en estos titulares a los méritos morales que habían sostenido al Real Madrid como campeón de la Copa de Europa. Pese a no apreciarse este matiz, los cambios respecto a la anterior etapa son mínimos. Los titulares de *Abc* prosiguen por el camino de enaltecer el servicio que el Real Madrid con su conquista le hizo al fútbol y la sociedad española. Lo que sí es cierto es que la intensidad del carácter publicista de los titulares es levemente inferior en este periodo.

*b) La Vanguardia*

El caso del diario barcelonés supone un gran contraste respecto a *Abc*. Se aprecia cómo el fondo ideológico que presentaban los encabezamientos del diario en la anterior etapa desaparece por completo.

LA JUVENTUD MADRIDISTA FRENTE AL SÓLIDO Y AGRESIVO PARTIZÁN	(11 de mayo de 1966)
EN BRUSELAS, ANTE EL	(12 de mayo de 1966)

PARTIZÁN, EL REAL MADRID CONSIGUIÓ SU SEXTA VICTORIA EN LA COPA DE EUROPA	
---	--

En el caso del diario catalán sí que se aprecia una fuerte ruptura con la línea propagandística mostrada en los titulares de la primera época. Al contrario que en *Abc*, los encabezamientos de *la Vanguardia* aparecen carentes de cualquier significado político.

## 6.2 Análisis léxico

El léxico que se emplea a lo largo de todas las publicaciones que han sido estudiadas esconde un discurso de carácter épico y heroico. La belleza de estilo que presentan la mayoría de los artículos (muchos de ellos rozan el lirismo) aporta un tono de una belleza formal considerable que colabora en gran medida a convertir al Real Madrid en un emblema social del franquismo. En cada artículo queda profundamente manifiesto el fondo ideológico y publicista que poseen ambos diarios (una vez más, la propaganda posee una intensidad mayor en *Abc* que en *La Vanguardia*). Los dos componentes políticos más recurridos en las publicaciones de ambos diarios son la *rectitud moral* del Real Madrid y el *fervor patriótico* más apasionado (uno de los rasgos que más proclamó el franquismo). Aludiendo a este componente de exaltación patriótica, merece una mención especial el título conseguido en la temporada 1955-1956 (el primero de la larga lista que fue a parar a las vitrinas madrileñas) ya que es donde (tanto en las publicaciones de *Abc* como en las de *La Vanguardia*) cuando los supuestos valores morales que habían cimentado la victoria se explotaron de forma más vehemente.

Como resulta lógico, cada rincón de las publicaciones no posee la misma intensidad de propaganda ideológica. Los primeros párrafos que aparecen en las crónicas vertidas en los días posteriores a los encuentros son el lugar donde el entramado político de los textos se muestra más notorio. En esta primera parte es sencillo identificar el componente propagandístico de las publicaciones. Sin embargo, el carácter publicista también se presenta mezclado con narraciones que por la terminología que en ellos se emplea (carente de léxico ideológico) parecen relatar únicamente lances deportivos en otros párrafos de las publicaciones. La terminología y

el tono (que en su conjunto forman el discurso) empleados en el cuerpo de cada artículo resulta una prueba concluyente del carácter político con que la prensa trató las victorias madrileñas en la Copa de Europa.

Asimismo, se aprecia una disminución (pero muy escasa) en cuanto a la intensidad de propaganda inyectada en las publicaciones, conforme fueron transcurriendo las temporadas. En *Abc*, las dos primeras campañas proclaman un discurso cuya envergadura política no encuentra rival en el resto de temporadas analizadas. En *La Vanguardia* el discurso político oculto en las expresiones utilizadas sigue una línea más o menos uniforme.

Los rasgos ideológicos que surgen en el cuerpo de las publicaciones coinciden con aquellos que se han apreciado en análisis de titulares. Así, el nacionalismo, el centralismo político, la unidad de España o la exaltación de los valores morales de la victoria son los aspectos más frecuentes en el léxico empleado por ambos diarios.

El fondo político adherido a la terminología que aparece en las publicaciones del Real Madrid y su victoria es más explícito en *Abc*, sin embargo, la diferencia entre ambos diarios no es tan ostensible como ocurría en el análisis de titulares. *La Vanguardia* no alcanza la intensidad publicista de *Abc* en el contenido de los términos que emplea en las publicaciones pero, en su mayoría, también ofrece un profundo entramado moralista e ideológico. *Abc* en mayor medida y también *La Vanguardia* plasmaron un discurso en sus publicaciones que propició que la sociedad española observase a los jugadores del Real Madrid (tas sus flamantes conquistas europeas) como héroes históricos<sup>30</sup>.

