

**UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA**  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN



**LA COBERTURA INFORMATIVA DEL ASCENSO DEL MÉRIDA  
C.P. A PRIMERA DIVISIÓN EN LA PRENSA EXTREMEÑA**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

Trabajo presentado por D. Pablo Muñoz Redondo para la obtención del  
Título de Grado en Periodismo, bajo la dirección de la profesora  
Dña. Clara Sanz Hernando

BADAJOS  
2023

**“La cobertura informativa del ascenso del Mérida C.P. a Primera División en la prensa extremeña”**

Trabajo presentado por D. Pablo Muñoz Redondo para la superación de la asignatura *Trabajo Fin de Grado* (Código 503001), del título de *Periodismo* (curso 2022- 2023), bajo la dirección de Dña. Clara Sanz Hernando, profesora del Departamento de Información y Comunicación de la Universidad de Extremadura.

El alumno

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of the letters 'PMR' with a large, sweeping horizontal stroke extending to the left.

Fdo. Pablo Muñoz Redondo

Vº Bº de la directora

A handwritten signature in purple ink, enclosed within a circular scribble. The signature appears to read 'Clara Sanz'.

Fdo. Clara Sanz Hernando

## **“La cobertura informativa del ascenso del Mérida C.P. a Primera División en la prensa extremeña”**

### **Resumen**

El Mérida C.P. fue el primer equipo extremeño que consiguió el ascenso a la máxima categoría del fútbol español. Tras una fantástica temporada, el 27 de mayo de 1995 alcanzó la Primera División, rompiendo así con la inexistencia de equipos de Extremadura en la máxima categoría. Este Trabajo Fin de Grado tiene como objetivo examinar la cobertura periodística que realizaron los diarios *HOY* (Badajoz) y *El Periódico Extremadura* (Cáceres) de este acontecimiento deportivo. A través de una metodología cuantitativa y comparativa, se ha examinado el alcance que otorgaron a este hito, así como los principales rasgos formales y de contenido que caracterizó su tratamiento informativo. Los resultados demuestran que ambas cabeceras realizaron un seguimiento sobresaliente –mucho más destacado en *HOY*, que respondió mejor y con más rapidez al desafío informativo–, y que sus publicaciones respondieron a los estándares de calidad propios del modelo de prensa informativo-interpretativo.

**Palabras clave:** *El Periódico Extremadura*, Extremadura, *HOY*, Mérida C.P., periodismo deportivo.

## **“The news coverage of the rise of Mérida C.P. to the First Division in the Extremaduran press”**

### **Summary**

The Merida C.P. It was the first team from Extremadura to be promoted to the highest category of Spanish football. After a fantastic season, on May 27, 1995, they reached the First Division, thus breaking with the non-existence of teams from Extremadura in the highest category. This Final Degree Project aims to examine the journalistic coverage of this sporting event by the newspapers *HOY* (Badajoz) and *El Periódico Extremadura* (Caceres). Through a quantitative and comparative methodology, the scope that they gave to this milestone has been examined, as well as the main formal and content features that characterized their informative treatment. The results show that both newspapers had an outstanding follow-up – much more prominent in *HOY*, which responded better and faster to the informational challenge – and that their publications responded to the quality standards typical of the informative-interpretative press model.

**Keywords:** *El Periódico Extremadura*, Extremadura, *HOY*, Mérida C.P., sport journalism.

## ***Agradecimientos***

*A mi familia, por ser el pilar fundamental.*

*A mis amigos y a Irene por apoyarme siempre.*

## ÍNDICE GENERAL

1. Introducción .....	1
2. Objetivos e hipótesis .....	2
3. Marco teórico .....	3
3.1. El periodismo deportivo. Características y rasgos diferenciales .....	3
3.2. Los géneros periodísticos .....	8
4. Metodología .....	11
5. El contexto deportivo .....	12
6. La cobertura informativa.....	13
6.1. Número de noticias y frecuencia de publicación .....	14
6.2. Fuentes informativas .....	16
6.3. Cabezas de titulares.....	18
6.4. Géneros periodísticos .....	21
6.5. La autoría .....	24
6.6. La fotografía .....	25
7. Conclusiones .....	29
8. Bibliografía .....	31
Índice de figuras.....	33
Índice de gráficos .....	33

## 1. Introducción

Este Trabajo Fin de Grado (TFG) profundiza en la cobertura periodística que los diarios *HOY* (Badajoz) y *El Periódico Extremadura* (Cáceres) realizaron del ascenso del Mérida C.P. a Primera División, en mayo de 1995. El objetivo es analizar el seguimiento que ambos periódicos llevaron a cabo de una gesta histórica para el deporte extremeño, pues nunca antes un equipo de la comunidad autónoma de Extremadura había jugado en la máxima categoría del fútbol español.

Se acomete un trabajo de investigación sobre un acontecimiento que supuso un antes y un después, no solo para el equipo futbolístico, sino también para la propia ciudad de Mérida, que la reforzó y proyectó aún más hacia el exterior. A pesar de la gran repercusión mediática que caracterizó a este hecho noticioso, el tratamiento informativo que le dispensaron los principales rotativos extremeños no había sido aún estudiado. Esta circunstancia nos ha empujado a llenar la laguna existente y a conocer todos los pormenores –cuantos más, mejor– que rodearon la cobertura informativa de un hecho deportivo de carácter excepcional.

La investigación se centra en cómo las principales cabeceras de la región suministraron información a los miles de extremeños que, tras 66 años sin ver fútbol de Primera División en su tierra, estaban deseosos de disfrutar en primera persona del deporte rey en su máxima expresión. En el año 1995 los periódicos comenzaban a ofrecer sus primeras versiones en internet, por lo que la red de redes no tenía por entonces la capacidad de influencia que ha ido cobrando hasta la actualidad. Es por ello que el grueso de la información que se ofreció del ascenso del Mérida C.P. circuló a través de los medios tradicionales como la radio, la televisión o la prensa papel. En este sentido, la labor del diario *HOY* y de *El Periódico Extremadura* fue fundamental, pues miles de extremeños pudieron estar al día de la situación que vivía el club emeritense gracias a la prensa. Finalmente, avanzamos que el periodismo deportivo estará muy presente en este TFG, por cuanto las informaciones que se analizarán forman parte de esta especialidad que, como es sabido, dispone de sección propia en la prensa generalista, dado el interés que despierta en el público dicha temática.

## 2. Objetivos e hipótesis

El Trabajo Fin de Grado se propone analizar el tratamiento y la cobertura informativa que los dos periódicos más importantes de Extremadura, *HOY* y *El Periódico Extremadura*, realizaron del ascenso a Primera División del Mérida C.P., hecho que tuvo lugar el 27 de mayo de 1995. Nuestro objetivo es determinar la representación que de este acontecimiento llevó a cabo la prensa pacense y cacereña: comprobar en qué cuestiones incidieron, qué diferencias se produjeron, cómo valoraron la hazaña del equipo emeritense o si es posible advertir otras temáticas relacionadas con la futbolística.

Este objetivo general, se concreta en los siguientes de carácter específico:

- O1. Conocer el número de piezas periodísticas que reúne cada diario, así como las fechas en las que fueron publicadas.
- O2. Explicar en qué cuestiones incidieron los rotativos, qué fuentes emplearon y qué destacaron en sus titulares.
- O3. Determinar y analizar los géneros periodísticos empleados.
- O4. Comprobar quiénes fueron los autores de las informaciones.
- O5. Estudiar las semejanzas y diferencias en la cobertura informativa por parte de ambos periódicos.
- O6. Conocer los aspectos formales que caracterizan esta cobertura: qué espacio dedicaron a este acontecimiento, dónde ubicaron las piezas periodísticas o qué tipo de imágenes utilizaron.



Las **hipótesis** de las que partimos inicialmente y que queremos validar o refutar, son las siguientes:

H1. Los diarios *HOY* y *El Periódico Extremadura* realizarán una cobertura muy destacada del ascenso del Mérida C.P., principalmente por ser la primera vez que un equipo extremeño consiguió una gesta de tal magnitud.

H2. El tratamiento periodístico responderá a los parámetros en los que se desarrolla este tipo de periodismo deportivo, por lo que creemos que encontraremos características que le son propias y que han sido destacadas por la bibliografía existente. Entre otras, un lenguaje bélico, titulares sensacionalistas o un uso importante de la fotografía.

### **3. Marco teórico**

#### **3.1.El periodismo deportivo. Características y rasgos diferenciales**

El periodismo deportivo es una disciplina periodística que se encarga de investigar, comunicar e informar acerca de diferentes acontecimientos y eventos deportivos, así como de los hechos relacionados directa e indirectamente con los deportistas. Se trata de un tipo de periodismo especializado que contribuye “a intensificar esa sensación de pertenencia a una comunidad y de complicidad y proximidad con sus conciudadanos”, a quienes involucra en la celebración de los logros de los deportistas y equipos nacionales en competiciones sobre las que informa (Rojas, 2014, p. 179).

Pese a que el periodismo deportivo se considera el precursor del periodismo especializado, es el que menos ha evolucionado con el paso del tiempo. Desde los orígenes, se ha caracterizado por una ausencia de rigor periodístico en la práctica cotidiana. Por ello, en sus inicios, los periodistas menos cualificados dentro de la labor, eran relegados a la sección de deportes, casi a modo de castigo. “El periodista deportivo se olvida con frecuencia –dirá Hernández (2003, p. 16)– de su responsabilidad profesional, apenas sirve a la información y cae en el entusiasmo fácil, en los juicios particulares y en la crítica sin fundamento”. En esta responsabilidad del periodista deportivo insisten Lizandro Ángulo y Antonia Moreno (2016, p. 12), quienes aseguran

que la comunicación juega un rol relevante en la comprensión del deporte como fenómeno orbital, y que son los profesionales del periodismo quienes deben encargarse de convertirlo en un producto de fácil acceso a la población.

La programación deportiva constituye uno de los pilares de la programación de las principales cadenas de radio y televisión. Según José Luis Rojas (2021, p. 270), en el ámbito radiofónico, los programas deportivos copan las principales cifras de audiencia, tanto en la franja nocturna intersemanal como en los fines de semana, mientras que en televisión las emisiones más vistas de cada año siguen siendo las de temática deportiva. Sus espacios se han asentado en los últimos tiempos como los más escuchados o vistos y, por tanto, como los más codiciados por las empresas periodísticas para publicitarse.

