



Universidad de Valladolid

CURSO 2016-2017

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

La relación existente entre el periodismo deportivo y el periodismo taurino: el caso de *Marca* y *Marca.com*

Alumno: Alejandro Calderón Rodrigo

Tutora: D^a Virginia Martín Jiménez

Convocatoria: julio 2017

ÍNDICE

| | Página |
|------------------------------------|---------------|
| 1. Introducción..... | 1-7 |
| i. Justificación..... | 1-2 |
| ii. Objetivos..... | 2-3 |
| iii. Hipótesis..... | 3- 4 |
| iv. Fuentes..... | 4-5 |
| v. Metodología..... | 5-6 |
| vi. Estructura..... | 7 |
| | |
| Capítulo 1..... | 8-10 |
| | |
| Capítulo 2..... | 11-18 |
| | |
| Capítulo 3..... | 19-24 |
| | |
| Capítulo 4..... | 25-43 |
| | |
| 2. Conclusiones..... | 44-45 |
| | |
| 3. Fuentes consultadas..... | 46-48 |
| | |
| 4. Anexos..... | 49-50 |

1. Introducción

El Trabajo de Fin de Grado titulado con el nombre de “La relación existente entre el periodismo deportivo y el periodismo taurino: el caso de *Marca* y *Marca.com*” es una investigación llevada a cabo con el interés de demostrar el vínculo de unión entre el deporte y la tauromaquia, que les conduce a que ambas ramas aparezcan ligadas en los medios de comunicación. Este trabajo ha sido elaborado por Alejandro Calderón Rodrigo bajo la tutorización de la profesora Dra. Virginia Martín Jiménez.

i. Justificación del trabajo

Desde años atrás y hasta hoy en día, el deporte, concretamente el fútbol, y la tauromaquia han sido dos profesiones que han estado muy unidas por diversos motivos. Uno de ellos es por ejemplo el de la preparación física, y es que ambas profesiones están relacionadas con las actividades de este tipo y tanto en el deporte como en la tauromaquia es imprescindible que las personas que llevan a cabo la práctica de estas se encuentren en unas condiciones óptimas.

La relación entre el deporte y la tauromaquia viene desde lejos e incluso en épocas previas al nacimiento de la era Cristiana ya se desarrollaban actos en los que se combinaba el juego con los toros y la actividad física, como por ejemplo en la Antigua Grecia en la que se llevaban a cabo los conocidos como “saltos de toros”, que eran considerados como un deporte que tenía como fin que una persona saltase un toro después de cansarlo. Con el paso del tiempo esta fiesta ha ido evolucionando hasta llegar a nuestros días, y dicha actividad sigue muy vinculada al deporte.

Una clara prueba de ello es que a la hora de informar sobre esta actividad, los toros no solo están presentes en medios de comunicación de carácter general sino que también lo están en aquellos que están especializados en materia deportiva, de los cuales pasan a formar parte como una sección más, siendo uno de los casos más representativos de esto el del diario deportivo *Marca*. Este es el único medio de comunicación de deportes que actualmente ofrece información sobre tauromaquia, después de que el *Diario AS* dejara de

hacerlo hace unos años. Tanto en su versión en papel, cuando se están dando lugar ferias taurinas de relevancia como puede ser la de San Isidro de Madrid, la de San Fermín de Pamplona o la de ciudad vecina de Bayona en Francia, entre otras, como en su versión *online* con una frecuencia más continua, cuenta con información de este tipo. Este motivo ha sido el principal para la elección del tema a tratar, y es que resulta llamativo ver como una actividad que históricamente siempre ha estado ligada a la cultura – cuenta con distinciones como Patrimonio Cultural de España o Bien de Interés Cultural en diferentes comunidades- , tenga presencia en este caso en medios deportivos que distan mucho de esta riqueza cultural.

Otro aspecto que ha propiciado esta investigación es el tratamiento de la información que se lleva a cabo en cada versión, puesto que la cobertura que se realiza en *Marca* y en *Marca.com* de la actualidad del panorama taurino es completamente diferente, ya que los patrones que siguen una y otra son distintos.

Por último, otro de los motivos para la elección acerca del tema ha sido la falta de estudios realizados respecto a esta relación entre deporte y tauromaquia, algo que a pesar de estar muy presente no ha sido capaz de llamar la atención de ningún investigador, por lo que considero que con la ejecución de este trabajo de investigación podría poner el primer escalón para futuras investigaciones sobre esta materia. Sí que hay, en cambio, investigaciones y trabajos acerca del periodismo taurino, realizados entre otros por Verónica del Haro (2006, 2012, 2013), Manuel Bernal (1997), Celia Forneas (2008) u Olga Pérez Arroyo (2004), y sobre el diario deportivo *Marca*, pero respecto a la relación entre deporte y toros existe un vacío que resulta interesante tratar.

ii. Objetivos

Esta investigación acerca de la relación existente entre el periodismo deportivo y el periodismo taurino cuenta con una serie de objetivos que se pueden clasificar en objetivo general y en objetivos secundarios.

Objetivo general

Esta investigación tiene por objeto de estudio el demostrar el vínculo de unión que existe en la prensa deportiva española entre la tauromaquia y la actividad física o deportiva, que deriva en que medios como *Marca* o *Marca.com* informen en sus páginas sobre contenidos relacionados con el mundo del toro y todo lo que le rodea, desde coberturas de festejos y ferias a información de relevante actualidad.

Objetivos secundarios

Por otro lado, los objetivos secundarios con los que cuenta este trabajo de investigación son los siguientes:

- El primer objetivo secundario será demostrar que *Marca* incluye por lo general crónicas mientras que *Marca.com* ofrece una mayor variedad de géneros.
- En segundo lugar, verificar que la página web de *Marca*, *Marca.com*, ofrece un seguimiento de actualidad de información taurina mayor que la versión impresa.
- Demostrar que la cobertura de las ferias tanto en *Marca* como en *Marca.com* suele ser mayoritariamente de plazas de primera categoría.
- Verificar que las informaciones de *Marca.com* cuentan con un mayor número de imágenes que las de la versión impresa.
- Comprobar que en los contenidos acerca de los que informan *Marca* y *Marca.com* predominan acontecimientos e informaciones ocurridos en España.
- Demostrar que en la versión *online* hay un mayor número de autores que en la versión impresa.
- Verificar que tanto en la versión impresa como en la *online* existe predominio de titulares opinativos.

iii. Hipótesis

En la actualidad, la información taurina debido a su relación con la actividad física, cuenta con presencia en medios de comunicación deportivos como es el caso de *Marca* y *Marca.com*, en los cuales se ofrece información y cobertura de los principales hechos trascendentales y de interés del mundo del toro y un seguimiento de las ferias más

importantes que tienen lugar tanto en España como en Francia, Portugal, México y América Latina; desarrollándose un tratamiento diferencial entre la versión en papel y la versión digital.

iv. Fuentes

La información acerca de los temas tratados se ha obtenido, por un lado, a través de las hemerotecas de las dos versiones del diario *Marca*, la de papel y la *online*, y por otro lado a través de la entrevista realizada a Carlos Ilián, periodista taurino de *Marca* y *Marca.com*, y de una revisión bibliográfica en la que se han incluido tanto libros y artículos.

La consulta de la hemeroteca de la versión de papel de *Marca* a través de *Orbyt.com* y la de la página web en *Marca.com* han sido de utilidad para poder estudiar los diferentes ejemplares que han sido necesarios para llevar a cabo el análisis de cada una de las versiones.

Por otro lado, la entrevista realizada a Carlos Ilián vía *e-mail* ha permitido conocer numerosas cuestiones acerca de la historia de *Marca*, principalmente del apartado taurino de este medio, el cual está dirigido por el entrevistado. Además de la información proporcionada por Carlos acerca del medio en el que trabaja, el libro de Carlos Toro “*La historia de Marca. El retrato de siete décadas de ilusiones*” ha servido para obtener un tipo de información más general de la historia de *Marca* en un periodo que abarca desde su nacimiento hasta el año 2008.

En lo que a materia vinculada al mundo de los toros y concretamente al ámbito del periodismo taurino, la obra de José María Cossío titulada “*Los Toros. Tratado técnico e histórico*” y los diferentes trabajos de Verónica de Haro de San Mateo como por ejemplo los artículos “*El periodismo taurino en la Historia del Periodismo Español*” o “*Los toros en la prehistoria de la televisión*” han sido claves para la obtención de información, además de otros libros y artículos de especialistas en el tema como, entre otros, José Luis Ramón Carrión o Francisco J. Flores Arroyuelo.

Por último, también han sido importantes para la realización de este trabajo de investigación las páginas web de numerosos medios de comunicación, portales y programas y hemerotecas de bibliotecas, que cuentan con información sobre su historia y que permiten conocer diversas cuestiones sobre su trabajo, así como las de empresas encargadas de estudiar la tirada, difusión y audiencia de medios de comunicación, que han facilitado la consulta de datos y la obtención de gráficos.

v. Metodología

Con esta investigación, lo que se pretende se llevar a cabo es un estudio acerca de la presencia de información taurina en las páginas de medios deportivos, concretamente en el diario *Marca*, tanto en su versión impresa como en su versión *online*.

Para poder llevar a cabo dicha investigación, se realizará un estudio de la cobertura desarrollada por *Marca*, tanto en la versión tradicional como en su sitio web, sobre contenidos de tauromaquia en el año 2016.

El estudio se extiende entre el 1 de enero del año 2016 y el 31 de diciembre del 2016 – ambos inclusive-. El motivo de la elección de este periodo de tiempo a analizar ha sido el de estudiar la cobertura que ha llevado el diario *Marca* tanto en su versión impresa como en su versión *online* de la última temporada taurina que ha tenido lugar en España, Francia y América Latina. En esta observación ejecutada se han ido analizando, en base a una serie de parámetros reflejados en una ficha de análisis, todos los ejemplares publicados diariamente por *Marca* en su versión impresa, por un lado, mientras que por otro, se han ido investigando todas las publicaciones que han tenido lugar en la página web del medio.

Esta ficha cuenta con un total de 7 parámetros, de los cuales, algunos de ellos cuentan con subcategorías o con limitaciones en funciones de otros parámetros anteriores. En primer lugar, se ha analizado la autoría de cada contenido publicado en ambos formatos, viendo si este ha sido elaborado por algún periodista del propio medio o si proviene de alguna agencia. En segundo lugar se ha estudiado el acontecimiento sobre el que el medio informa, y dentro de este si se habla de un festejo, acerca de posibles carteles de ferias,

sobre premios y galardones u otros. El siguiente parámetro a analizar es el género de la información ofrecida, pudiéndose diferenciar entre noticia, crónica, reportaje o entrevista. Vinculado con este, se estudia otro aspecto como es el titular de cada contenido. Un quinto parámetro será, en el caso de que se esté analizando una crónica sobre un festejo, ver cuál es la categoría de la plaza en la que se ha dado el festejo, diferenciando dentro de esta entre primera, segunda y tercera. Por otro lado, otro aspecto a tratar será el país en el que se da dicha información. Por último, otra de las cuestiones que se analizará será la presencia de imágenes en dicha información.

Tras el estudio de estos 7 parámetros, se han elaborado diferentes gráficos, tanto de la versión de papel como de la versión *online*, en los que se reflejan los resultados obtenidos que permiten llegar a una serie de conclusiones. Además de esto, en casos concretos como en los parámetros acerca de la autoría de la publicación, los géneros periodísticos y el país en el que se desarrolla en contenido, se ha elaborado un gráfico comparativo de cada uno de ellos en el que se puede observar la confrontación de los diferentes datos obtenidos. Aparte de los 7 parámetros analizados, también se han estudiado combinaciones de algunos de estos, como por ejemplo la autoría de cada crónica o la inclusión de imágenes en cada crónica, que han permitido conocer cuestiones más específicas que no se habían incluido entre los aspectos a analizar en la plantilla.

El análisis se ha desarrollado en un intervalo de 4 días, iniciándose el 8 de mayo de 2017 y finalizando el 11 de mayo de 2017.

