



MEMORIA DE ACTIVIDADES 2013 (Diciembre 2012 – Mayo 2014)

INDICE

- 1. Web**
- 2. Merchandising**
- 3. Redes sociales**
- 4. Campaña “Las manos de la prensa, fuera del Madrid”**
- 5. Campaña “Otro Bernabéu es posible”**
- 6. Grada de Animación**
- 7. Asamblea General de Socios del Real Madrid C.F.**
- 8. Reuniones con el Club**
- 9. Foro de Debate**
- 10. Concurso de Relato Breve Primavera Blanca**
- 11. Libro “El Madrid contado por Madridistas”**
- 12. Asambleas Generales**
- 13. Cenas**
- 14. Circulares a los Socios**



1. WEB

Durante el último curso se ha realizado un remozado general del aspecto de la página, dándole un aspecto más moderno y permitiendo acceder a sus contenidos de forma rápida y sencilla. En la web pueden encontrarse todos los comunicados emitidos hasta la fecha (26) y todo el material audiovisual relativo a las actividades de la asociación, tales como intervenciones en la asamblea de socios compromisarios, presentaciones de firmas, mesas redondas y cenas de confraternización.

Los comunicados se redactan de forma colectiva, con uno o más ponentes realizando una primera versión o versiones. Estos textos preliminares son discutidos posteriormente entre todos los miembros de la junta, y una vez consensuado un texto definitivo éste es subido a la página.

Para el próximo curso se mejorará la tienda de productos, en la que se ofrecerán productos oficiales de Primavera Blanca pines, chapas, bufandas y similares. El pequeño margen de beneficio derivado de estas ventas se dedicará únicamente a sufragar actividades de la asociación. En cada memoria anual se ofrecerán todos los datos de ventas y de beneficios o pérdidas. Se está trabajando en un cambio de servidor para que esta tienda pueda funcionar de forma fluida y sin errores.

Además de la tienda, se quiere dinamizar la actualización de contenidos de la web, con comunicados más regulares, tanto sobre la grada como sobre las demás actividades de Primavera Blanca.

2. MERCHANDISING

Se han diseñado productos oficiales Primavera Blanca, bufandas, camisetas, sudaderas, mochilas, tazas, pines.

Se están buscando más productos que ofrecer a nuestros Asociados, bolígrafos, llaveros, agendas etc., con diferentes proveedores.

Están disponibles en nuestra página web, aunque la mayoría de las ventas se han realizado en las cenas, previas de los partidos y en los viajes organizados por la Asociación, con un notable éxito.

El porcentaje de las ventas de todos los productos supera el 65%. Teniendo en cuenta que los productos están disponibles desde el 14 Diciembre 2013, la aceptación de los mismos es muy buena.

Estamos trabajando para crear un diseño de Tienda Web mucho más atractivo que el actual, el cual estará disponible cuándo aumentemos nuestra capacidad informática.



3. REDES SOCIALES

A lo largo del año se han utilizado las cuentas de Twitter de la asociación (@primavera_rm y @pb_socios) como canal de información con nuestros asociados.

Desde @primavera_rm se han mandado los mensajes institucionales. Se publicaron los tuits en los que se informaba de la publicación de los comunicados de la asociación, o de las convocatorias para los diversos eventos que se han llevado a cabo.

En cambio, @pb_socios ha tenido un perfil más de canal de comunicación directa con los socios. Se han contestado las cuestiones, preguntas o comentarios que han llegado tanto a la propia cuenta como a @primavera_rm. Es la cuenta en la que se han publicado los resúmenes semanales de El Radio de Richard Dees.

La política de comunicación de la asociación en Twitter ha sido la de evitar las polémicas y las discusiones con otros usuarios, por eso nunca se han contestado las menciones con contenido injurioso o amenazante que han llegado a las cuentas de la asociación, sobre todo a raíz de la creación de la Grada de Animación. En muchos casos se ha procedido a bloquear al usuario, pues la discrepancia está bien pero otra cosa es el insulto o la amenaza.