Algunas de las fortalezas del periodismo deportivo (Rojas, 2011, p. 36-98) son la universalidad y el desarrollo de un lenguaje propio. La universalidad se manifiesta con la capacidad para trascender a otros ámbitos, como los de la política y la economía, ya que muchos términos son prestados a estas áreas del conocimiento. Ello se debe a que las frases utilizadas en el periodismo deportivo pueden explicar de una manera sencilla temas complejos. De esta manera, se desarrolla un lenguaje propio que llega a distintos públicos y que, al mismo tiempo, tiene un origen técnico en la medida en que las disciplinas deportivas tienen sus expresiones particulares.

Los neologismos, que son creaciones de palabras, tratan de captar el interés del público, a partir del uso de distintos recursos disponibles para cargar de originalidad sus contenidos. Por otro lado, juegan un papel importante los préstamos léxicos. Ángulo y Moreno (2016, p. 15) aseguran que los préstamos léxicos son usuales en esta especialidad, puesto que, a pesar de las características singulares de los deportes, estos son más que utilizables. Estos traslados terminológicos sirven para enriquecer las crónicas y provocar asociaciones creativas en la audiencia. Alcoba (2005) considera que el periodismo deportivo se expresa mediante seis lenguajes: el bélico, el escueto, el estético, semiológico, audiovisual y artístico. Algunos autores expresan su preocupación por las referencias bélicas en el ámbito del periodismo deportivo:

La utilización de la metáfora bélica cobra un sentido que, aunque no nos haría caer en teorías manipulatorias de la comunicación masiva, nos podrían hacer reflexionar sobre el hecho de que el campo fue modificado lo suficiente como para que un mismo discurso tenga otro efecto y quizás no de los más deseables. (Mangone, 1999, p. 12)

El periodismo deportivo ha evolucionado hasta convertirse en la actualidad en el producto informativo de mayor alcance social y en el más demandado y consumido en muchos países de Europa y América Latina en los diferentes formatos de la prensa tradicional, medios radiofónicos, televisivos y los nuevos soportes digitales. Según Rojas (2015, p. 49), este crecimiento generalizado de programas y páginas de temática deportiva también se ha visto acompañado por una progresiva tendencia a la espectacularización de la información, hasta el punto de dejar a esta supeditada al entretenimiento como una fórmula que prioriza por encima de todo la búsqueda del éxito comercial, aunque para ello sea preciso renunciar a hacer periodismo.

En los medios audiovisuales, el deporte se ha convertido en un verdadero espectáculo de masas donde la información queda supeditada al entretenimiento como forma de expresión y en cuyo discurso se han incorporado elementos ajenos al ámbito del periodismo al formar parte de una estrategia comercial enfocada hacia la rentabilidad económica y la generación de negocio (Rojas, 2013, p. 238).

Lo que inicialmente se consideraba una apuesta por el infoentretenimiento, es decir, una mezcla entre actualidad deportiva y diversión, en muchos casos no es más que entretenimiento. La incorporación de noticias ‘blandas’ que facilitasen la comprensión del receptor y así atraer a más lectores, se ha terminado convirtiendo en un simple juego de entretenimiento.

El magacín, y luego los programas de tertulia deportiva (Rojas, 2015, p. 50), pusieron de manifiesto que el infoentretenimiento, más que temático, es puramente estilístico, de forma que la adopción de este género no solo comporta la elección de un determinado tipo de contenidos. Hace un tratamiento de la información caracterizado por una presentación de los hechos más superficial y sensacionalista, el uso de un lenguaje coloquial y un estilo informal, la inclusión del rumor, la anécdota y el morbo del conflicto como algo noticioso.

Ese tipo de programas se han reproducido por prácticamente todas las cadenas televisivas, dando lugar a programas de tertulia deportiva que se han hecho hueco en la parrilla televisiva, no solo los sábados y domingos, sino también entre semana. Prácticamente ningún grupo mediático se ha resistido a tener su *late show* deportivo particular, entre los que destacan “El Chiringuito de Jugones” o “El Golazo de Gol”, en televisión, mientras que “Tiempo de Juego” o “El Larguero” se sitúan en la parrilla radiofónica.

Tal y como recoge el *Manual de Estilo de RTVE* (citado en Rojas, 2015), hacer un “entretenimiento de calidad” no solo es deseable, además es posible desde el mismo momento en que se huye de la vulgaridad y la trivialidad y se producen contenidos capaces de interesar a una mayoría de ciudadanos, porque han sido elaborados con rigor profesional, creatividad y buen gusto.

Desde que las noticias entraron a formar parte del mundo del espectáculo muchos medios se han decantado hacia formatos de puro entretenimiento como base de su estrategia de negocio, lo que es perfectamente lícito, pero, en ocasiones, genera cierta confusión en la audiencia, al tratar de mostrarse como periodístico lo que solo es comunicación, de “venderse” como información aquello que en esencia se fundamenta en criterios comerciales de *share* o de viralidad. (Rojas, 2015, p. 52)

Advierte Rojas (2015, p. 52) que el infoentretenimiento no tiene por qué concebirse como algo liviano y superficial, sino como un formato que puede resultar aún más atractivo cuando incorpora contenidos periodísticos bien trabajados.

Los expertos cuestionan igualmente la dependencia financiera del periodismo deportivo y el afán de los medios por enriquecerse. Según Carlos Mangone (1999, p. 17), la “preeminencia de lo financiero” modifica sustancialmente características declamadas no solo del deporte competitivo sino también de la tradición periodística en general. La acumulación económico-financiera de los multimedias los convirtió en sostenedores del “negocio”: compró derechos de los deportistas o auspició clubes y torneos. La crítica deportiva está atravesada en muchas ocasiones, dirá Mangone (1999, p. 17), por “intereses superiores” a la objetividad.

Por otro lado, y dentro de la larga lista de cosas que ha generado, indirectamente, este nuevo periodismo deportivo es el racismo (Mangone (1999, p. 17). Cada vez son más los deportistas que protestan ante esta xenofobia que sufren por haber nacido en un lugar distinto del que compiten. El caso más reciente es el de Vinicius, jugador del Real Madrid.

El periodismo deportivo ha experimentado notables innovaciones con el paso de los años, innovaciones que cabe concebir “como una cuestión transversal” que afecta a todos los órdenes de la actividad:

Desde la reorganización de las empresas periodísticas y la asignación de perfiles y tareas en las redacciones hasta el uso de nuevas tecnologías, la diversificación de temáticas, fuentes y enfoques, la creatividad narrativa y la relación que se establezca con la audiencia. (Rojas, 2014, p. 2)

Esta especialidad periodística siempre se ha caracterizado por encontrar fórmulas pioneras en la presentación de los contenidos, ideas atractivas y originales, como lo fueron en su momento el uso del color en la prensa, las innovaciones en el fotoperiodismo o la implantación del carrusel de radio. Sin embargo, tras la llegada de internet, la forma de transmitir información ha cambiado, dando lugar a innovaciones como las tertulias deportivas en plataformas como *Twitch* o *YouTube*.

Durante años, el periodismo deportivo ha estado probando fórmulas narrativas que acabarían cuajando y servirían de inspiración o serían incluso imitadas por otras áreas informativas, generalmente más conservadoras en sus planteamientos. Por ello, se considera que las aportaciones del periodismo deportivo han sido valiosas.

Entender cómo funcionan los procesos de creatividad para desarrollar ideas innovadoras ayudaría a comprender por qué los fundadores de emprendimientos de periodismo deportivo deciden lanzar un medio con una determinada propuesta de valor y no otra, por qué aborda determinados temas y no otros, etc. (De La Paz, 2023, p. 33)

### **3.2. Los géneros periodísticos**

La información de actualidad, especializada o no, precisa de la utilización de los géneros periodísticos, que son las distintas formas de expresión que utiliza el periodista para relatar el acontecer. Son, en definitiva modalidades de creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva (Martínez Albertos, 1991). Cantavella y Serrano (2004, p. 59) recalcan que son “modalidades estilísticas particulares que adoptan los mensajes de información de actualidad y que deben estudiarse dentro de los fenómenos de comunicación de masas”. Armañanzas (2016, p. 71) pone el énfasis en la función que desempeñan:

El periodismo como método de interpretación de la realidad la comunica a través de una serie de formas, de filtros, fórmulas de redacción que se llaman géneros periodísticos. Estos textos no se escriben de la misma forma porque sus funciones son distintas, y abarcan desde la información hasta la opinión.

Autores como José Ignacio Armentia y José María Caminos (2003, p. 16) consideran que para que el lector comprenda “estas distintas formas de comunicación” que constituyen los géneros en el periodismo, es preciso que el receptor conozca las reglas del proceso comunicativo, para interpretar e identificar los mensajes.

Martínez Albertos (1991, p. 363-390) diferencia cuatro actitudes generales de las que emergen los géneros: la actitud informativa (noticia, entrevista, reportaje —en función de qué tipo de entrevista y reportaje, estos podrían pertenecer también al estilo interpretativo o explicativo—), la interpretativa (la crónica), la opinativa, que se materializa en distintos tipos de artículo (editorial, el comentario, la columna, la crítica, el suelto o la tribuna libre) y la divulgativa o de entretenimiento, que subyace en todos los géneros literarios (narraciones de ficción, tiras cómicas, poemas, ensayo, humor, etc.).

La noticia es el relato de un acontecimiento de actualidad que genera el interés del público. El periodista tiene la responsabilidad de relatar con la mayor objetividad y veracidad posible cómo se han producido esos hechos. El estilo lingüístico utilizado está claramente definido por la claridad y concisión.

La redacción de la noticia presenta unas pautas rígidas con escaso margen para la creatividad u originalidad por parte del profesional de la información. Sin embargo, es el género que con mayor eficacia cumple la función que podemos considerar prioritaria para el periodista: la de informar.