Además del pertinente análisis anteriormente mencionado, para completar la información obtenida se ha realizado una entrevista al periodista taurino del medio deportivo *Marca* Carlos Ilián, cuyos datos proporcionados han servido para poder responder a muchos de los objetivos planteados en dicha investigación. La entrevista se ha llevado vía *e-mail*, a través de cual se le fue enviado un formulario con diferentes preguntas. Además de esto, el contacto con Carlos Ilián ha sido continuo tanto por vía telefónica como por vía *e-mail*, a través de los cuales el periodista resolvía cualquier duda que surgiera mientras se llevaba a cabo el trabajo de investigación.

vi. Estructura

El trabajo de campo de esta investigación acerca de la relación existente entre el periodismo deportivo y el periodismo taurino, y concretamente del caso del diario *Marca* tanto en su formato impreso como en su versión *online*, está estructurado en las siguientes partes:

Capítulo 1: Relación deporte y toros

Esta sección ofrece información acerca de la relación existente entre el mundo del toro y el del deporte, tratando cuestiones como la relación existente en la edad prehistórica por su vinculación a la caza, la práctica de saltos y juegos con el toro que eran considerados deportes en los tiempos helénicos y en el Imperio Romano, o la importancia de la preparación física que supone llevar a cabo ambas profesiones.

Capítulo 2: Lo toros en los medios de comunicación

En este capítulo se lleva a cabo un breve repaso a lo largo de la historia de la presencia de la información taurina en los medios de comunicación españoles, tanto generalistas como especializados, tratando primero aquellos con los que la investigación tiene que ver – prensa tradicional y prensa digital- y después en otros como la radio y televisión.

Capítulo 3: Breve repaso a la historia del diario *Marca*

Este apartado resume la historia de uno de los medios de comunicación más importantes de España, el diario deportivo *Marca*, sobre el cual se centra específicamente la investigación, puesto que analiza los contenidos sobre tauromaquia de sus dos versiones, la de papel y la *online*.

Capítulo 4: Análisis comparativo entre la versión impresa y la página web del diario deportivo *Marca*

Incluye un análisis comparativo entre las dos versiones con las que cuenta el diario *Marca* –único medio deportivo que ofrece información taurina en sus páginas-, estudiando diferentes aspectos acerca del tratamiento que ofrecen ambas.

Capítulo 1: Relación entre el deporte y los toros

La relación entre los toros y el deporte nace muy tempranamente en la historia, concretamente en la prehistoria, y lo hace vinculada principalmente a la actividad de la caza. Por un lado, como menciona Cossío (1995), y como bien se puede observar en las pinturas rupestres de numerosas cuevas, los hombre primitivos se dedicaban a este deporte de la caza de los toros, aunque es lógico que la práctica de este se llevaba a cabo debido a la necesidad de poder alimentarse entre otras aspectos. Pero por otro lado, a raíz de esta, “pronto intervinieron otros factores que convertían este servicio de la necesidad en placer que hoy llamaríamos deportivo” (Cossío, 1995: 41) y es que la satisfacción del riesgo vencido, el dominio sobre el animal o la destreza fueron algunos de los motivos que llevaron a que le captura de una res por una necesidad física pasase a convertirse en una actividad con la que se buscaba simplemente la satisfacción del ser y que en la actualidad se conoce comúnmente como caza. Por lo que, según Cossío (1995), el sentimiento de disfrute por parte del cazador al llevar a cabo esta práctica hizo que esta actividad meramente utilitaria y de necesidad física se empezase a considerar como una actividad deportiva o con un desarrollo deportivo en lo que se refiere a la persecución y captura de la res.

La caza, por lo tanto, pasó a convertirse en una actividad lúdica vinculada con el deporte y la actividad física. “Y junto a todo este mundo de la caza, bien como práctica deportiva, defensa de su patrimonio, o recurso alimentario de la masa popular, bien como trabajo que unía a los habitantes de las ciudades con la vida silvestre, ésta fue desarrollándose como motivo de esparcimiento entre los miembros de las clases superiores de la administración y grandes terratenientes” (Flores Arroyuelo, 2000: 148). Y tal fue su impacto en la sociedad que la caza de los *urus* -así es la manera con la que Julio César se refiere a los toros en sus Comentarios de la Guerra de las Galias y procedente del término *aureochs*, una especie de toro de la antigüedad conocido también como *bos primigenium*-, se convirtió en uno de los deportes que se practicaban tanto en la Europa del Norte como en la Europa Central.

La caza, por lo tanto, es el principal punto de origen entre los toros y el deporte, y en consecuencia de la tauromaquia actual. “Si recopilamos textos primitivos sobre el origen del torear, que es un avance más en el deporte taurico, encontramos indefectiblemente el primitivo carácter cinegético de tal deporte” (Cossío, 1995: 41). Esta actividad ha ido avanzando y variando a partir de la práctica cinegética hasta convertirse en lo que hoy conocemos como el arte del toreo.

Por otro lado, la relación entre el toro y el deporte también ha estado muy vinculada durante la historia –en la actualidad también– al espectáculo, y lo que hoy en día tiene lugar en las plazas de toros, en la antigüedad se llevaba a cabo en circos, en los cuales se practicaban diferentes tipos de actividades o deportes en los que los hombres forcejeaban con animales de todo tipo, etc. Entre estos se encontraban los toros, que una vez que habían sido exterminados en Italia, tenían procedencia de tierras chipriotas. Las prácticas más comunes que se llevaban a tiempo en la época helénica, en las cuales intervenían toros y humanos eran la *taurokathapsia*, los *taurocentae* y los saltos del toro. En el caso de la *taurokatahpsia*, que literalmente significa hacer caer a tierra al toro, era una especie de juego en el que tras fatigar a caballo a los toros, los jinetes bajaban al firme para forcejear y saltar a la res hasta que finalmente conseguían vencerlo y le doblaban el cuello. Muy similares eran los *taurocentaes*, aunque en estos la práctica culminaba con la muerte del toro. En este deporte, tras foguear la piel de la res con la intención de que esta sacase toda su bravura, los cazadores esquivaban todo tipo de embestidas y lances hasta que finalmente se daba muerte al animal (Flores Arroyuelo, 2000). La conclusión que se puede sacar por lo tanto es que el ejercicio de todo este tipo de forcejeos con el toro a pie eran, según Cossío, “en los tiempos helénicos una forma reconocida del deporte”. (Cossío, 1995: 53)

Estos juegos fueron evolucionando con el paso de los años, e incluso durante el siglo XVII se llevaban a cabo prácticas que gozaban de rasgos comunes con las desarrolladas en la Antigua Grecia. Un claro ejemplo de esto era el deporte de la lanzada, el cual es el punto de partida del actual arte del rejoneo, y en el que las personas, a los lomos de un caballo, trataban de conducir a los toros tras la montura mientras le ponían una lanza en la testuz de la res. Estas lanzadas, al igual que las justas o los torneos, “predominaban en los deportes de equitación durante el reinado del emperador” (Cossío, 1995: 77).

Ya relacionado con la tauromaquia actual, concretamente con el arte del toreo, este, hasta llegar a lo que es hoy en día, ha ido evolucionando con el paso del tiempo. Han sido numerosos los factores que han ido influyendo en estos cambios y avances reflejados en las corridas de toros y entre ellos se encuentran los que están referidos a la actividad física y al deporte en sí. Lo que nació vinculado a la caza ha acabado convirtiéndose en un espectáculo de masas que se encuentra entre el deporte y la cultura.

El arte del toreo no es solo lo que tiene lugar en la plaza, y aquí es donde aparece otra de las relaciones existentes entre el mundo del toro y el del deporte. La práctica de la tauromaquia requiere una importante preparación, no solo mental y psicológica además de artística y técnica, sino que también es necesario tener una gran formación física. Como bien afirmaba el periodista deportivo Antonio Oliver en el “Foro Deporte y Toros en el siglo XXI” celebrado en el año 2015, “el torero es un atleta, es un deportista, trabaja muchísimo el cuerpo, trabaja mucho lo físico”. El bienestar físico que necesita el torero para ponerse delante del animal es por lo tanto clave, y son muchas las horas de trabajo y preparación que hay detrás de ello.¹

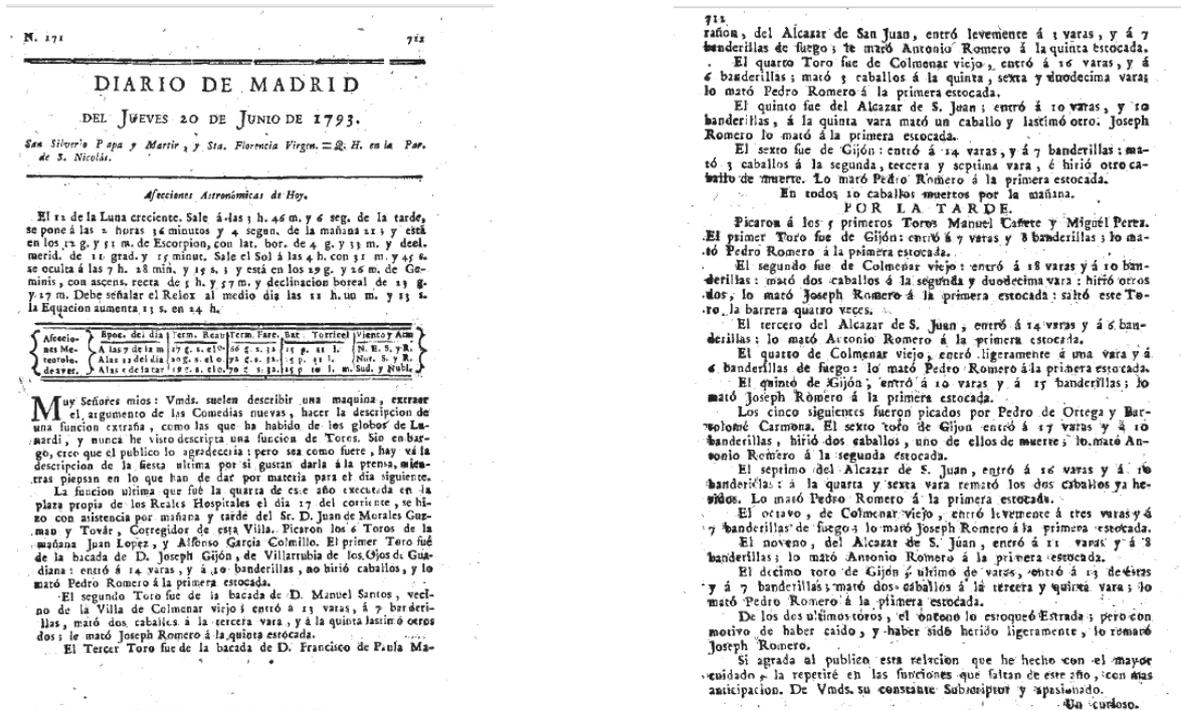
Vinculado con lo anterior, en España, la relación entre el deporte y los toros siempre ha sido muy grande principalmente por esa conexión que tienen ambas con la actividad física. Según Carlos Ilián (2017), “los toros no son, exactamente, un deporte, pero es la actividad física que más que se le parece. Hay esfuerzo físico, rivalidad, éxito y fracaso, competencia y siempre de cara al público”, por lo que estos, entre otros, son algunos de los principales motivos por los que la fiesta de los toros mantiene un nexo de unión con el deporte. Por otro lado, tanto en los toros como en el deporte, concretamente en el fútbol, la presencia de público y el enorme seguimiento de población que hay detrás de ello les ha llevado a ambos a convertirse en algunos de los espectáculos de masas más seguidos en España, que han hecho, en el caso del fútbol, concretamente, que tanto este como los toros se hayan ligado a la pasión nacional (Carlos Ilián, 2017)

¹ <http://neofm.es/podcast-foro-deporte-y-toros-en-el-siglo-xxi> (Última consulta el 25/05/2017)

Capítulo 2: Los toros en los medios de comunicación

La aparición de contenidos sobre tauromaquia en los medios de comunicación surgió hace muchos siglos, y como afirma Javier Villán en la revista *Mercurio*, “el periodismo taurino es tan antiguo como las corridas de toros que para Ortega y Gasset, y tal como las conocemos hoy, se remontan a mediados del siglo XVII”. (Javier Villán, 2015)

El primer medio en el que esta información estuvo presente fue en la prensa. A pesar de esto, no va a ser hasta el año 1793, concretamente el 20 de junio, cuando aparezca la primera crónica taurina. Esta fue publicada en el *Diario de Madrid* bajo la firma de “Un Curioso” y relataba como había sido la cuarta corrida que había tenido lugar en la plaza de los Reales Hospitales el 17 de junio y en la que se habían dado muerte un total de 18 toros, siendo 6 en horario matinal y 12 en vespertino según Carmena y Millán (1898:313) en su texto *El Periodismo Taurino*. Tal éxito tuvo dicha publicación que el *Diario de Madrid* continuó informando sobre las corridas que prosiguieron en la plaza mencionada anteriormente.



