

ESPAÑA, CAMPEONA DEL MUNDO DE FÚTBOL. UN ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA VICTORIA

ANA ISABEL ÍÑIGO, BELÉN PUEBLA Y FREDERICO DE MELLO BRANDÃO TAVARES
anaisabel.inigo@urjc.es / belen.puebla@urjc.es / fredericombtavares@yahoo.com.br

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid
y Universidad del Vale do Río dos Sinos de Bello Horizonte, Brasil

Presentamos los primeros resultados obtenidos dentro de la investigación “El tratamiento fotoperiodístico de las celebraciones de la Selección Española de Fútbol tras la consecución del Mundial Sudáfrica 2010” realizada en colaboración entre la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España) y la Universidad del Vale do Rio dos Sinos (Brasil). Mostramos una primera parte del análisis cuantitativo de las imágenes que nos permite hacernos una idea de la repercusión que dicho acontecimiento tuvo en la prensa los días posteriores a la proclamación de España como campeona del mundo de fútbol.

1. Introducción

Por primera vez en la historia, el 11 de julio de 2010, España se proclamó campeona del mundo de fútbol en Sudáfrica. Un hecho tan importante no ha pasado desapercibido para los medios. Televisiones, radios y prensa se han hecho eco del acontecimiento. Esta victoria hizo que España entera saliera a la calle a celebrarlo. Por un lado, la celebración de los jugadores en el campo, seguidamente el encuentro con la afición por las calles de Madrid y, por último, el recibimiento por las diferentes autoridades a los ganadores. Un seguimiento cronológico que han recogido los medios hasta la saciedad. Los días 12, 13 y 14 de julio España se convirtió en una fiesta donde los protagonistas fueron la selección de fútbol, los aficionados y, por supuesto, la bandera española.

Presentamos los primeros resultados de un estudio que estamos realizando entre la Universidad Rey Juan Carlos (España) y la Universidad del Vale do Rio dos Sinos (Brasil). En esta investigación pretendemos comprobar el tratamiento fotográfico que se le ha dado a dicha celebración en la prensa diaria generalista española, centrándonos en los tres periódicos de mayor tirada: *El País*, *El Mundo* y *ABC*.

Queremos subrayar el hecho de que las fotografías, como objeto de estudio, aún necesitan una investigación más profunda; incluso cabe plantearse la

mezcla de aplicaciones metodológicas como, por ejemplo, el cruce de datos cuantitativos y cualitativos. Por ello, cabe destacar que lo que aquí presentamos son algunos datos del análisis cuantitativo de una investigación más amplia. En futuras publicaciones presentaremos los resultados del análisis cualitativo.

La fotografía es sin duda un elemento de gran importancia en los periódicos. Sea en un diario, sea en una revista, las imágenes cumplen un decisivo papel en la construcción del sentido global de noticias y ofrecen, junto a los textos, un conjunto de significados para los hechos de los cuales se informa. En este escenario se puede afirmar la necesaria complementariedad que debe haber entre discursos visuales y verbales.

Las fotografías analizadas ayudan a dar sentido a los textos sobre la victoria de la Roja y, al mismo tiempo, desde el punto de vista de la investigación, construyen una narrativa específica sobre este acontecimiento. De esta forma, resulta interesante investigar cómo los diarios de referencia han realizado el tratamiento visual sobre un hecho nacional histórico.

2. Objetivos

El objetivo principal de esta investigación es comprobar cuantitativamente la presencia de fotografías sobre la Selección Española y sus celebraciones después de la consecución de la Copa del Mundo. Para ello, como primer acercamiento al estudio, nos centraremos en descubrir los siguientes objetivos particulares:

- ▶ Comprobar si los diarios utilizan un diseño específico con motivo de la victoria de la Selección Española de Fútbol.
- ▶ Averiguar cómo es la distribución y la tipología de las imágenes en los periódicos.
- ▶ Evaluar las diferencias entre los tres medios analizados.
- ▶ Clasificar el contenido de las imágenes.
- ▶ Investigar cuánto y de qué manera utilizan los colores de la bandera española.

3. Metodología

Nuestro estudio recoge información sobre las imágenes publicadas tras la victoria de la Selección Española en el Mundial de Fútbol de Sudáfrica de 2010. Seleccionamos los tres diarios de información general de mayor difusión de nuestro país: *El País*, *El Mundo* y *ABC*; y recopilamos los números pertenecientes a los tres

días siguientes a la victoria, 12, 13 y 14 de julio de 2010, en su edición madrileña. En total son nueve periódicos. En estos nueve ejemplares hemos encontrado un total de 468 elementos gráficos relacionados con la Selección. De ellos, 302 son fotografías, 82 son fotonoticias, 50 son viñetas y 34 son gráficos o infografías.