Los rasgos políticos que son explotados de manera masiva por el Estado en las publicaciones de *Abc* y *La Vanguardia* se recogen en los cuadros que aparecen a continuación y además aparecen apoyados por ejemplos de esos términos que aportan un sentido sonoramente político y moralista.

### **6.2.1. Primera etapa (1955-1956 / 1959-1960)**

#### *a) Abc*

El tono y el discurso que se observa en las publicaciones de este diario representan la propaganda política inmersa en la prensa deportiva en su estado más puro. El trasfondo ideológico está presente en la gran mayoría de artículos de *Abc* y

---

<sup>30</sup> La prensa se encargaba de dotar de un tono heroico y épico a las publicaciones tal que los jugadores terminaron siendo aclamados como héroes nacionales.

prácticamente ningún artículo quedará exento de reflejar la fachada política que ofreció el régimen. Los rasgos franquistas que aparecen expresados en las publicaciones coinciden con los que ya han sido explicados en el análisis de titulares. A continuación se mostrarán algunas de las expresiones que portaban el significado de los ideales franquistas.

### *Exaltación de moralidad franquista*

“...del profundo significado de lo que ha visto intuye los valores morales de la gran victoria madrileña... homenaje a los héroes, ya sean de la historia o del deporte”. “Los más desdichados auspicios, los comienzos más desfavorables pueden ser superados cuando el músculo recibe directamente el impulso del corazón y éste no desmaya. Todo puede ser superado cuando el hombre sabe mantener tensos y elásticos los supremos resortes de la voluntad” (14 de junio de 1956, página 55). “...magnífica noche de un equipo que es campeón, no solo por la ciencia de su gran estilo, sino por la virtud de su espíritu, un espíritu de gran súper campeón. (14 de junio de 1956, página 56) “Pero quizás no existe en el mundo un conjunto de once hombres más inasequibles al desmaya, más pétreos contra la adversidad que estos muchachos que cuando visten la camiseta blanca del campeón siente algo así como lo que experimentaban los cruzados al colocar sobre su armadura la túnica con los colores de su empresa. ”Esa fuerza moral, esa absurda incapacidad de resignarse a la derrota es el arma secreta que ha producido los inauditos triunfos internacionales del Real Madrid.”. “...y aunque vistieran los colores de determinado club, han sido, en realidad, exponente vivo de nuestras condiciones raciales (16 de junio de 1956, 55)

“La nobleza y deportividad de los dos equipos ha permitido contemplar un limpio y emotivo espectáculo”. “...los once raciales blancos” (29 de mayo de 1958, 60).

1960: “Cuando se tiene la suerte de tener lo que se tiene, ¿para qué cambiar, señores, para qué buscarle tres pies al gato?” “Es asombroso” (21 de mayo de 1960, 78).

Sobre todo en las publicaciones que aparecen en los tres primeros títulos conseguidos (de la temporada 1956-1957 a la 1958-1959), se justifica la victoria del Madrid debido a la presunta rectitud de los valores morales del equipo. Como ya se ha explicado, con ello se pretendían que arraigasen con fuerza los valores franquistas en la sociedad, aludiendo a que eran los que llevaban al equipo hasta lo más alto. La atribución de estos ideales al Madrid fue uno de los motivos por los que el equipo de la capital acabó considerado como un símbolo de la España franquista. En las tablas que aparecen en la parte inferior, se exponen ejemplos de la forma léxica con la que estos sentimientos aparecían en las publicaciones.

### *Nacionalismo*

“...con atronadores aplausos por los miles de españoles que habían encendido en las gradas la llamarada rojigualda de sus banderas”. “Gol asombroso de pura furia española”. “Hoy, los franceses pudieron admirar en el conjunto madrileño la más depurada técnica, unida a las tradicionales características del fútbol español: el coraje y la furia” (14 de junio de 1956). “... la Copa de Europa a la cual nos abrazamos los españoles para olvidar nuestros descalabros internacionales”. “Una vez más, el gran equipo madrileño lleva en su camiseta blanca el prestigio del fútbol español” (12 de junio de 1956, 57) “Su Excelencia, que acudió con su esposa... la multitud les dedicó una prolongada salva de aplausos mientras la banda de música de la Policía armada interpretaba el Himno nacional” (31 de mayo de 1957, 53)

“... conquista el gran equipo madrileño para España tras de un memorable encuentro...” (4 de mayo de 1959, 9).