Ambas cuentas han estado, y continúan estando, vinculadas al Facebook de la asociación. Por lo que cualquier contenido que se publicaba en Twitter tenía su réplica en Facebook.

4. CAMPAÑA “LAS MANOS DE LA PRENSA, FUERA DEL MADRID”

La prensa deportiva madrileña consideró una victoria propia la salida en junio de 2013 del entrenador del Club, después de tres años de incesante guerra mediática. La Junta Directiva de Primavera Blanca acordó que debían pagar lo que consideró una campaña propagandística que desbordaba todos los límites de la libre expresión, al haber manipulado sistemáticamente la información, para condicionar la opinión de los socios del Real Madrid, persiguiendo enfrentarlos a la política deportiva de la Junta Directiva del Club.

Para conseguirlo hizo un llamamiento a la colaboración de los socios de la Asociación en la recogida de firmas de socios del Real Madrid, en solicitud a la Junta Directiva del Club de que se cancelaran todos los contratos de colaboración comercial con As y Marca sobre cesión de material licenciado por el Club para uso en sus promociones comerciales, tal y como ya se había demandado al Club en el Comunicado nº 1 de la Asociación el 15 de diciembre de 2012.

La recogida de firmas se programó para el inicio de la nueva temporada. Se llevaría a cabo a las puertas del Santiago Bernabéu en los partidos a celebrar los meses de agosto y septiembre de 2013. En la cena celebrada en el mes de junio, la campaña fue presentada a los asistentes. El llamamiento a la colaboración de los socios de la Asociación fue publicado el 12 de julio, en el Comunicado nº 15, bajo el lema “LAS MANOS DE LA PRENSA, FUERA DEL MADRID”.

Se pidió a los residentes fuera de Madrid la recogida de firmas de socios del Madrid de su entorno, y su envío por correo a Primavera Blanca. A los residentes en Madrid, su colaboración en la recogida de firmas a las puertas del Santiago Bernabéu, antes de los partidos de los días 22 de Agosto, en el partido del Trofeo Santiago Bernabéu; 1 de



Septiembre, contra el Athletic; 22 de septiembre contra el Getafe; y 29 de septiembre contra el Atlético. Incluso varios residentes de fuera de Madrid quisieron venir a colaborar en alguno de los partidos.

A todos nuestros socios se les solicitó un donativo voluntario, en la medida de sus posibilidades, para financiar el material de propaganda, que se podía hacer vía Paypal, desde nuestra web, o por vía de transferencia bancaria.

Se recibieron 171 donativos por importe total de 4.972€, que se invirtieron en la producción de tres pancartas de 9 metros de largo y una pancarta de 4 metros de largo, 80.000 flyers DIN-A-6, 15.000 flyers DIN-A-5, 5.000 pegatinas con el eslogan de la campaña, 2.000 carteles DIN-A-3 impresos a dos caras, la contratación de una charanga, y la adquisición de los materiales necesarios para la recogida de firmas, camisetas y bufandas para los voluntarios que participaron en la misma.

Se configuró un grupo de unos 70 voluntarios pionero, en la primera acción "de calle" de Primavera Blanca; por tanto, sin experiencia previa. El empeño fue muy positivo. Nuestros voluntarios se hicieron notar alrededor de todo el Santiago Bernabéu, mediante los carteles y difusión de flyers, que estuvo incluso acompañada de una charanga antes del partido contra el Atlético. A pesar del reducido número de personas entre tantas decenas de miles de asistentes al Estadio, supimos hacernos presentes. Hubo socios del Madrid, informados de la acción previamente a través de Internet y las redes sociales, que buscaron a los voluntarios para firmar.