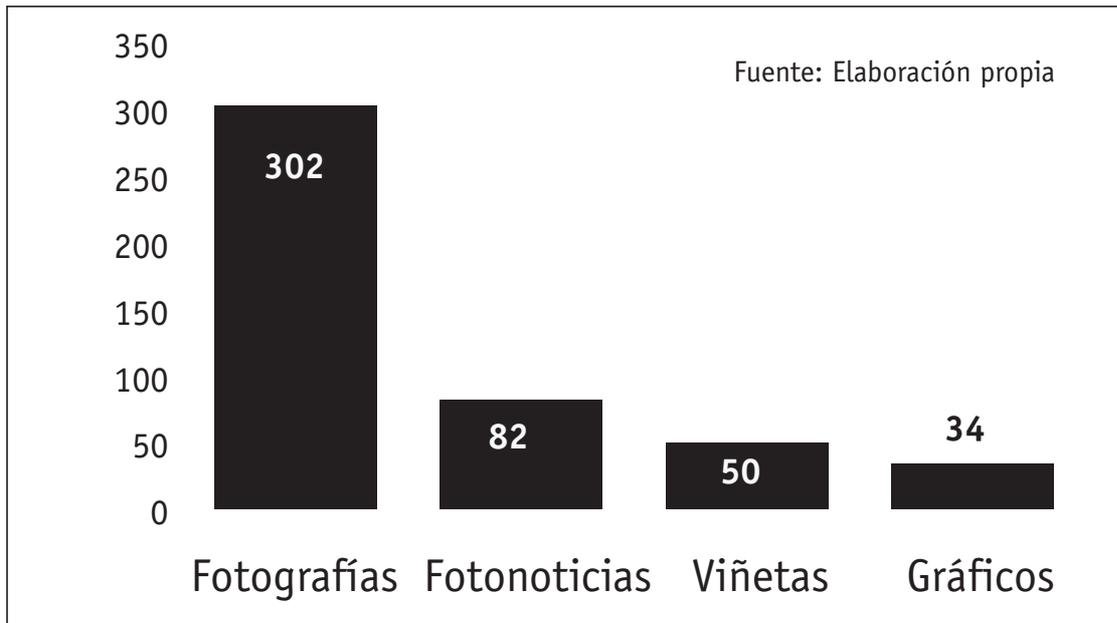


Gráfico 1: número de elementos gráficos.

Por un lado, realizamos un análisis básico del diseño y de la distribución de las imágenes dentro de los ejemplares de esos tres días, gracias a una ficha que recogía 13 variables. Por otro, estudiamos las características formales o técnicas y el contenido, analizando 36 variables, de las 302 fotografías y las 82 fotonoticias, lo que suponen 384 imágenes (ver Anexo 1 al final).

Las fichas se han creado en base a la recopilación de trabajos de autores como Alonso (1995), Aparici y García Matilla (1998), Baeza (2001) o Barthes (1990).

4. Resultados del análisis del ejemplar

Gracias al análisis de los ejemplares, podemos señalar que en el 26,7% de las páginas de los diarios hay algún elemento gráfico relacionado con la Selección (220 páginas de un total de 822). Esto supone una media de 81,6 páginas por ejemplar. Estas cifras hacen referencia a las páginas con contenido informativo. Si prestamos atención a las páginas dedicadas a publicidad encontramos que el 41% de éstas están dedicadas a anuncios que hacen referencia a la victoria de la Selección o alguno de sus jugadores. Se trata de 57 páginas enteras de publicidad (de un total de 139) en las que alguna marca comercial da la enhorabuena a la Selección o utiliza la imagen de alguno de los futbolistas para promocionar sus productos.

También cabe destacar que el 22,3% de las páginas de los diarios muestran un cintillo especial (183 páginas de 822). Los diseños escogidos van desde el logotipo del Mundial, a la bandera española, pasando por un motivo de la copa de los campeones.

Ya en el diseño de los diarios y en la distribución de las imágenes dentro del periódico se pueden ver diferencias entre las tres cabeceras analizadas. No es necesario entrar en el análisis de contenido para observar que hay criterios diferenciados en el tratamiento que se hace en los periódicos de la victoria de la Selección de Fútbol. *El País* va a ser el que menos relevancia relativa dé al tema. Esto se puede apreciar, por ejemplo, en el número de páginas en las que aparecen elementos gráficos relacionados con el tema que nos ocupa. En *El País* suponen un 24,4% de las páginas analizadas (60 de 245), mientras que en *El Mundo* ascienden a un 41,2% (101 de 245) y en *ABC* llegan a ser un 34,2% (84 de 245). Además, *El País* se muestra menos patriótico que los otros dos diarios al no incluir la bandera española en los cintillos, como sí hacen *El Mundo* y *ABC*.