En la tabla que aparece en la parte superior se aprecia el profundo sentimiento de fervor y exaltación nacionalista que se prolonga a lo largo de todas las temporadas analizadas en el diario. En este caso, los ejemplos corresponden a las publicaciones del primer periodo estudiado. Asimismo se observa también un contraste en cuanto a la cantidad de términos que aluden al sentimiento patriótico en la primera temporada (1955-1956) respecto al resto. En el primer curso en el que el Madrid se alzó con la Copa de Europa, los términos que evocan a la grandeza de la nación española son constantes y aparecen en una proporción mucho mayor que en el resto de campañas. Sin lugar a dudas el fervor nacionalista (que era uno de los ideales más fuertes del pensamiento franquista) es el aspecto ideológico más recurrido en las publicaciones de *Abc* en este primer periodo.

#### *Centralismo político y unidad de España*

“Y creo que debe ser de Barcelona --la gran rival de Madrid en las competiciones deportivas—la que brinde a los vencedores la ocasión de que el público les aplauda (16 de junio de 1956, 55)

“El Conde de Barcelona, gran deportista, felicitaba emocionado al, una vez más, campeón de Europa” (15 de junio de 1956, 53).

Este es otro de los rasgos importantes que forman parte del entramado ideológico franquista y que fueron incluidos en las publicaciones de ambos diarios, en *Abc* en mayor medida. El centralismo aparece de la mano del nacionalismo en la mayoría de las publicaciones. Ambos componente de la ideología del régimen evocaban a que el triunfo del Madrid era común a todo el pueblo español. Como ya ha sido explicado, el franquismo defendía un fuerte centralismo político por el cual gestionaba todo el territorio español desde la capital del Estado, Madrid. Tomando en

consideración el modelo centralista que regía el país, *Abc* posee alusiones mucho más frecuentes al alborozo causado por la victoria del Madrid en la ciudad de Barcelona, que la *Vanguardia*, (como ya se ha mencionado, un diario catalán que era contrario al centralismo político) A pesar de ello, y fruto de las consignas franquistas, *la Vanguardia* presenta el triunfo como una conquista propia de todo el Estado español.

#### *Vocabulario épico e histórico*

“El oportuno gol francés volvía a inclinar el triunfo del lado “remois”. Pero hacía el mismo efecto sobre la moral del Real Madrid que un tábano produce sobre la grupa de un potro de pura sangre”. “Gento volvía a ser como en el pasado, “Pegaso””. (14 de junio de 1956, 56)

“No podremos olvidar nunca aquel memorable encuentro, uno de los menores de nuestra vida”. “...al consumar una hazaña que, como de perfil de Antoñito de Camborio, cincelado en romance prodigioso por García Lorca, bien merece que se diga de ella aquello de que es viva moneda que nunca se volverá a repetir”. “Ganarla dos veces consecutivas, triunfo que quizá no halle igual en los muchos años de vida que es fácil augurar a este bello y bien logrado torneo internacional” (31 de mayo de 1957, 53).

El tono y el léxico empleados durante la primera etapa poseen un componente épico e histórico bastante explícito, que convierte el discurso empleado en auténticas proclamas estatales en favor del régimen. La belleza formal de la terminología usada refuerza ese sentimiento épico que adquirieron las publicaciones. Las citas a episodios históricos de España o las referencias a personajes brotan en los textos con relativa facilidad. La belleza de estilo, que roza casi el lirismo, de las publicaciones también era un método eficaz de propaganda. Así, *Abc* encumbraba a los más espigados altares deportivos y sociales al Real Madrid.

#### *El Real Madrid como símbolo franquista*

Todos los sentimientos anteriormente descritos que aparecen en las publicaciones propiciaron (y esa fue la idea del régimen poniéndolas en práctica) que el Real Madrid se convirtiese en un símbolo del franquismo. Esto fue así debido a la atribución de los rasgos morales del franquismo al equipo. La terminología empleada en los artículos, encarnando los valores tradicionales del franquismo, estaban destinados a este fin.

“El Madrid de solera y coraje, tras capear el temporal”. “Ante ciento veinticinco mil espectadores, pletóricos de entusiasmo...” “¡Campeones, campeones!” “somos los mejores” “Hemos ganado”. “Los raciales

blancos de Don Santiago” (1 de junio de 1957: 58).