© Biblioteca Nacional de España

Fotografía 1: Primera Crónica Taurina | Fuente: Biblioteca Nacional de España (BNE).

Estas van a ir ganando cada vez más importancia y van a irse afianzando en los periódicos. Algunos de los contenidos que incluían según Cossío son entre otros “la observación y el recuento de las suertes, la estadística de los puyazos, banderillas, pinchazos y estocadas recibidos por cada toro” (Cossío, 1985:555) o como sigue informando en la actualidad el diario deportivo *Marca* en las crónicas elaboradas por Carlos Ilián, de los detalles del vestido de los toreros. Además, junto con estas reseñas que aparecen en los periódicos, irán naciendo nuevas publicaciones especializadas en la materia. *El Estado que manifiesta las particularidades ocurridas en esta corrida* será el primer periódico taurino que vea la luz. Lo hace en el año 1819 y en sus hojas va a contar con una breve opinión sobre los festejos que habían tenido lugar y una serie de estadísticas acerca de estos. A este le seguirán otros como *Cartel de Toros*, *El Toro*, *La Flor de la canela*, *La Tauromaquia* o *El Clarín* (Carmena y Millán, 1898:314-315).

Estas publicaciones pueden ser consideradas las precursoras de las que más adelante en el tiempo comenzarían a tener presencia en los periódicos. Muchos diarios informarían en sus páginas de contenidos de tauromaquia, y entre todos estos destacará la figura de uno concretamente, la de Antonio Díaz Cañabate, que durante 14 años fue el encargado de elaborar las crónicas taurinas en el diario *ABC*, y cuyo trabajo le va a llevar a convertirse en un referente del periodismo taurino español en los años desde finales de los 50 a principios de los 70. (Gil González, 2011)

Siguiendo la figura de este irán apareciendo, ya durante el franquismo y después de este, nuevos periodistas que cambiarán el panorama del periodismo taurino y que tendrán presencia tanto en la radio como en la televisión como en la prensa escrita. Será esta última la que les lleve a destacar como verdaderos cronistas, como en el caso de Alfonso Navalón, que trabajó en las secciones de toros de medios como *Informaciones* o *Pueblo*, o como en el de Vicente Zabala, que tras su paso por medios como *El Alcázar*, la *Agencia EFE*, el suplemento del diario *ABC* “Blanco y Negro” o el propio *ABC*, en los cuales se encargó de los contenidos que tenían que ver con los toros, ha llegado a ser considerado como uno de los periodistas taurinos más importantes del siglo XX.

Muchos de los que se iniciaron en el periodismo taurino en esta segunda mitad del siglo XX continúan hoy en día ejerciendo su práctica, aunque en la actualidad el panorama

taurino ha cambiado, y a pesar de que este tipo de información está presente en un gran número de medios, conforme van pasando los años, esta sección va perdiendo relevancia y en algunos casos o desaparece o ni tan siquiera llega a existir. El tratamiento llevado a cabo por estos no es igual en todos ellos, y aunque en algunos sí que tiene una cobertura más continuada, en otros únicamente se limitan a informar sobre hechos que sean muy relevantes o en el caso de ser crónicas, tan solo incluyen las de las principales ferias que tienen lugar en España, como ocurre en el caso del diario deportivo *Marca*, que principalmente publica crónicas de ferias del calibre de Fallas, San Isidro, Feria de Abril o San Fermín entre otras. Siguiendo este modelo de cobertura solo de hechos muy relevantes y ferias importantes, están medios generalistas de nivel nacional como *El Mundo*, en el que el encargado de la sección es Vicente Zabala de la Serna – hijo de Vicente Zabala-, o *El País*, en el que destaca la presencia de Antonio Lorca. Por otro lado, un seguimiento más diario de este tipo de contenidos suele ser llevado a cabo por medios regionales –sobre todo en aquellos donde existe mucha afición a los toros-, como es el caso de la *Gaceta de Salamanca*, en la que es común encontrarse tanto información sobre la actualidad taurina que afecta a la provincia como la que se da en el resto de España y que goza de interés.

Además de en periódicos, la información taurina también ha tenido y tiene presencia por escrito en diversas revistas. De todas ellas ha habido 4 que destacan por encima de todas como son *La Lidia*, *Pan y Toros*, *El Ruedo* y *Aplausos*, siendo esta última la más actual de todas ellas.

La primera de todas ellas, *La Lidia*, fue una de las primeras revistas en destacar en el panorama del periodismo taurino español. Fue fundada en 1882 por Julián Palacios Salinero y destacó por su modernidad y por el tratamiento que llevaba a cabo de la información. Publicó su primer número el 2 de abril de 1882 y en ella no solo aparecían reseñas de los festejos celebrados en la plaza de toros de Madrid, sino que también se informaba de otras ferias importantes y se elaboraban todo tipo de contenidos.



Fotografía 2: Ejemplar de “La Lidia”
| Fuente: Biblioteca Nacional de España (BNE).

Tras la ruptura de esta relación empresarial, *El Ruedo* pasaría a llamarse “*Semanario gráfico de los toros*”. Al igual que el resto de revistas, *El Ruedo*, influenciada durante toda su vida por los diferentes directores que tuvo y por la pertenencia a la Prensa del Movimiento, ofrecía contenidos sobre tauromaquia y también relacionados con la literatura. En el año 1976 entrará en crisis por una serie de publicaciones con semidesnudos y finalmente el 1977 desapareció, siendo su último número el del 1 de febrero de 1977. (Ramón Carrión, 2010)



Fotografía 5: Ejemplar “Aplausos” | Fuente: Aplausos.com

Por último, la siguiente publicación especializada que va a destacar en el panorama del periodismo taurino será la revista *Aplausos*. Este semanario vio la luz en el año 1976 y fue impulsada por José Luis Suárez Guanes, Joaquín Jesús Gordillo y Luis García (De Haro de San Mateo, 2013). Esta continúa en vigencia y sigue siendo un semanario, el cual se publica todos los martes. En la actualidad, su director es José María Benlloch y cuenta con firmas de la talla de Barquerito, Íñigo Crespo o Manolo Molés, entre otros, todos ellos referentes en el periodismo taurino actual. En cuanto a la cobertura, *Aplausos* informa sobre todos los festejos que

ocurren en la campaña taurina, haciéndolo en forma de crónicas, reportajes, entrevistas, etc.

Junto con esta ya más actual, han ido apareciendo otras vinculadas tanto al festejo que tiene lugar en la plaza como a los festejos populares. Algunos ejemplos de estas son *6TOROS6*, *Tierras Taurinas* —es una revista francesa que cuenta con edición tanto en Francia como en España y que se publica cada 3 meses—, *Bous Al Carrer* o *Sentir Taurino*. En estas, se lleva a cabo una cobertura de todos los festejos que tienen lugar en España en forma de noticia, crónica o reportaje, siempre dependiendo de la periodicidad con la que se publica, acompañados de entrevistas, reportajes fotográficos, etc.

La información taurina no solo se encuentra en prensa escrita, sino que también tiene presencia en Internet, fruto de la aparición de nuevos medios *online* y también del asentamiento en la web de periódicos tradicionales, y como afirma De Haro de San

Mateo (2006), “las páginas web dedicadas a la información taurina en España nacieron a finales de los noventa paralelamente a la explosión del “punto com” en nuestro país”.

Esta presencia en Internet de todos estos medios ha servido para que la gente no estuviese limitada a la hora de conocer toda la actualidad que ocurre en el mundo del toro y dependiese únicamente de las revistas especializadas o de la presencia de algún contenido en periódicos, los cuales solo son habituales cuando ocurren hechos de relevancia.

De esta manera, existen hoy en día un gran número de portales en Internet que informan sobre una gran variedad de sucesos que tienen lugar en la cabaña taurina, incluyendo información de un gran número de países como España, Francia, Portugal o diversos países de América Latina y Central.

La primera web de información taurina que nace en España va a ser *Portal Taurino*⁴, que lo hace en el año 1997 bajo la dirección de Francisco Gallardo (De Haro de San Mateo, 2006). Esta, en la actualidad, además de ofrecer todo tipo de adelantos de carteles y reseñas de las diferentes ferias, es una enciclopedia taurina, en la cual se albergan contenidos acerca de los diferentes toreros, plazas, ferias, etc.



Fotografía 6: Captura “Portal Taurino” | Fuente: Portaltaurino.com

⁴ <http://www.portaltaurino.net/>

A esta la fueron siguiendo otras, que más allá de informar sobre reseñas, pasaron a convertirse en medios especializados sobre la materia, como es el caso de *Burladero*⁵, *Mundotoro*⁶ o la versión *online* de la revista *Aplausos*⁷, las cuales ofrecen un mayor abanico de informaciones con una cobertura más amplia y a través de un número mayor de géneros periodísticos, además de contar con la firma de grandes periodistas taurinos de la actualidad.

Junto con estas, también hay información taurina en la red en las páginas de los periódicos que cuentan en su agenda *setting* con contenidos sobre tauromaquia. En estos sitios web, los contenidos no suelen ser idénticos a los publicados en las versiones impresas, fruto de la limitación de espacio en esta, y en ellos, los periodistas tienen un mayor espacio para informar y llevan a cabo una cobertura con una periodicidad más continuada.

Además de en la prensa tradicional y en la prensa digital, los contenidos taurinos han estado y están presentes hoy en otros medios de comunicación como son la radio o la televisión.

La primera aparición de contenidos taurinos en la radio se va a producir a principios del siglo XX, en el año 1925, concretamente el 8 de octubre, fecha en la que retransmitió una corrida de toros que tuvo lugar en la Plaza Vieja de Madrid (Garitaonandía, 1988:41). A raíz de este momento, la presencia de información taurina en el ámbito radiofónico va a ir ganando importancia de la mano principalmente de Carlos de Larra “Curro Meloja” con su programa “*Tauromaquia. Revista Radiofónico Taurina*” (De Haro De San Mateo, 2012).

En la actualidad, continúan existiendo programas radiofónicos taurinos, como es el caso del informativo “*Clarín*” en *RNE*, dirigido y presentado por José Luis Carabias, “*Es Toros*” en *Es Radio*, de la mano de Elia Rodríguez, “*Los Toros*”, el programara taurino de la *Cadena Ser* que dirige Manolo Molés o “*El Albero*”⁸, de la *Cadena Cope*, que se emite en su página web y que es presentado por Sixto Naranjo.

⁵ <http://www.burladero.tv/>

⁶ <http://www.mundotoro.com/>

⁷ <https://www.aplausos.es/>

⁸ <http://www.cope.es/programas/el-albero>

En cuanto a la televisión, las primeras ocasiones que los toros van a tener presencia en este medio audiovisual van a ser en el *NO-DO*, aunque la imposibilidad de este de ofrecer retransmisiones en directo dificultaba el poder llevar a cabo un seguimiento de la actualidad que ocurría en el panorama taurino. Finalmente, el 8 de agosto de 1948 se retransmitió por primera vez una corrida de toros en directo que tuvo lugar en la plaza de toros de Vistalegre. (De Haro De San Mateo, 2012).