Una Asociación todavía muy reciente, sin experiencia en el trabajo en la calle, y que se enfrentaba a unos enemigos poderosos dada la finalidad de la campaña, arriesgaba mucho poniéndola en marcha, pero la campaña fue un éxito. Superó ampliamente el objetivo de firmas de la solicitud que se había planteado y a nivel interno Primavera Blanca salió reforzada, aunque se ganó para los restos la hostilidad de dos emporios de comunicación muy poderosos, que identificaron un nuevo enemigo, amateur pero correoso, al que había que combatir en el futuro. Su hostilidad posteriormente se ha puesto de manifiesto en el tratamiento (des)informativo de la Grada de Animación que puso en marcha el Club en enero de 2014. El impacto positivo, a nivel interno, se tradujo en el aumento considerable de nuevos registros de asociados y de nuevas donaciones y ofrecimientos de colaboraciones de trabajo voluntario de madridistas que quisieron apoyar a PB.

En fin, la meta que nos habíamos planteado era ampliar en la masa social del Real Madrid la conciencia de la parcialidad del tratamiento del Real Madrid en los diarios deportivos madrileños y la hostilidad hacia la política de la Junta directiva que era la causa de aquél, y alcanzar 2.000 firmas de socios del Real Madrid, que respaldaran con su nombre, apellidos y número de socio la solicitud a la Junta Directiva, de retirarles las promociones de productos licenciados por el Club que tan eficazmente contribuían a su cuenta de resultados.

El resultado final fue una amplísima difusión de la idea de la necesidad de independencia frente a los medios, reflejada entre otras cosas en el amplio conocimiento del eslogan de la campaña entre los asistentes al Estadio, y asimismo su favorable acogida por los socios compromisarios en respuesta a las intervenciones de nuestros socios representantes en la Asamblea General de Socios celebrada en septiembre. Se alcanzaron 3.433 firmas de socios del



Club respaldando la petición, que fueron entregadas al Director del Área Social, el 4 de octubre de 2013.

5. CAMPAÑA “OTRO BERNABEU ES POSIBLE”

La campaña de “Las manos de la prensa fuera del Madrid” proporcionó una serie de aprendizajes sobre la afición del Bernabéu que resultó clave para acciones futuras.

Entre ellos, que existen dos estadios Santiago Bernabéu. Uno, comprometido con el Club, con el equipo, implicado con su suerte y su destino. Otro, mercantilizado, con actitudes de cliente engrdeído, que se cree con derecho a que nuestros jugadores le llenen la vitrina de Copas de Europa, sin más implicación por su parte que la de pagar el precio del abono.

Contra lo que parecería a primera vista, el Madrid es tan grande que ambos sectores son reconciliables. Así se ha demostrado en algunas ocasiones señaladas, y así tiene que ser todos los días de fútbol. Ese ambicioso fin es precisamente el que nos marcamos en Primavera Blanca.

La Asociación se dirigió a la Junta Directiva del Club con el fin de solicitar implicación para un proyecto a largo plazo que comprenda cambios en la política de comunicación, de educación de la afición, de la animación y de las relaciones entre diferentes estamentos del Club.

Por parte de la Asociación se comprometió a promover acciones que involucrarán a socios y simpatizantes en debatir sobre éste nuevo Bernabéu que se pretende. Fruto de ello han sido los proyectos del Foro de Debate, la participación en la Grada de Animación y el Concurso de Relatos cortos.

6. GRADA DE ANIMACIÓN

En el Comunicado nº18, aprobado por la mayoría de la Junta Directiva, se detallan y exponen los motivos de participación de Primavera Blanca en la nueva Grada de Animación. El desencadenante directo fue una situación crítica de la animación del Estadio. El conflicto frontal entre los nuevos directivos del Grupo Ultras Sur, que han prácticamente monopolizado la animación del Bernabéu durante los últimos 30 años, y el Club. Este desencuentro provoca una reorganización de la grada del fondo Sur que se entiende como una oportunidad de mejorar la Animación del Estadio, circunstancia que encaja perfectamente con la iniciativa de Otro Bernabéu es posible.

El Club en su Comunicado del día 26 de Diciembre menciona expresamente la posibilidad de incorporarse a la nueva Grada de Animación a miembros de Peñas, y de Asociaciones legalmente reconocidas, como Primavera Blanca. Sin embargo los socios del Real Madrid CF tienen prioridad.