Es noticia todo aquello que ocurrió o que va a ocurrir y que, a juicio del periodista, tendrá gran repercusión social. Según Mar Fontcuberta (1993), etimológicamente noticia procede de la palabra “nova” que significa cosas nuevas. Su propósito consiste en informar de un acontecimiento noticioso oportunamente.

Otro de los géneros que pertenecen al estilo informativo es la entrevista. Según José Ignacio Armentia y José María Caminos (2003, p. 28), a través de la entrevista el periodista busca obtener “información” de alguna persona normalmente “experta”. La entrevista de reportaje se caracteriza porque sitúa en primer plano la figura del entrevistado. Como el resto de géneros periodísticos, ha experimentado cambios ante el desarrollo de las nuevas tecnologías y los formatos innovadores que ofrece internet. La tendencia a considerarla como una modalidad más del reportaje ha ido desvaneciéndose por el auge y la fuerza que ha ganado este género en las últimas décadas.

El papel del profesional de la información se ve alterado por una participación de la audiencia mucho más activa y que asume parte de sus funciones. La propia audiencia tiene la posibilidad de plantear preguntas al entrevistado de una manera mucho más directa y, en algunas ocasiones, puede hacerlo en el momento en que la entrevista se está desarrollando. (Pulido y Sánchez, 2016, p. 37)

El género del reportaje podría encuadrarse tanto en el estilo informativo como en el interpretativo. Su alineación está en función de su configuración, extensión o enfoque. Presenta una estructura libre y compleja, pues no sigue las pautas de la pirámide invertida, propia de la información. No obstante, hay que mantener un ritmo descendente, donde se desgranen los datos más importantes en la parte superior del texto. Según José Ignacio Armentia y José María Caminos (2003, p. 23), en el reportaje, el periodista debe preocuparse por reunir la máxima información posible del tema que va a tratar. Es decir, el periodista debe acercarse “al lugar de los hechos, a sus actores, a sus testigos” (Gomis, 1991, p. 46). Y ello porque, una vez conocidos los datos que

consigue mediante esa aproximación a la realidad, debe encargarse de relacionarlos, interpretarlos y acercarlos al público con el fin de que este “vea, sienta y entienda lo que ocurrió”.

El género interpretativo por excelencia es la crónica. En el repaso que Juan Carlos Gil (2004, p.23) hace sobre sus orígenes, confirma que se utilizó desde muy pronto “como herramienta narrativa más adecuada para que una persona intelectualmente relevante relatara a un determinado público lo que sucedía en un lugar estipulado”. Desde la perspectiva literaria, la crónica se caracteriza porque deja entrever la personalidad del cronista, que posee la licencia para utilizar figuras retóricas en un estilo mucho más libre y propio que en el caso de la información.

Una característica esencial de la crónica es su estrecha vinculación a un hecho noticioso de actualidad. La crónica es una información desarrollada y comentada en la que se entrelazan los elementos estrictamente informativos con los propiamente opinativos (Armentia y Caminos, 2003, p. 28).

La crónica es un género subordinado, por norma general, a una noticia relevante de la que se ha informado en el mismo tiempo y en el mismo espacio. En la crónica periodística, afirma Núñez Ladevéze (1995, p. 86), “suele ser frecuente la adjetivación como un instrumento para añadir sutileza a la información”. La mayoría de los autores que han estudiado la crónica coinciden en otorgarle un cúmulo de características que intentan conciliar las propiedades ambiguas de un género híbrido por naturaleza, porque toma elementos de la noticia, del reportaje y del análisis (Grijelmo, 2006, p. 89).

Para Manuel Bernal (1997, p. 29), su rasgo definitorio es que el cronista “vive los hechos que narra”, de ahí que sea imprescindible la presencia del periodista en el lugar de los hechos. Gomis (1991) advierte que la función de la crónica no es enjuiciar, sino más bien “dar impresiones que comentarios”. Destaca dos clases de crónicas: las que cubren un lugar (crónicas de corresponsales, crónicas viajeras) y las que cubren un tema (deportes, toros, sucesos, tribunales, parlamentarias...) con una periodicidad fija.



Entrando en los géneros de opinión, el artículo es una modalidad expresiva que analiza, desmenuza, elogia o censura una obra. Es un texto opinativo donde se debe incluir algo de información, puesto que se sustenta sobre la interpretación razonada de un tema de actualidad.

El éxito del articulista depende (Martín Vivaldi, 1990, p. 372) de su habilidad para combinar un desarrollo de las ideas que resulte conveniente. Los artículos de opinión van siempre firmados, ya sea por el nombre y apellidos del autor, o por su pseudónimo. En el caso de los editoriales no llevan nombre impreso, porque la autoría corresponde a la empresa periodística. En el caso de los sueltos –texto de opinión muy breve que valora un hecho actual o una declaración con el fin de llamar la atención sobre una actuación del ámbito público–, pueden ir o no firmados. Se puede publicar con o sin firma en la sección de opinión.

El editorial es el texto de opinión por excelencia, pues refleja la postura del medio de comunicación ante el tema que aborda. A través del editorial la empresa propietaria del periódico deja constancia de sus señas de identidad y se manifiesta públicamente “sobre asuntos de trascendencia social o política” (Yanes Mesa, 2004, p. 8). Tal y como explica Luisa Santamaría (1997, p. 65), debe cubrir ciertas funciones como son explicar los hechos, dar antecedentes, predecir el futuro y formular juicios.

#### **4. Metodología**

Este trabajo utiliza una metodología cuantitativa y comparativa. A través de un análisis de contenido se pretende analizar el tratamiento que los diarios extremeños *HOY* y *El Correo Extremadura* hicieron del ascenso del Mérida C.P. a Primera División, hecho que se produjo el 27 de mayo de 1995. El objetivo de esta investigación es la recolección de datos para llevar a cabo un análisis, con el que establecer posteriormente las diferencias y semejanzas que presentaron los rotativos.

Un análisis comparativo permite establecer sus particularidades y diferencias en relación con los presupuestos metodológicos en los cuales se apoyan, la manera de aproximarse a la realidad y al objeto de estudio, su relación con el sujeto/objeto, la noción y criterios de objetividad y el proceso metodológico que les sirve de guía. (Monje Álvarez, 2011, p. 11)

Para el desarrollo de este Trabajo Fin de Grado se ha llevado a cabo un estudio en profundidad de los dos diarios durante todo el mes de mayo y junio de 1995. Teniendo en cuenta que las primeras publicaciones emergen el día 13 de mayo y se mantienen hasta el 11 de junio, se ha realizado un vaciado de los dos diarios en el periodo comprendido entre dichas fechas.

El número total de registros obtenidos asciende a 183, que hemos analizado mediante el establecimiento de diferentes campos y categorías, entre ellos: a) número de noticias, fecha y frecuencia de publicación; b) fuentes informativas: oficiales y expertas; c) tipo de titulares: informativos, expresivos, apelativos y de acto de habla; d) géneros periodísticos: noticia, crónica, reportaje, entrevista y artículo –dentro de esta categoría se incluyen editoriales, sueltos y columnas de opinión–; e) autoría: redactor, colaborador y “No dice” –informaciones sin firma–, y f) fotografía.

## **5. El contexto deportivo**

A fin de contextualizar la importancia que tuvo el ascenso del Mérida C.D. es necesario destacar que, en el año 1995, todas las comunidades autónomas de España, excepto Extremadura, habían disfrutado al menos de un equipo de fútbol en Primera División. Sin embargo, esta situación cambió el 27 de mayo de 1995, día en el que el Mérida C.P. –actualmente desaparecido–, logró el ascenso a la máxima categoría del fútbol español. De la mano de José Fouto, el presidente de la entidad emeritense, y con el croata Sergio Kresic en el banquillo, el Mérida ponía fin a 66 años de ausencia de un equipo extremeño en Primera División –la primera edición de la máxima categoría del sistema de Ligas españolas de fútbol tuvo lugar en la temporada 1928-1929–.

El fútbol documentado en Mérida arrancó el 28 de diciembre de 1912, bajo el nombre de “Sportiva Emeritense”, y con Juan Casillas a la cabeza, ejerciendo las funciones de presidente (AD Mérida SAD, 2020). Ya en 1985, y tras distintos cambios de denominación, el Mérida pasó a llamarse Mérida Club Polideportivo y logró el ascenso a Segunda B en 1989. Dos años después, alcanzó la Segunda División, donde coincidió con otros clubes extremeños como el C.F. Extremadura o el C.D. Badajoz –ambos desaparecidos en la actualidad–.

En la temporada 94-95 el club emeritense ascendió a Primera División. Un solitario gol de Crescencio Cuéllar, en Eibar (Gipuzkoa), el 27 de mayo de 1995, sería suficiente para que la ciudad de Mérida y su club estallaran de felicidad y se aseguraran su presencia, en la siguiente temporada, en la máxima categoría del fútbol nacional.

Al día siguiente de que el Mérida C.P., con José Fouto a la cabeza, consiguiera alcanzar el ascenso, varias empresas como Deutsche Bank o la Caixa comenzaron los contactos para patrocinar al equipo. De igual manera, se empezó a relacionar jugadores de primer nivel con el club emeritense, como fue el caso del cacereño Manolo, que por entonces se encontraba en las filas del Atlético de Madrid.

Los riesgos económicos asumidos en las siguientes temporadas, propiciados por las necesidades de la categoría, sumado a mala gestión de los dirigentes, llevaron a la desaparición del club en el año 2000, solo cinco años después de haber conseguido llegar a la Primera División. El filial, Mérida UD, tomó el relevo. Convertido finalmente en el Mérida A.D., es el equipo de fútbol de referencia de la ciudad emeritense, que milita en 1ª RFEF (Real Federación Española de Fútbol) –equivalente a la antigua Segunda B–, y el máximo representante del fútbol extremeño a nivel nacional. Así pues, una comunidad autónoma de más de un millón de habitantes, solo cuenta con un equipo en la tercera categoría del fútbol español.