Hoy en día, la presencia de acontecimientos taurinos en directo en la televisión pública de carácter nacional no es muy habitual, salvo en alguna emisión ocasional por parte de *TVE*, pero a pesar de esto, sí que existe información taurina en ella, concretamente en *TVE* con el programa dirigido por Federico Arnás, “*Tendido Cero*”, que nació en 1986 y que se emite todos los sábados. En cambio, en las televisiones locales sí que existe una mayor cobertura de la actualidad taurina tanto en forma de retransmisiones de festejos en directos, como ocurre en *Canal Sur*, *Telemadrid*, *Canal Extremadura* o *Castilla y la Mancha Media*, como en forma de programas informativos como pueden ser “*Toros para Todos*” en *Canal Sur*, “*Tierra de Toros*” en *Canal Extremadura*, “*Tiempo de Toros*” en *Castilla y la Mancha Media* o “*Grana y Oro*” en *RTVCYL*.

Además, los toros también tienen presencia en plataformas audiovisuales de pago, siendo *Toros* el canal más importante, que ofrece desde festejos en directo de diferentes ferias, pasando por programas de actualidad, programas de entrevistas, documentales o reportajes. Junto con este canal está una nueva plataforma de pago *online* dedicada a la tauromaquia. *Taurocast* es un nuevo medio taurino que retransmite festejos en directos a través de Internet.

Capítulo 3: Breve repaso a la historia del diario *Marca*

El diario deportivo *Marca* ha sido y es uno de los medios informativos sobre deporte más importantes de España. *Marca* vio la luz el 21 de diciembre de 1938 en San Sebastián, y fue fundado por Manuel Fernández-Cuesta después de que el semanario gráfico *Fotos*, del cual Manuel Fernández-Cuesta también era fundador, sirviese de embrión al empezar a incluir información deportiva desde junio de ese mismo año. Salió a la venta con un precio de 40 céntimos, y en su primer número se podría leer el lema “Brazo en alto a los deportistas españoles” (Toro, 2008).

Este medio va a ser muy innovador para su época, principalmente gracias a su moderno diseño en el que se incluyen fotografías, textos y caricaturas y a su calidad gráfica (Toro, 2008). Durante dos años se editó en San Sebastián, saliendo su último número editado allí el 3 de enero de 1940. A partir de ese momento, *Marca* trasladó su sede a Madrid y dos años más tarde dejó de ser el “*Semanario Gráfico Marca*” para convertirse en el “*Diario Gráfico Marca*”, aunque este se seguirá publicando todos los martes en calidad de suplemento (Toro, 2008).

En sus primeros años, *Marca* vive el franquismo español, y en consecuencia de esto, perteneció a la Prensa del Movimiento. En el año 1984 fue puesto en venta y el Grupo Recoletos lo adquirió. *Marca* formó parte de este grupo editorial durante 22 años, hasta que el año 2006, Unidad Editorial, un grupo de medios de comunicación con capital italiano fruto de la fusión entre Unedisa y el Grupo Recoletos pasa hacerse cargo de él. En la actualidad, *Marca* se edita en Madrid, tiene un precio de 1€ y está dirigido por Juan Ignacio Gallardo (Toro, 2008).



Fotografía 7: Cabecera actual del diario *Marca* |Fuente: *Marca.com*

La historia del diario *Marca* ha estado marcada, entre otras cosas, por los continuos cambios en los precios de dicho periódico, fruto del aumento de páginas que ofrecía este y de la calidad de las firmas. Uno de los hitos más importantes de su historia fue en el año 1972, justo un día antes del comienzo de los Juegos Olímpicos, en el cual *Marca* adquirió una nueva rotativa, la *König Bauer*, que le iba a permitir a partir de ese momento cambiar de formato y pasar a ser un tabloide (Toro, 2008).

Por otro lado, este diario deportivo siempre ha estado muy ligado a los galardones y premios, y en la actualidad, al igual que ocurría hace años, ofrece diferentes premios como pueden ser hoy en día los Trofeos de Pichichi, Zamora, Zarra y Guruceta, el Premio *Marca* de Oro, que fue creado en 1989 y cuyo primer ganador fue Juan Antonio Samaranch, o el Premio *Marca* Leyenda, que se entrega a grandes deportistas del mundo (Toro, 2008).

En cuanto a la información taurina, *Marca* lleva incluyendo en sus páginas, y ahora también en su web, contenidos sobre la tauromaquia prácticamente desde su fundación, concretamente desde el año 1938, aunque como sección estable lo va a hacer desde 1941. (Carlos Ilián, 2017)

El motivo principal por el que *Marca* va a apostar por este tipo de contenidos va a ser, partiendo de la influencia de la prensa mexicana en la que siempre ha existido un fuerte vínculo entre el deporte y los toros, el de que desde sus orígenes hasta la década de los 70, *Marca* va a mantener una estrecha relación con la crítica teatral, la crítica musical y la crítica cinematográfica, y por lo tanto, los toros, entre lo cultural y lo físico tenían cabida de sobra en sus páginas. (Carlos Ilián, 2017)

Marca va a contar casi desde su nacimiento con información taurina, llegando incluso a añadir en junio de 1944 un suplemento taurino semanal bajo el título de “*El Ruedo*” y con un precio de una peseta con cincuenta céntimos, y se crea con la intención de dar una mayor cobertura sobre tauromaquia a mayores de la que aparecía diariamente en el periódico.



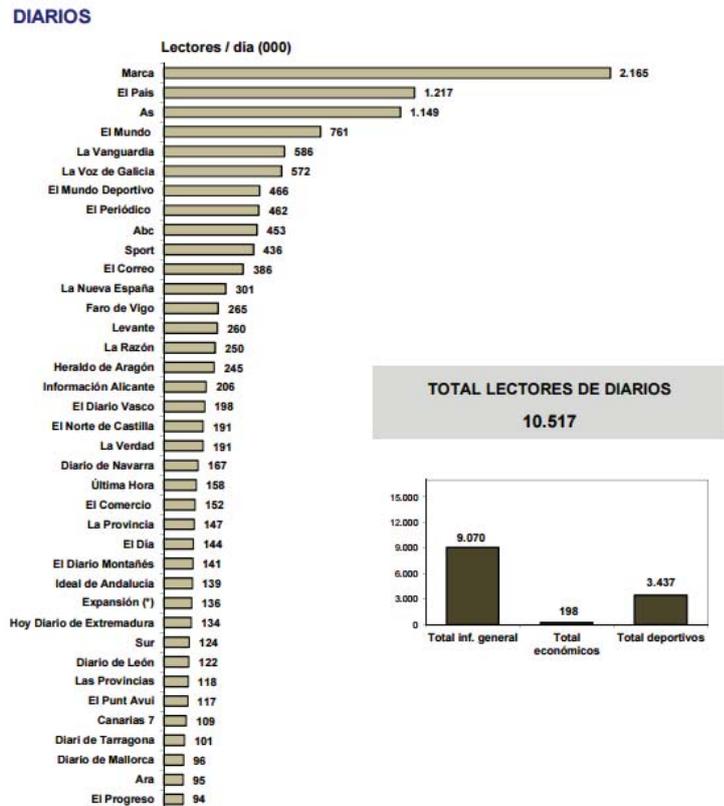
Fotografía 8: Ejemplar suplemento “El Ruedo” de *Marca* |Fuente: Biblioteca Digital de Castilla y León.

En la actualidad, la información taurina ya no cuenta ni con un suplemento semanal e incluso ni con una sección fija, ya que en este hoy en día tan solo figuran como secciones independientes las de fútbol, baloncesto y motor, siendo el resto de deportes, y los toros entre ellos, diferentes subsecciones dentro de la sección de polideportivo. Además, la cobertura varía en función de la versión en la que nos encontremos, siendo en el caso de la impresa menor que la que se da en la página web. En la edición de papel únicamente aparecen críticas de las grandes ferias o de acontecimientos especiales, mientras que en la edición electrónica tienen presencia un mayor número de contenidos y géneros, como pueden ser noticias de carteles de grandes ferias, cambios de empresariado, etc.

El equipo de redactores de la sección de toros de *Marca* está liderado por Carlos Ilián, el cual se encarga de elaborar, generalmente, todos los contenidos que el medio publica tanto en la versión escrita como en la edición, salvo los que tienen lugar en México, principalmente en la plaza de toros de México D.F., la Monumental de Ciudad de México, de los cuales se encarga Amanda Isa, que es la corresponsal de *Marca* en Latinoamérica, y que además de cubrir lo que ocurre en la primera plaza de México, eventualmente, siendo por regla general en los festejos en los que tiene presencia José Tomás, también lo hace en alguna otra plaza de provincia.

En lo que a audiencia y difusión se refiere, con el paso de los años, el diario deportivo *Marca* ha ido convirtiéndose en uno de los medios escritos más relevantes del panorama español. Prueba de ello es que según el Estudio General de los Medios (EGM), en el resumen general del año móvil de febrero a noviembre de 2016, este periódico fue el medio con más lectores al día de todos aquellos que el EGM mide, con 2.165.000 lectores al día, por delante incluso de *El País*, segundo medio más leído, con 1.217.000 lectores al día. Además, *Marca* por su parte es, de todos los periódicos deportivos, el más leído, superando a su máximo rival, el *Diario AS*, con casi 1.000.000 más de lectores, ya que este según el EGM cuenta con 1.149.000 lectores al día.

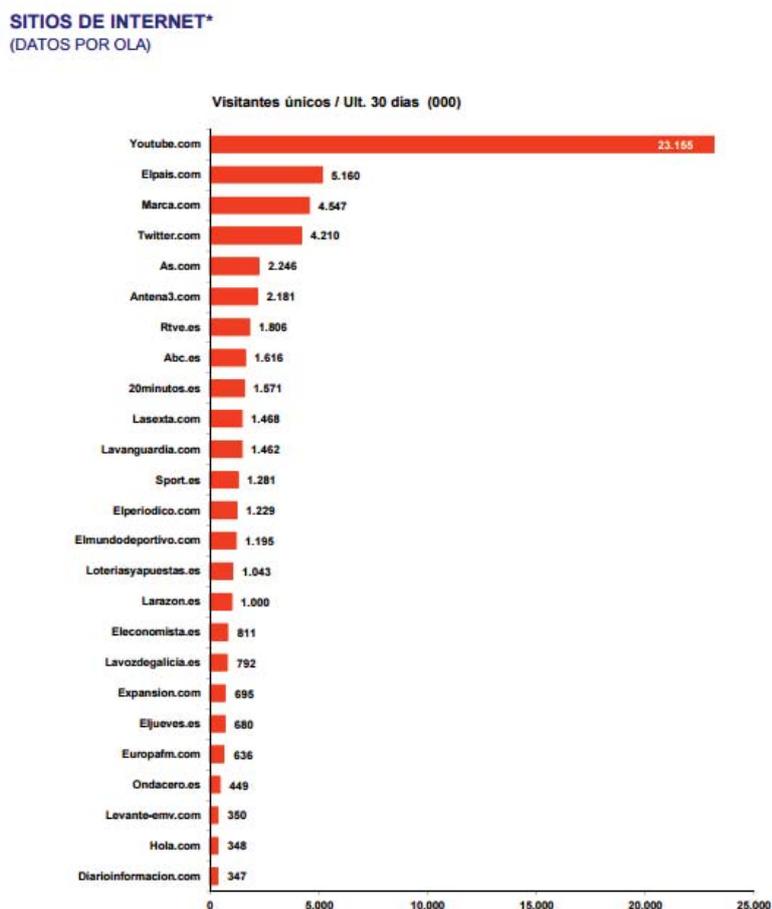
Gráfico 1: Lectores diarios



Estudio realizado entre febrero y noviembre de 2016 | Fuente: Estudio General de los Medios (EGM)

En cuanto a *Marca.com*, la situación cambia, y a pesar de que los medios digitales cada vez van ganando más importancia, el predominio de la prensa tradicional sigue siendo claro. La audiencia del sitio web de *Marca* es mucho más baja, a día de hoy, que la del formato de papel, teniendo en el mismo periodo mencionado anteriormente, el del resumen general del año móvil de febrero a noviembre de 2016, concretamente en los últimos 30 días, una audiencia de 4.547.000 visitantes. Este número de visitas le hace convertirse en la 3ª página web más visitada, por detrás únicamente de *youtube.com* y de la versión *online* del periódico *El País*, pero a pesar de esto sigue estando lejos de la audiencia que posee la versión impresa de *Marca*.