Hasta el día 15 de Enero aproximadamente el Club solo acepta solicitudes de Socios del Real Madrid Club de Fútbol, inscribiéndose aproximadamente unos 350, solo entonces pueden ser inscritos miembros de Peñas y Asociaciones. Otros colectivos como Orgullo Vikingo y Berserkers renuncian a colaborar con la Grada de Animación. Primavera Blanca realiza entonces un enorme esfuerzo de reclutamiento entre sus socios, bajos unas circunstancias de



hostilidad manifiesta por parte de miembros y simpatizantes del grupo Ultras Sur, tanto en la calle, como en el Estadio, como en Redes Sociales. Varios miembros de Primavera Blanca sufren un “escrache” en la puerta 28 del Fondo Sur al entrar en la Grada provisional el día 7 de Enero contra el Celta, son sometidos a graves insultos y amenazas.

Aproximadamente, unos 200 miembros de Primavera Blanca se unen a la Grada de Animación convirtiéndose en una de las partes más animosas y entusiastas del nuevo proyecto, aspecto reconocido tanto por el Club como por parte de interlocutores presentes en la Grada.

Primavera Blanca también pasa a formar parte del Comité de Grada compuesto por miembros de la Asociación, de la Peña La Clásica, de los antiguos abonados entre los que se encuentran miembros destacados de Ultras Sur, y del Club. Con el objeto de coordinar las actividades de la grada.

Primavera Blanca ha ofrecido a sus socios la posibilidad de entrar en la lista de cesiones (Asamblea informativa del día 22 de Febrero) que permite adquirir en las taquillas del Club entradas cedidas por abonados de la grada que no puedan acudir a un determinado partido a un precio de 15€ . El interesado se apunta en una lista de espera controlada por el Club y debe adquirir la entrada (que es nominativa) previa presentación del DNI, del mismo modo en el torno de acceso a la grada debe volver a mostrar el DNI y entrada.

La Asociación adquiere exclusivamente con fondos propios diverso material para la grada, como un estandarte, varias banderas, y diversas pancartas. La exhibición de todo este material en la grada provocó rechazo, desprecio, e insultos por parte de miembros del grupo Ultras Sur.

Miembros de Primavera Blanca cogen en micrófono del speaker de animación de la Grada en los partidos contra el Osasuna en Copa, y contra el Español en Copa, sufriendo el sabotaje por parte de miembros de Ultras Sur.

Con el objeto de promover la unión y compañerismo de los miembros de la Grada de Primavera Blanca, la Asociación ha promovido previas en un bar cercano al Estadio, donde ha ofrecido importantes descuentos para la adquisición de consumiciones. A estas previas han acudido de media unas 80 personas, que constituyen, sin menoscabo del resto, el núcleo más comprometido de Primavera Blanca en la grada.

Ante la negativa por parte del grupo Ultras Sur de realizar tifos, se organizó una modestísima escenografía para el día del partido contra el FC Barcelona en Liga. Con medios propios, la inestimable ayuda de la Peña la Clásica y supliendo la falta de experiencia con mucho trabajo e ilusión se confeccionaron una serie de pancartas y carteles alusivos a los problemas de la entidad azulgrana con la Agencia Tributaria. Todo este material fue destruido con violencia por miembros del grupo Ultras Sur en el momento de ser exhibido el tifo durante el partido.

Las relaciones con otros Colectivos han sido diversas:

Se han llevado a cabo múltiples actividades junto a la Peña La Clásica, como previas, y desplazamientos tanto en España como en Europa.



Con los miembros del grupo Ultras Sur ha existido buena relación con sus interlocutores en el Comité de Grada, así como con muchos miembros a título personal. Pero también ha habido fuerte tensión con miembros de ese grupo que han proferido todo tipo de insultos, ofensas y difamaciones contra nosotros durante los partidos. Esta tensión ha ido in crescendo culminando con el hecho casi inédito observado en el partido Castilla-UD Las Palmas en el que los miembros de Ultras Sur realizaron cánticos ofensivos contra esta Asociación durante más de un minuto.