## **6. La cobertura informativa**

Tal y como se ha explicado, las cabeceras extremeñas que se estudian son las veteranas *HOY* y *El Periódico Extremadura*. Ambas, de carácter generalista y de periodicidad diaria, han resistido al paso del tiempo y han sobrevivido a diferentes épocas, como la Segunda República, la Guerra Civil, la Dictadura, la Transición y la Democracia. Por lo que se refiere a *HOY*, fue fundado en Badajoz el 1 de enero de 1933 por Editorial Católica. Este año 2023 cumple su 90 aniversario. Dirigido por la periodista Mar Domínguez Puente, pertenece al grupo de comunicación Vocento, uno de los principales de la prensa española.

En el año en el que se enmarca el análisis de este trabajo, 1995, ostentaba todavía la propiedad el Grupo Correo –había adquirido las acciones de Editorial Católica en 1988 y no se fusionó con *ABC* hasta 2002, convirtiéndose entonces en el Grupo Vocento– y la dirección estaba en manos del veterano periodista Teresiano Rodríguez Núñez, Medalla de Extremadura.

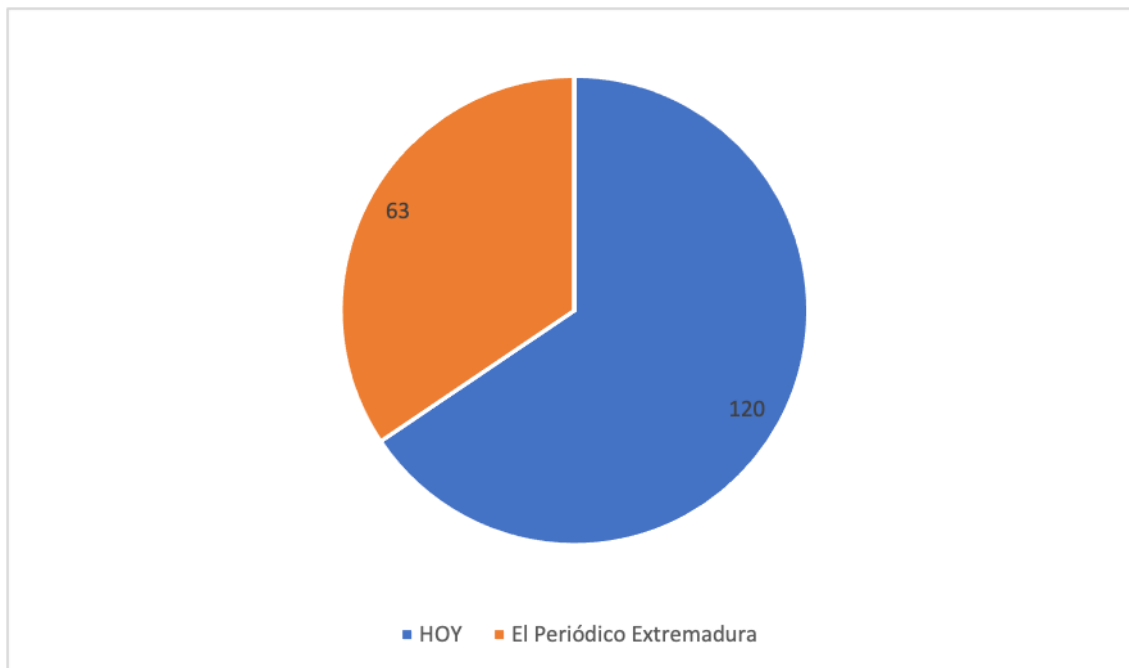
*El Periódico Extremadura* es, desde este año, un periódico centenario. En 1923 lo fundó en Cáceres el obispo de Coria, Pedro Segura. El 10 de noviembre de 1988 lo adquirió el grupo Zeta, empresa propietaria hasta abril de 2019, fecha en la que se hizo con él Prensa Ibérica, que adquirió todos los activos. Actualmente lo dirige el experimentado periodista Antonio Cid de Rivera, si bien en el año del ascenso del Mérida estaba al frente de la redacción José Higuero Manzano.

Descritas brevemente las cabeceras de estudio, se desarrollan a continuación los resultados de la investigación atendiendo a los objetivos propuestos.

### **6.1. Número de noticias y frecuencia de publicación**

Tal y como hemos señalado anteriormente, nuestro análisis abarca las piezas periodísticas que fueron publicadas por ambos diarios entre el 13 de mayo y el 11 de junio de 1995. Tras su revisión y análisis, se ha obtenido un resultado de 183 textos, de los que 120 (68,3%) pertenecen al diario *HOY* y 63 (31,7%) a *El Periódico Extremadura* (Gráfico 1). Esta gran diferencia se debe, en parte, a que el diario *HOY* contaba con mayor número de páginas, por lo que era superior el espacio dedicado a la sección deportiva. En el periodo analizado se puede observar que el rotativo pacense publica una media de 64 páginas diarias, de las que dedica unas 7 a la sección deportiva. Por su parte, el cacereño edita una media de 54 páginas por día, de las que solo destina unas 5 a los deportes.

**Gráfico 1. Número de textos periodísticos en *HOY* y *El Periódico Extremadura***

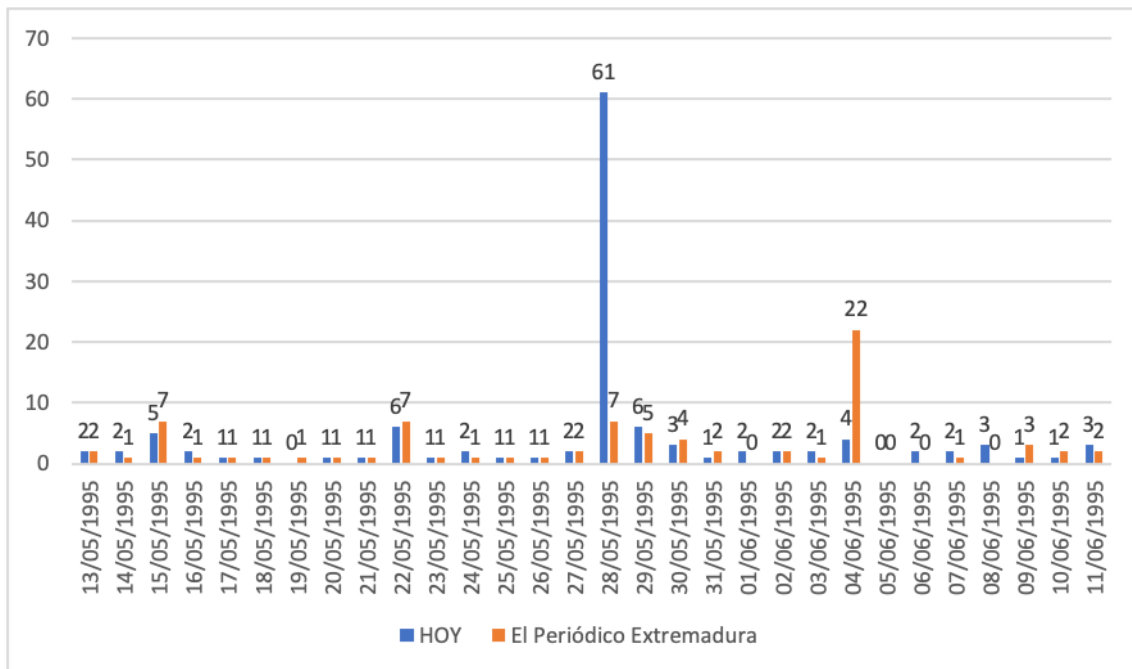


**Fuente: elaboración propia.**

Con todo, el gran desequilibrio que se produce en el número de informaciones publicadas –el doble prácticamente en *HOY*– se produce el 28 de mayo. En esta fecha, la siguiente a la que se produjera el ascenso del equipo emeritense, *HOY* incluyó entre sus informaciones un suplemento de 45 páginas dedicadas íntegramente al Mérida C.P., donde se recogieron testimonios de jugadores, entrenadores y diferentes personalidades de la región. El periódico pacense fue consciente de que la hazaña del club emeritense era histórica para la región, por lo que brindó un análisis en profundidad donde se intercalaron crónicas, entrevistas, artículos de opinión o felicitaciones por parte de personalidades destacadas.

*El Periódico Extremadura* solo dedicó en esa fecha 7 piezas al conjunto romano, entre las que no faltan las declaraciones de los protagonistas. No obstante, el domingo 4 de junio, es decir, una semana después de que el Mérida subiera a Primera División, el rotativo incluyó un suplemento especial de 15 páginas donde se abordó en profundidad este ascenso. Como puede apreciarse en el Gráfico 2, serán precisamente los días en los que ambos periódicos sacan sus suplementos cuando se producen los picos del mayor número de piezas periodísticas publicadas.