Gráfico 2: Visitantes en páginas web



Estudio realizado entre febrero y noviembre de 2016 | Fuente: Estudio General de los Medios (EGM)

Además de estas cifras que hacen que *Marca* sea el medio de comunicación líder en lo que a lectores se refiere y su página web una de las más visitadas, el promedio de difusión y el promedio de tirada también llevan a *Marca* a convertirse en uno de los periódicos líderes de España. Según la Oficina de la Justificación de la Difusión (OJD), en el año 2016, este diario deportivo fue el segundo medio con mayor promedio de tirada de España, 206.259, siendo solo superado por el periódico *El País*, que cuenta con un promedio de tirada de 248.664. Esto ha llevado a *Marca* a convertirse también en el medio deportivo nacional más importante, superando a otros como el *Diario AS*, que cuenta con un promedio de tirada de 177.118, el *Mundo Deportivo* con 79.603 o el *Sport*, con 78.078.

Por otro lado, vinculado al promedio de difusión, *Marca* también es uno de los líderes en España, y al igual que en el promedio de tirada, únicamente tiene por delante de él a *El País*. Respecto al resto de diarios deportivos, *Marca* también cuenta con un mayor promedio de difusión, 139.983, superando con creces a otros como *Mundo Deportivo* o *Sport*, y con menos diferencia al *Diario AS*, que cuenta con 125.956.

Capítulo 4: Análisis comparativo entre la versión impresa y la página web del diario deportivo *Marca*.

La investigación a realizar en este trabajo aborda el tema de la relación existente entre el periodismo deportivo y el periodismo taurino, centrándose y estudiando concretamente el diario *Marca*, tanto en su versión impresa como en su página web, puesto que es el único medio de comunicación especializado en deportes que incluye dentro de sus contenidos información acerca del mundo del toro.

A partir de la elaboración de una plantilla utilizada para catalogar la muestra de 299 publicaciones del diario deportivo *Marca* en el año 2016 (104 de la versión impresa y 195 de la versión *online*), se ha llevado a cabo el análisis de los contenidos en función de los parámetros que se mencionan a continuación.

El primero de estos en analizar es la autoría de cada una de las publicaciones, con la intención de observar en cuál de las dos versiones existe una mayor pluralidad de periodistas que elaboran dichos contenidos.

Otra cuestión a estudiar es el acontecimiento sobre el que trata la información que ofrece el medio, entre los cuales se ha llevado a cabo una subdivisión clasificándolos en 4 categorías como son corridas de toros, carteles de ferias, premios y otros.

El siguiente aspecto a observar es el género periodístico al que pertenece cada una de las publicaciones, y al igual que en el parámetro mencionado anteriormente, también se han dividido, en este caso en noticia, crónica, reportaje y entrevista. Relacionado con este, y en función de que la publicación fuese una crónica, también se ha analizado la categoría de la plaza a la que correspondía la publicación, pudiendo ser de primera, segunda o tercera categoría.

El tipo de titular de cada publicación también es uno de los parámetros que se ha estudiado en esta investigación, para ver qué tipo tiene predominio en cada versión.

Además de estos, otro de los aspectos a observar en este trabajo es ver en qué países se desarrollan las diferentes publicaciones que incluyen *Marca* y *Marca.com*, algo que permite ver el tipo de cobertura que lleva a cabo el medio en cada país, etc.

Por último, la inclusión de fotografías en cada una de las publicaciones también es uno de los parámetros a analizar, con el objetivo de ver qué importancia tiene el material audiovisual en cada una de las versiones.

Tras esto, se ha realizado el respectivo recuento de todos los datos recogidos en la plantilla, para después elaborar una serie de gráficos en los que se representan de manera visual los datos obtenidos y estudiados.

El seguimiento informativo que lleva a cabo *Marca* en sus versiones impresa y *online* es completamente diferente, como se puede ver en el gráfico nº1, habiendo en la plataforma digital una mayor actividad periodística que en la versión escrita. La página web de *Marca* contó en el año 2016 un total de 195 publicaciones, mientras que en el formato tradicional el número de estas fue mucho más inferior, con una cifra de 104. Es por lo tanto evidente, y coincidiendo con la afirmación de Carlos Ilián (2017) de que “en la edición de papel se mantiene en exclusiva la crítica de las grandes ferias mientras que en la edición electrónica, además de la crítica, se incorporan las noticias que dentro del mundo de los toros supongan de interés general”, que el seguimiento de todos los acontecimientos de relevancia que ocurren en la cabaña taurina mundial tiene mayor presencia en *Marca.com* que en la versión impresa, que se dedica exclusivamente a la cobertura de las grandes ferias.

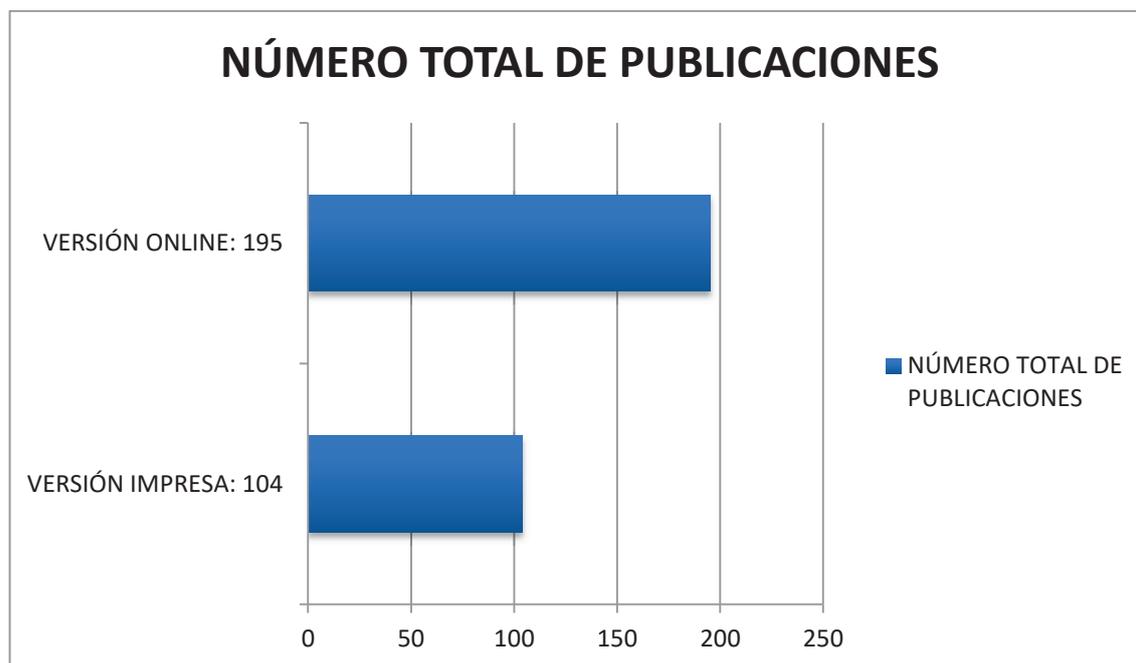


Gráfico nº1 | Fuente: Elaboración Propia

El primer parámetro a analizar ha sido la autoría de la publicación. En el caso del formato de papel, como se observa a continuación en el gráfico nº2, la elaboración de los contenidos tiene prácticamente una firma, la del director de la sección de toros del diario *Marca*, Carlos Ilián, cuyo nombre aparece en 103 de las 104 publicaciones que tiene la versión impresa, habiendo únicamente una de todas ellas que aparece sin su rúbrica. Esta publicación es una fotonoticia, y no aparece firmada.

En cambio, en la versión *online* de *Marca*, existe una mayor pluralidad en lo que a firmas de las publicaciones se refiere, y prueba de ello es que hay un total de 165 noticias que aparecen firmadas por un abanico de 4 periodistas diferentes como son Carlos Ilián, Amanda Isa, Pablo Brotóns y Alberto Fernández, y una agencia de noticias, la *Agencia EFE*, como aparece reflejado en el gráfico nº3. A diferencia de lo que ocurre en la versión escrita, en el caso de *Marca.com*, el número de noticias que aparecen sin firmar es mucho mayor, ascendiendo a un total de 30, que representan el segundo porcentaje más alto de la autoría de las publicaciones.



Gráfico nº2 | Fuente: Elaboración Propia

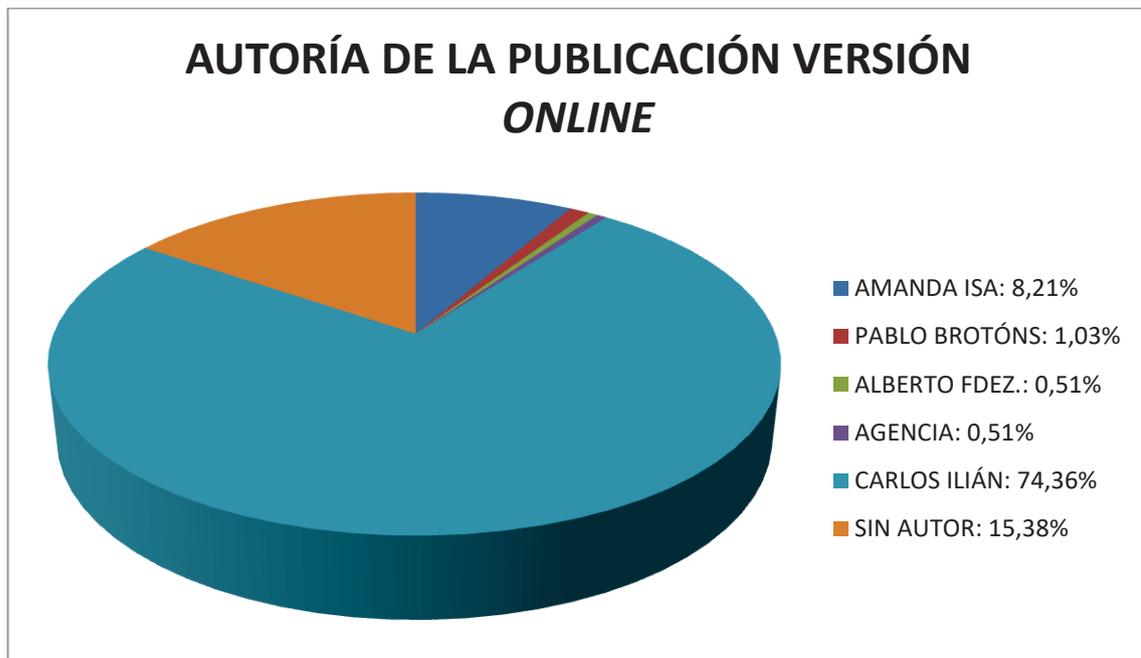


Gráfico nº3 | Fuente: Elaboración Propia

A continuación puede observarse en el gráfico nº4 una comparativa entre las autorías tanto de la versión de papel como de la página web, en las que se observa claramente la mayor riqueza en lo que a firmas se refiere de *Marca.com*.