“...jugadores corresponden al aliento que en todo momento reciben de la enorme masa de seguidores con que cuentan” (29 de mayo de 1958: 59). “Los del Milán salieron llorando después de haberse batido con unos valientes (29 de mayo de 1958, 60). “El mejor equipo del mundo”. “... el Real Madrid habrá cumplido una proeza por encima de todas las famas futbolísticas en vigor” (30 de mayo de 1958: 59).

“...el Stade, gravísimo inferior, sin ningún género de duda, a su vencedor”. “... no tuvo emoción, escaseó en belleza, pero dejó en altorrelieve, imborrable, indiscutible, la absoluta superioridad del campeón” (4 de junio de 1959: 57). “Hemos presenciado dos actos que reflejan la popularidad y el prestigio internacional alcanzados por el Real Madrid y elevados hasta una cima inimaginable con la conquista de su cuarta Copa de Europa” (6 de junio de 1959: 60).

1960: “Sobran los elogios cuando los hechos hablan. La hazaña del Real Madrid no tiene precedentes en la historia de las grandes competiciones y posiblemente no tendrá repetición” (19 de mayo de 1960: 9). “...Ciento treinta y cinco mil espectadores, emocionados hasta las lágrimas los hispanos, rendidos admirativamente los alemanes y enloquecidos de asombro y entusiasmo los británicos, han aplaudido con un largo estruendo, acompañado de clamores, la vuelta triunfal del campeón...” (19 de mayo de 1960: 73).

Todos los ideales que destacan las publicaciones están encaminados a exacerbar el sentimiento de que el Real Madrid, con sus brillantes conquistas en la Copa de Europa, era un reflejo ideológico del régimen. Se atribuyeron los éxitos del equipo en los terrenos deportivos debido a ser el estandarte de los valores ideológicos que predicaba el Estado. Es por ello, que el modo en que se describían en la prensa las victorias del Madrid, se traducía como si fuesen triunfos del régimen y el sentimiento español frente al extranjero.

### ***b) La Vanguardia***

El diario barcelonés se encontró en una posición incómoda durante la fase de gloria europea del Real Madrid. Soportaba el fuerte control franquista y eso le hacía dotar de un discurso publicista y moralista a sus publicaciones, siendo que las conquistas madridistas no ocupaban el primer lugar en importancia para el diario (como se ha visto en el análisis de contenido). Aunque la intensidad de las proclamas que aparecen en *La Vanguardia* es menor. El fervor nacionalista y el empleo de un vocabulario y un tono épicos fueron los rasgos más frecuentes en las publicaciones del

diario barcelonés durante el primer periodo. La diferencia fundamental respecto a *Abc* es que la versión moral de las victorias apenas es destacado en el diario catalán.

Los aspectos ideológicos que poseen un mayor peso dentro del cuerpo de las publicaciones del diario se exponen a continuación:

#### *Nacionalismo*

“Con un club español de solera –el histórico Real Madrid—como protagonista principal. “El Real Madrid—no haría falta decirlo—no necesita presentación y en este momento simboliza a todo el fútbol español y reúne los votos de todos los aficionados españoles y de muchos que no lo son”. (13 de junio de 1956, 28). “Los españoles, confiamos en que el Real Madrid sabrá dar nuevo brillo al viejo del fútbol español”. “...ha rendido al fútbol español un soberbio servicio” (14 de junio de 1956, 25).

“S.E. el Jefe del Estado y Señora...fueron despedidos a los acordes del himno nacional, con las mismas muestras de simpatía y respeto” (31 de mayo de 1957: 22)

“El Real Madrid, orgullo del fútbol español tiene bien merecido el homenaje que en estos momentos le rinden sin duda todos los deportistas españoles” (29 de mayo de 1958: 26)

“Gran Gesta española.” (19 de mayo de 1960: 22). “El centelleante fútbol español” (21 de mayo de 1960).

La pasión nacionalista más vehemente hace también acto de presencia en las líneas de *La Vanguardia* durante este periodo. Como se ha explicado, las consignas estatales están detrás de este discurso.

#### *El Real Madrid como símbolo franquista*

“Es imposible que todos los pañuelos que se agitaban al dar los jugadores madrileños la vuelta de honor sean de otros tantos españoles, y que hay entenderlo como la rúbrica más calurosa a que puede aspirar un vencedor: el tributo al homenaje de un público que se ha rendido al soberbio triunfo del equipo adversario, que además es extranjero. “... a ese magnífico Real Madrid que ha luchado como un león...”. “...podemos estar orgullosos porque ha sido conquistada sobreponiéndose a momentos de flaqueza sin dejarse abatir por el desaliento cuando el Reims, el gran adversario de esta tarde, parecía apuntar derecho hacia la victoria final.” “¡Hala Madrid! atronaron los espacios” (14 de junio de 1956: 25).