**Gráfico 2. Total de noticias diarias en HOY y El Periódico Extremadura**



**Fuente: elaboración propia.**

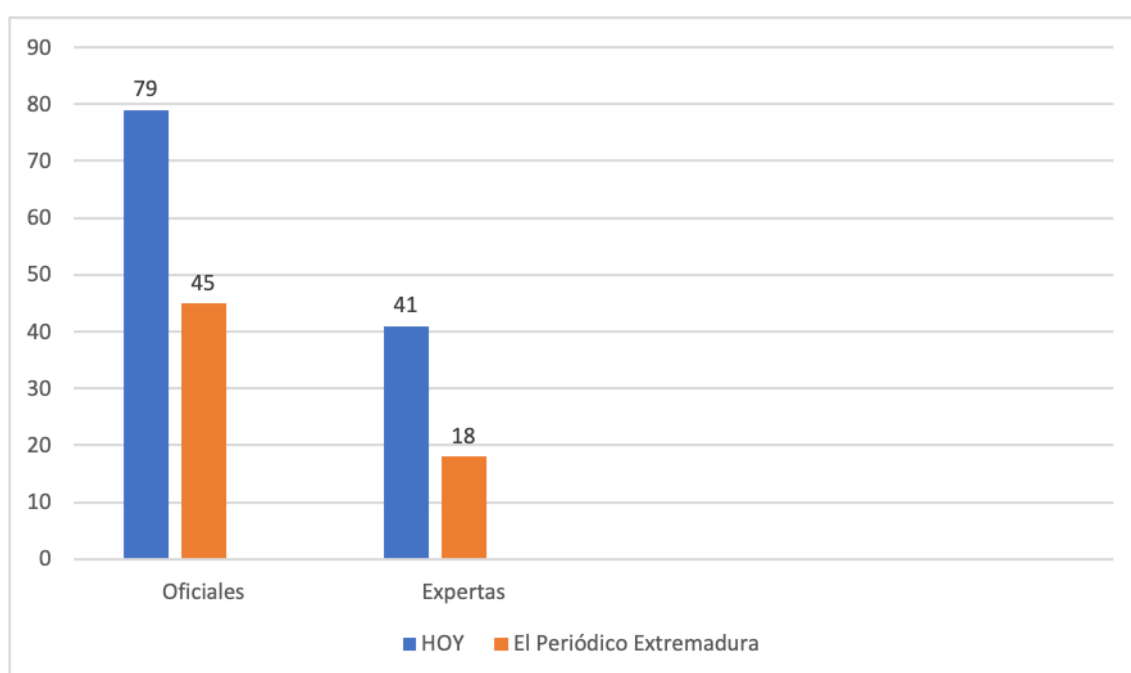
Si se atiende al número de noticias publicadas diariamente, se observa cómo ambos periódicos mantienen bastantes similitudes. Los primeros picos tienen lugar el lunes 15 y 22 de mayo, tras la victoria 0-2 del Mérida ante el filial del Real Madrid, y el empate 1-1 ante el Leganés en el Estadio Municipal. Esta va a ser una pauta que se reitere a lo largo del periodo de análisis. Recordemos que los lunes es el día de la semana donde los periódicos promueven un mayor número de informaciones deportivas. Así pues, los dos diarios aumentan el número de piezas estos lunes, mientras que durante la semana descende el ritmo de publicación de este acontecimiento.

## 6.2. Fuentes informativas

Para determinar la buena calidad que caracteriza a las informaciones periodísticas es preciso atender, entre otros factores, a las fuentes informativas que se emplean. Por fuente de información se entiende cualquier entidad, persona, hecho o documento que provee de información al periodista para que este tenga elementos suficientes para elaborar una noticia o cualquier otro género informativo. El periodista debe estar atento a su selección, pues como explica Javier Mayoral (2005, p. 94), no todas atienden al periodista con la misma actitud: “las fuentes cuentan o mandan, confían o engañan, ayudan o sobornan”.

Tal y como hemos avanzado en la metodología, hemos catalogado dos tipos de fuentes personales: a) “expertas”, así denominadas porque por los cargos que ocupan y el conocimiento de los temas a tratar tienen acceso a determinadas informaciones –se incluirían aquí jugadores y entrenadores– y b) “oficiales”, que son personas que por su representatividad facilitan información de oficio o a demanda del periodista. Tendrían cabida en esta segunda tipología los directivos del Mérida C.P. u otros clubes deportivos, así como cargos públicos que están al frente de instituciones o diversas entidades.

**Gráfico 3. Fuentes informativas en *HOY* y *El Periódico Extremadura***



**Fuente: elaboración propia.**

Las fuentes oficiales son las más empleadas por ambos diarios (Gráfico 3). En total, suman 124 (67,7%) textos periodísticos, mientras que los rotativos han acudido a las fuentes expertas en menor medida, pues suponen 59 (32,2%) piezas. Es muy significativo este dato, por cuanto casi 7 de cada 10 protagonistas que suministran información a los diarios extremeños tienen a su cargo alguna responsabilidad deportiva o pública. Cabe señalar también que los responsables oficiales tienen mayor presencia en *El Periódico Extremadura* (71%), que en *HOY* (65%). El diario de Vocento incorpora más testimonios de expertos que el de la competencia: 34,1% frente a 28,5%.

Dentro de las fuentes oficiales destaca, sobre todo, José Fouto –considerado el presidente más carismático de la historia del fútbol extremeño–, quien mantuvo una actitud activa y colaboradora con ambos rotativos, por lo que, en bastantes ocasiones, fue su principal fuente de información. En la actualidad, el estadio de fútbol donde juega el Mérida A.D. lleva su nombre, en honor a su trabajo como presidente y director general del club de la capital extremeña. Como fuentes oficiales también han figurado los directores de ambos diarios –dedicaron unas palabras al equipo tras consumarse el ascenso– así como políticos y diferentes personalidades públicas. Es preciso recordar que el día 28 de mayo de 1995 se celebraron elecciones autonómicas y locales, por lo que algunos candidatos también se pronunciaron sobre este acontecimiento.

Dentro de las fuentes expertas, se encuentran los testimonios de buena parte de los jugadores y entrenadores. Dentro de ellas, cobran especial realce las declaraciones del técnico croata del conjunto emeritense, Sergio Kresic.

### **6.3. Cabezas de titulares**

La tarea de escribir titulares es uno de los trabajos del periodista. Redactar un gran titular que atraiga, informe, sintetice e incluso sea recordado es muy complicado. El título, tal y como lo conocemos, es un invento del siglo XX proveniente de América. Según Antonio López Hidalgo (2019, p. 2), existen lectores de prensa que solo leen las noticias si se sienten atraídos por el titular. Con solo leerlos se sienten satisfechos, y si la noticia les interesa les sirve de gancho para adentrarse en el cuerpo informativo.

Los titulares periodísticos modernos presentan características diferentes a los convencionales. Autores como Josep María Casasús (1988, p. 24), consideran que, según el modelo genuino del diario, la titulación puede ser “fantástica”, “de efecto” o “fría”. Sin embargo, no todos los titulares son iguales, pues dentro de los diferentes géneros periodísticos, se siguen pautas que justifican que se pueda titular de distinta manera.

En este estudio, los hemos diferenciado en cuatro categorías: informativos, expresivos, apelativos y de acto de habla.



El título informativo es autosuficiente, rasgo que les distingue de los demás. El periodista los compone para que el lector no tenga que leer la información completa. Funcionan lingüísticamente (Casasús, 1988, p. 5) como una comunicación independiente, informan orientativamente para que el lector puede abstenerse de la lectura, mantienen una intensa concordancia intratextual y velan por una fidelidad estricta.

Núñez Ladevéze (1995, p. 64) señala que un título informativo es una referencia singular, trata de identificar unitariamente una secuencia del acontecer para distinguirla de otras. A pesar de que existan excepciones, el titular informativo suele estar compuesto por la estructura sujeto, verbo y predicado. Mar de Fontcuberta (1993, p. 124) distingue dos grandes tipos de títulos informativos: los estáticos y los dinámicos. Los segundos se refieren a la acción, mientras que los primeros describen efectos o resultados de las acciones.

Por otro lado, los titulares expresivos tratan de expresar los sentimientos que la noticia va a suscitar en los lectores o en los que la escuchan. José Ignacio Armentia y José María Caminos (1998, p. 148-149) entienden que los titulares expresivos son aquellos que se orientan fundamentalmente a informar sobre acontecimientos que el lector conoce. Por esa razón, no tienden a ser temáticos, pues no indican necesariamente el tema del que trata el texto informativo. Se dice que son palabras sueltas, rodeadas de signos ortográficos.

Los titulares apelativos, al contrario que los expresivos, tratan de llamar la atención sobre un hecho del que no se presupone que el lector conozca en profundidad.

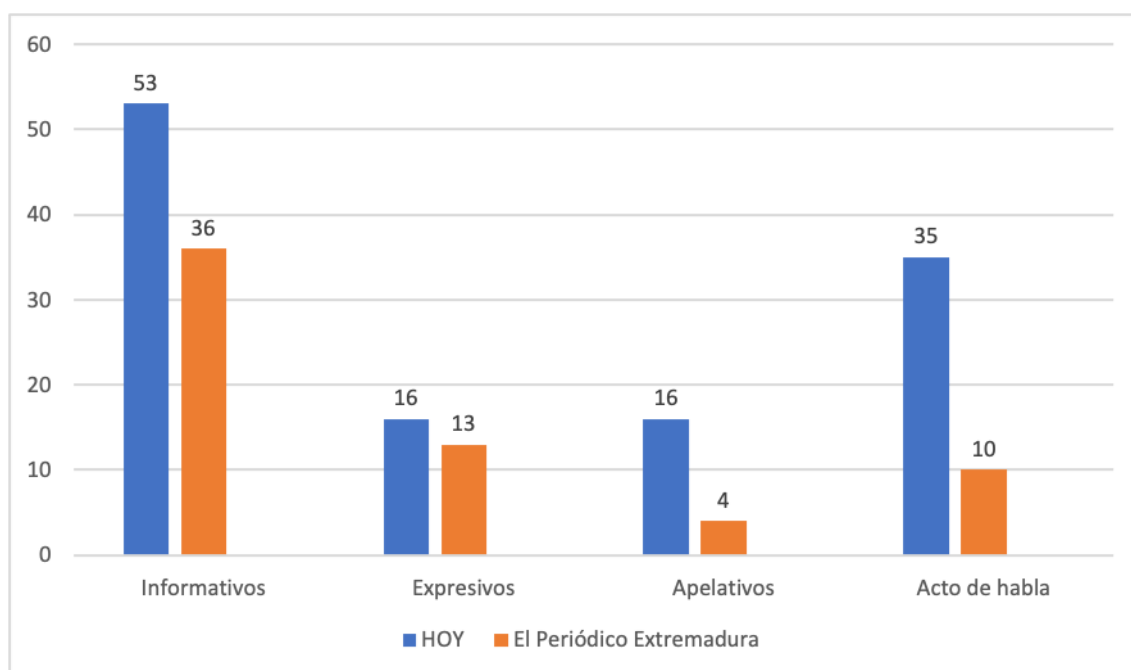
Van encaminados a reforzar o modificar las actitudes de los destinatarios, no tanto para cambiar su punto de vista como para sentirse atraídos por la información. Suelen ser meramente temáticos, pues mencionan un tema pero no dan información sobre el mismo. (Antonio López Hidalgo, 2019, p. 68)

Por último, en referencia a los titulares de acto de habla, Graciela Reyes (1994, p. 8) señala que son aquellos mediante los cuales “un hablante atribuye a otro ciertas

palabras” a través de una cita. La atribución puede ser falsa o ficticia. También puede respetar, o no, el discurso original.