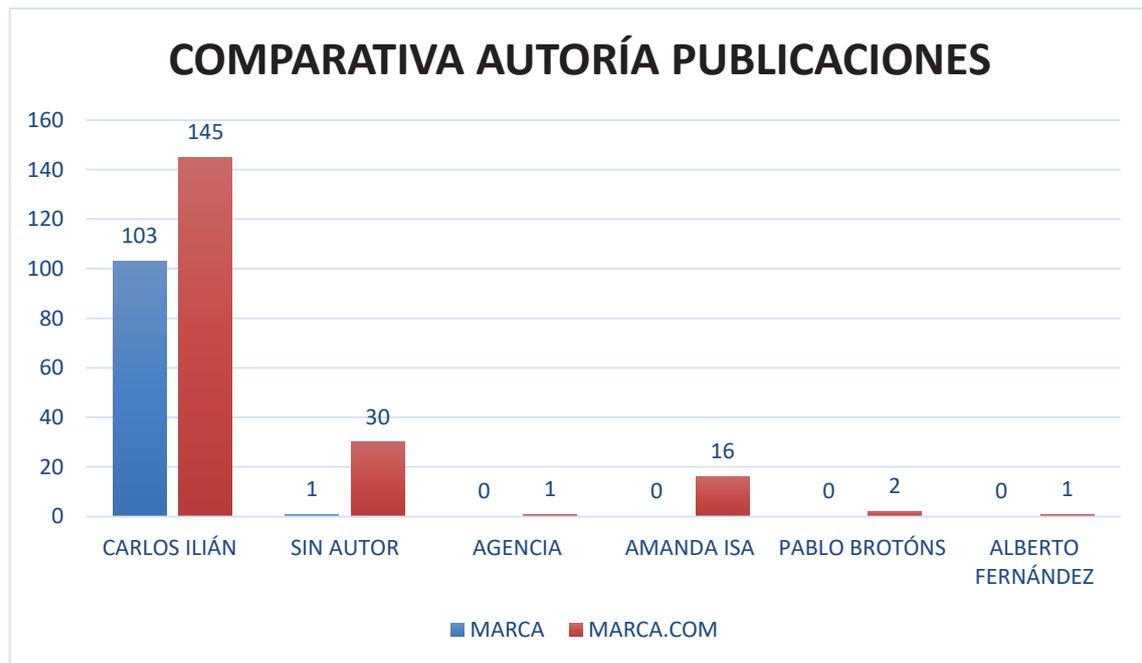


Gráfico nº4| Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a la variedad de acontecimientos que tiene cobertura en las dos versiones, la diferencia existente es clara. Como muestra el gráfico nº5, en el caso de la versión impresa, el evento predominante en las publicaciones que tienen lugar en esta es el de las corridas de toros correspondientes a las principales ferias de España y Francia, que representan 103 de cada 104 piezas, siendo una fotonoticia sobre una manifestación celebrada en Valencia la única publicación que no tiene nada que ver con lo que ocurre dentro de una plaza.



Gráfico nº5 | Fuente: Elaboración Propia

En la versión *online*, reflejado en gráfico nº6, esta situación es completamente diferente, y como consecuencia de la mayor cobertura que se da en este formato, el número de acontecimientos que tienen visibilidad en *Marca.com* es mucho mayor. Prueba de esto es que acontecimientos como avances de carteles y otros, dentro de los cuales se encuentran noticias sobre cambios de empresas, prohibiciones, percances de toreros o fallecimientos de gente del mundo del toro, representan un 26,67% de las publicaciones.



Gráfico nº6 | Fuente: Elaboración Propia

El tercer parámetro a analizar es el género periodístico de cada una de las publicaciones. Como puede observarse a continuación en el gráfico nº7, la crónica es el género principal de la versión impresa, fruto de la alta presencia que tienen en *Marca* las corridas de toros, cuya cobertura es realizada por un experto en la materia, Carlos Ilián, el cual realiza un trabajo interpretativo de lo que tiene lugar en la plaza de toros. La noticia es por otro lado, el único género que tiene presencia en esta, ya que en el año 2016, *Marca* no publicó en su formato de papel ningún reportaje ni ninguna entrevista.

Como puede verse en el gráfico nº8, *Marca.com* cuenta con una mayor variedad de géneros periodísticos, algo que deriva del mayor espacio disponible para escribir y del hecho de que en la versión *online*, además de las crónicas, se incluyen contenidos acerca de diversos acontecimientos de interés que tienen lugar en la cabaña taurina, que hacen que en este caso sí que aparezcan entrevistas o reportajes, aunque con una presencia baja, y es que a pesar de que la versión *online* incluye estos dos géneros, de las 195 publicaciones que hay, únicamente hay 3 reportajes y 2 entrevistas. Al igual que en la versión de papel, la crónica es el género predominante, con 142 publicaciones, aunque en esta el número de piezas informativas es mayor, con 48 noticias.



Gráfico nº7 | Fuente: Elaboración Propia

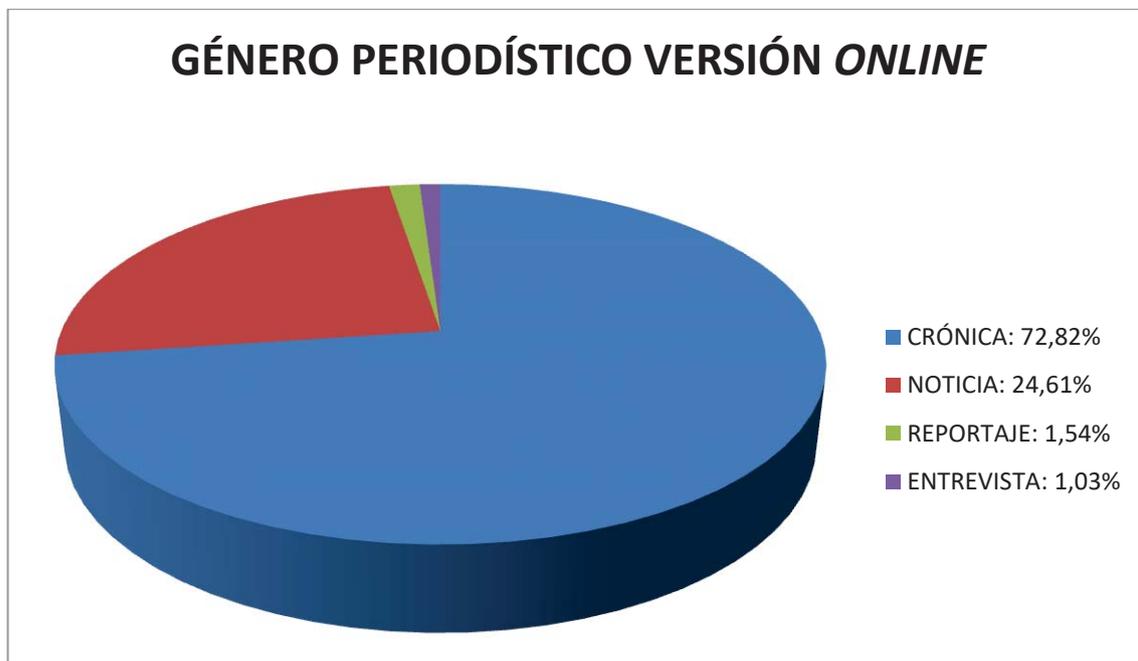


Gráfico nº8 | Fuente: Elaboración Propia

A continuación, en el gráfico nº9 aparece una comparación acerca de los géneros que tienen presencia en los diferentes contenidos publicados tanto en la versión tradicional como en la *online*, en el que se puede ver cómo el diario *Marca* tiene una pluralidad de géneros mucho menor.

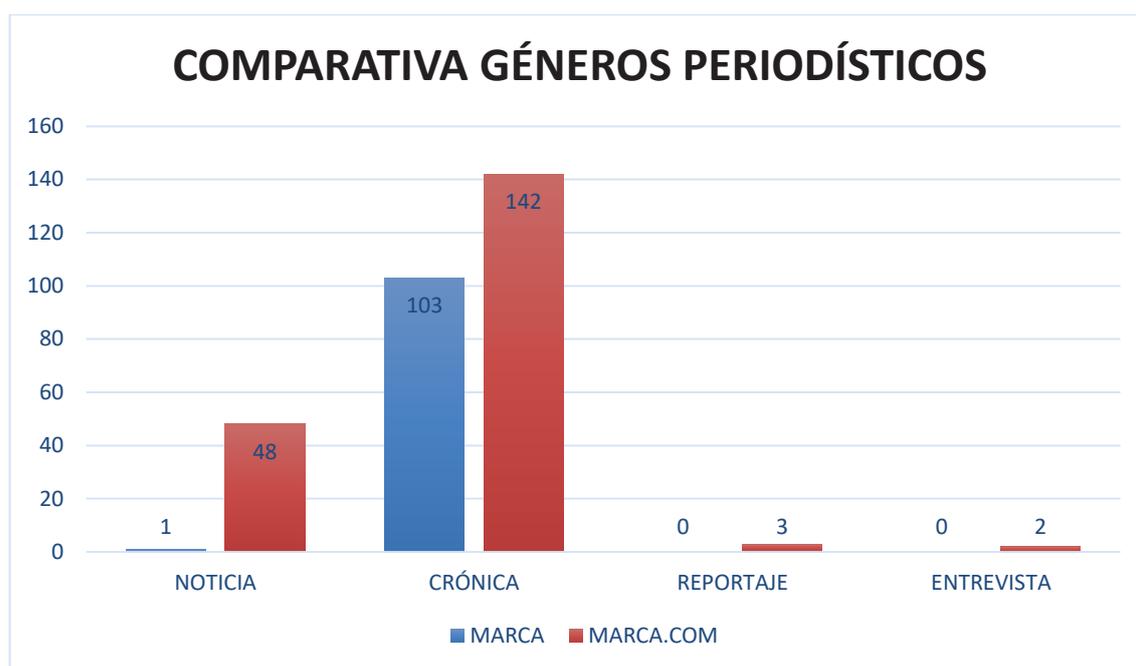


Gráfico nº9 | Fuente: Elaboración Propia

La variedad de países en los que tienen lugar los diferentes acontecimientos también tiene un reparto completamente desigual, siendo en *Marca* mucho menor que en *Marca.com*. Como aparece reflejado en el gráfico nº10, la versión impresa cuenta únicamente con publicaciones de dos países: España, con 101, y Francia, con 3.



Gráfico nº10 | Fuente: Elaboración Propia



Gráfico nº11 | Fuente: Elaboración Propia

En cambio, como puede verse reflejado en el gráfico n°11, se puede ver que en la versión *online*, al tener una cobertura mayor permite que se puedan incluir publicaciones de un número mayor de países y por lo tanto no haya solo de España y Francia. México con coberturas entre otras de los festejos de la plaza de México D.F., Colombia con las coberturas de las ferias de Manizales y Cali, Perú y Estados Unidos cuentan con contenidos en el año 2016 en *Marca.com*, siendo en el caso del primer país mencionado, México con 19 piezas, el segundo con mayor representación de todas las naciones que cuentan con publicaciones, viéndose superado únicamente por España, que cuenta con 161.

Acercas de este aspecto también se ha elaborado un gráfico comparativo que puede verse a continuación, el n°12, entre ambas versiones en el que se muestra claramente como la versión *online* realiza una cobertura mayor de acontecimientos que tienen lugar en diversos países.



Gráfico n°12 | Fuente: Elaboración Propia

Relacionado con el tercer parámetro de la plantilla, el del género periodístico, nace la siguiente premisa, la de la categoría de la plaza en el caso de que el género sea una crónica. El gráfico nº13 refleja la categoría de la plaza sobre la que trata la publicación en la versión impresa. Son tres las categorías de plazas que puede haber, de las cuales en el formato tradicional de *Marca* solo aparecen dos. Las ferias de plazas de primera categoría son las que mayor cobertura tiene en esta versión, y es que de las 103 crónicas de corridas de toros que hay, 98 pertenecen a plazas de esta categoría, entre las que se encuentran las Ferias de Fallas, la Feria de Abril, San Isidro, San Fermín, la Feria de julio de Valencia, la Semana Grande de San Sebastián, la Semana Grande de Bilbao, la Feria del Atlántico de Bayona (Francia), la Feria de San Miguel de Sevilla, la Feria de Octubre de Madrid, la Feria del Pilar y festejos sueltos que tienen lugar en la plaza de toros de Las Ventas de Madrid. Los 5 festejos restantes pertenecen a la Feria de San Mateo de Logroño, cuya plaza es de segunda categoría y solo representan un 4,85% del total.