Nuestro apoyo decidido hacia una grada apolítica, sin violencia, donde predomine el color blanco y morado, y sobre todo, controlada por el Club, nos ha convertido en objetivo evidente por parte de muchos miembros de Ultras Sur, que parecen no entender que en el futuro no hay opciones viables de una Grada “arrendada” y que el camino de la ampliación, que todos manifestamos perseguir -desde luego Primavera Blanca desde que lanzó su campaña “Otro Bernabéu es posible”- pasa necesariamente por una Grada eficaz y sin conflictos. Todo ello, ha hecho de la convivencia en el fondo una labor cuanto menos complicada.

Con todo el aprendizaje obtenido durante estos meses y con la vista puesta en el futuro, se realizó un informe sobre la Grada que fue entregado al Club. En él se expone de manera más detallada muchos aspectos aquí descritos. Contamos con tener conocimiento sobre los planes del Club a la mayor brevedad posible para así poder comunicar a los socios de Primavera Blanca la posibilidad de incorporarse a la Grada u otras opciones.

7. ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS DEL REAL MADRID C.F.

Intervinieron dos miembros de la Junta Directiva de Primavera Blanca en el turno de ruegos y preguntas de la asamblea de socios representantes del Real Madrid C.F.:

Mario Gómez socio nº 45017

Apoyó las cuentas del ejercicio presentadas con anterioridad, preguntó por el contrato televisivo con Mediapro y expresó su inquietud por si el Club decidía renovar con dicha empresa por sus problemas de liquidez.

Pidió que el club retirara los productos promocionales con licencia del Club a los diarios deportivos.

Manuel Matamoros socio nº 44833

Reconocimiento a la gestión económica, societaria y deportiva. Destaca el mérito del club de competir económicamente con los magnates del petróleo y los oligarcas Rusos.

Defendió la independencia del madridismo y muestra su preocupación por el intento de gobernar el club por parte de algunos medios de comunicación. Solicitó al club retirar los productos licenciados a los periódicos que no nos tratan con respeto y consideración, reiterando que son su gran fuente de ingresos.

8. REUNIONES CON EL CLUB



Como uno de los instrumentos inherentes a la consecución de sus fines, la Asociación se ha preocupado de mantener un contacto fluido y permanente con la Junta directiva y la dirección del Real Madrid, C.F.

Inmediatamente después de la constitución de la Asociación fueron presentados a la Dirección general del Club su manifiesto fundacional y sus estatutos junto con la expresión de su voluntad de mantener una relación leal, basada en la autonomía de criterio de la Asociación.

Ello implica el planteamiento franco de las discrepancias de la Asociación con las políticas o acciones de la Junta directiva, pero su voluntad de conciliar las diferencias previamente a la formulación pública de las discrepancias, siempre que ello sea posible, sin renuncia de la Asociación a la utilización de todos los medios legítimos a su alcance para la expresión de las mismas, y para reivindicar su posición, en caso de no poderse conciliar.

En segundo lugar, pero no menos importante, la absoluta disposición de la Asociación a colaborar sin reservas en las políticas y acciones del Club que entendiera que mejor se avenían a la defensa de los principios de universalidad del madridismo y de los pilares en los que la historia del Madrid nos enseña que se ha asentado su grandeza: su permanente proyección hacia el futuro; su concepción empresarial, sin renuncia a su capital simbólico, transferido por los socios a los socios de generación en generación; su independencia frente a los poderes políticos, financieros o mediáticos, y su no sumisión a los mismos; y en el ámbito de la gestión deportiva, la supremacía del principio del mérito profesional sobre otros criterios como la afinidad o pertenencia.