Dentro de esta modalidad se diferencian tres tipos de titulares (Núñez Ladevéze, 1991, p. 14): a) títulos en forma de cita textual o también conocidos como de cita directa, que reproducen la frase literal más interesante de lo dicho por el protagonista. b) Título en forma de cita indirecta, que seleccionan la idea básica que el periodista considera más interesante, pero no se expresa de forma literal. c) Títulos mixtos de cita directa e indirecta, que recogen alguna frase o palabra dicha por el orador, pero no la cita completa. López Hidalgo (2019, p. 75) considera que la distinción entre cita directa e indirecta es básicamente sintáctica, y que la directa se emplea sobre todo para titular entrevistas informativas o de declaraciones.

**Gráfico 4. Tipo de titulares en *HOY* y *El Periódico Extremadura***



**Fuente: elaboración propia.**

Ambos periódicos apuestan por los cuatro tipos de titulares que hemos diferenciado. En primer lugar, el titular informativo es el más empleado por los dos diarios (Gráfico 4). Las cabezas que tienen esta finalidad de centrar el foco en el qué y quién del acontecer deportivo, contabilizan 89 (48,6%) de las 183 piezas analizadas. Es decir, casi la mitad.

Le siguen en importancia, los titulares de acto de habla, tanto de estilo directo, indirecto o mixto. En esta situación se encuentran 45 piezas (24,5%). Cierran el ranking los titulares expresivos, con 30 (15,8%) y los apelativos, con 20 (10,9%).

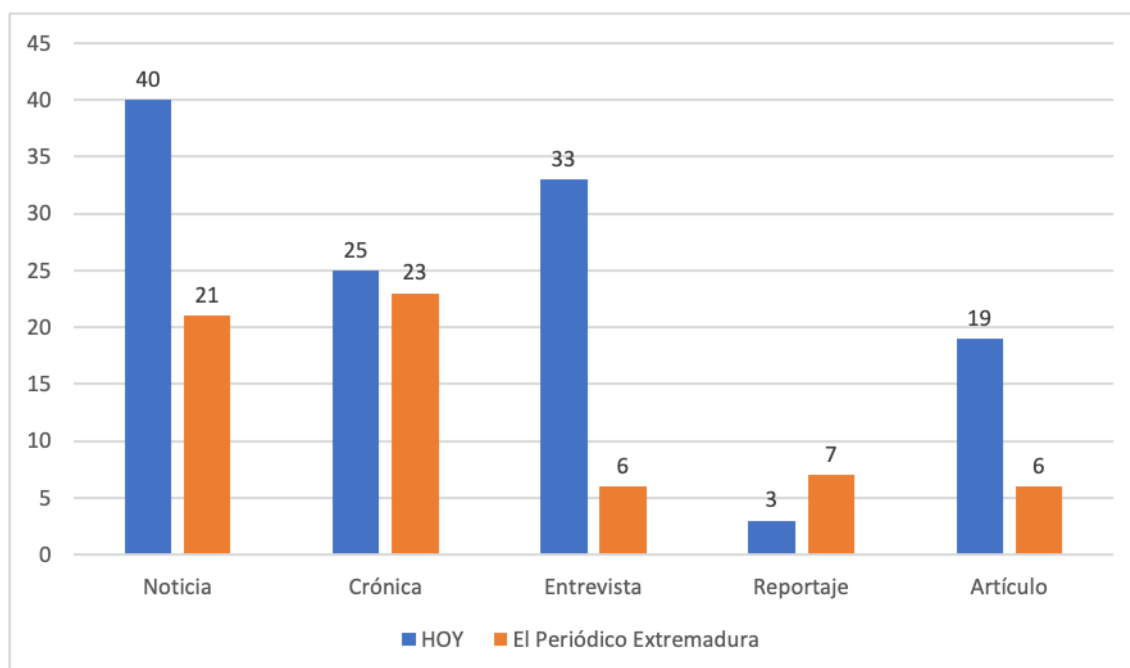
Por lo que a cada uno de los diarios concierne, el pacense se decanta por los informativos –53 (44,1%)– y por los de acto de habla –35 (29,1%)–, seguidos en idéntico número por los expresivos y apelativos –16 (13,3%)–. Por su parte, *El Periódico Extremadura*, aunque rotula también la mayoría de sus informaciones con titulares informativos –36 (57,1%)–, en bastante mayor porcentaje que *HOY*, se decanta, como segunda opción, por los expresivos –13 (20,6%). Los de acto de habla –10 (15,8%)– y los apelativos, con muy escasa presencia –4 (6,3%)–, cierran esta clasificación.

#### **6.4. Géneros periodísticos**

La noticia lidera este campo que se ha establecido para comprobar qué géneros han sido los preferidos por los diarios extremeños para llevar a sus lectores la actualidad deportiva. Le sigue en importancia la entrevista y la crónica. Sin embargo, existen diferencias a la hora de que los periódicos se decanten por una u otra modalidad de expresión (Gráfico 5).

La información se sitúa, por tanto, en primera posición –61 (33,3%)–. Tiene una presencia mayoritaria dentro de este análisis, pues miles de aficionados emeritenses, así como del resto de Extremadura, querían estar informados sobre todo lo relacionado con el Mérida C.P.

**Gráfico 5. Géneros periodísticos en HOY y El Periódico Extremadura**



**Fuente: elaboración propia.**

La crónica, por su parte, suma 48 (26,2%) piezas. Las crónicas analizadas se producen, de forma mayoritaria, con el cronista como testigo presencial del acontecimiento, lo que hace que estas piezas resulten muy jugosas, porque aportan hechos, ambiente, anécdotas y otros ingredientes que ayudan a interpretar la realidad. Los textos que se publican bajo el género de entrevista computan 39 (21,3%). Principalmente, las entrevistas publicadas pretenden trasladar las opiniones de los jugadores y del cuerpo técnico del Mérida C.P. Bajo la categoría de artículo, en la que hemos incluido editoriales, artículos de opinión y sueltos, se publican 25 (13,6%) piezas. Finalmente, el reportaje es el género periodístico menos empleado. Solo aparecen 10 (5,46%), hecho lógico si se tiene en cuenta que esta modalidad expresiva se utiliza para profundizar y analizar los hechos noticiosos con más reposo que el seguimiento diario de los mismos.

Veamos a continuación, el uso que cada diario ha hecho de estos géneros. Tanto HOY –40 (33,3%)– como El Periódico Extremadura –21 (33,3%)– emplean la noticia en la misma proporción, si bien mientras que para el periódico pacense la información ocupa el primer lugar, en el caso del cacereño se sitúa en segunda posición, pues recurre

más al uso de la crónica, que se posiciona como el género preferido –23 (36,5%)– para informar de este acontecimiento.

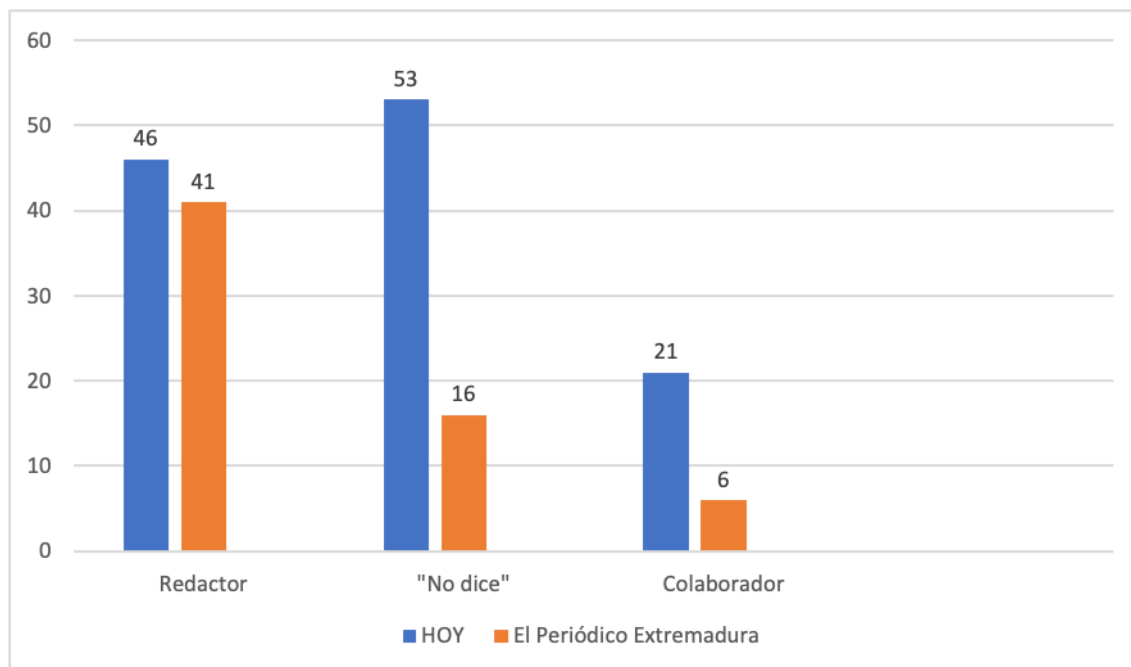
Tras la información, el diario de Vocento se decanta por la entrevista –33 (27,5%)–, la crónica –25 (20,8%)–, el artículo –19 (15,8%)– y el reportaje, con un uso prácticamente residual –3 (2,5%)–. El rotativo de Prensa Ibérica, tras haber apostado, por la crónica, seguida de la noticia, hace un menor uso, y con porcentajes muy parecidos, del reportaje –7 (11,1%)– y la entrevista y el artículo. Estos últimos computan igual número y la misma proporción –6 (9,5%)–.

Mientras que la noticia y la entrevista tienen la función de avanzar en el resumen de la actualidad diaria y profundizar en el perfil de los protagonistas, la crónica se emplea para construir el relato de los encuentros deportivos. Por lo que se refiere al reportaje, en *HOY* destaca uno sobre Paco Leal, el portero del club emeritense. En *El Periódico Extremadura*, se utiliza para profundizar en la vida de personalidades tan importantes como el presidente de la entidad, José Fouto, o el entrenador Sergio Kresic.