“... lo conseguido por el Real Madrid en esta rutilante competición que ha logrado cautivar la atención de toda Europa no tiene igual en la historia”. “...las escenas de emoción que han acogido el silbato final han sido inenarrables” (29 de mayo de 1958: 26)

“...al infatigable Real Madrid, cargado de gloria, de triunfos y de honores”. “Seguramente muchos mitos de los que está llena la historia no deben tener una base tan sólida como la que pudiera fundamentar andando el tiempo el mito futbolístico de un Real Madrid asombroso, irresistible e imbatible (3 de junio de 1959).

1960- “como un romance de gesta”. “¿Puede ser calificado de otra manera que como hazaña el hecho de que el Real Madrid ha conquistado por quinta vez consecutiva la Copa de Europa?” (19 de mayo de 1960:22).

Como en *Abc*, todas las técnicas propagandísticas llevadas a cabo a partir de las victorias del Real Madrid en la Copa de Europa están dirigidas a la mitificación del equipo. Las expresiones arriba señaladas reflejan el marcado carácter épico del discurso empleado y la exaltación de los valores ideológicos del régimen.

El tono épico y heroico se presenta en unas dosis menores que en *Abc*, pero también tiene cierto protagonismo en este periodo de *La Vanguardia*.

### **6.2.2. Segunda etapa (1965-1966)**

Con la llegada del último título de Copa de Europa que es objeto de este análisis, se puede observar como la teórica liberalización de la prensa apenas tuvo un alcance significativo en las publicaciones que *Abc* y *La Vanguardia* emitieron con el sexto y último título europeo como asunto principal. Aunque sí existen variaciones en cuanto al adoctrinamiento moralista que presentaban las publicaciones en el primer periodo. En esta ocasión, se destacan los valores ideológicos del régimen (como ocurre en la anterior etapa), pero enfocados desde diferente ángulo. Tal es el caso del nacionalismo, que en este segundo periodo se hace acopio de que ese triunfo ha llegado con jugadores españoles en su mayoría. Este hecho no podía ser destacado en la etapa anterior debido a que muchos de los jugadores que alcanzaron la gloria con el Madrid eran extranjeros<sup>31</sup>. El régimen franquista descubrió en este hecho una vía difícilmente mejorable para explotar en la prensa deportiva el fuerte nacionalismo de su doctrina: la Copa de Europa se había conseguido gracias a los méritos de jugadores españoles. Un reclamo ideológico, patriótico y hasta racial que el régimen no desaprovechó el momento para enaltecer. El hecho de que el régimen aprovechase los hitos deportivos del Real Madrid para extender su ideología no varió apenas en este segundo periodo.

#### **a) *Abc***

El carácter propagandístico y publicista siguieron siendo un hecho bastante ostensible. La explotación de la prensa deportiva por parte del régimen franquista dio sus frutos y para cuando el Madrid ganó la sexta copa, el equipo ya era considerado un mito y un símbolo del franquismo. Este último triunfo solo tuvo que reafirmar los postulados ideológicos que se habían expuesto durante la etapa anterior.

Se puede observar esto en el significado ideológico de los siguientes términos.

---

<sup>31</sup> Las principales figuras del Madrid de las cinco primeras Copas de Europa fueron futbolistas extranjeros como es el caso de Alfredo Di Stefano, Raymond Kopa o Ferenc Puskas.

“Los trabajadores españoles gustan de estas expresiones escritas, que son como gritos patrióticos...”. “Había banderas de España, la oficial y tradicional, y hasta un par de republicanas...” “Cuando salió el Partizán hubo ovación general de sus seguidores...y cuando salió el Madrid hubo ruidos de todas clases...”

“El segundo tiempo del Madrid ha sido uno de los más grandes períodos que ha hecho en su ya larga y fabulosa historia de las Copas de Europa no solamente frente a un Partizán de calidad, sino enfrentándose a un caso de parcialidad manifiesta del árbitro alemán...” (12 de mayo de 1996: 111).

“En total, un Madrid de bravura...”. El corazón, el nervio, la capacidad de lucha...”. “...los valores morales del partido y también los técnicos que corresponden al Madrid...” “Ha sido esta final una de las más heroicas y trabajadas...”