En tercer lugar, promover que el Club se esfuerce en la difusión al mundo de la verdadera historia del Madrid, frente a la falsificación promovida por los medios de comunicación más afines a nuestros rivales, y contribuir a esa tarea en la medida de las posibilidades de nuestra Asociación, para lo que facilitan un instrumento idóneo las nuevas tecnologías de comunicación.

En desarrollo de este planteamiento inicial, durante el ámbito temporal que abarca esta memoria se han mantenido numerosas reuniones y conversaciones con distintos cargos de las líneas directiva y ejecutiva del Club: Presidente, Vicepresidente social, Director general, Director del Gabinete del Presidente, Director del área social, Director de Fútbol, y Director del Departamento de Peñas, según procediera, en razón de la oportunidad o de las cuestiones objeto de las reuniones, en las que, bajo la coordinación del área de relaciones institucionales, numerosos miembros de la Junta directiva de la Asociación han presentado las reivindicaciones de la Asociación expresadas en sus comunicados, y defendido sus ideas para mejorar el Madrid, particularmente el concepto, finalidad y acciones de la campaña "Otro Bernabéu es posible", con la fundamental reivindicación de ampliación de los focos de animación en el Estadio, así como de distintas ideas concretas vinculadas al mejor funcionamiento del ambiente del estadio; la reivindicación de la adjudicación de abonos a los socios que venían adquiriendo la entrada electrónica anual en desfavorables condiciones económicas; la reivindicación de la emisión en abierto y difusión por Internet de la programación de Real Madrid TV; la presentación de las firmas de la campaña "Las manos de la prensa, fuera del Madrid"; la presentación de los resultados de la encuesta realizada a los socios de Primavera Blanca sobre la remodelación del Estadio; la presentación del libro "El



Madrid contado por madridistas”; y, naturalmente, la reivindicación de la participación de los socios de Primavera Blanca en la nueva Grada de Animación; la de inclusión en la misma de segmentos de edad excluidos por la nueva normativa; y derivadas de la participación de los socios de Primavera Blanca, han sido muy numerosas reuniones destinadas a la discusión de medidas concretas para contribuir al funcionamiento transicional de la GA durante los meses de enero a mayo de 2014, y la presentación del informe de la experiencia de la Grada durante dicho periodo en el que se incluye el planteamiento de distintas alternativas para posibilitar su crecimiento, cuestión prioritaria, a juicio de nuestra Asociación, pero compleja en un Estadio altamente saturado. En esta última materia se centran las conversaciones con el Club a la altura de la celebración de las Asambleas Generales Ordinaria y Extraordinaria.

9. FORO DE DEBATE

El 23 de octubre de 2013 tuvo lugar en la Sala de Conferencias del Ateneo de Madrid el Primer Foro de Debate ‘Primavera Blanca’, que versó sobre el tema “Periodismo Deportivo vs. Redes Sociales: ¿El fin del cuarto poder?”.

El evento contó con la presencia de Juan Guerrero Burgos (ex presidente de Primavera Blanca), Juan Ignacio Gallardo (subdirector del diario Marca) y Siro López (periodista independiente).

Durante el desarrollo de la charla, que se extendió desde las 18:00 horas hasta las 20:00, se abordaron diversos temas relacionados con la praxis del periodismo deportivo actual, así como su difícil convivencia con las redes sociales.

Tras una breve exposición de sus respectivas tesis, los ponentes dieron paso a un ameno debate en el que se hizo especial incidencia en la menguante credibilidad de la prensa tradicional. Así, se puso sobre la mesa la realidad del empeoramiento de la imagen del periodista y se plantearon las posibles soluciones.

Los asistentes al evento pudieron formular preguntas e interactuar con los ponentes. La involucración de nuestros asociados no era sino el principal objetivo de este Primer Foro de Debate, que abrió la veda a una iniciativa de vital importancia para Primavera Blanca.

Desde su fundación, esta Asociación ha promovido la creación de instrumentos para enriquecer el conocimiento de la afición madridista; ofrecer una visión alternativa del fútbol y del “otro fútbol”, entendiendo por tal el entorno que rodea a futbolistas y técnicos y condiciona el funcionamiento del espectáculo futbolístico.