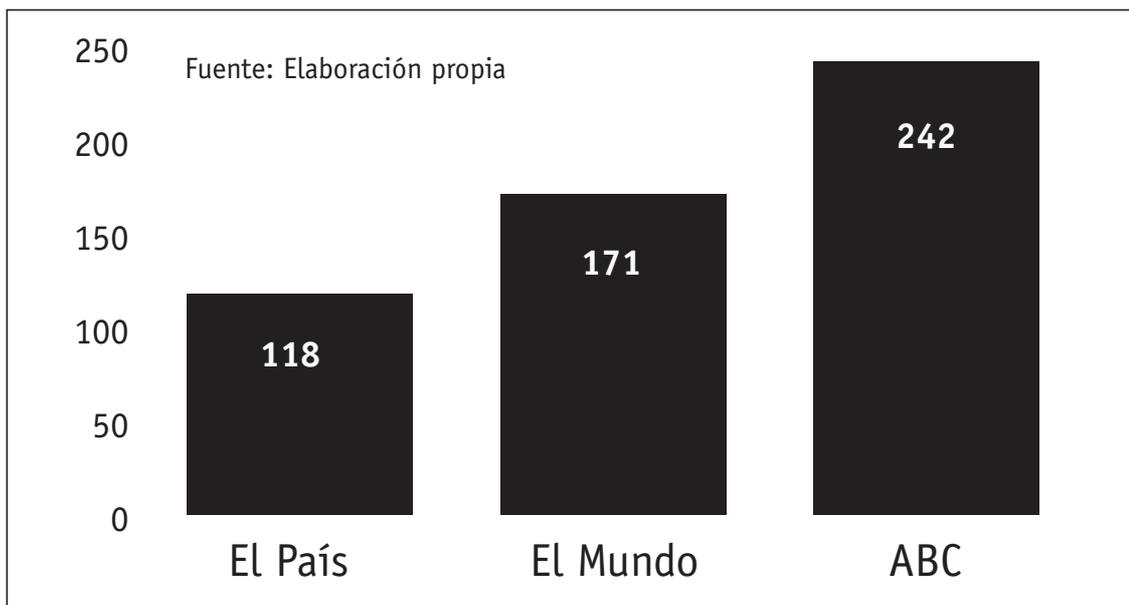


Gráfico 2: número de elementos gráficos por cabeceras.

Si el porcentaje de páginas dedicadas a este tema es menor en *El País*, es de esperar que también sea el diario que presente menos elementos gráficos sobre la Selección. Mientras que *El Mundo* y *ABC* cuentan con 171 (32,2%) y 242 (45,5%) elementos gráficos respectivamente, *El País* se queda en 118 (22,2%).

5. Resultados del análisis de las imágenes

A continuación se presentan los resultados del análisis de las 384 fotografías y fotonoticias sobre la victoria de la Selección Española de Fútbol encontra-

das en los nueve ejemplares. De esas 384 imágenes, 179 de ellas (46,6%), se encuentran, como es lógico, en las secciones de deportes de los diarios. A esto podríamos sumarle las 32 (8,3%) imágenes del especial Sudáfrica 2010 que ofreció *El Mundo* el 12 de julio.

La segunda sección con más número de imágenes es Madrid, con 101 (26,3%) fotografías, la mayoría, sobre la celebración de los aficionados en las calles. Cabe destacar que encontramos 38 (9,9%) imágenes dentro de las secciones de opinión, o, en el caso de *ABC*, en la de “Enfoque”. También hay 12 (3,1%) fotografías en las secciones de información nacional.

Como es de suponer, encontramos hasta 9 (2,3%) imágenes en las portadas. Las primeras páginas de los tres diarios de los días 12 y 13 de julio están ocupadas por imágenes de la victoria de la Selección. *El Mundo* mantiene una imagen del entrenador Vicente del Bosque en la portada del 14 de julio.