“El Madrid de hoy, como el de ayer, ha sido un Madrid grande”. “...dejando muy alto el pabellón del fútbol español”. “Debemos felicitarle y felicitémonos también todos los españoles porque un equipo de nuestra Patria haya vencido en este interesante pugilato”. “...todos nos encontremos satisfechos” (12 de mayo de 1966: 112).

“Durante las dos horas que ha durado la retransmisión del partido Real Madrid-Partizán de Belgrado, que se ha jugado en Bruselas, Barcelona daba la impresión de hallarse desierta, dado que la mayoría de sus habitantes se encontraban concentrados ante las pantallas de la televisión para presenciar el desarrollo de la final de la Copa de Europa”. “El éxito del Real Madrid es, por extensión, el del fútbol español (12 de mayo de 1966: 113)

“Sus jóvenes jugadores demostraron en la adversidad unas cualidades morales excepcionales”. “Lo único que tuvo a favor fue, pues, su espíritu agonístico, su moral” (13 de mayo de 1966: 111).

En general, los ideales que son explotados en las publicaciones de la anterior etapa también lo son en la segunda fase. El nacionalismo; el considerar el triunfo como una victoria de toda la nación española; la exaltación de los valores morales del equipo; o el tono heroico están también presentes en esta fase. Las primeras frases expuestas en la tabla superior podían hacer pensar en una variación del discurso de las publicaciones deportivas, debido a que se hace alusión a que en el campo hubo aficionados españoles que portaban una bandera republicana, o que el Real Madrid no recibió unánimes aplausos cuando saltó al campo. Sin embargo, estas ideas solo son un oasis en un desierto de propaganda política inyectada en las publicaciones deportivas del Madrid.

#### *Nacionalismo*

Con política de importación ganó el Madrid varias copas. Y sin ella, con miembros puramente nacionales, también”. “...se ha demostrado que con carácter nacional exclusivo, como con injertos extranjeros (aunque convertidos con el paso de los años en propia sustancia española) el Madrid es el Madrid. Y el fútbol español

“...acaba de conseguir un éxito que antes le era regateado...” (13 de mayo de 1966: 111).

“Grande, inimitable, legendario, fabuloso Real Madrid...” (13 de mayo de 1966: 112).

Esta tabla pone de manifiesto que el nacionalismo siguió siendo un sentimiento inherente a las publicaciones del Real Madrid (y el valor más recurrido por medio de la propaganda en las publicaciones), pero tomando esta vez un enfoque diferente: la presunta grandeza de los jugadores españoles (formados bajo el mando del franquismo) habían llevado al equipo y a la nación hasta lo más alto.

### **b) *La Vanguardia***

La pérdida de cierta intensidad publicista que muestra el diario catalán en el análisis de titulares del segundo periodo no encuentra correspondencia en el discurso. El vocabulario y tono empleados por *La Vanguardia* en la descripción de este sexto triunfo europeo siguen la línea que ofrece *Abc*. La proclama del sentimiento nacionalista, la justificación de la victoria por medio de los valores morales del equipo y el ascenso del Real Madrid hasta el olimpo deportivo y social son rasgos discursivos que vuelven a aparecer en este periodo.

“...la más bella Copa de Europa de su fabulosa historia...”. “Esta noche hemos visto cómo un equipo joven puede alcanzar la victoria por los méritos supremos del corazón. Este Madrid no es aquel Madrid fabuloso de los grandes títulos de hace cinco años. Pero es un equipo con alma profundamente española...” (12 de mayo de 1966: 41).

“...otro año de gloria para nuestro fútbol en todas las regiones de España”. “...incorporación a sus ya natas cualidades de futbolista, del aspecto moral”. “Esto que acabamos de exponer... Los grandes clubs se han dado cuenta de que el juego, ya no puede seguir los caminos fáciles de antes. Ahora, la lucha, la fortaleza, la velocidad, la cohesión, es necesaria y para lograrla han puesto sus esfuerzos hacia la consecución del necesario espíritu en la comunidad y poder entonces aplicar esos conceptos modernos del juego actual”.

“Hay que crear el clima necesario donde además de los factores que hemos enumerado, aparezcan en grado superlativo los morales” (14 de mayo de 1966: 62).