Gráfico nº13 | Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado, como se puede observar a continuación en el gráfico nº14, en *Marca.com* el porcentaje de plazas de primera categoría, a pesar de ser elevado con 133 publicaciones, no es tan mayoritario, y es que en la versión *online* tienen una mayor cobertura ferias cuya plaza pertenece a la segunda y tercera categoría, como la de Vistalegre, la de Huelva o la de Logroño, las cuales representan un 6,34% del total.



Gráfico nº14 | Fuente: Elaboración Propia

El siguiente parámetro a analizar es el tipo de titular que tiene cada publicación, y tanto en *Marca* como en *Marca.com*, los titulares en los que el autor ofrece su opinión son los que mayor presencia tienen. Mostrado en el gráfico nº15, en la versión impresa, 99 de las 104 publicaciones que hay cuentan con titulares opinativos, siendo únicamente del 4,81% el porcentaje de publicaciones que cuentan con titulares informativos.



Gráfico nº15 | Fuente: Elaboración Propia

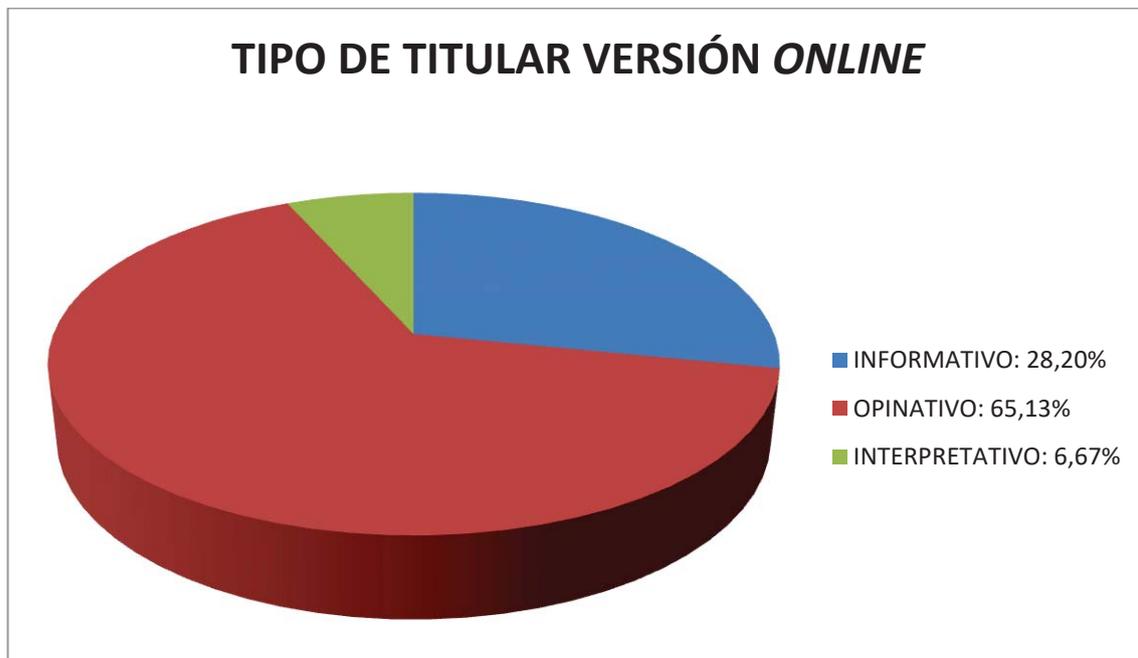


Gráfico nº16 | Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar en el gráfico nº16, en la página web, la mayor pluralidad de géneros periodísticos da lugar a que haya titulares de más tipos, siendo la suma entre los de tipo informativo y los de tipo interpretativo más de la tercera parte del total, algo que el formato tradicional no ocurre. El predominio de los titulares opinativos sigue siendo claro, pero en este caso el porcentaje desciende al 65,13% por el 95,19% de la versión impresa, aunque evidentemente el número de publicaciones entre *Marca* y *Marca.com* difiere en 91.

Para concluir el análisis según la plantilla, el último parámetro está relacionado con el material audiovisual que acompaña a las diversas publicaciones. La falta de espacio en la versión impresa del diario deportivo *Marca* hace que los contenidos que aparecen en esta, principalmente crónicas, carezcan de fotografías, como puede observarse en el gráfico nº17, y que solo en una de las publicaciones analizadas haya una imagen, concretamente en una fotonoticia acerca de una manifestación pro-taurina que tuvo lugar en Valencia el 13 de marzo de 2016.

En cambio este parámetro es completamente diferente, y como refleja el gráfico nº18, en la versión *online*, en la cual se da la situación opuesta, siendo solo una la publicación que no cuenta con una fotografía y 194 las que cuentan con material fotográfico que ilustre las diferentes crónicas, noticias, etc.



Gráfico n°17 | Fuente: Elaboración Propia



Gráfico n°18 | Fuente: Elaboración Propia

Además del análisis de los correspondientes parámetros de la plantilla, también se ha llevado a cabo un estudio combinando dos de estos parámetros. Puesto que la crónica es el género predominante tanto en la versión impresa como en la página web, se ha estudiado la autoría de cada una de ellas.

En el caso del formato tradicional, mostrado en el gráfico nº19, no existe variedad alguna en lo que a firmas de las crónicas que incluye, y es que únicamente hay un autor, Carlos Ilián, que ha sido el encargado de elaborar las 103 crónicas que hay.



Gráfico nº19 | Fuente: Elaboración Propia

En cambio, siguiendo la tendencia de mayor pluralismo, la versión *online* de *Marca*, como muestra el gráfico nº20, cuenta con un mayor número de firmas. De las 142 publicaciones que hay, únicamente 19 no tienen firma. Las 123 restantes sí tienen, y el abanico de periodistas que las han elaborado asciende a la cifra de 3. Carlos Ilián es el autor mayoritario, el cual ha escrito el 76,06%. También hay piezas con la firma de la corresponsal en México, Amanda Isa, que representa el 9,86% de las firmas. Por último, se

encuentra la firma de Pablo Brotóns, autor de tan solo una crónica, la elaborada en el mes de agosto sobre uno de los festejos que tuvieron lugar en la feria de Huelva.