10. CONCURSO DE RELATO BREVE PRIMAVERA BLANCA

Una vez convocado el concurso en la página web de PB, intentamos contactar con el mayor número posible de páginas webs de concursos literarios o relacionadas con la escritura y/o lectura. De esta forma dimos difusión al concurso en una quincena de páginas web de ese perfil (*Tregolam.com*, *premiosliterarios.com*, *escrituracreativa.com*, *stardustcf.com*, *1arte.com*, *arteenred.com*, *guiaconcursos.com*, *escritores.org*, *letralia.com*, *caperucitadeasfalto.com*, etc.). Sin salir del apartado Internet, obtuvimos difusión en dos grupos de Facebook especializados en concursos literarios, y por supuesto, se difundió a través de las cuentas Twitter y Facebook de la asociación.



Por otra parte, se repartió folletos y carteles en uno de los Institutos de Bachillerato de Excelencia de Madrid, el IES San Mateo, con la intención de llegar a potenciales concursantes jóvenes pero con interés por la escritura y el Real Madrid.

En último lugar, María, Guillermo, Hugo y Álvaro pegaron en torno a 200 carteles en las facultades de Filología y Filosofía, Periodismo y Derecho de la Universidad Complutense de Madrid, las de Filología y Derecho de la Universidad Autónoma de Madrid y en varios centros de la Universidad de Alcalá de Henares. Nuestra prioridad fue, evidentemente, las facultades de carreras de letras.

En lo que se refiere a la participación, recibimos 61 relatos, la gran mayoría a pocos días del fin del plazo.

13. LIBRO “EL MADRID CONTADO POR MADRIDISTAS”

Gracias a la entrega de todos, a las once de la mañana del 24 de mayo de 2014, en el hotel Altis de Lisboa, pudo llevarse a cabo la presentación de “El Madrid contado por Madridistas”, libro prologado por el escritor Jorge Bustos, que incluye 25 relatos inéditos seleccionados por el Jurado entre los presentados al Primer Concurso Internacional de Relato Corto Primavera Blanca.

Como notarios del acto intervinieron el Director de Fútbol del Real Madrid C.F., **Miguel Pardeza**, el Director de la editorial Prime Books, **Jaime Abreu**, y el autor del prólogo “Los cuatro predicados del madridismo”, el escritor **Jorge Bustos**.

En representación de la asociación intervinieron su Secretario, **Guillermo Estévez**, en funciones de Secretario del Jurado del Concurso literario, y dos de los socios de *Primavera Blanca* cuyos trabajos más han destacado en Internet por su creativa contribución a defender al Real Madrid y fomentar el madridismo: **Luis Calles**, editor del emocionante vídeo “*El Retorno del Rey*”, que alcanzó los primeros puestos de difusión en *YouTube* durante los días previos a la Final, con más de un millón de visualizaciones en una semana, y el periodista **Richard Dees**, autor del podcast “*El Radio*”, que con sus 465 entregas es el producto más relevante de la comunicación madridista en la Red.

Una unidad de **Real Madrid TV** estuvo presente en el acto, del que hizo un resumen en sus noticiarios. También asistió el Director del Área Social del Real Madrid, C.F. **José Luis Sánchez**.

Con su felicitación a los autores de los relatos seleccionados, que se expresan desde las más diversas sensibilidades del madridismo, *Primavera Blanca* manifiesta su confianza en que esta obra colectiva, nacida de la afición a la literatura y el hondo sentimiento madridista que comparten tantas gentes buenas de todas partes del mundo, contribuya positivamente a difundir en el mundo de habla española el orgullo de sentirse madridista sin ninguna clase de sectarismo.

EL MADRID CONTADO POR MADRIDISTAS, concebido como una de las acciones de nuestro programa “**Otro Bernabéu es Posible**”, estará a la venta en fechas próximas en las principales librerías de Madrid y resto de España.