Como se aprecia en la tabla superior, el carácter publicista y propagandístico sigue presente en las publicaciones deportivas del Real Madrid. Una constante, con

mayor o menor intensidad dependiendo de la temporada, de la que no pudo despegarse la prensa durante el franquismo. El férreo control al que estaban sometidos los diarios de la época convirtió las publicaciones del Real Madrid en artículos con un discurso casi idéntico y a veces repetitivo. La fuerte cortina política que tenían estas publicaciones deportivas es la principal característica que tienen todas las publicaciones analizadas. El hecho más significativo fue el modo en el que el Estado franquista se aprovechó de la conquista de una serie histórica de títulos por parte de un equipo español para extender sus ideales.

## 7. CONCLUSIONES

La principal conclusión que se puede extraer de este estudio, y que corrobora la hipótesis de la que partió el proyecto, es que la dictadura franquista utilizó las seis primeras victorias del Real Madrid en la Copa de Europa como adoctrinamiento moralista, con el objetivo de extender masivamente sus postulados ideológicos en la sociedad. El equipo madridista resultó una eficaz herramienta propagandística al servicio de la dictadura. La idiosincrasia política que adquirieron las publicaciones fue muy explícita en la mayoría de los artículos observados tanto en *Abc* como en *la Vanguardia* (los dos diarios que han servido para este análisis).

A través de férreo control que ejerció sobre la prensa, el régimen se apropió de los históricos hitos que consiguió el Real Madrid para convertir las publicaciones que narraban los triunfos en textos con un amplio carácter propagandístico. La admiración mundial que causaron los títulos de la Copa de Europa conseguidos por el equipo madridista también fueron cuidadosamente empleados por la dictadura para emitir un discurso acerca de que la presunta grandeza de España (encarnada en las victorias del equipo) era admitida hasta en el extranjero. Las finales de la Copa de Europa en las que el conjunto de la capital llegó a la más alta cota del deporte fueron una oportunidad idónea para el régimen en su adoctrinamiento ideológico de la sociedad.

Los principales rasgos ideológicos que aparecen en las publicaciones son el patriotismo más vehemente y la exaltación de las cualidades morales que defendía la dictadura (descritas como los valores que guían al Real Madrid a sus victorias). Ambos sentimientos se reiteran a lo largo de todos los artículos estudiados. El nacionalismo más exacerbado estaba presente en las publicaciones de forma que los triunfos del

equipo se describían como victorias de toda la nación se debía sentir orgulloso y emocionado por las victorias.

El centralismo político fue otro de los rasgos más característicos de la dictadura. El régimen se preocupó de que este concepto político quedase expuesto de manera ostensible en la propaganda que ocultaban las publicaciones. *Abc*, sobre todo, y *la Vanguardia* insisten mucho en la idea de que fueron los valores morales que mostró en el terreno de juego (que evidentemente eran los que el régimen proclamaba) los que guiaron al Real Madrid a sus victorias en la Copa de Europa. Esto se traducía políticamente en un mensaje de que la moralidad presente en la ideología franquista era superior al resto y, como tal, la sociedad tenía que adoptarla. Asimismo, otros rasgos como la preeminencia de unos valores morales tradicionales, el militarismo, la defensa de la unidad de España o el nacionalcatolicismo también fueron exaltados por medio de las publicaciones deportivas del Madrid.

La asignación de los valores ideológicos propios de la dictadura al Real Madrid (práctica que se repite en todas las temporadas estudiadas) y el vehemente carácter publicista que la prensa (siguiendo las imposiciones del régimen) adhirió a las victorias, convirtieron al equipo en un emblema del franquismo.

El estudio cuantitativo que refleja el trabajo pone de manifiesto que *Abc* ofrece una cantidad muy superior de artículos, referentes al Real Madrid y sus victorias, que *la Vanguardia*. La difusión fue mucho más amplia en el diario con sede en Madrid. El escaso espacio dedicado por el diario barcelonés conduce a pensar que su interés por las conquistas madrileñas de la Copa de Europa fue muy escaso. Sin embargo, como denota el análisis discursivo, el tono empleado en *la Vanguardia* presenta un carácter publicista bastante nítido. El escaso interés (reflejado en el número y extensión de las publicaciones) y el tono triunfalista e ideológico que presentan las publicaciones de *La Vanguardia*, conducen a la conclusión de que la administración franquista imponía el tono que debían reflejar las publicaciones. A través de medidas como la implantación de personas afines al régimen como directores de los periódicos, las consignas o la imposición de una línea editorial en determinados asuntos (en este caso la conquista de la Copa de Europa por parte del Real Madrid), el régimen se aseguró de que la prensa remase en una línea afín a sus postulados.