La opinión que emiten ambos diarios a través de sus editoriales es positiva para el equipo y se felicita y valoriza la proeza alcanzada por el Mérida C.P. Especialmente elogiosos son para el presidente, José Fouto, y para el conjunto del equipo. Los artículos de opinión, que también incorporan mucha dosis laudatoria, se muestran a la vez incisivos, algunos incluso críticos, con las decisiones del entrenador Sergio Kresic. Cabe mencionar la presencia de algún suelto, principalmente en la sección de opinión de *El Periódico Extremadura*, que comporta valoraciones en un lenguaje menos formal que el que presentan los editoriales.

## 6.5. La autoría

Gráfico 6. Autoría de los textos periodísticos en *HOY* y *El Periódico Extremadura*



Fuente: elaboración propia.

Hasta un total de 87 (47,5%) textos periodísticos están firmados bajo la autoría de Redactor (Gráfico 6), que es la predominante en el conjunto de los textos que se han escrutado de ambos diarios. Le sigue, en segunda posición el “No dice”, que representa 69 (37,7%) unidades textuales, y Colaborador, con 27 (14,7%).

Las variables establecidas en esta categoría no se emplean de la misma forma por parte de los diarios. En *HOY* domina el “No dice” –53 (44,1%)–, seguido de Redactor –46 (38,3%)– y Colaborador –21 (17,5%)–, que cierra la clasificación. La autoría predominante en *El Correo Extremadura* es Redactor –(41 (65,1%)–, seguido de “No dice” –16 (25,3%)– y Colaborador –6 (9,5%)–.

Las informaciones que se atribuyen a Redactor están firmadas, en el caso de *HOY*, por Pablo Sánchez, quien fue el encargado de cubrir toda la información relacionada con el Mérida C.P. a lo largo de la temporada 94-95. En el caso de *El Periódico Extremadura*, por José Antonio Reina.

Los dos jóvenes periodistas realizaron una intensa cobertura de los progresos del equipo emeritense. También fueron los encargados de trasladarse a Eibar el día del ascenso, por lo que se ocuparon de trasladar la buena nueva en sus crónicas deportivas. Los dos profesionales aparecen en la icónica fotografía que se reproduce en la Figura 1. De pie y de izquierda a derecha, el primero, Pablo Sánchez (*HOY*), y el tercero, José Antonio Reina (*El Periódico Extremadura*).

**Figura 1. Periodistas extremeños en Eibar el día del ascenso**



**Fuente: @JAReinaGonzalez (Twitter).**

Los textos sin autoría reconocida, es decir, sin firma, son más frecuentes en el periódico pacense que en el cacereño. Esto se debe, en gran parte, a que el grueso de piezas publicadas por el diario *HOY* se atribuyen a la “delegación”, tanto de Mérida como de Badajoz. Téngase en cuenta también que los editoriales y sueltos –utilizados solo por *El Periódico Extremadura*– tampoco van rubricados.

Finalmente, por lo que concierne a las piezas firmadas por colaboradores, señalamos que abarcan la opinión de periodistas y personalidades públicas, a quienes se invita a opinar y valorar la experiencia deportiva. Se disponen bajo el formato de columna de opinión.

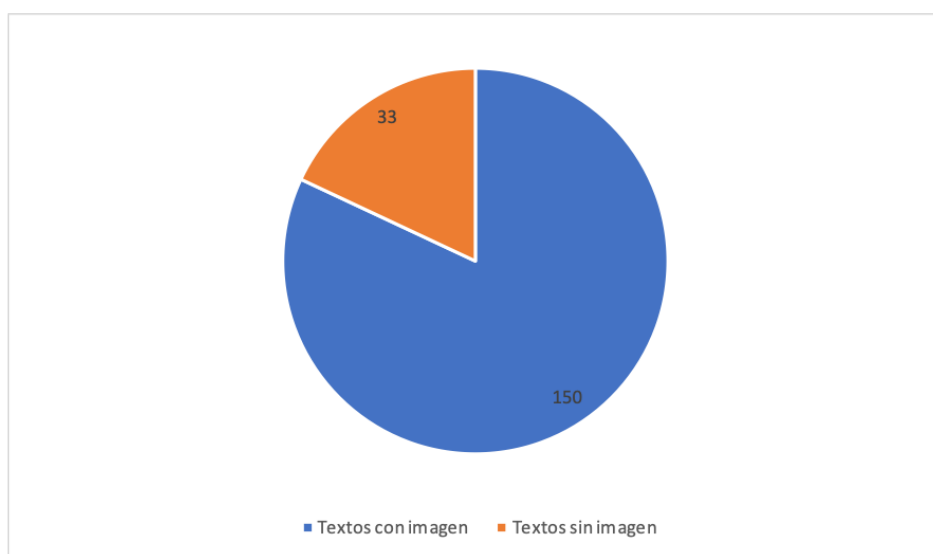
## **6.6. La fotografía**

La imagen juega un papel primordial en estas informaciones. Ambos periódicos apuestan por emplear recursos visuales, como la fotografía o las infografías, para hacer sus páginas más atractivas y más visuales. Se contabilizan 150 (81,9%) piezas

periodísticas que recurren al uso de la imagen para ilustrar y enriquecer la información (Gráfico 7).

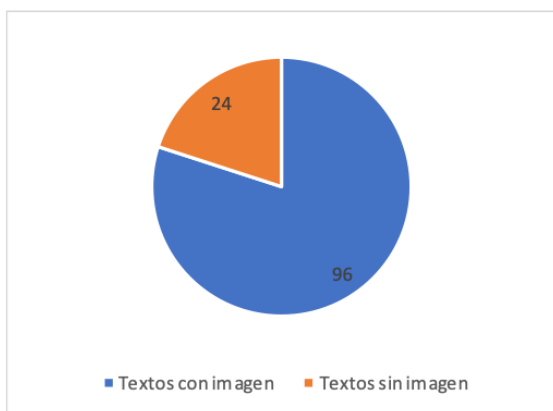
Si comparamos lo que sucede en ambos periódicos, vemos que *El Periódico Extremadura* –54 (85,7%)– se sitúa en primera posición. Ofrece, por lo tanto, mayor número de informaciones visuales que *HOY* –96 (80%)–, que aunque emplea con intensidad el recurso gráfico –8 de cada 10 textos llevan aparejada imagen–, lo hace en menor proporción que el diario de Prensa Ibérica (Gráficos 8 y 9).

**Gráfico 7. Textos acompañados de imagen en *HOY* y *El Periódico Extremadura***



Fuente: elaboración propia.

**Gráfico 8. Textos con imagen en *HOY***



**Gráfico 9. Textos con imagen en *El Periódico Extremadura***



Fuente: elaboración propia.



Muchas de las fotografías que ofrece el diario *HOY* para identificar a los protagonistas se ubican en lugares emblemáticos de Mérida, como la que se recoge en la Figura 2, que muestra al jugador del Mérida C.P., Benítez, posando en el Teatro Romano.

**Figura 2. Benítez, jugador del Mérida C.P.,  
en el Teatro Romano**



*HOY*, 28 de mayo de 1995, p. 12.

Interesa destacar otra característica de las imágenes de *HOY*, y es que sus instantáneas se reproducen en color, a diferencia de *El Periódico Extremadura*. El diario pacense incluye hasta 6 fotografías a color entre el 13 de mayo y el 11 de junio de 1995. Sin embargo, en este periodo de tiempo, el periódico cacereño no incluyó ninguna imagen a color. Todas fueron en blanco y negro (Figura 3).

**Figura 3. Aficionados emeritenses  
celebran el ascenso**



*El Periódico Extremadura*, 28 de mayo de 1995, p. 44.

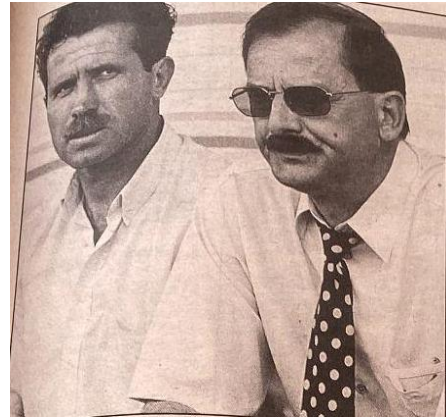
También son muy comunes en ambos diarios los primeros planos (Figura 4) o planos americanos (Figura 5), principalmente en el caso de las entrevistas, género con el que se pretende conocer con mayor profundidad las vidas y trayectorias profesionales de los jugadores y entrenadores del equipo.

**Figura 4. Cuéllar, jugador del Mérida C.P.**



*HOY*, 28 de mayo de 1995, p. 18.

**Figura 5. Kresic y Quintero, entrenadores del Mérida C.P.**



*El Periódico Extremadura*, 22 de mayo de 1995, p. 5.

Por parte de *El Periódico Extremadura* cabe destacar la presencia, dentro del apartado gráfico, de infografías previas a los partidos (Figura 6), donde se diferenciaban detalles de las alineaciones, entrenadores de ambos equipos, fecha y hora del partido o árbitro que dirigiría el encuentro.

**Figura 6. Infografías previas a los partidos frente al Leganés y el Eibar**



*El Periódico Extremadura*, 21 de mayo de 1995, p. 29 (izda.); 27 de mayo de 1995, p. 49 (dcha.).

## 7. Conclusiones

El ascenso del Mérida C.P. a Primera División fue ampliamente tratado por los diarios extremeños *HOY* y *El Periódico Extremadura*, que mantuvieron este acontecimiento en candelero desde el 13 de mayo hasta el 11 de junio de 1995. A mediados de los noventa, la influencia de la prensa papel era muy relevante, dado que aún no se había producido la eclosión de la prensa digital ni existían las redes sociales. Buena parte de los aficionados del Mérida, como del resto de equipos de la región, hubieron de informarse por los periódicos analizados. Su papel en este acontecimiento fue, por tanto, sustancial, al erigirse como uno de los principales medios de comunicación, al igual que la radio o la televisión.

La cobertura informativa ofrecida fue excepcional, pues se trató de un hecho deportivo histórico sin precedentes. Con todo, la de *HOY* fue mucho más importante, pues duplicó con creces las piezas periodísticas de *El Periódico Extremadura*. Este desequilibrio tuvo su razón de ser en el suplemento especial de 45 páginas que editó el diario de Vocento, puesto que durante el tiempo analizado el número de informaciones diarias publicadas por los rotativos fue muy similar.