14. ASAMBLEAS GENERALES

En el mes de Abril del 2013 tuvo lugar la primera asamblea general en el Bar La Cama, donde se nombró a la junta directiva, entre otros puntos.

En el mes de Junio del 2013 se produjo la primera reunión de la junta directiva donde se establecieron las líneas maestras de las actuaciones y estrategias a seguir para la siguiente temporada, principalmente, la campaña “Las Manos de la Prensa Fuera del Madrid”.

En el mes de Julio del 2013 despedimos la primera temporada con una entrañable cena en la terraza del estadio del Moscardó con la asistencia de más de 120 personas. El Presidente de la Asociación no asistió.

En el mes de Agosto del 2013, coincidiendo con el comienzo de la nueva temporada hubo reuniones informativas y de coordinación para la recogida de firmas de la campaña “Las Manos de la Prensa Fuera del Madrid”. El Presidente de la asociación no asistió.

En el mes de septiembre del 2013 se hizo entrega al Club de las firmas recogidas en la Campaña. El Presidente del Club no asistió.

En el mes de Octubre del 2013 tuvo lugar una nueva reunión de la junta directiva a la que también asistieron socios de Primavera Blanca con ánimo de colaborar y donde se hizo balance de la campaña, así como nuevas ideas para la asociación, como la organización de foros de debate presenciales con personalidades del mundo del deporte y potenciar una de nuestras líneas estratégicas establecidas desde el principio, la de “Otro Bernabéu es Posible”.

En el mes de Noviembre del 2013 hubo una nueva reunión de la Junta Directiva analizando el devenir de los últimos acontecimientos relacionados con el Real Madrid.

En el mes de Noviembre se organizó en el Ateneo de Madrid el primer foro de Primavera Blanca con el título “Periodismo Deportivo vs. Redes Sociales: ¿El fin del cuarto poder?” y con la presencia de casi 100 personas.

El 14 de Diciembre de 2013 tuvo lugar la Cena de Navidad en El Pardo, con la asistencia de 150 personas, incluido el vicepresidente segundo del club, así como el responsable del área social y el director de RMTV.

En el mes de marzo de 2014 tuvo lugar una asamblea informativa en el Hotel Puerta Castilla, para aclarar cualquier duda respecto a nuestra postura sobre la nueva Grada de Animación.

Aparte de estas reuniones, las conversaciones son continuas entre los miembros de la junta para coordinar tareas, redacción de comunicados y el establecimiento de cualquier asunto relativo para el buen funcionamiento de la Asociación y buen ejecución de sus fines.

15. CENAS

Desde la fundación de Primavera Blanca se han organizado dos cenas, para fomentar las relaciones, poder compartir e intercambiar opiniones, ideas, etc. entre los Asociados:



- 15 Junio 2013.
- 14 Diciembre 2013, coincidiendo con el primer aniversario de nuestra fundación.

En ambas la asistencia ha sido muy importante, por encima en las dos ocasiones de las 100 personas, lo que indica el compromiso e interés de nuestros Asociados.

En la cena Primer Aniversario estuvo representado oficialmente el Real Madrid C.F., con la presencia del Vicepresidente, Sr. Fernández de Blas; Director del Área Social, Sr. Sánchez y Director de RMTV, Sr. Alcaide.

17. CIRCULARES A LOS SOCIOS

Durante el presente curso se hizo llegar una decena de circulares a los socios de Primavera Blanca, convocándolos a distintas actividades de la asociación, tales como asambleas y cenas. Estas circulares nos parecen el medio de comunicación más eficaz debido a su inmediatez, pero su uso se ha limitado debido a las limitaciones del servidor usado actualmente, que sólo permite enviar un número determinado de mensajes en un mismo bloque, y en el que se producen frecuentes errores. Una vez realizado el traslado a un nuevo servidor, el envío de circulares se dinamizará y servirá para mejorar notablemente la comunicación con los asociados.

JUNTA DIRECTIVA PRIMAVERA BLANCA