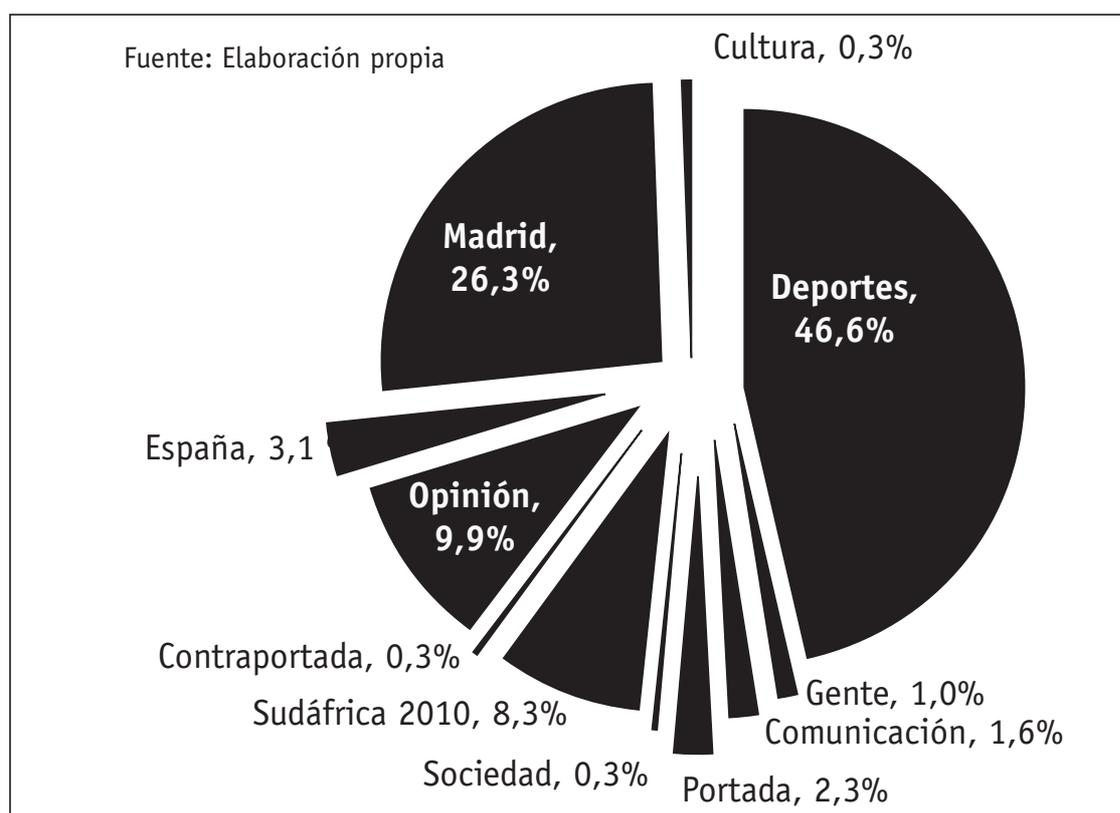


Gráfico 3: porcentaje de imágenes por secciones.

Si hacemos una clasificación de las imágenes en función del tema que tratan, encontramos que la mayoría de las fotografías se hacen eco de la celebración de los aficionados, con 104 (27,1%) imágenes al respecto.

También cabe destacar que encontramos 46 (11,9%) fotografías tomadas durante el encuentro entre España y Holanda, 40 (10,4%) durante la ce-

lebración de los jugadores en el campo de fútbol y 37 (9,6%) pertenecen a la fiesta protagonizada por los futbolistas en las calles de Madrid.

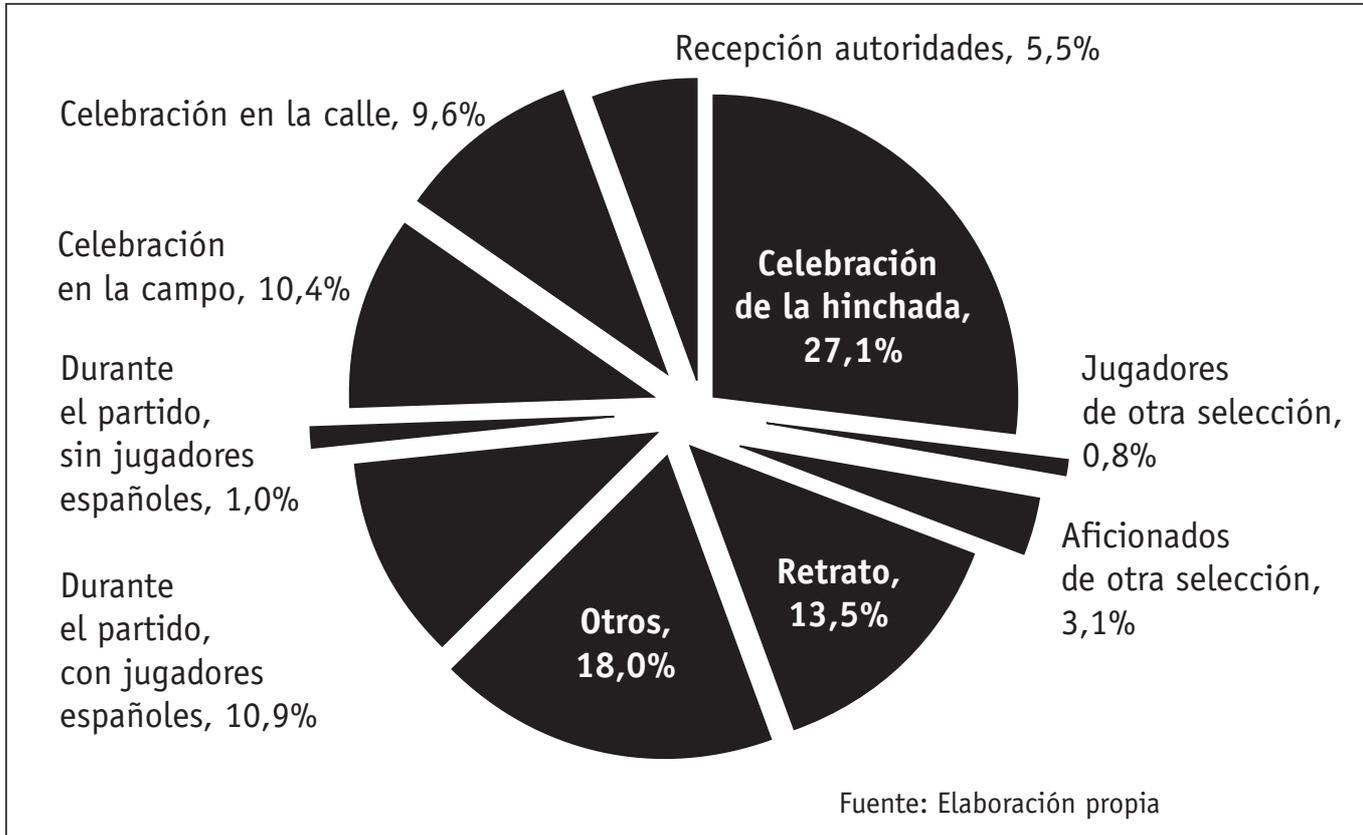


Gráfico 4: porcentaje de imágenes por temas.

En 128 (33,3%) casos la Selección Española de Fútbol es protagonista única de las imágenes, ya sea una fotografía de grupo o individual. A esto cabe sumarle las 67 (17,4%) imágenes en las que los jugadores o el equipo técnico comparten protagonismo con otras personas, que pueden ser, por ejemplo, aficionados en 22 casos (31,4% de las imágenes en las que los jugadores están acompañados), familiares o amigos de los jugadores en 14 ocasiones (20,0%), o la Familia Real en 12 fotografías (17,1%).

También cabe destacar que en 89 (23,2%) casos los protagonistas de las imágenes son aficionados, y que se reservan 32 (8,3%) fotografías para futbolistas de otros equipos, en su mayoría jugadores holandeses.

Pasemos a hacer un análisis de la utilización del color en las imágenes seleccionadas. 380 (99%) de ellas tienen color, mientras que tan solo 4 (1%) son en blanco y negro. Es llamativo que en 165 (43%) fotografías el color predominante sea el rojo y que en 76 (19,8%) casos sean el rojo y el amarillo, los co-

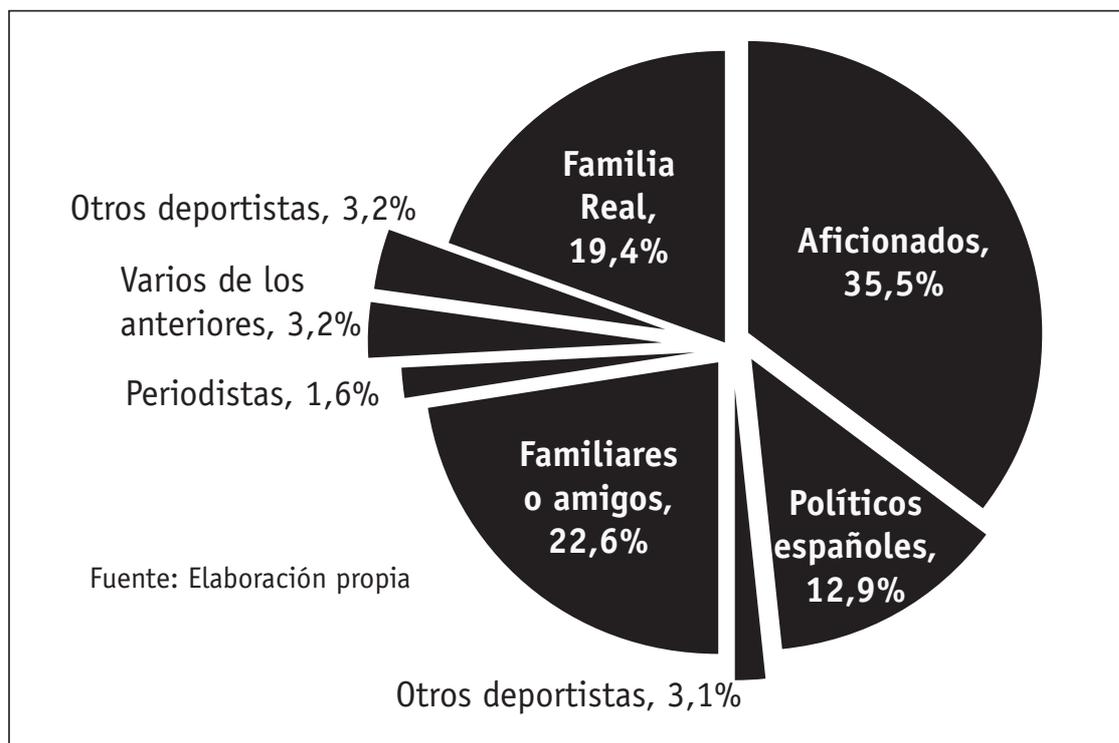


Gráfico 5: imágenes en las que la Selección de fútbol está acompañada.

lores de la bandera, los que más destaquen. También tienen su importancia el azul, color de la segunda equipación de la Selección y con la que jugó en la final del Mundial, con 39 (9,4%) casos en los que es el color predominante.

En esta línea, queremos destacar que en 296 de las 384 (77,1%) imágenes analizadas aparecen, de una forma u otra, los colores de la bandera. Por ejemplo, en 115 casos se aprecian los colores de la bandera en el vestuario de los protagonistas de las imágenes y en 53 casos pintados en la piel de los mismos.

Además, se han contado 150 fotografías en las que aparecen las simbólicas banderas españolas de tela. Cabe destacar que en 46 (12%) imágenes, se aprecian 10 ó más banderas de tela, y en 50 (13%) casos encontramos una única bandera, convirtiéndose prácticamente en protagonista de la imagen.

Estos datos contrastan con la nula o escasa aparición de otras banderas. En ningún caso encontramos ikurriñas (bandera vasca) ni banderas franquistas o republicanas. Aunque sí aparecen cuatro fotografías con señeras (bandera catalana), 2 casos con banderas de otras regiones o países y 3 imágenes en las que hay otro tipo de banderas.

Por último, podemos destacar otro elemento con fuertes connotaciones simbólicas como es la copa entregada a los ganadores del Mundial de Fútbol, que aparece en 55 (14,3%) imágenes.

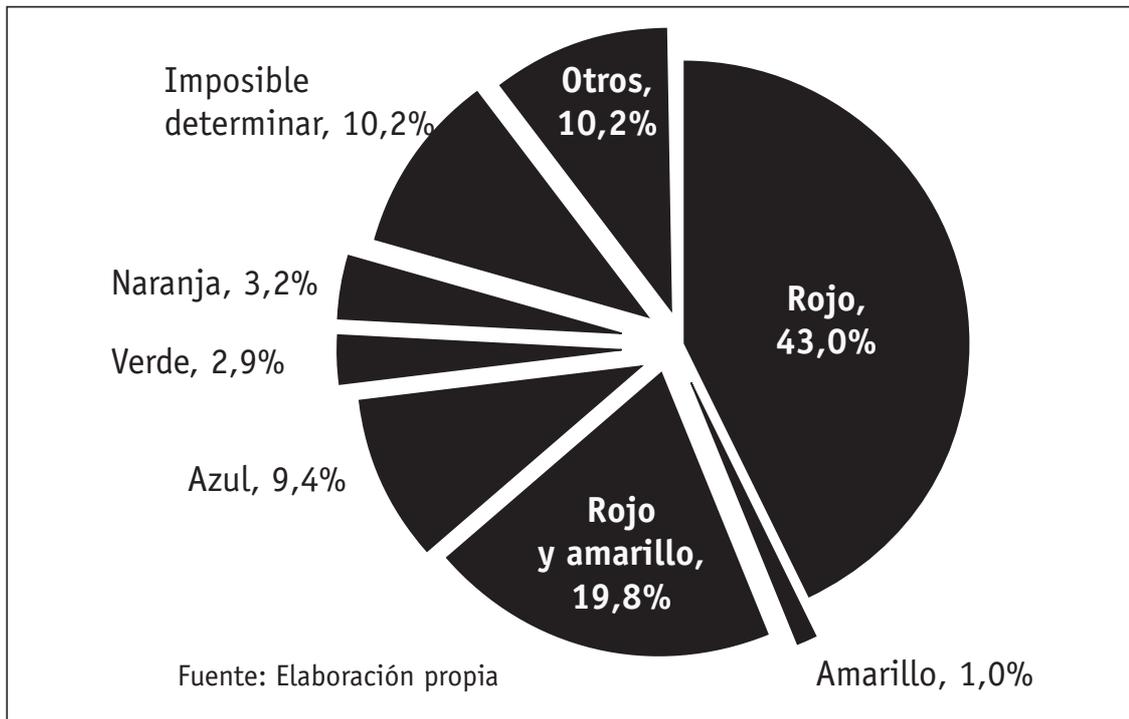


Gráfico 6: color predominante (en porcentaje).

6. Conclusiones

Hace no tanto tiempo exhibir los colores de la bandera española no estaba bien visto para según qué personas. La bandera tiene unas connotaciones políticas que a lo largo de los años se han ido difuminando, entre otros factores, a causa de los triunfos de deportistas españoles. Esta situación ha llegado a su máximo con la victoria de la Selección Española en el Mundial de Fútbol de Sudáfrica en 2010.

No sólo las personas se han atrevido a vestir con los colores nacionales y a sacar las banderas por la ventana, sino que los medios de comunicación han aprovechado la nueva situación. En concreto, la prensa ha hecho un tratamiento visual bastante espectacular y basado en los colores de la bandera.

La victoria española ha contado con un grandísimo seguimiento mediático donde la bandera y el color rojo son los protagonistas. La prensa ha mostrado los símbolos nacionales sin tapujos, si bien esta expresión ha sido mayor en periódicos como *El Mundo* o *ABC*, mientras que *El País* se ha mostrado algo más moderado.

Los vencedores, el equipo de fútbol, han sido protagonistas en una gran cantidad de imágenes, como es natural. Sin embargo, casi ha resultado más noticioso la gran celebración de la ciudadanía, ya que son los aficionados los que se han convertido en protagonistas de muchas fotografías. La hinchada se ha mostrado como el soporte idóneo para exponer los colores y la emoción del momento. Así lo señalaba también Gonzá-

lez-Ramallal (2008), que afirmaba que “los aficionados configuran el soporte humano y emocional, componente fundamental del fenómeno futbolístico. Además de con la propia España, que les representa, los aficionados protagonistas en los medios, constituyen el elemento más próximo al lector, con el cual éste se siente más identificado”.

En definitiva, la consecución del Mundial de Fútbol de 2010 ha sido un hecho histórico que ha marcado el diseño visual de los periódicos.

7. Bibliografía

- ▶ ALONSO ERAUSQUIN, M. (1995): *Fotoperiodismo: formas y códigos*, Madrid: Síntesis.
- ▶ APARICI, R. & GARCIA-MATILLA, A. (1998): *Lectura de imágenes*. Madrid: Ediciones la Torre.
- ▶ BAEZA, P. (2001): *Por una función crítica de la fotografía de prensa*, Barcelona, Gustavo Gili.
- ▶ BARTHES, R. (2009): *La cámara lúcida*, Barcelona, Paidós.
- ▶ BARTHES, R. (1990): “A mensagem fotográfica”. En *O óbvio e obtuso*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.
- ▶ BOURDIEU, P. (2003): *Un arte medio: ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*, Barcelona, Gustavo Gili.
- ▶ CATALÁ, J. M. (2005): *La imagen compleja: la fenomenología de la imágenes en la era de la cultura visual*. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.
- ▶ DAVARA BORREGO, J. [et al.], (2004): *España en portada. Análisis de las primeras páginas de los diarios nacionales y su influencia en la sociedad*, Madrid: Fragua.
- ▶ DUBOIS, P. (1986): *El acto fotográfico*, Barcelona, Ed. Paidós.
- ▶ FRASCARA, J. (2006): *El diseño de comunicación*. Madrid. Infinito.
- ▶ FONTCUBERTA, J. (2007): *Estética fotográfica: una selección de textos*, Barcelona, Gustavo Gili.
- ▶ GONZÁLEZ-RAMALLAL, M. E. (2008): “La identidad contada: la información deportiva en torno a la selección española de fútbol” *Universitas Humanística*, nº 66, julio-diciembre, pp. 219-238.
- ▶ KOBRÉ, K. (2006): *Fotoperiodismo. El manual del reportero gráfico*, Barcelona: Omega D.L.
- ▶ REGALADO, M.E. (2006): *Lectura de imágenes. Elementos para la alfabetización visual. Curso práctico*. Barcelona: Plaza y Valdés.
- ▶ SOULAGES, F. (2005): *Estética de la fotografía*. Buenos Aires, La Marca.

ANÁLISIS DEL DISEÑO Y LAS FOTOGRAFÍAS DE LOS PERIÓDICOS TRAS LA VICTORIA DE LA SELECCIÓN ESPAÑOLA EN EL MUNDIAL DE FÚTBOL DE 2010

Anexo 1. Ficha de análisis de la investigación

Código del ejemplar

V1. Día

12 13 14

V2. Cabecera:

1. El País
2. El Mundo
3. ABC

V3. Número de páginas

V4. Número de páginas en las que aparecen elementos gráficos relacionados con la selección española

V5. Número de elementos gráficos relacionados con la selección española

V6. Número de fotografías con la selección española

V7. Número de gráficos con la selección española

V8. Número de fotonoticias con la selección española

V9. Número de viñetas con la selección española

V10. Número de espacios publicitarios a toda página

V11. Número de espacios publicitarios a toda página relacionados con la selección española

V12. Número de páginas con cintillo relacionado con la selección española

Código de análisis de fotografías

V1. Caso

V2. Día

12 13 14

V3. Cabecera:

1. El País
2. El Mundo
3. ABC

V4. Número de página

V5. Tipo de página

1. Impar
2. Par

V6. Colocación en página:

1. toda página
2. media-superior
3. media-inferior
4. media-central
5. superior-izquierda
6. superior-derecha
7. inferior-izquierda
8. inferior-derecha

5	6
7	8

V7. La fotografía invade más de una página

0. No
1. Sí

V8. Número de módulos que ocupa la fotografía

V9. Sección en la que se encuentra la información

01. Portada
02. Contraportada
03. Sumario
04. Opinión/La Tercera
05. España
06. Internacional/ Mundo
07. Economía
08. Madrid
09. Agenda/Cartelera
10. Cultura
11. Toros/La Lidia
12. Clasificado/Tus anuncios
13. Deportes - DXT
14. Gente
15. El tiempo
16. Servicios
17. Pasatiempos
18. Televisión y Radio/Pantallas
19. Sociedad
20. Tendencias
21. Obituarios
22. Programación
23. Vida y artes
24. Sudáfrica 2010/DXT Campeones
25. Otra (especificar)

V10. ¿Es fotonoticia?

0. No
1. Sí

V11. Tema principal de la fotografía

01. Durante el partido, con jugador/es españoles
02. Durante el partido, sin jugador/es español/es
03. Celebración de los jugadores y/o el equipo técnico en el campo (protagonista los jugadores)
04. Celebración de los jugadores y/o el equipo técnico en la calle (protagonista los jugadores)
05. Recepción de los jugadores por alguna autoridad o en alguna institución
06. Celebración de la hinchada
07. Jugadores de otra selección
08. Aficionados de otra selección
09. Retrato
10. Otros

V12. Firma de la fotografía

01. Fotógrafo del medio
02. Fotógrafo de agencia
03. Agencia/s
04. Lector/a
05. Otros
06. No hay firma

V13. Lleva pie de foto

0. No
1. Sí

V14. Protagonista de la fotografía

01. Selección española de futbol (jugadores y/o técnicos)
02. Otros futbolistas y/o equipo técnico de otros equipos
03. Aficionados de la selección española
04. Aficionados de otras selecciones
05. Otros personajes del deporte
06. Personajes institucionales (reyes, presidentes, ministros...)
07. Selección española de fútbol con otros personajes
08. La copa
09. Varios de los anteriores
10. Otros
11. No hay protagonista

V15. Selección española de fútbol acompañada de...

01. Familia real
02. Aficionados
03. Equipo contrario
04. Políticos españoles
05. Otros políticos
06. Otros deportistas
07. Familiares, amigos o pareja
08. Periodistas
09. Varios de los anteriores
10. Otros
99. No aplicable

○ **V16. Número de protagonistas en la fotografía (cuando sean fotografías con más de 20 personas se utiliza el código 99)**

V17. Tipo de plano

01. Plano general
02. Plano de conjunto
03. Plano entero
04. Plano americano
05. Plano medio
06. Primer plano
07. Plano detalle

V18. Formato de la fotografía

01. Horizontal
02. Vertical
03. Cuadrado
04. Silueteado

V19. Punto de vista

01. Cenital
02. Picado
03. Normal
04. Contrapicado
05. Nadir

V20. Óptica

01. Teleobjetivo
02. 35 mm
03. Gran Angular
04. Ojo de pez
05. Macro

V21. ¿Lleva color la fotografía?

0. No
1. Sí

V22. Color predominante. Para fotografías con personas se atenderá al color de la ropa de los protagonistas.

01. Rojo
02. Amarillo
03. Rojo y amarillo
04. Azul
05. Verde
06. Naranja
07. Otros
08. Imposible determinar





V23. ¿Aparece los colores de la bandera?

- 0. No
- 1. Sí

V24. ¿La bandera aparece en vestuario de los protagonistas?

- 0. No
- 1. Sí

V25. ¿La bandera aparece pintada en la piel de los protagonistas?

- 0. No
- 1. Sí

V26. Número de banderas de tela (cuando sean fotografías con más de 10 banderas se utiliza el código 99)

V27. ¿Aparecen otras banderas?

- 0. No
- 1. Sí

V28. ¿Aparecen alguna Ikkurriña?

- 0. No
- 1. Sí

V29. ¿Aparecen alguna Señera?

- 0. No
- 1. Sí

V30. ¿Aparecen alguna bandera franquista?

- 0. No
- 1. Sí

V31. ¿Aparecen alguna bandera republicana?

- 0. No
- 1. Sí

V32. ¿Aparecen alguna bandera de otro país o comunidad Autónoma?

- 0. No
- 1. Sí

V33. ¿Aparecen algún otro tipo de bandera?

- 0. No
- 1. Sí

V34. Aparición de la copa:

- 0. No
- 1. Sí

V35. Escenario donde se desarrolla la acción

- 01. Campo de fútbol (césped)
- 02. Estadio (vestuario, salas VIP...)
- 03. Calle
- 04. Autobús
- 05. Instalaciones oficiales (Moncloa, Palacio Real...)
- 06. Escenario de celebración (Príncipe Pío)
- 07. Imposible de determinar
- 08. Otros

V36. Tiempo en que se desarrolla la acción

- 01. Día de la victoria
- 02. Día de la llegada a Madrid
- 03. Día siguiente a la celebración en Madrid
- 04. Imposible de determinar
- 05. Otros