Los diarios apostaron por dar más voz a las fuentes oficiales que a las expertas. Los textos periodísticos mantienen esta pauta –más en *El Periódico Extremadura*–, por lo que las versiones o informaciones suministradas por los dirigentes del club y otros responsables públicos predominaron por encima de la que proporcionaron los expertos.

A pesar de que en el periodismo deportivo, por su consideración de prensa popular-sensacionalista, predominan los titulares expresivos y apelativos, no han sido estas tipologías las dominantes en esta investigación. Los más numerosos han sido los informativos –en mayor proporción en el diario cacereño– y los de acto de habla. Los expresivos y apelativos, representan el 26,7%.

La noticia se posiciona como el género más utilizado en los diarios, seguida de la crónica –el más empleado en *El Periódico Extremadura*– y la entrevista –segundo género que aplica *HOY*–. Cierran el ranking los textos de opinión, que hemos catalogado bajo la denominación de artículo, y los reportajes, estos últimos con carácter

muy residual. El uso de las diferentes modalidades expresivas responderá a los fines que persiguen, por lo que veremos reflejadas en ellas las tres actitudes de la tarea periodística: informativa, interpretativa y valorativa.

En lo referente a la autoría, destacan las de la categoría redactor –rubricarán noticias y crónicas–, seguidas del “No dice” –no van firmados ni los editoriales ni aquellas informaciones atribuidas a las delegaciones de las redacciones– y, finalmente, las de colaborador. La escasez de colaboradores está relacionada, lógicamente, con el reducido número de artículos –concretamente columnas de opinión– que se han identificado.

Ambas empresas periodísticas se decantaron por un desarrollo muy visual de sus páginas: más del 80% de las piezas periodísticas se acompañaron de imagen. Fue el cacereño quien realizó un uso más frecuente de la fotografía, y el pacense quien incluyó el color para destacarlas y subrayarlas. Emergieron en las páginas las instantáneas de los encuentros, los entrenamientos, las ruedas de prensa o la celebración del ascenso, con miles de aficionados abarrotando la plaza de España de Mérida.

De acuerdo con los datos resultantes de este estudio, se confirma la primera de las hipótesis que enunciábamos: “Los diarios *HOY* y *El Periódico Extremadura* realizarán una cobertura muy destacada del ascenso del Mérida, principalmente por ser la primera vez que un equipo extremeño consiguió una gesta de tal magnitud”. Los dos rotativos enfatizaron convenientemente dicho acontecimiento y, además, ofrecieron un tratamiento muy similar, donde predominó la información de calidad, tal y como indican los ítems analizados. El esfuerzo informativo de *HOY* fue más sobresaliente y creemos que la empresa periodística respondió mejor y con más rapidez al desafío informativo. Por añadidura, no puede olvidarse su condición badajocense, por lo que la proximidad geográfica con Mérida condicionó también ese esfuerzo sobrevenido.

Se confirma solo en parte la segunda hipótesis: “El tratamiento periodístico responderá a los parámetros en los que se desarrolla este tipo de periodismo deportivo, por lo que creemos que encontraremos características que le son propias y que han sido destacadas por la bibliografía existente. Entre otras, un lenguaje bélico, titulares sensacionalistas o un uso importante de la fotografía”. Cabe señalar que el tratamiento

periodístico que han realizado ambos rotativos no incorpora lenguaje bélico; los titulares sensacionalistas se utilizan en bastante menor proporción que los informativos y el uso de la fotografía, aunque abundante, no se caracteriza por un exagerado tamaño. Achacamos esta circunstancia a dos cuestiones: 1) Este acontecimiento se produce en 1995, cuando al periodismo deportivo no había llegado aún la fuerte espectacularización que le viene caracterizando en los últimos años. Tampoco la competencia de internet o la llegada de las redes sociales –inexistentes, entonces– propició el empleo de recursos sensacionalistas para llamar la atención de los lectores. 2) *HOY* y *El Correo Extremadura* pertenecen al modelo de prensa informativo-interpretativo. Son, además, de carácter generalista y no temático, como pudieran ser *Marca* o *As*, por lo que sus secciones deportivas se encuadran dentro de las páginas de diario. Esto condicionó, sin duda, tanto el tratamiento informativo como la disposición de sus elementos textuales y gráficos. A modo de conclusión, podemos decir que la cobertura deportiva que hicieron los diarios extremeños respondió a los estándares de prensa seria y de calidad que representan las empresas periodísticas

Para finalizar, es importante reflexionar acerca de que la comunidad autónoma de Extremadura solo haya gozado, durante toda la historia del fútbol español, de cuatro temporadas en la élite. Por partida doble, Mérida C.P. y C.F. Extremadura, con José Fouto y Pepe Nieto como presidentes, lograron la gloria de ascender a la máxima categoría del fútbol español. Sin embargo, desde el año 1999, Extremadura no ha vuelto a tener representación en Primera División. De hecho, en la próxima temporada 2023-2024, el máximo representante –Mérida A.D.– jugará en 1ª RFEF. Este infortunio no lo sufren solo los aficionados, sino que afecta a jóvenes extremeños que sueñan con ser futbolistas y tienen que emigrar en busca de equipos que les ofrezcan esta posibilidad.

## 8. Bibliografía

- Alcoba, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Síntesis.
- Angulo Rincón, L. y Moreno Cano, A. (2016). Periodismo deportivo. El fútbol es el rey. *Revista Luciérnaga/Comunicación*, nº 16, p. 10-26. <https://acortar.link/FhTUoO>
- Armañanzas, E. (2016). *Opinión en prensa*. Universidad del País Vasco.

- Armentia Vizquete, J. I. y Caminos Marcet, J. M. (2003). *Fundamentos del periodismo impreso*. Editorial Ariel.
- Bernal, M. (1997). *La crónica periodística. Tres aproximaciones a su estudio*. Padilla Libros Editores & Libreros.
- Cantavella, J. y Serrano, J. F. (coords.) 2004. *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Ariel.
- Casasús, J. M. (1988). *Iniciación a la periodística*. Teide.
- De la Paz, J. C. (2023). Innovar en periodismo deportivo. Aportes desde una perspectiva interdisciplinar. *Universitas-XXI*, 38, 17-40. <https://doi.org/10.17163/uni.n38.2023.01>
- Fontcuberta, M. (1993). *La noticia, pistas para percibir el mundo*. Paidós.
- Grijelmo, A. (2006). *El estilo del periodista*. Taurus.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Paidós.
- Hernández, N. (2003). *El lenguaje de las crónicas deportivas*. Cátedra.
- López Hidalgo, A. (2019). *El titular. Tratado sobre las técnicas, modalidades y otros artificios propios de la titulación periodística*. Comunicación Social.
- Mangone, C. (1999). El discurso del periodismo deportivo: entre las filosofías de la vida y la guerra por otros medios. *Contratexto*, nº 12, 11-18. <https://acortar.link/vExtxm>
- Martín Vivaldi, G. (1990). *Curso de redacción*. Paraninfo.
- Martínez Albertos, J. L. (1991). *Curso general de Redacción periodística. Lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Thomson.
- Mayoral Sánchez, J. (2005). *Fuentes de información y credibilidad periodística*. Universidad Complutense de Madrid.
- Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica*. Universidad surcolombiana.
- Núñez Ladevéze, L. (1991). *Manual para periodismo*. Ariel.
- Pulido Esteban, F. y Sánchez Calero, M. L. (2016). El nuevo concepto de entrevista periodística: la entrevista participativa. En Actas del I Congreso



Internacional Comunicación y Pensamiento. *Comunicación y desarrollo social* (pp. 35-56). Egregius.

- Reyes, G. (1994). *Los procedimientos de cita. Citas encubiertas y ecos*. Arco Libros.
- Rojas Torrijos, J. L. (2011). *Periodismo deportivo de calidad. Propuesta de un modelo de libro de estilo panhispánico para informadores deportivos*. Fragua.
- Rojas Torrijos, J. L. (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. Universidad de Sevilla.
- Rojas Torrijos, J. L. (2015). La creciente banalización de los contenidos deportivos. *Cuadernos de periodistas*, nº 31, 48-56.  
<http://hdl.handle.net/11441/68349>
- Rojas Torrijos, J. L. (2021). El estado de la investigación en los Trabajos Fin de Máster en periodismo deportivo en España. *Revista de Comunicación*, 20 (1), 269-284
- Yanes Mesa, R. (2004). El artículo, un género entre la opinión y la actualidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 58, 1-10. <https://bit.ly/3VRtEHB>

### Índice de figuras

Figura 1. Periodistas extremeños en Eibar el día del ascenso .....	25
Figura 2. Benítez, jugador del Mérida C.P., en el Teatro Romano .....	27
Figura 3. Aficionados emeritenses celebran el ascenso .....	27
Figura 4. Cuéllar, jugador del Mérida C.P. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 5. Kresic y Quintero, entrenadores del Mérida C.P. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 6. Infografías previas a los partidos frente al Leganés y el Eibar .....	28

### Índice de gráficos

Gráfico 1. Número de textos periodísticos en <i>HOY</i> y <i>El Periódico Extremadura</i> .....	14
Gráfico 2. Total de noticias diarias en <i>HOY</i> y <i>El Periódico Extremadura</i> .....	16
Gráfico 3. Fuentes informativas en <i>HOY</i> y <i>El Periódico Extremadura</i> .....	17
Gráfico 4. Tipo de titulares en <i>HOY</i> y <i>El Periódico Extremadura</i> .....	20

Gráfico 5. Géneros periodísticos en <i>HOY</i> y <i>El Periódico Extremadura</i> .....	22
Gráfico 6. Autoría de los textos periodísticos en <i>HOY</i> y <i>El Periódico Extremadura</i> ....	24
Gráfico 7. Textos acompañados de imagen en <i>HOY</i> y <i>El Periódico Extremadura</i> .....	26
Gráfico 8. Textos con imagen en <i>HOY</i> .....	26
Gráfico 9. Textos con imagen en <i>El Periódico Extremadura</i> .....	26