En *Abc* se puede apreciar, a lo largo de todas las temporadas estudiadas, que el triunfo del Madrid fue magnificado en extensión y también en el discurso empleado. Se engrandeció la figura del equipo y de los jugadores hasta la extenuación.

Otra de las apreciaciones que se saca de este trabajo es que el régimen situó en la primera plana de la actualidad las victorias del Real Madrid para ocultar otros dilemas sociales que podían producir descontento en la población. Esta técnica gubernamental es la que se conoce como “pan y circo”.

En el análisis del discurso se revela de forma concluyente que las publicaciones deportivas del Real Madrid (en ambos diarios) rebosaban propaganda política. El discurso y tono empleados durante todas las temporadas analizadas se aproxima alcanza de forma continua un carácter épico y publicista.

Otro de los puntos de análisis de este trabajo se centra en si el cambio en la legislación de prensa en el año 1966 produjo variaciones en el discurso empleado con el Real Madrid en *Abc* y *la Vanguardia*. Tanto en el terreno cualitativo como en el cuantitativo, apenas se aprecian diferencias del primer periodo (desde la temporada 1955-1956 hasta la 1959-1960) al segundo (el curso futbolístico 1965-1966). El tono empleado en el discurso es prácticamente el mismo, ya que sigue teniendo un componente publicista y de propaganda política muy fuerte. Y en cuanto a la extensión que ocuparon las publicaciones en ambos periodos, los resultados son muy similares. Esta coincidencia en los dos puntos que fueron analizados (el cualitativo y cuantitativo) llevan a pensar que la supuesta liberalización que se concedió a la prensa tuvo una dimensión real muy escasa y que la dictadura siguió controlando a la prensa desde muy cerca.

El fin último de la dictadura, en su utilización del Real Madrid como emblema, fue que los ideales que proclamaba el Estado, y atribuidos al triunfador equipo, calasen hondamente en la sociedad. Se empleó el fútbol para extender ideales políticos por medio del fuerte control de los medios de comunicación.

En resumen, esta investigación pone de manifiesto que el control mediático del franquismo sobre la prensa convirtió en adoctrinamiento moralista las victorias europeas del Real Madrid.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- CHULIÁ, Elisa (2001): *El poder y la palabra. Prensa y poder político en las dictaduras. El régimen de Franco ante la prensa y el periodismo*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro (1993): *Historia de la propaganda*, Madrid, Eudena Universidad.
- NICOLÁS, Encarna (2005): *La libertad encadenada, España en la dictadura franquista 1939-1975*. Alianza editorial, Madrid
- DELGADO IDARRETA, José Miguel (2006): *Propaganda y medios de comunicación en el primer franquismo (1936-1959)*, Logroño, Universidad de La Rioja, Servicio de Publicaciones.
- SEOANE, María Cruz, SAIZ ROCA, Dolores (2007): *Cuatro siglos de periodismo en España*, Madrid, Alianza editorial.
- ALFÉREZ, Antonio (1986) *El poder en España, la prensa de la Ley Fraga*, Barcelona Plaza y James.
- BARRERA, Carlos (1995): *Periodismo y Franquismo, de la censura a la apertura*, Barcelona, Ediciones Internacionales Universitaria.
- FERNÁNDEZ, Juan Francisco, SEBASTIAN, Javier (1997): *Historia del periodismo español: prensa política y opinión pública en la España contemporánea*, Madrid, Síntesis.
- SANCHEZ ARANDA, Carlos, BARRERA, José Javier (1992): *Historia del periodismo español desde sus orígenes hasta 1975*, Pamplona, Eunsa.
- ZALBIDEA BENGOA, Begoña (1996): *Prensa del Movimiento en España 1936-1983*, Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- ELIAS, Norbert, DUNNING Eric, (1992) *Deporte y Ocio en el Proceso de la Civilización*, Madrid, Fondo de Cultura Económica.

## WEBGRAFÍA

- [www.fundeu.es](http://www.fundeu.es) (Consultado por última vez el 4-10-12).
- [www.rae.es](http://www.rae.es) (Consultado por última vez el 4-10-12).
- [www.historiasiglo20.org](http://www.historiasiglo20.org) (Consultado por última vez el 4-10-12).
- [www.futbolme.com](http://www.futbolme.com) (Consultado por última vez el 4-10-12).
- [www.halamadrid123.com](http://www.halamadrid123.com) (Consultado por última vez el 4-10-12).
- [http://www.realmadrid.com](http://http://www.realmadrid.com) (Consultado por última vez el 03-10-12)