

La cobertura televisiva de **“la Roja”** por las calles de Madrid

De Moncloa a Príncipe Pio

Belén Andueza



Vision 2000

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas de las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento incluidos la reprografía y el tratamiento informático.

© 2012 La cobertura televisiva de “la Roja”

por las calles de Madrid

© Belén Andueza López

© 2012 Editorial: Vision Libros

C/ San Benito, 21, Local 28029 Madrid

Tel: 0034 91 3117696 Web: www.visionlibros.com

Vision Libros es marca registrada de Vision Netware S.L.

ISBN: 978-84-9011-314-1

Descargado de: www.visionlibros.com

Disponible en papel y ebook

www.vnetdistribuciones.com

Pedidos a:

pedidos@visionnet.es

Si quiere recibir información periódica sobre las novedades de nuestro grupo editor envíe un correo electrónico a:
subscripción@visionnet.es

“Nada ha sido igual a esto”

(Benito, M^a José, productora Cuatro)

La cobertura televisiva de “la Roja” por las calles de Madrid

De Moncloa a Príncipe Pío



Belén Andueza López
Universidad Nebrija

**La cobertura televisiva de “la Roja”
por las calles de Madrid**

De Moncloa a Príncipe Pío

Prólogo

D. Fernando González Urbaneja
Presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid
Decano de la facultad de Ciencias de la Información
Universidad Nebrija

Nueve horas en directo sin ensayo ni guión

La televisión ha avanzado en penetración por grandes acontecimientos. Las bodas de la monarquía británica, los Mundiales de fútbol, los Juegos Olímpicos... han propiciado audiencias millonarias, mundiales, y han extendido el alcance de la televisión hasta los rincones más remotos del planeta. Un fenómeno que se alimenta a sí mismo. La boda de Isabel de Inglaterra, hace más de sesenta años, propició la venta masiva de aparatos de televisión en los hogares; los mundiales de fútbol en los años ochenta multiplicaron las compras de aparatos de color, y las ligas más importantes han propiciado y sustentan la televisión de pago. Entre competiciones, coronaciones, y conquistas la industria de la televisión ha alcanzado carácter global capaz de captar el interés de millones de individuos.

La profesora Belén Andueza se ha detenido en el análisis de uno de esos fenómenos televisivos que movilizaron durante unas horas a millones de espectadores, en este caso en el ámbito de un solo país, de España: “El triunfo de la Roja”, la consecuencia del éxito de la selección española de fútbol el pasado mes de julio, el Mundial de Sudáfrica. No fue una sorpresa, era posible, estaba en los pronósticos, pero lograrlo desató una oleada generalizada de emociones, ilusiones y autoestima en la sociedad española. Declararse indiferente al fenómeno o incluso crítico resultó plenamente incorrecto, incluso extravagante.

Aquella noche del triunfo, miles de individuos, muchos de ellos habitualmente indiferentes al fútbol, se concentraron en las fuentes

más cercanas o significativas de sus ciudades para compartir el éxito; se vistieron de rojo, exhibieron banderas, y disfrutaron de lo lindo, algunos asombrados de su propio entusiasmo. Y la fiesta continuó al día siguiente, con millones de personas delante de sus televisores a lo largo de toda la tarde, para compartir con los jugadores, entrenador, madrileños, reyes, gobierno, ...la gesta, la conquista de una espectacular copa de oro que solo gana uno cada cuatro años.

La llegada de la “Roja” a Madrid, al aeropuerto de Barajas, pocas horas después del triunfo y tras una noche de celebración, propició un “desfile” del campeón que apenas estaba previsto, aunque existía el precedente de celebraciones similares por campeonatos de club en Cibeles, Canaletas, Neptuno... Un “desfile” que se convirtió en acontecimiento tan intenso o más que el propio partido de la noche anterior. Un desfile de dos docenas de kilómetros desde el aeropuerto a la Moncloa, al Palacio Real y a la campa del Manzanares, al lado de la catedral y la estación del Norte.

Un desfile sin precedentes, apenas previsto, medianamente organizado, que requirió de todas las capacidades de la policía y de otros servicios públicos (ni un solo incidente que lamentar a pesar de la movilización de cientos de miles de personas emocionadas), pero sobre todo despliegue de la televisión que tenía que informar en directo del acontecimiento.

Más de nueve horas seguidas de televisión en directo y en movimiento, con múltiples escenarios, que requirió del trabajo intenso y esmerado de medio millar de profesionales de la televisión que