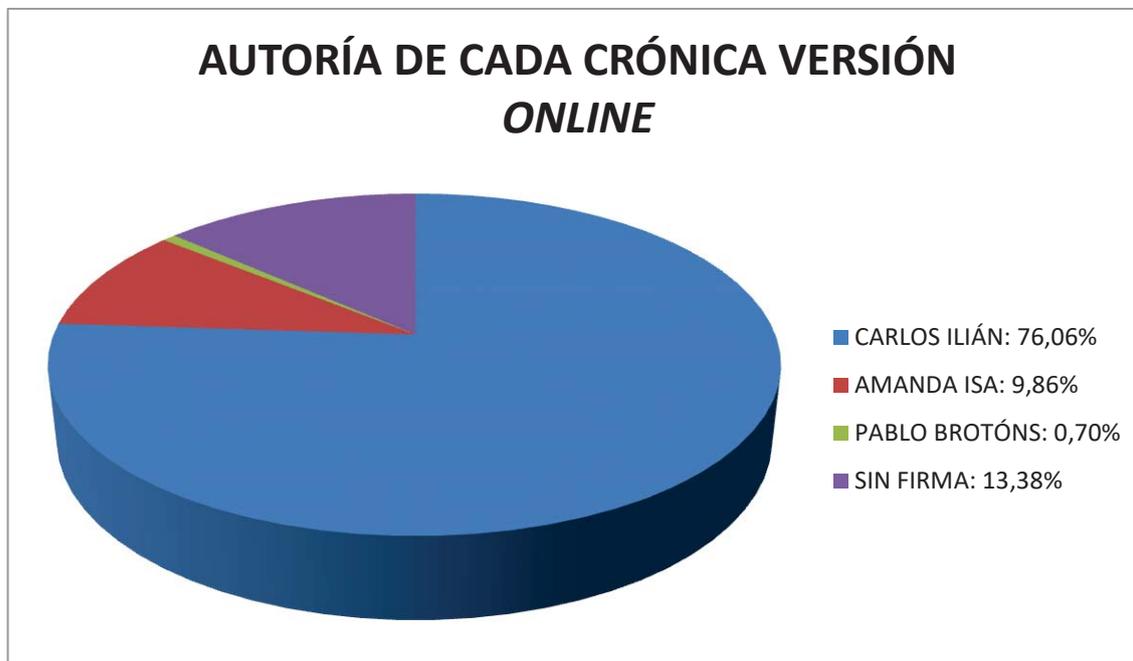


Gráfico nº20 | Fuente: Elaboración Propia

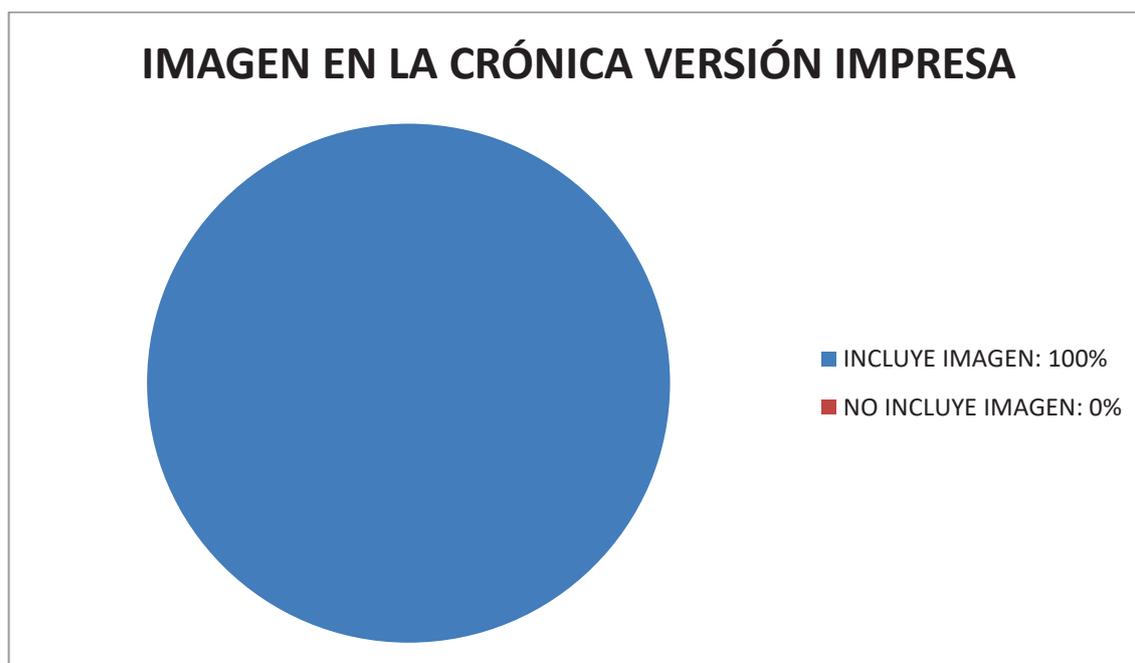


Gráfico nº21 | Fuente: Elaboración Propia

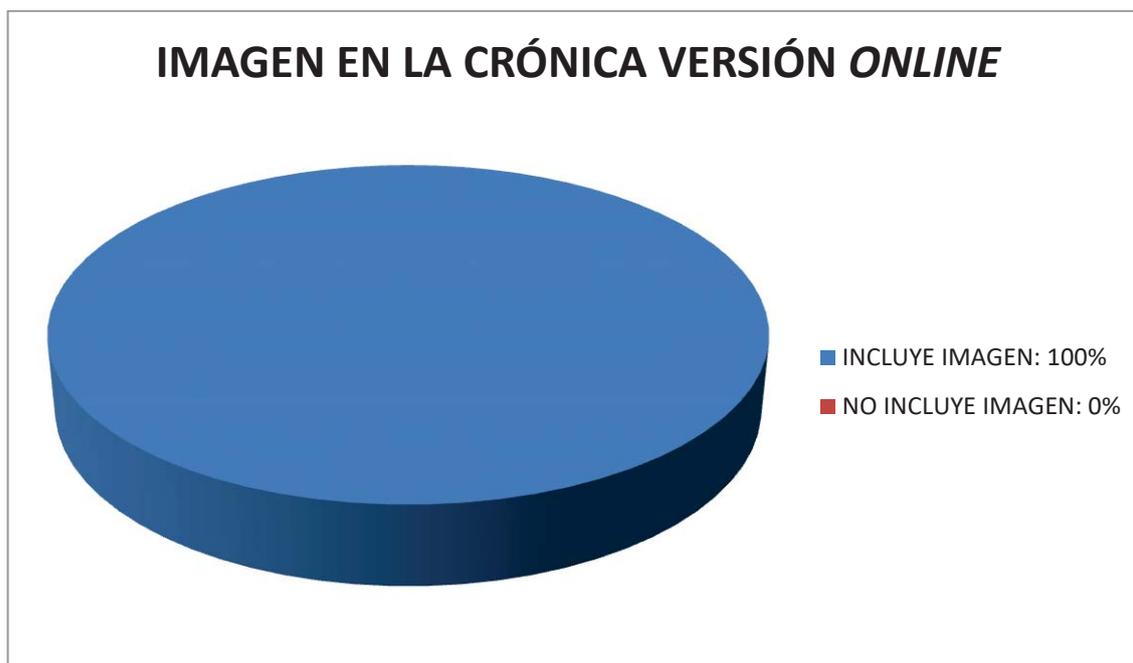


Gráfico nº22 | Fuente: Elaboración Propia

Para concluir el trabajo empírico, partiendo de que la crónica es el género mayoritario tanto en la versión impresa como en la versión *online*, también se ha analizado la inclusión de imágenes en cada una de estas crónicas. Los resultados son completamente opuestos, y es que como refleja el gráfico nº21, en *Marca*, ninguna de las crónicas publicadas aparecen acompañadas de una imagen que las ilustre.

En el gráfico nº22, queda patente que este aspecto cambia por completo en la página web, en *Marca.com*, y es que a diferencia de lo que ocurre en el formato tradicional, en este caso todas las crónicas publicadas incluyen una imagen ilustrando lo que ha sido el festejo del que habla la publicación.

2. Conclusiones

La relación entre el periodismo deportivo y el taurino queda patente en el caso del diario deportivo *Marca*, el cual además de ofrecer información sobre deporte, también incluye en sus páginas –tanto de la versión de papel como en la versión *online*- contenidos acerca del mundo del toro.

Tras llevar a cabo un estudio del tratamiento que hace *Marca* en ambos formatos, se puede sacar la conclusión de que la hipótesis de la investigación queda completamente verificada, y es que a pesar de que en las dos versiones incluye contenidos acerca de toros, el tratamiento es completamente diferente y prueba de ello es entre otros aspectos, la diferencia de publicaciones que hay en cada versión -104 en la de papel y 195 en la digital- que proviene de que en *Marca* solo se cubren grandes ferias, mientras que en *Marca.com* hay una cobertura mucho mayor. Además de esto, también queda demostrado que la relación entre el periodismo deportivo y el periodismo taurino existe, como puede observarse en el caso del diario *Marca*, en el cual tienen presencia informaciones sobre tauromaquia.

En lo que a géneros periodísticos se refiere, *Marca.com* ofrece una mayor pluralidad y es que en él se encuentran crónicas y noticias mayoritariamente, además de reportajes y entrevistas, mientras que en el formato tradicional la presencia de crónicas ocupa casi la totalidad de publicaciones representando un 99,04%, siendo el 0,96% restante el de noticias..

En cuanto al seguimiento de la actualidad taurina, el que ofrece *Marca* es mucho menor que el de *Marca.com*, ya que en esta última se publican además de crónicas de las ferias importantes otros contenidos que sean de interés público.

Relacionado con la cobertura de festejos, *Marca* apuesta por cubrir principalmente plazas de primera categoría -95,15% en la versión de papel y 93,66% en la *online*-, y aunque el formato tradicional cuenta también con alguna crónica de plazas de segunda categoría, en el caso de *Marca.com* el abanico de ferias de otras categorías es mayor, incluyendo coberturas de ferias segunda y tercera con porcentajes más altos.

Vinculado a los elementos audiovisuales, la presencia de imágenes en ambas versiones es completamente opuesta. *Marca* cuenta únicamente con dos publicaciones que aparecen acompañadas de una imagen mientras que en *Marca.com* solo hay una que no incluye una fotografía.

Respecto al país en el que tienen lugar los contenidos que cubre *Marca*, estos ocurren mayoritariamente en España, aunque el abanico de países es mucho mayor la versión *online* que en la versión impresa. *Marca.com* incluye publicaciones que se dan en un total de seis países mientras que en el caso del formato tradicional solamente se incluyen de dos.

Por su parte, la autoría de las publicaciones también cuenta una mayor pluralidad en la página web que en la versión de papel. En esta última, salvo una de ellas que no tiene firma, el resto cuentan con la rúbrica de Carlos Ilián. Esto en cambio no ocurre en *Marca.com*, puesto que en su caso hay contenidos elaborados por un total de cuatro periodistas –16 de Amanda Isa, 2 de Pablo Brotóns, 1 de Alberto Fernández y 145 de Carlos Ilián-, además de una publicación elaborada por una agencia de noticias y otras treinta que no tienen autor.

Para concluir, el tipo de titular que es mayoritario tanto en el formato tradicional como en la página web es el opinativo, ya que en el caso de *Marca* representa un 95.19% -solo hay 5 publicaciones que con otro tipo de titular, en este caso informativo- y en el de *Marca.com* un 65,13%, habiendo en este solo 68 de las 195 publicaciones con otro tipo de titular en el que el autor no expresa su opinión.

3. Fuentes consultadas

Hemerotecas

- Hemeroteca de Marca.com
- Hemeroteca de Marca a través de Orbyt.com
- <http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/consulta/registro.cmd?id=18591>
- <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0001957869>
- <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0004032812>

Entrevistas

- Entrevista a Carlos Ilián, periodista taurino de *Marca* y *Marca.com*.

Bibliografía

Libros

- AMORÓS, ANDRÉS Y DÍEZ BORQUE, JOSÉ M^a. (1999). “Historia de los espectáculos en España”. Castalia.
- BERNAL RODRÍGUEZ, M. (1997). “La crónica periodística. Tres aproximaciones a su estilo”. Sevilla: Padilla Libros Editores y Libreros.
- CARMENA Y MILLÁN, L. (1898). “El Periodismo Taurino”.
- COSSÍO, JOSÉ M^a (1985). “Los Toros. Tratado técnico e histórico”. Espasa.
- COSSÍO, JOSÉ M^a (1995). “Los Toros. Tratado técnico e histórico”. Espasa.
- FLORES ARROYUELO, FRANCISCO J. (2000). “Del toro en la antigüedad: animal de culto, sacrificio, caza y fiesta”. Colección La Piel de Toro.
- GARITAONAINDÍA, C. (1988). “La radio en España, 1923-1939. De altavoz musical a arma de propaganda”. Bilbao: Universidad del País Vasco.

- GIL GONZÁLEZ, JUAN CARLOS. (2011): *El Periodismo Taurino de Antonio Díaz Cañabate: Crónicas y Artículo*. Universidad de Sevilla. Secretariado de Publicaciones.
- TORO, CARLOS (2008). “La historia de *Marca*. El retrato de siete décadas de ilusiones”. *La esfera de los libros*.

Artículos

- DE HARO DE SAN MATEO, M. V. (2006). “10 años de información taurina en Internet. Un nuevo modelo de periodismo taurino”. En VVAA. (2006). *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital, Actas del VII Congreso Nacional de Periodismo Digital*. Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón. p. 214-224.
- DE HARO DE SAN MATEO, M^a V. (2012). “Los toros en la prehistoria de la televisión”. En VVAA. (2012). *Comunicación y Riesgo. Programación y producción de contenidos televisivos durante el franquismo (1956-1975)*. Tarragona: Asociación Española de Investigación en Comunicación y Universitat Rovira i Virgili.

Disponible en: http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/185.pdf
[28-10-2013]

- DE HARO DE SAN MATEO, M. V. (2013) “El periodismo taurino en la Historia del Periodismo Español”. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18. Nº Especial Diciembre. Págs. 643-652.
- GARCÍA ROMERO, F. (2015). “Saltos del toro y carreras rituales. Deporte femenino y religión en la Antigua Grecia”. *El Futuro del Pasado*, 6, 35-67.
<http://dx.doi.org/10.14516/fdp.2015.006.001.001>
- RAMÓN CARRIÓN, JOSÉ LUIS (2010). La revista ‘El Ruedo’, treinta y tres años de información taurina en España (1944-1977). Nº 21. Marzo. Año XI. Páginas: 94-121 http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero_21/InicioN21.html

Sitios Web

- <http://www.introl.es/>
- <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>
- http://elpais.com/diario/2005/08/29/agenda/1125266402_850215.html
- <http://revistamercurio.es/temas/el-periodismo-taurino/>
- <http://neofm.es/podcast-foro-deporte-y-toros-en-el-siglo-xxi>
- <http://www.rtve.es/radio/clarin/>
- <http://esradio.libertaddigital.com/es-toros/>
- http://play.cadenaser.com/programa/los_toros/
- <http://www.cope.es/programas/el-albero>
- <http://www.rtve.es/alacarta/videos/tendido-cero/>
- <http://www.movistar.es/particulares/television/toros/>
- <http://www.torosparatodos.tv/>
- <http://www.rtvcyt.es/granayoro>
- <http://www.canalextramadura.es/tv/terra/terra-de-toros>
- <http://www.cmmedia.es/programas/tv/tiempo-de-toros>
- <https://taurocast.com/>
- <http://www.portaltaurino.net/>
- <http://www.burladero.tv/>
- <https://www.aplausos.es/>
- <http://www.mundotoro.com/>

4. Anexos

- Preguntas de la entrevista a Carlos Ilián

¿Existe relación alguna entre el deporte y los toros?

¿Por qué históricamente el periodismo taurino y el periodismo deportivo han estado siempre ligados?

¿Desde qué año lleva *Marca* informando sobre tauromaquia?

¿Cuál es el motivo por el que *Marca* apuesta por informar sobre algo vinculado a la cultura como la tauromaquia?

¿Qué factores influyen a la hora de determinar sobre qué temas se informa?

¿Qué tipo de contenidos tienen sitio en la versión escrita?

¿Por qué se informa sobre contenidos taurinos con una periodicidad eventual y no de manera diaria?

¿Cuál es el motivo por el que la sección de toros forma parte de la sección de polideportivo y no como una aparte?

¿Por qué las informaciones que se dan en la página web y en la versión escrita son distintas?

¿Es el perfil de personas que leen el *Marca* el lector idóneo para este tipo de información?

¿Tiene muchos lectores los contenidos sobre toros publicados en *Marca*?

Amanda Isa es la corresponsal de *Marca* en las ferias que tienen lugar en México, ¿desde cuándo se estrechó esa relación de corresponsalía? ¿Hay algún corresponsal más tanto en México como en los países de América Latina?

- Plantilla de análisis

| AUTOR | | ACONTECIMIENTO | | | | GÉNERO | | | | CATEGORÍA PLAZA (SI ES CRÓNICA) | | IMAGEN | | | | | |
|------------|---------|----------------|----------|---------|-------|--------|---|---|---|--|--|-----------------------|----|----|----|------|----|
| Periodista | Agencia | Corrida | Carteles | Premios | Otros | N | C | R | E | | | Tipo de Titular | 1ª | 2ª | 3ª | País | Sí |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |