

AAN4288

TESIS
005999
R69

Ministerio de Educación
Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social



Trabajo Final de Grado

Propuesta de una revista taurina
para el mercado venezolano
Estudio y factibilidad económica

Trabajo presentado para optar al título de:
Licenciado en Comunicación Social
Mención Audiovisual



Realizado por:
Hilmar Alexandra Rojas Erazo

Tutor:
Lic. María Teresa País de Visconti

Código de Tesis: **AU-44**

Caracas, Septiembre de 1.999

INDICE DE CONTENIDO

Título.....	i
Listado de gráficos e ilustraciones.....	iv
Dedicatoria.....	v
Reconocimientos y Agradecimientos.....	vi
Introducción	1
Capítulo I: Antecedentes y Justificación	
Planteamiento del Problema.....	3
Limitaciones.....	4
Objetivo General y específicos.....	5
Capítulo II: Marco Teórico	
Publicaciones taurinas	
1. Revistas Venezolanas:	
Contexto actual. Análisis de la realidad.....	9
1.1 Referencia histórica sobre revistas y semanarios en:	
1.1.1 Venezuela.....	15
1.1.2 Fuera de Nuestras.....	32
1.1.3 En Internet.....	80
2. Características del diseño de una publicación especializada, en función de su contenido desarrollado en ellas:	
2.1 Géneros periodísticos utilizados: opinión, entrevistas, reportajes, crónicas y reseñas.....	84
2.2 Los ideales para hablar de toros.....	92
2. Presencia e importancia del color en las publicaciones taurinas.....	100
4. Propuesta de diseño del color de una revista	
4.1 Estilo.....	103
4.2 Formato.....	123
4.3 Línea Editorial.....	126
4.4 Organigrama de la revista: Dir, jefe de redacción, reporteros, fotógrafos.....	129
5. Estudio de factibilidad económica	
5.1 Items para el estudio de costos de producción y estrategia de lanzamiento del N° 0.....	135
5.2 Canales de Distribución.....	137
Referencias bibliográficas.....	144
Capítulo III: Marco Metodológico	
1. Tipo de investigación y Diseño.....	147
2. Población	149
2.1. Tipo de muestreo.....	150
2.2 Instrumentos de investigación.....	151
2.2.1. La Entrevista.....	151

2.2.2. La Encuesta.....	153
• Estructura de la encuesta.....	154
• Modelo de la encuesta.....	147
2.2.3.Las revistas.....	158
2.3. Validación y Confiabilidad del Instrumento.....	158

Capítulo IV: Desarrollo de la investigación:

Aplicación de los instrumentos y recolección de datos	
Tabulación de los datos obtenidos	
Graficación de resultados.....	161
Conclusiones.....	181
Descripción del Proyecto.....	184
El Diseño de En El Ruedo.....	185
Bibliografía.....	187
Anexos.....	190

Listado de Fotos, Gráficos e Ilustraciones

Fotos N° 1 - 2.....	21
Fotos N° 3.....	22
Foto N° 4.....	23
Foto N° 5.....	31
Fotos N° 6.....	41
Foto N° 7 y 8.....	42
Foto N° 9.....	50
Foto N° 10.....	57
Foto N° 11.....	62
Foto N° 12.....	65
Foto N° 13.....	67
Foto N° 14.....	72
Foto N° 15 y 16.....	80
Ilustración N° 1.....	137
Ilustración N° 2.....	143
Gráfico N°1.....	161
Gráfico N°2.....	162
Gráfico N°3.....	163
Gráfico N°4.....	164
Gráfico N°5.....	165
Gráfico N°6.....	166
Gráfico N°7.....	167
Gráfico N°8.....	168
Gráfico N°9.....	169
Gráfico N°10.....	170
Gráfico N°11.....	171
Gráfico N°12.....	172
Gráfico N°13.....	173
Gráfico N°14.....	174
Gráfico N°15.....	175
Gráfico N°16.....	176
Gráfico N°17.....	177

El inicio de esta historia
fue hace algún tiempo,
cuando tenía unos ocho años y asistí,
junto a mi familia,
a un partido de béisbol,
y le pedí un autógrafo a
"La Cobra" Dave Parker.
Posteriormente, en quinto grado,
decía que sería periodista deportivo,
y trabajaría en un periódico para decir
"Lo malo que son Los Tigres".
La idea de estudiar Comunicación siguió ahí,
aunque mis padres y mis hermanos,
pensaban que eran cosas de niña,
"Con el tiempo se le pasará".
En quinto año de bachillerato,
la idea estaba más latente,
y fue entonces, cuando comprendieron
que era verdad.
Todavía recuerdo unas palabras,
que en aquel entonces,
pronunció el Padre Arruza:
**"A la conquista de lo imposible,
por el camino más difícil".**
¡Y valla que sí lo fue!...
Pero hoy,
después de no sé cuantos tropiezos,
intentos de fuga, y muchísimos
conatos de deserción,
Unos cuantos años después;
estoy aquí,
terminando la universidad,
trabajando en la redacción deportiva
de **El Nacional,**
y todavía como aficionada de
Los Tigres de Aragua.
Pero todo lo conseguido hasta ahora,
este sueño que hemos compartido,
y las promesas de alcanzar futuras metas,
es mi regalo para ustedes.
Para agradecerles todo el apoyo,
el no dejarme caer, aún cuando amagué.
Por quererme, cuidarme y enseñarme
el sabor de ese calor
y amor de familia
Va por ustedes, porque los amo
Hilmar

*A Dios, por ser mi guía; (tu y yo somos mayoría).
A la Virgen, por protegerme siempre con su manto.
A mi familia, por ser todo para mí:
Sin ustedes no lo hubiera logrado.
¡Los quiero mucho a todos!*

*A mami, por ser mi cómplice, mi gran amiga.
Por enseñarme que valgo, que soy única.
"Por que yo me lo merezco"
Gracias*

*A papi, por apoyarme, consentirme y decirme
las palabras justas cuando las necesité. Por estar ahí,
vigilante y sigiloso, pero siempre ahí.
¿Tú querías una hija, no?
Gracias
¡Te quiero muchísimo!*

*A mis hermanos,
Royman, por hacerme saber lo que es el béisbol, y los toros,
A Henry, por hacerme sentir "infantil" todavía, y a Ramón, por
demostrarme que todavía "Los Toros de Aragua", tienen afición.
A los tres, por consentirme tanto,
y hacerme sentir orgullosa
de cada uno de ustedes.
**¡Son lo más especial para mí,
y los quiero muchísimo!***

*A mis cuñadas:
Ely, Ivette y Yemir, por cuidarme
y quererme como a una hermanita.
¡Las quiero a todas!
Gracias*

*A mis bebés:
Reymar, Jesús Alfredo y Patricia Carolina,
Por ser la luz de mis ojos, el origen de mi sonrisa
y mi razón para vivir.
Dios los bendiga.*

*A Jonathan y Ronald, por hacerme feliz,
Y dejarme ser una amiga.
Gracias*

*A mis abuelos, Víctor y Columba:
Por consentirme todavía
Gracias*

*A Adriana, por ser como una hermanita,
y tenderme esa mano amiga, cuando la necesito tanto.
A la Familia Gómez Bonfanti, por apoyarme y dejarme ser
Parte de Uds. ¡Gracias!*

*A Paola, Mariale y Riccardo:
Por su amistad, su apoyo, por todos los momentos juntos
en el cafetín, El León, el CONACOM, en fin.
Sin ustedes, hubiera sido más difícil.
Gracias por aguantarme*

*A Luisa Elena, por demostrarme que
nunca es tarde para lograr un sueño.
Gracias por tu amistad*

*A los "muchachos" de El Nacional,
A Cándido, por ser como un padre,
A Francisco, por el café,
A Alfredo, Loly, Carlos, Néstor, Cesar,
Ramón, Ignacio, Humberto, Jhonny y Cristóbal.
Por darme la oportunidad, de aprender
de cada uno de ustedes.
Gracias*

*A Taixiri, porque en más de una ocasión
te levanté de la silla para imprimir, copiar, o escribir
algo relacionado con esta tesis.*

*A David Gutiérrez y Salvador García Bolio,
Porque la distancia no fue obstáculo para ayudar
¡Mil gracias, por siempre!*

*A Francisco, por ser el diagramador estrella.
A Luis, por las palabras de aliento y la segunda
con los gráficos. A Marianela por facilitarme las cosas.
Gracias*

*A Laura Valdivieso Florido y Raúl Bravo,
Por ser los profesores que son, y hacer
que el quinto año de verdad valiera la pena.
Sigan así, y Gracias*

*A María Teresa, por asumir esta tesis
como un trabajo al cual supervisar,
y del cual estar pendiente.
Gracias*

INTRODUCCIÓN

Hacer los sueños realidad, y lograr que funcionen bien, es quizás una de las ambiciones más grande que el hombre tiene. Realizar un trabajo que arroje resultados satisfactorios, y que además, logré solucionar algún problema existente en un grupo social, hace que los esfuerzos realizados valgan la pena.

El presente trabajo comprende la propuesta del diseño de una revista taurina para el mercado venezolano, con el estudio de factibilidad económica de su lanzamiento.

¿Por qué una revista de toros?

La respuesta es muy sencilla, en el país sólo circulan esporádicamente gacetillas emitidas por algunas peñas taurinas, en la actualidad, principalmente en la región andina de Venezuela.

La Fiesta Brava y todo lo que ella involucra, es el tema a tratar en el contenido de las publicaciones taurinas. El espectáculo, sus detalles, ritos, mitos y curiosidades que el mundo taurino envuelve. El toro, el torero y, en fin, todos los aspectos que se aprecian no sólo en el ruedo sino tras la puerta grande de la plaza.

España es considerada la cuna del toreo y las corridas, pero Venezuela también ha sido contagiada de esa fiebre de la tauromaquia que invade a toda la península ibérica, por lo que es uno de los países de América dónde se realizan los mencionados festejos. Las publicaciones son una de esas manifestaciones de la fiebre y admiración del espectáculo taurino, y lógicamente las más famosas son las españolas por muchas razones que se explicaran detalladamente en el marco teórico de la presente investigación.

Ahora bien, una publicación que reúna una serie de informaciones referente a los toros, con críticas, crónicas, noticias, fotos, reportajes, etc., que permitan al aficionado venezolano mantenerse al tanto de lo acontecido en las últimas fechas de la temporada, nacional o internacional, de la actuación de los diestros venezolanos, y de los foráneos que se encuentran en el tapete de la fama. Satisfacer esa carencia, es el objetivo primordial de esta tesis.

Para la realización de todo el trabajo, se hizo una investigación documental, principalmente en bibliotecas y hemerotecas, además de las entrevistas y encuestas a las fuentes vivas. El desarrollo del proyecto se presentó como una posible solución a la carencia informativa actual, que existe en el ámbito nacional en lo que a información taurina se refiere, y por lo tanto, los aficionados y todos los involucrados en el mundo de los astados, se encuentran aislados, por llamarlo de alguna manera, de los acontecimientos recientes de las distintas lidias que se realizan, no sólo en Venezuela, sino también fuera de nuestras fronteras.

La recolección de los datos recopilados, se hizo con una muestra aleatoria de 200 personas, a las cuales se les aplicó la encuesta diseñada como instrumento, para lograr medir el perfil del aficionado taurino, y conocer las principales necesidades que afrontan en lo que a información de toros se refiere. Además, se hicieron entrevistas a periodistas vinculados a la fuente taurina, quienes aportaron datos claves para la obtención de información relacionada con este proyecto.

Además, de la investigación de los costos para la impresión de los ejemplares que serían destinados al mercado venezolano. El contacto con las editoras y sobre todo con el departamento de ventas de estas, es lo que ha permitido cierto avance en la conclusión del trabajo investigativo.

Capítulo I



I. Antecedentes y Limitaciones

I.- ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

1. - Planteamiento del problema

Esta investigación, se ha manejado dentro de la modalidad de la realización de un proyecto factible. Por medio de él, se pretende demostrar la factibilidad económica y la viabilidad de la creación de un diseño de una revista taurina para ser colocada en el mercado venezolano, como un medio de comunicación que logre satisfacer las carencias actuales de los aficionados.

Hasta el momento, en Venezuela no se encuentran revistas nacionales que circulen en las principales ciudades taurinas del país, entiéndanse por éstas: Mérida, San Cristóbal, Maracay, Maracaibo, Valencia, Caracas y Barquisimeto, eso sin mencionar al resto de la nación que reúne grupos de aficionados taurinos. En estos momentos, esas publicaciones son casi nulas, limitándose sólo a las gacetillas y comunicados de las diferentes peñas y grupos taurinos del país.

Por medio de la consulta bibliográfica, se ha podido comprobar que Venezuela ha contado con un numeroso grupo de revistas y periódicos dedicados a los toros, pero que por diversas razones se han visto en la obligación de salir de circulación. Esta misma observación, ha permitido conocer las fallas y carencias que esos medios tenían, para lograr solventar los errores pasados y evitar cometerlos.

La investigación inicia en la comparación de esas particularidades de algunas revistas españolas (6toros6, Mundo Taurino, entre otras aún por seleccionar) y algunas venezolanas que han existido, pero no se han mantenido en el mercado. Básicamente esto permite poder ahondar en las características de diseños, contenidos, tratamientos informativos, los géneros empleados, etc.,

que presentan dichas publicaciones, e inducir el por qué esas revistas venezolanas desaparecieron.

El área de estudio trabajado será el análisis de las mencionadas publicaciones, además de la posibilidad de incluir revistas de México, estudiadas todas desde el punto de vista morfológico y de contenido que se encuentran presentes en las mismas.

Lo principal fue establecer un patrón de características que permitiese realizar un diseño y sobre todo una estructura económica para el lanzamiento de una revista taurina en el mercado venezolano, que posiblemente no incurriese en factores deducibles del fracaso de las publicaciones que no lograron sobrevivir. Lo principal es crear una publicación que reúna las condiciones necesarias para lograr mantenerse en el mercado y no salir de circulación rápidamente.

2. - Limitaciones

Al momento de comenzar la investigación y sobre todo de la ubicación del material, se encontró que las revistas han dejado de circular en el mercado nacional en papel. Solamente se consiguen algunas publicaciones de vieja data, y no precisamente las que inicialmente fueron anunciadas para el estudio comparativo.

Sin embargo, y gracias a Internet ha sido posible conseguir algunas de estas en la super autopista de la información. A consecuencia de esta situación imprevista, fue obligatorio hacer una reestructuración en la lista de publicaciones a consultar para realizar la comparación de contenidos informativos. Además, la situación que se presentó, obligó a tomar una o en el mejor de los casos dos números de la revista, para realizar la comparación.

3. - Objetivo General y Objetivos específicos:

Objetivo General:

- Determinar los contenidos informativos presentes en las revistas taurinas extranjeras (tres de referencia) y diseñar el perfil de la publicación proyectada (En el Ruedo), tomando como punto de partida el estudio morfológico y el estilo de las mismas: formato, número de páginas, tamaño de las fotos, blanco y negro y/o color, etc.

Objetivos Específicos:

- Realizar una investigación de carácter documental entre los ejemplares de revistas extranjeras como 6toros6, Mundo Taurino y toros en México. Además de adaptar la investigación a la revisión de ejemplares nacionales, lo que será determinado según el material disponible.

La reformulación de este primer objetivo específico se debió a la necesidad de incluir en la investigación los ejemplares venezolanos, que en algún momento circularon dentro del mercado nacional, sometiéndose a consideración la posibilidad limitada de disponer del material de forma extensa. Además, de la imposibilidad de conseguir en papel los ejemplares de Mundo Taurino y Toros en México, los cuales fueron sustituidos por Matador, Aplausos, Toresma, Toros y Toreros.

- Investigar el tratamiento informativo, es decir contenido para constatar la presencia de entrevistas, reseñas, crónicas, despliegue fotográfico, etc., y establecer las normas morfológicas del diseño, la diagramación que son usadas en las publicaciones consultadas.

Todas las revistas revisadas manejan el formato de la presencia de entrevistas, reseñas, crónicas y críticas, variando un poco la inclusión de los grandes despliegues fotográficos, especialmente a color, y de los trabajos de investigación o los grandes reportajes.

- Interpretar analíticamente las diferencias y semejanzas en los contenidos de los semanarios.

Todos coincidieron en la rigidez del estilo y la línea editorial. En todos se pudo comprobar que es importante mantener número a número la forma de trabajar y manejar la información, tener un tipo de lenguaje establecido y patrón de trabajo a seguir.

- Extraer las características más resaltantes y las líneas generales en las publicaciones taurinas más exitosas.

Sin duda que el despliegue fotográfico y los grandes análisis junto al desarrollo de los trabajos de opinión presentado en todos sus números, en cada una de sus páginas.

- Determinar los posibles factores que influyeron en el fracaso de las anteriores propuestas venezolanas, con entrevistas a los protagonistas, es decir, las empresas editoras y algunos periodistas que trabajaron en ellas.

Según lo que pudo conocerse, la principal razón por la cual las antiguas revistas venezolanas tuvieron la necesidad de salir de circulación fue la publicidad. Es por lo tanto determinante, estructurar muy bien un grupo de trabajo eficaz en este departamento, y una buena cartera de clientes que

abarquen un amplio territorio.

- Determinar el formato y demás características de diseño a usar en la nueva revista venezolana dedicada a la tauromaquia.

Aún cuando las más exitosas de las españolas, que son modelo a seguir en esta materia, se presentan en un formato grande de 33 x 24 centímetros como promedio, se escogió el formato tabloide o pequeño de 28 x 21 centímetros para la revista nacional. La razón se presenta principalmente por su facilidad de manejo, y transporte.

- Elaborar la estructura de costos de la publicación para el lanzamiento del diseño del n° 0 de En el Ruedo.

Tal como lo demuestra el cuadro de la página... los costos de la realización de la revista se basan en un proyecto para la impresión de unos 2.000 ejemplares, que serán distribuidos.

Capítulo II



I. Marco Teórico

II. Marco Teórico

Publicaciones taurinas

1. Revistas venezolanas:

- **Contexto actual. Análisis de la realidad existente**

Las corridas de toros son parte importante de la herencia cultural que España deja como legado a cada una de sus colonias en toda América, y que actualmente por la globalización se ha extendido a lugares como Japón, Holanda y Francia, tan alejados de nuestro sentir de hispanohablantes.

Los españoles trajeron la Fiesta de los toros, que es un espectáculo agrícola aunque con indudables orígenes bélicos, que vienen disfrutando diferentes pueblos desde hace más de 400 años.

Por supuesto, Venezuela no ha sido la excepción. Desde la época de la independencia las manifestaciones taurinas han estado completamente mezcladas con las tradiciones nacionales. En muchos casos se le ha adoptado como parte de la cultura, y de las diversas fiestas conmemorativas de importantes festividades, a diferencia de otros países de América que la sacaron de raíz sin dejar rastros del paso de la herencia Ibérica.

Sí bien siempre ha sido criticado el mundo taurino, continuamente se han esgrimido como armas toda clase de argumentos a favor y en contra de la "**Fiesta Brava**", pero nunca ha dejado de tener cierto encanto para quienes de una u otra forma se encuentran vinculados a este espectáculo. Quienes se sienten atraídos a la parte informativa de cada uno de los acontecimientos y festejos que se realizan no sólo en el país, sino también fuera de nuestras fronteras, hacen caso omiso a estos juicios, y buscan conocer cada día más detalles del arte que los apasiona.

tardes de "Fiesta" para hacer que con cada una de ellas haya una historia nueva.

Sólo entonces, tal como aseguran muchos amantes de la "Fiesta Brava", luego de la muerte del último toro comienza un mito que se le conoce como "Torero".

Para muchos, la historia de la Tauromaquia es la verdadera historia de la España misma, o por lo menos un pedazo muy importante de ella, y por consiguiente de las colonias que llegaron a poseer. Es indudable, al parecer del periodista Oswaldo Pérez Esteves, que: *"El nacimiento de la Fiesta de los Toros es en España, y es de aquí que se extienda a otros países, entre los que se encuentra el nuestro"*.

La fiesta de los toros era y sigue siendo, a juicio del cronista de toros Víctor José López, "El Vito":

El gran teatro donde se reúne toda la sociedad. Por ello hoy día el espectáculo de los toros es el escenario donde se pitan, aprueban o desaprueban las gestiones de los gobernantes; esa es la corrida. La fiesta de los toros no sólo en Venezuela, sino en todos los países, es el gran foro que reúne a todos los estratos sociales.

Un ejemplo de esto es la "Corrida de la Prensa". Cuando se realizaba en Caracas, era una especie de termómetro de popularidad de las épocas preelectorales o los primeros años de un gobierno.

Clemente Cimorra ¹se pregunta: *¿Es la tauromaquia parte del acervo histórico, psicológico, episódico, típico y real de las tierras ibéricas?* Su respuesta es rotunda: *"Lo es"*. (CIMORRA, C. 1995)

El hispanista francés Bartolomé Bennassar, coincide con Cimorra. Opina que en los siglos XVI al XIX, los viajeros extranjeros hicieron constar de forma casi unánime el extremado gusto de los españoles por la fiesta y la diversión. Con toda evidencia no es este gusto lo que, por sí mismo, representa la originalidad de la España tradicional, sino su intensidad y la diversidad de sus expresiones. Nadie discute que la tauromaquia sea algo específicamente español.

A principios de siglo, según asevera Pérez Esteves, era raro el país que no tenía toros. Mientras que hoy día se celebran corridas de toros en México, Venezuela, Colombia, Ecuador y Perú, países en los cuales el arte de torear, con las transformaciones y cambios que ha experimentado unido al fomento de la ganadería de lidia, ha resistido con éxito la acometida del fútbol, béisbol, boxeo, lucha libre y otros deportes menos peligrosos que los toros, aunque sin su indudable fuerza dramática y su vivo sentido ornamental y plástico.

Celebraciones como las reconocidas corridas de la PTJ, donde se otorga el premio "Detective de Oro", Feria de San Sebastián, con la medalla del santo patrón de los cristobalenses, la corrida de la Prensa con la "Pluma de oro", entre otras, representan el cotizado cartel de espectáculos taurinos que Venezuela presenta a lo largo del año. Muchos de ellos, se encuentran entre los escogidos por figuras del toreo internacional, quienes lo ven como especie de ventana o trampolín para futuras presentaciones, no sólo en tierra venezolana sino también en el resto de América. Un éxito en estas fechas, puede representar mejores contrataciones y futuros logros.

Actualmente, el mundo de los toros atrae mucha gente y puede verse cuando las plazas se llenan en su totalidad, tal es el caso de las 20.000 personas que asisten a los 6 ó 7 festejos que se agrupan en las tardes de la Feria de San Cristóbal. Para El Vito, es importante destacar que: "*San*

Cristóbal va esa cantidad de personas a las corridas que presentan elevados precios en sus entradas, o por ejemplo Maracaibo que es una ciudad eminentemente beisbolera y sin embargo logra copar las localidades durante la Feria de La Chinita”.

De igual manera, Pérez Esteves asegura que:

Venezuela siempre ha tenido una afición importante que era tomada en cuenta. Caracas permitió hacer corridas simultaneas en el Nuevo Circo y la Plaza Metropolitano. Entonces, cuando había un triunfador en el primero de los cosos, lo llevaban en hombros hasta las puertas del segundo, como para que la gente viera el triunfo enorme que no había sido allí.

Ahora bien, para presentarse una temporada taurina en Venezuela a lo largo de un año, con un gran número de carteles importantes y otros de menor factura, pero no por eso menos atractivos o de menor calidad, parece extraño la ausencia de una publicación informativa que presente esos datos que son resultados de estas manifestaciones y que son de interés no sólo para los aficionados, sino también para los propios empresarios, representantes y toreros.

Aún cuando actualmente se puede ver algunas gacetillas informativas, y trípticos que algunas de las peñas sacan de forma esporádica, no se encuentra en el mercado una *publicación nacional* especializada en la información taurina.

Además de no existir ese medio de difusión en el *ámbito nacional*, tampoco se pueden conseguir las revistas españolas o mexicanas que presentan información actual, pues por problemas de importación, o sencillamente por los pocos números disponibles en el mercado únicamente son vistas en los

andamios y vidrieras de las librerías las publicaciones de años anteriores, que sí bien presentan temas interesantes, como las entrevistas, no son de gran atractivo porque la mayoría de los datos han caducados por ser de una temporada taurina anterior, y el lector está ávido de información actualizada.

Son usualmente comunes entre los aficionados a la "Fiesta Brava", las imágenes de una librería repleta de publicaciones importadas de toda índole y género. Al revisar solamente conseguirá información taurina en las revistas españolas dedicadas al "Corazón" o la "Farándula", pues las que tratan únicamente o por lo menos en su mayor parte de toros, no se consiguen de manera fácil en el mercado nacional. Las únicas alternativas hasta ahora, la representan las suscripciones internacionales y la Internet.

"No señor de esas no tenemos", o peor aún, el encargado contestará que "Si, tengo unas por aquí, acaban de llegar", y mientras busca, la emoción embarga al comprador; pues por fin luego de recorrer, sabrá Dios cuantos locales, la consiguió. "Son éstas, cuestan 3.000 bolívares cada una", y al revisarlas datan de la temporada anterior.

Es ésta entonces una de las carencias más grandes, presentes entre los aficionados de Venezuela. Hay una necesidad latente en el grupo de personas que asisten a las corridas, y no quieren conformarse con las informaciones esporádicas impresas en la prensa. Desean mantenerse al tanto de los sucesos acontecidos en España, Colombia, México, o cualquier rincón de Venezuela y el resto del mundo donde se realicen festejos taurinos, para así seguir en detalle la temporada de algún torero en especial.

La gente que asiste a los toros, solamente en un 5 ó 6% son entendidas, según opina López:

Tal y como sucede en el fútbol o el boxeo, porque los demás van haciendo una especie de turismo festivo de los toros.

Ahora no hay una sola publicación que trate el tema, que logre subsistir sin publicidad, que es la base de la vida para un diario y todo lo demás.

En caso de contar con el apoyo y el respaldo publicitario necesario, un impreso nacional especializada en toros se presentaría en estos momentos en el mercado venezolano como un gran premio a la espera de la afición, y además llenaría las necesidades de éstos causando la tan buscada satisfacción de cada cual que solicite información precisa.

La presencia de una buena revista, entiéndase ésta como aquella que reúna las condiciones mínimas necesarias para mantener a un lector completamente informado de los últimos acontecimientos de los ruedos tanto nacionales como internacionales, será más que un nuevo intento, más que otra prueba, será el reto de lograr llenar la carencia existente de más de una década.

Toreros, subalternos, novilleros, ganaderos, empresarios y, en fin, todos los involucrados en este medio, necesitan una tribuna para publicitarse y mantenerse en interacción con la afición. Una alternativa para llegar a lograr este objetivo sería la aparición de estas figuras en las páginas de algún medio impreso dedicado a la materia.

Para ello es necesario un órgano informativo que se dedique de manera ética y seria a cumplir con esta función. La edición de una publicación taurina nacional, es en estos momentos un reto para quien pueda asumirlo.

1.1 Referencia histórica de las revistas, semanarios y periódicos en:

1.1.1 Venezuela

1.1.2 Fuera de nuestras fronteras

1.1.3 Internet

En los países latinoamericanos existe la misma afición taurina que en la "*madre patria*". Sin embargo, a diferencia de ésta, Venezuela se limita a la celebración de "**La Fiesta Brava**" en pocas ciudades, tales como San Cristóbal, Mérida, Maracay, Maracaibo, Valencia, y otras tantas que se alternan en las plazoleas portátiles.

A pesar de esto, el gusto por las tardes de tauromaquia y la afición por todo aquello que sucede en la arena, las corridas siguen siendo el centro de atracción de los espectadores. La fiesta de los toros existe en Venezuela desde mucho antes que la ciudad de Caracas.

La relación de los toros con el hombre hispano, estuvo signada por una serie de particularidades entre las que se dislumbran los traslados a América de las tradiciones y rituales, que dan lugar a distintos juegos con los astados.

Algunos escritores aseguran que los toros y otras diversiones similares datan desde que los conquistadores llegaron a estas tierras del Nuevo Mundo, pero es con el triunfo de la Revolución Liberal Restauradora que la "**Fiesta Brava**" recibe un impulso verdadero e importante. Aunque es importante destacar que las coleadas, forman parte de la expresión ancestral, adecuada al nuevo marco geográfico, de un país de intensa actividad agropecuaria para el momento de la llegada de las influencias españolas al ruedo nacional.

Para 1567, cuando Diego de Losada venía de Nueva Segovia (Barquisimeto) a la conquista del Valle de San Francisco, paró con su cuadrilla

de leales en Nirgua o Nueva Jerez a celebrar el onomástico de San Sebastián, el 20 de enero. En aquel lugar, según se dice, “se celebraron con toros y cañas y otros ejercicios militares tan notable acontecimiento, en honor del patrón y guardián de los soldados y colonizadores”². (SALAS, C. 1958)

Sin embargo, la noticia taurina se reseña en Venezuela mucho antes de la Guerra de Independencia. No como crónica, o reseña, o una revista, pero sí como información genérica en las gacetillas de la época.

Según dice López:

Esto da cuenta incluso de un festejo que se organizó para el Libertador en el Cuzco, en Perú y tiempo después en lo que hoy es la Plaza de Hacho, que fueron en honor a Simón Bolívar. Ambas en épocas diferentes. Lo que testifica la afición que tenía por la fiesta de los toros

Aún cuando había cierto recelo por parte de los escritores a hablar de toros, y es bien sabido, que durante mucho tiempo, fueron pocos quienes realmente estuvieron interesados en reseñar algo acerca de la “Fiesta Brava” y todo lo concerniente a ella.

Sin embargo, escritores de prestigio ejercían periódicamente la crítica taurina; algunos firmaban ya con su nombre, y los que continúan utilizando el seudónimo lo hacen sin la intención de guarecerse en el anonimato, sino por la costumbre de la época.

La opinión de estos comentaristas era conocida por los aficionados y se les daba crédito por ellas, especialmente cuando pasaban a ser partes de una conversación obligada para quienes asistieron al festejo, comenzaron a ser puntos de referencia obligatoria.

Al principio de la época colonial, toda Hispanoamérica seguía el arte taurino, pero posteriormente a la Independencia de estos países, ese furor y pasión por la modalidad en muchos casos se fue extinguiendo junto a esa afición.

Naciones como Cuba y hasta Uruguay fueron escenario de festejos, aún cuando hoy día no son dados para esta celebración, por innumerables razones ajenas al espectáculo mismo.

Para ilustrar esto, basta reseñar la muerte del diestro Curro Cúchares, en La Habana, luego que un toro le propinara una mortal cornada; mientras que en La Unión, en Montevideo, Joaquín Sanz "Purenet", murió al intentar banderillar un morlaco con el nombre de "Cocinero", con los colores de la ganadería de Felipe Victoria, el 26 de febrero de 1888³. (SALAS, C.1958)

En épocas pasadas, la relación directa con la Península Ibérica y las costumbres españolas, provocaron cierta influencia en diversos aspectos para los países colonizados, y una de ellas fue el interés por "**La Fiesta Brava**". La afición fue enseñada, y por lo tanto el gusto fue adoptado por quienes imitaban a sus colonizadores.

Las corridas de toros no sólo se aclimataron a las tierras de este continente, sino también tomaron perfiles singulares, según la vida y costumbres de cada pueblo. Aún cuando el ritual, parte del festejo español, cada uno lo ha adoptado para crear un estilo propio, como sucedió en Europa con Portugal, por ejemplo.

Tal vez, una de las grandes naciones taurinas del hemisferio, donde se asienta más tardíamente la afición es en Venezuela. A pesar, que militares de la Guerra de Independencia y la Federación eran concurrentes a los festejos de toros, como Tomás Lander que figuraba entre los diestros de la época. Al igual

que el General José Antonio Páez, que quizás influenciado por sus orígenes llaneros.

Asegura López que:

Con motivo del nacimiento de Felipe II, hijo de Carlos I Rey de España, se organizaron grandes festejos taurinos en la isla de Cubagua, pasando a ser un hecho histórico debido a que fue el primer festejo taurino que se realizó en territorio americano. Para ese entonces, Cubagua no era más que una isla rica en perlas.

También según su parecer:

Este espectáculo en Venezuela, fue siempre de la mano con las fiestas de Caracas, y las tradiciones del país, debido a que en su esencia de espectáculo, es una fiesta agropecuaria, y el país hasta 1924 fue netamente agropecuario, que basaba su economía en las producciones de café y cacao, o sencillamente en la exportación del ganado vacuno a toda el área del Caribe incluyendo Cuba.

Hace poco más de medio siglo, no existía en Venezuela ningún coso de importancia, pero a pesar de esto, se lidiaban con cierta frecuencia algunas corridas y festivales; sin faltar grupos de ganaderos aficionados dedicados a la cría de reses bravas, para aumentar la producción y los ejemplares disponibles para la celebración de los festejos⁴. (ALTALBELLA, J.1965)

Es a partir de entonces cuando comienza el auge taurino en el país y la construcción de los ruedos que permitieran la realización de los diferentes festejos a lo largo y ancho del país, para el disfrute del aficionado.

Tal como dice López, "una plaza no es un conglomerado de piedras, tablas, arenas, cabillas y cemento. Las plazas de toros tienen alma, y por lo tanto viven".

La identificación de los toreros con el alma de las plazas es más importante que el propio dominio de la maestría y su arte. Diestros incomprensidos por las almas, han quedado solos y tristes en los caminos del toreo. Mientras, que las grandes figuras del toreo, aquellas pocas que han logrado ser universales dentro de la fiesta, han sido aquellos toreros comprendidos completamente por el alma de todas las plazas, en las cuales se presentan ⁵. (LOPEZ, V.1983)

Según apunta el escritor Manuel Landaeta Rosales en su libro *Los Toros en Caracas*, aparte de los toros coleados que eran celebrados ya en las principales calles de la ciudad, para los inicios del afianzamiento de la "**Fiesta Brava**" en Venezuela, existieron varios circos provisionales en diferentes lugares de Caracas.

Entre esos se encontraban los de madera, contruidos en 1846, clasificando en la lista de mayor importancia el de Capuchino, La Palmita, el de Candelaria, y el de El Valle, justo frente a la Plaza del mismo nombre. También estaba el llamado Plaza de Leyes Patrias, en Puerto Cabello.

Es necesario destacar, que el coso de La Candelaria fue quizás la más antigua plazoleta de la ciudad capital, y tal vez la primera en donde torero alguno se presentara con trajes de luces.

Años después, ya desarrollada un poco la afición en el país, se edificaron los que se ubicaban en las esquinas de Bucare, en el Callejón Muchinga y el Circo de La Glorieta. En este momento era 1846. Para 1864 abrió sus puertas el 25 de diciembre, la Plaza de Toros de Falcón, con la cuadrilla de don Elías

Martínez, y la presencia de 5.000 personas en las gradas. Este recinto fue destruido e incendiado por el pueblo, en 1868, a la caída del gobierno del General Juan Crisóstomo Falcón. Sin embargo, posteriormente fue reconstruido para servir de escenario a diferentes espectáculos.

El 28 de octubre de 1883 se inauguró el Circo del Hipódromo que estaba entre las esquinas de Maderero y Puente Nuevo. El cartel de la primera tarde fue con los venezolanos Juan Flores Perdomo y Leonardo Rivero, junto a los payasos José Inés González, Patón, Gregorio Pino, Ramón González, Claudio y Eugenio "El Chingo".

Es conveniente hacer notar que, para esta época inicial a la cual se ha hecho referencia, todavía el diestro lidiaba a la manera primitiva, es decir, la muletilla estaba ensartada en un palito que era sujetado en el centro. Mientras que las banderillas se colocaban con una sola mano, siendo Gregorio pino fue el primero en colocarlas a dos manos.

Para el año de 1985, específicamente el 30 de agosto, abrió sus puertas en Valencia del Rey, la nueva Plaza de toros. Al año siguiente lo hizo la placita del Matadero, en los terrenos de lo que hoy es el Nuevo Circo.

También ese año apareció la de Barquisimeto. Caracas tuvo otro recinto en 1896, cuando el 2 de febrero comenzó la actividad taurina en el Circo Metropolitano, mientras que la plaza de Arenas de Valencia, construida por los hermanos Branger con una capacidad de 3.000 personas, quedaba en la Av. Camoruco.

Para 1933, Maracay era un pueblo de tan sólo 27 mil personas, pero contaba con el amor del entonces Presidente de la República, Juan Vicente Gómez.

Debido a esto, el 20 de enero de ese año, quedó inaugurada en la ciudad de Maracay la Plaza de Toros de Calicanto, como se le denominó entonces.

Tuvo un costo total de 1.800 bolívares, y por orden expresa del Presidente no se escatimó esfuerzo y se trajeron los mejores mosaicos y algunos artesanos de España.

El cartel inaugural de la Plaza presentó a Eleazar Sananes "Rubito", Manuel Mejía "Bienvenida" y Pepe Gallardo, además de la participación del rejoneador Antonio Cañero. Ocho toros de media casta de La Providencia, anunciaron en el cartel.



Foto N° 1

El Gral. Gómez fomentó La Fiesta Brava en la región de Aragua



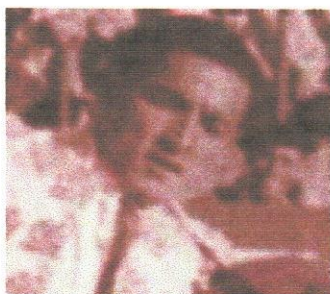
Foto N° 2

"Bienvenida" estuvo en la inauguración de la Maestranza de Maracay

El coso calicantino fue llamado La Maestranza de Maracay, por el pueblo y los Medios, debido la similitud de la estructura con la Real Maestranza de Sevilla, España. Luego la Municipalidad, como homenaje a los toreros de la cantera decidió llamarle Cesar Girón de Maracay.

Dicho ruedo aún se mantiene activo, y ha servido de escenario para inolvidables faenas, en las que los 6.600 espectadores que alberga sus tendidos, que han podido disfrutar de esas tardes de lidia.

Foto N° 3



En honor al gran torero de Aragua,
La Maestranza se llama César Girón

Por supuesto, que el desarrollo que hasta el momento presentaba la Fiesta, trajo la necesidad imperiosa de proveer toros adecuados a la lidia que para entonces se presentaba en esos nuevo lugares. Algunos ganaderos adquirieron toros españoles que habían venido a ser lidiados. Entre esas personas que comenzaron a fomentar el ganado bravo figuró el nombre de Raimundo Fonseca.

Fonseca fue el propietario de la ganadería de media casta "La Providencia", que posteriormente, los hermanos Juan Vicente y Florencio Gómez Nuñez adquirirían. Tiempo después refrescaron la sangre de la vacada, principalmente por la necesidad de la pureza de la casta, por lo que importaron unas 280 cabezas de la ganadería cordobesa conocida como Pallarés, que posteriormente pasó a ser propiedad del gobierno, y actualmente se lidia bajo la divisa gualda y rojo, de Guayabita. Mientras, Don Gonzalo Gómez, fundó en La Victoria otra llamada "La Quebrada" ⁶. (LOPEZ, V. 1983)

Posteriormente en 1949, Maquetía estrenaba su plaza, con una novillada, en las que actuaron los espadas españoles Manuel Moreno y Antonio Parejo.

Para el 26 de enero de 1967 se hace la regia inauguración del Nuevo Circo de Caracas, con capacidad para 23.000 personas. El cartel integrado por Serafín Vigiola, Torquito y Alejandro Sáez. Se erigió a petición del General Eduardo Mancera, y ocupaba los terrenos municipales del antiguo matadero de la ciudad. Sus constructores fueron los doctores Alejandro Chataing y Muñoz Tébar.

Por años conocido por ser escenario de fantasiosos festejos, y servir de marco para carteles importantes con gran factura. Igualmente, es conocido como un patrimonio de la nación, pero que actualmente está cerrado a la realización de los espectáculos para los cuales fue edificado. Pertenece a familia Branger, quienes se niegan a dar los permisos necesarios para que nuevamente en su arena se vean tardes de sol, arena, toros y vino.

Foto N° 4



Plaza de San Cristóbal, conocida como El Nuevo Circo de Caracas

También en 1967 abriría sus puertas la Monumental de San Cristóbal, sede de la Feria de San Sebastián, que fue inaugurada el 18 de enero, con un tendido para 28 mil personas aproximadamente. Las festividades del Santo

Patrón, siempre fueron y sigue siendo una oportunidad para el reencuentro de la familia tachireNSE.

El mismo mes de enero inició su actividad la Plaza de Barquisimeto, que tuvo en su primer cartel a los diestros Antonio Chenel "Antoñete", Manuel Cano "El Pireo" y Efraín Girón, quienes estuvieron ante un encierro de los toros del colombiano Félix Rodríguez.

La ciudad de los caballeros, Mérida, cerraría el año de las inauguraciones de plaza. Con una capacidad para 16.000 personas, se abrió plaza en la mañana del 10, con los diestros Cesar Faraco, Manuel Benítez "El Cordobés", y Francisco Rivera "Paquirri".

En 1968 se inauguró la Monumental de Valencia, con tendido para 25.000 espectadores. También lo hizo la de Puerto Cabello.

En 1972 comenzó la actividad en la Plaza de Maracaibo, mientras que en 1976 se estrenó la de Valle La Pascua. El año siguiente fue la apertura de las inmediaciones de La Asunción y Chivacoa.

Finalmente en los años 90 aparecen las construcciones de Táriba y Tovar. Sin embargo, todo este proceso ha servido la aparición de una gran variedad de improvisadas plazas, las portátiles se han adueñado de otros lugares: Maturín, Yaracuy, y el más reciente, el pasado año en El Poliedro de Caracas.

Luego de ver todo esto, vale la pena acotar que desde hace apenas 50 años comenzaron a torear en el país los diestros españoles y mexicanos, quienes regularizaron y disciplinaron las corridas, además de brindarles un gran apoyo y renombre a los nacientes ruedos venezolanos. Tal vez sea por eso que el período más productivo, en lo que a infraestructuras se refiere, fue mediados de los años 60 y 70.

Según comenta Pérez Esteves: *“En esos primeros años, en la época de invierno de España, los toreros venían a torear a América. Eso era porque nuestro clima lo permite, y les daba la posibilidad de mantenerse activo todo el año, y acumular importantes triunfos”*.

Para ese entonces, México se perfilaba como la nación latinoamericana más importante en cuestión taurófila, especialmente con el número de cosos y festejos lidiados, además de la cantidad de grandes matadores que permitían comparar la tierra de Pancho Villa con la Península Ibérica.

Según comenta Cossío, “el ambiente que se vive en las plazas de toros se extiende a la calle y nadie puede sustraerse a esta realidad”⁷.

Por lo que las corridas de toros no sólo abarcan lo sucedido en el ruedo, ni terminan al apagarse las luces después del festejo. Las publicaciones que hacen referencia a todo esto saltan a la arena y toman protagonismo, dándole al aficionado todo aquello que desea conocer, los pormenores y las curiosidades, estadísticas y anécdotas, que enriquecen día a día su afición.

Quienes comienzan a escribir de toros en Venezuela, seguían las pautas implícitas establecidas por las revistas y la prensa española. A fin de cuentas, eran ellos quienes tenían la experiencia y sabiduría de la materia, por lo que se erigieron como modelos a seguir.

No fue sino hasta principios del **Siglo XX** cuando comenzaron regularmente a circular diferentes folletos informativos, que cumplieron la función de guía para muchos de los neófitos aficionados, que apenas comenzaban a conocer del espectáculo. Sin embargo, por lo que se puede apreciar las revistas taurinas venezolanas se han caracterizado por tener una corta vida, siendo la de mayor duración la fundada por Don Antonio Aragón

conocida como **Venezuela Taurina**, la cual competía con **Toros y Deportes**, que circulaba apoyándose en la afición naciente del béisbol de la Cervecería Caracas.

Para la época existían ya, reconocidas figuras del toreo criollo Luis Sánchez Olivares, conocido como "*El Diamante Negro*", y Eleazar Sananes "**Rubito**", además de varios cosos taurinos a lo largo y ancho del país.

Reglas del Toreo, y, **Reglamentos de las Corridas de Toros**, editados por Candelario Pérez en 1904, además del **Manual para Aficionados** de Francisco de León, son algunos de los títulos especializados que surgen para tratar de satisfacer la necesidad de información por parte de los nuevos simpatizantes del arte taurómico.

Posteriormente circularon otros trabajos de poca orientación, hasta 1930, cuando apareció **Toros y Toreros en Venezuela**, que editaron Pepe Hule y Ganoita. Además del Tratado de tauromaquia del Dr. José Izquierdo en 1939, el cual hasta ahora representa la obra más concisa sobre el tema de las corridas en el país. Con relación a las revistas que deambularon en la época se presentan **El Toreo**, que circuló en la ciudad de Valencia en 1886.

Entre los años de 1904 a 1906 aparece **Caracas Artística**, dirigida por Pepe Barrera y Luis Maleta. Igualmente en 1906 hace su salida la **Guía Ilustrada** firmada por Paco de Oro, fechada en la Caracas de la época. **El Toreo** circuló durante los años de 1908 a 1912, mientras que **El Volapié** lo hizo por un año (1911-1912). **El Clarín** estuvo en venta también por una año (1912-1913), en Caracas. **Mallas y Banderillas** fue dirigida por Sebastián Ramos Torres, entre 1913 y 1914.

La década de los 20, presentó un sin fin de vicisitudes y diferentes manifestaciones que ya se conocían en el mundo taurino nacional, siendo el

año de 1924 el más fructífero para los primeros números de las nuevas publicaciones.

Rubito fue una de las primeras de la época, cuando dirigida por Parodi y Lovera circula en Caracas desde 1921 y 1922. **Berrendo en Negro** que presentaba como cabecilla a El Tío Lagarto. Circuló en Caracas desde 1921 a 1922.

La Regadera dirigida por Diego Hurtado circuló en Caracas durante 1922. **De Pitón a Pitón**, nació el 2 de enero de 1923, dirigida por Oscar Villalba Fraile (conocido como Villa-Fraile), y con la colaboración de figuras como Pepe Cornada y Arturo Uslar Pietri, quien usaba el apodo de Don Criticas, haciéndose famoso al escribir interesantes análisis. Tenía una circulación más o menos regular, especialmente durante la temporada taurina local. Era muy solicitada en España y las principales ciudades venezolanas. Lo hace entre 1923-1924.

Ese mismo año también hizo su aparición **El Divino Calvo**, que estaba dirigida por Chavalo. En esta publicación figuraban como colaboradores los más destacados cronistas de la época, y dirigida por Cerrajero Pako y Pepe Cornada.

También en 1924, ocurre el lanzamiento de la revista **Toros y Teatros**, confirmando el inicio de una época considerada como propulsora del auge de la lectura de los festejos. La publicación estaba regida por Francisco Alemán Fonseca.

La Verdad, que circulaba en Caracas bajo la tutela de Santiago Duarte Bueno, quien era conocido en la época como Dos Razones o Papá Duarte. Este malagueño fundó La Verdad, como una revista dedicada exclusivamente para los asuntos taurinos. Además escribía en algunas columnas de toros para

diferentes periódicos, en los que enarbolaba su bandera de lucha por el decoro de la fiesta brava.

En 1928 reaparece **El Toreo**, ahora con la dirección de El Marqués de Morillos, quien años después fue catalogado como el decano de la crítica de toros en Venezuela.

La sociedad caraqueña, buscaba saber más y conocer de los detalles de los diferentes festejos realizados en la Caracas y las diversas ciudades de España.

Pica Pica dirigida por Pako y Pepe Cornada, se vendió entre Caracas y Valencia en 1929.

La siguiente referencia tiene data de la década de los años 30. Surgen entonces **Toros y Toreros en Venezuela** (1930), **Anuario Taurino** y, **Seda y Oro** (1933). Esta última presentaba un formato pequeño. Contaba de 8 páginas de 32,5 x 23,5 centímetros, y circuló bajo la guía de S. Ossa Jr.

Palmas y Pitos (1935), fue tutelada por Vicente Pastor Rodríguez, quien fue el director y fundador de la publicación. Además de ser el promotor de varios folletos en pro de "**La Fiesta Brava**". Se presentaba en 12 páginas. Para 1933 publicó el **Anuario Taurino**.

La década de los años treinta terminó con la aparición de **La Pica**, que se consolidó bajo la acepción de semanario independiente. Su formato contaba de 20 páginas de 28 x 21 centímetros cada una, y fue dirigida por Carlos Salas. Su primer número salió el 28 de octubre de 1936 y duró hasta 1937. Su segunda época comprendió desde 1945, mientras que la tercera fue en 1947. Un nuevo intento se hizo entre 1970 a 1972. Representa uno de los más claros ejemplos de inestabilidad de las publicaciones de la época.

Toros (1935-1936), que era una revista a colores con circulación en la zona de Caracas. Fue dirigida por Carlos Salas y Eduardo San Martín. Finalmente circuló **Caracas Taurina** (1938), que era editada por Carlos España quien también ayudó en **Toros** y **Deportes**.

La Corrida copa la escena en su lanzamiento durante el mes de febrero de 1940. En 1941 salió **La Espada**, que era dirigida por Emilio Peraza y solamente sobrevivió un año. **Puerta Franca** también saltó a la palestra en 1941, con la supervisión de Eduardo Feo Calcaño. Mientras que en 1942 se abrió paso **El Toril** de Miguel Paz Ballestilla, que se paseó por el comercio hasta 1954.

Ovaciones se adueñó del terreno en el año 1943, en la conducción de Curro Puya, quien fue escritor de toros en el prestigioso diario **El Mundial**, además del **Semanario Caracas Taurina**. Figuró entre los primeros cronistas de transmitir por radio las incidencias de las corridas de toros.

En 1945 apareció **Verdades Taurinas** de Carlos Eduardo Misle (Caremis), quien la sacó a circular en una presentación de tan sólo ocho páginas de 33 x 25,5 centímetros.

El año 1946 sirvió de marco para **El Arrastre**, dirigida por Carlos España. Era un gran entusiasta de "**La Fiesta Brava**" y colaborador de casi todas las revistas caraqueñas de la época. **Caracas Taurino**, **Tendido** y **Sol de los Ruedos** también nacieron en este tiempo.

Durante 1953 nació **Valencia Taurina**, dirigida por Pedro Serradas, Cerrajillas. Por espacio de 41 años, **Toros** y **Deportes** no tuvo competencia alguna en el mercado venezolano al liderar las ventas. Fue completamente exitosa desde abril de 1953 a marzo de 1984, fecha en la que desapareció. Nuevamente Santiago Duarte Bueno fue director. Su temática se caracterizaba

por mezclar los astados junto al béisbol, que eran dos entretenimientos seguidos con gran interés para el momento porque eran los grandes espectáculos de Caracas. Siempre se perfiló como la promotora de la fiesta de los toros y la diversión, más que una cuestión crítica. Llegó a tener una periodicidad mensual.

Similar éxito tuvo **Venezuela Taurina**, que desde abril del 47 a agosto del 83, mantuvo informado al numeroso público aficionado con sus 32 páginas.

Comenta López que, esta publicación tuvo una periodicidad semana:

Era una lujosa revista, con tapa y contratapa muy particulares. Tenía solamente un redactor que era el propio Aragón (director), quien narraba como un cuento una serie de cosas sucedidas en el festejo. Llegó a ser la gran rival de Toros y Deportes.

Para los finales de la década de los años 70, aparece en el estado Táchira la publicación **San Cristóbal Taurina**.

Seguidamente en 1980, **Revistur** se coló en Caracas y sus alrededores, presentando a las corridas de toros como un atractivo turístico del país. Para 1982 sale al ruedo **A los Toros**, publicación de gran importancia en la historia gráfica del periodismo taurino. En 1986 **La Girondina** se hizo presente, y para 1987 sale **Tendido 7**.

Los noventa fue el marco de otra revista tachirensis: **Ruedos** se mete en el mercado. Con relación a los periódicos y gacetillas dedicadas a publicar noticias taurinas, destacan en los años 20, **La Bisoña** (1921). Era considerado como un semanario popular, debido a los acertados juicios publicados en sus páginas. , además de la calidad de su material gráfico y literario. Contaba de ocho páginas dirigidas por Diego Martín del Campo "El Tío Diego".

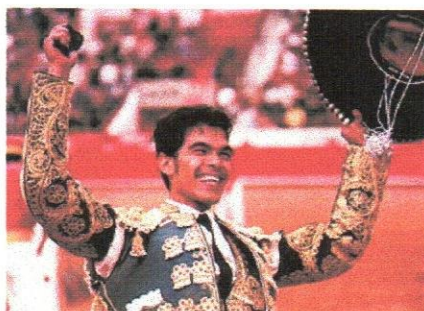
El mismo López dice:

Sí hacemos una investigación, uno de los sitios más importantes para la edición de semanarios fue la ciudad de Valencia, que siempre ha sido dada a las manifestaciones y organizaciones taurinas. Luego sigue San Cristóbal, Mérida y Maracaibo, pero estas ciudades lamentablemente son eventuales. La afición valenciana, en cambio, es durante todo el año, y tienen un apoyo periodístico en los diarios. Sin embargo, actualmente no circulan de la misma manera que antes, o no presentan igual difusión.

Entre los nombres de los toreros más importantes que han nacido en Venezuela, se encuentra el de Diamante Negro, la dinastía de los Girón, siendo el más destacado de estos últimos, Cesar, el mayor de los hermanos aragüesños.

Los hermanos Valencia, Carlos Rodríguez Vázquez "El Mito", José Nelo "Morenito de Maracay". Más recientemente Leonardo Benítez, quien comienza abrirse paso en los ruedos de España, luego de grandiosos triunfos en tierras mexicanas y francesas⁸. (COSSIO, J.M. 1995)

Foto N° 5



Leonardo Benítez se abre paso en España

1.1.2 Fuera de nuestras fronteras

La prensa taurina fue durante un siglo el más importante medio de publicidad para la Fiesta de los Toros y uno de los contribuyentes para su desarrollo y arraigo popular.

Las publicaciones dedicadas en su exclusividad a la información que hace referencia a los toros tuvieron siempre muchos adeptos entre los aficionados, lo cual en su mayor parte, se debía a la gran cantidad de noticias que podían ser leídas en sus páginas. La mayor parte de éstas nacieron con mucho aliento, pero no lograron tener más que una vida efímera. En cambio, algunos llegaron sin mayor intención que la de intentarlo, y alcanzaron la fama.

EN ESPAÑA se dará inicio a la cobertura de toda esta manifestación artística. Primero: por ser la madre de la exhibición. Segundo: el mayor escenario hasta el momento para el desarrollo de esta actividad. Finalmente porque presentaba un gran número de festejos, toreros y aficionados prestos a trabajar por hacer historia.

La primera noticia taurina pudo ser leída en un periódico de información general llamado El Memorial Literario, de mayo de 1784, que siguió prestándoles atención hasta 1791 y, dos años más tarde, el 20 de junio de 1793, publicada en el Diario de Madrid, y que sería se puede considerar como la primera crónica de una corrida de toros, obra de un suscriptor anónimo, que firmaba como Un Curioso. Con esta nota se inicia la publicación periódica de reseñas con una gran dosis crítica de las corridas de toros, que se celebraban en Madrid.

Sin embargo, según dice Cossío⁹, existen registros de festejos con fecha más antigua. Dichas celebraciones no eran otra cosa, sino parte de las grandes bodas y fiestas reales u otras fiestas señaladas, debido a que los toros eran

sencillamente un elemento de los actos dedicados a la celebración de los diferentes acontecimientos. Tras este proceso que pasó a ser más periódica y singular. (COSSIO, J.M. 1995)

La primera crónica taurina, a la cual se hace referencia, se aprecia una preocupación exclusiva por resumir los diferentes sucesos de la lidia de cada astado en forma estadística, sin mostrar ninguna apreciación objetiva y crítica de las habilidades mostradas por el torero. Sin hacer la más mínima referencia a la reacción del público:

Muy Señores míos: Vdms. Suelen describir una máquina, extraer el argumento de las Comedias nuevas, hacer la descripción de una función extraña, como las que ha habido de los globos de Lupardi, y nunca he visto descrita una función de toros. Sin embargo creo que el público lo agradecería: pero sea como fuere, hay vá la descripción de la fiesta ultima por si gusta darla á la prensa, mientras piensan lo que han de dar por materia al día siguiente. La función ultima que fue la quarta de este año executada en la Plaza propia de los Reales Hospitales el día 17 del corriente, se hizo por asistencia por mañana y tarde del Sr. D. Juan de Morales Guzmán y Továr, corregidor de esta Villa. Picaron los 6 toros de la mañana Juan López, y Alfonso García Colmillo. El primer toro fue de la bacada de D. Joseph Gijón, de Villa rubia de los Ojos de Guadiana: entró á 14 varas, y á 10 banderillas, no hirió caballos, y lo mató Pedro Romero á la primera estocada...¹⁰ (COSSIO, J.M. 1995)

Según acota Cossío en su libro, es importante destacar de esta reseña y del resto que fueron publicadas después: "*La importancia de la procedencia del ganado, que confirma lo que Velázquez y Sánchez en sus anales del toreo (1988) nos explica sobre la evolución en la forma de selección del que se lidiaba en las principales plazas*".

Como destaca Antonio Fernández Martín, *“La prensa taurina fue durante un siglo el más importante vehículo de propaganda que tuvo la Fiesta de los Toros y no de los resortes que más contribuyeron a fomentarla”*.⁸

Las publicaciones que se dedicaban a los toros, tuvieron siempre muchos seguidores entre los aficionados, debido a la gran cantidad de noticias interesantes que en ellas podían leerse, además de las polémicas que en las columnas de las diferentes páginas aparecían, y por supuesto, la parcialidad marcada manifestada por las mismas que mostraban hacia un torero.

A todo esto se le agrega la facilidad, que en la época de 1900, existía para sacar un pequeño periódico o revista, y por ende ser vendido a precios módicos. Esto explica la proliferación de los mismos durante el periodo mencionado¹¹. (FERNANDEZ, A. 1972)

Todo esto explica la aparición frecuente de publicaciones, que iban y venían en el mercado, y donde sólo algunos lograban permanecer entre los que se cotizaban en las ventas, debido a la preferencia del público.

Para entonces, los diferentes editores se vieron en la necesidad de contratar a críticos competentes y documentados en la especialidad para lograr afianzarse en el mercado. Eran esclavos de todos los detalles, como la fecha en que se celebró la corrida, la hora en que empezó, el nombre, pinta y encornadura de los toros, las varas que tomaron, las caídas que dieron, y demás detalles de la lidia que interesaban a todos los lectores.

Los redactores salían de las plazas apresurados, pues minutos después se comenzaría a redactar y preparar los ejemplares que dentro de varias horas tendrían en las manos los aficionados, y que serían leídas con detenimiento por el público, luego de abandonar el circo, según comenta Cossío en su libro.

El primer periódico taurino, que como tal tiene catalogado Luis Carmena y Millán, tiene data de 1819 y se titulaba **Estado que manifiesta las particularidades ocurridas en esta corrida**, pero que tuvo muy poco tiempo en circulación. Igual destino corrió el **Cartel de Toros**, aparecido en 1820¹². (CABRERA, R. 1991)

Transcurrieron muchos años antes de registrarse un nuevo ensayo de las publicaciones taurinas, hasta que en 1845 nace **El Toro**, que sólo duraría un mes. En 1847 salió **La Flor de la Canela**, y en 1848 el periodista Manuel María Santana, sacó **La Tauromaquia**, la cual desapareció antes de arribar a su primer aniversario.

El primer éxito, por llamarlo de alguna manera, de todos estos intentos lo representó **Cartas tauromáquicas** de José Velázquez y Sánchez, bajo el seudónimo de Don Clarencio.

Estas cartas tuvieron muchos imitadores que sacaron años después, otras publicaciones y folletines con el mismo estilo impuesto por Don Clarencio. Se presentaban en hojas sueltas de 30 x 20 centímetros, las cuales se imprimían en las prensas del Diario de Sevilla, El Porvenir y Faro del Comercio, entre otros tantos. Su primer número vio luz el 8 de abril de 1949, y se mantuvo sin regularidad alguna durante 20 años. Un total de 12 cartas se publicaron en este período¹³. (CABRERA, R. 1991)

Otro intento frustrado se dio en 1850 cuando nació **El Enano**, diario que se coló entre los de mayor vida. Para 1858 cambió su nombre por el de **Boletín de Loterías y Toros**, con el cual se mantuvo a la venta hasta 1887, cuando retomó el primero. Su temática era sobre ciencias, artes, literatura y teatros. Se editaba en Madrid, y estaba dirigido por su fundador José Carmona y Jiménez.

En 1852 apareció **El Látigo Tauromáquico**, de Cádiz, que se mantuvo durante 30 años sobreponiéndose a diferentes dificultades. Durante este año y hasta 1864, nacen diferentes publicaciones, la mayoría de ellas de corta vida, en toda la nación española. El popular diario **El Mengue** circuló por dos años. Presentaba sanas críticas orientadoras a los toreros, firmadas por Mariano Guarisuain Blanco.

Rara era ya la temporada taurina que no sirviera de marco para la salida al ruedo de nuevas publicaciones, pero serán dos las que más se escuchan sonar hasta 1874.

Eran **El Tábano**, de Madrid y **El Puntillero**, este último se mantuvo por unos ocho años. Para entonces apareció el que sería la revista de toros de mayor vida, **El Toreo** que logró mantenerse a la venta por espacio de más de cinco décadas. Este último se promocionó como el suplemento a la correspondencia teatral. Era una publicación dirigida por Pedro Nuñez Samper, y un nutrido grupo de colaboradores. Comenzó a circular el 6 de abril de 1874, y salvo una corta desaparición de cinco meses, tuvo una vida ininterrumpida (hasta 1928).

El 15 de junio de 1879 nace la revista de espectáculos **El Tío Jindama**, que se publicaba en Madrid. Sus cuatro páginas de 44 x 32 centímetros, eran dirigidas por Eduardo Rebollo y luego por Leopoldo Vázquez. Desapareció luego de 25 años.

Los años posteriores fueron en la palestra una gran cantidad de publicaciones, que si bien se mantuvieron por algún tiempo, no representan marcado eslabón en la historia de la prensa taurina.

Solamente la revista que circuló en 1882 conocida como **La Lidia**, logró quedarse al conseguir rápidamente gran fama. Fue muy solicitada tanto por sus cromos de las planas centrales, como por el contenido de sus textos.

Su primer director fue Juan Martos Jiménez, quien era ferviente admirador del diestro Rafael Molina conocido como "El Lagartijo". Posteriormente su conducción quedó de manos del seguidor del torero Salvador Sánchez "Frascuero", Antonio Peña y Goñi, quien lo dirige hasta su muerte.

Será Mariano del Todo y Herrero quien se responsabilice luego de la publicación hasta su último número (en 1900).

Se puede decir que esta revista marcó época, tal y como lo acota Antonio Castillo. Dice que esto se debía además de las mencionadas litografías de los mejores diestros del momento, a sus columnas que presentaban la rúbrica de importantes críticos taurinos de España¹⁴. (FERNANDEZ, R. 1991)

A partir de 1894 cambió su formato inicial para pasar a ser una revista semanal, ilustrada de arte y literatura donde los toros se presentaban en pequeña proporción. En 1895 regresa a su configuración habitual donde los astados toman el protagonismo junto a los toreros. Con el tiempo se consolidó como la primera publicación taurina de corte literario que existió.

Sus rivales fueron **El Arte de La Lidia**, **La Nueva Lidia**, en los años 1883 y 1884 respectivamente, que aún cuando se encontraban bien diseñadas y estructuradas no lograron resistir la fuerte competencia y desaparecieron prontamente del mercado.

El primero fue un periódico dirigido por el literario Leopoldo Vázquez y el artista Daniel Perea. Mientras que la segunda se presentaba como una

revista taurina ilustrada con cromos, en un formato de 37 x 28 centímetros. Además del español, llegaron a editar en francés.

Para 1885 aparece **La Política y los Toros en España**. Tenía 8 páginas de 31 por 22 centímetros. Su autor fue Manuel López Calvo. Era una publicación de episodios novelados entre afamados toreros y personajes políticos de aquel entonces.

Cientos de ejemplares nacerían durante los años posteriores, no destacando sino algunos como **El Sinapismo** (1885), **La Muleta** (1889) y **El Torero Sevillano** (1891), **El Taurino**, **El Toreo Cordobés**, **Pan y Toros**, y **El Arte de los Toros**, que circularon en de 1892 a 1896. Paralelamente aparecían impresos similares en Francia, Portugal, Perú y Filipinas, entre otras naciones.

Sol y Sombra apareció en 1897, y se encuentra entre la polémica de ser periódico o revista. Presentaba un formato como esta última, con 16 páginas y numerosos grabados. Fue fundado por los hermanos Juan y Ginés Carrión y contaron con la colaboración de los más notables escritores conocidos hasta entonces.

Para 1899 aparecen **El Heraldo Taurino**, **El Arte del Toreo de Barcelona**, y **La Fiesta Nacional**, siendo esta última una elegante revista fundada por los hermanos Arturo Orestes Llorens, y la única de ser señalada de las 15 que en el año 1900 circularon.

El siglo actual abre con diez periódicos taurinos nuevos, tales como **El Toreo Chico**, **El Imparcial Taurino**. Además de todos los publicados en naciones como Cuba, México, Venezuela, Perú y otros países con marcada influencia española.

Con el paso del tiempo, la relación entre el festejo y el crítico se acentúa, a medida que la apreciación crítica madura. Aprende a dejar de ser sólo un transcriptor de datos, para describir los acontecimientos del festejo, para llegar a ser más que un estudioso de “**La Fiesta Brava**”, un crítico verdadero.

Sin embargo, no fue sino hasta mediados del siglo XIX cuando proliferaron las publicaciones dedicadas exclusivamente a todo lo del Toro, sin llegar a romper los nexos con otros modos de ocio y entretenimiento que recurrían a la sátira y al humor.

Para este momento era raro el intelectual que no se ocupara del tema taurino. Los escritores de gran prestigio ejercen la crítica taurina, según apunta Cossío. Algunos firman con su nombre y quienes siguen utilizando el seudónimo no buscan en él la protección del anonimato, debido a que su identidad ya es conocida por los aficionados.

Cossío asegura que:

Las revistas especializadas, la mayoría con corta vida, habían aumentado en su cantidad, en su mayor parte con el carácter de identidad encubierta. Sin dejar de mostrar el partidismo por parte de los aficionados. Comienzan a publicarse artículos doctrinales de divulgación e investigación histórica.

¹⁵(COSSIO, J.M. 1995)

El interés que despiertan hace posible el nacimiento de revistas como **La Lidia** y **Sol y Sombra**, que consiguen reunir nombres del periodismo y las novelas en sus crónicas, las cuales tienen un carácter didáctico y van dirigidas a aleccionar al aficionado desde el punto de vista personal de concebir el toreo de los distintos autores. Advierten la preocupación por conservar “la pureza de la fiesta”.

Las publicaciones presentaban crónicas que darían posteriormente lugar a lo impresionista o narrativo del espectáculo.

Además completaba toda la información con estadísticas, que contabilizaban toros lidiados, capotazos, entradas al caballo, caballos muertos y heridos, banderillas, pases de muleta, y pinchazos o estocadas y descabello, así como los trofeos que se otorgaban en la realización del festejo. Era el detalle el principal punto a destacar dentro de cualquiera de los textos realizados.

En los últimos años de ese siglo, aparece Cossío quien definió como la revista ejemplar de entonces a La Lidia, que fusionó las mejores firmas redactoras con la más sobresaliente ilustración. Su primera época cubre casi veinte años desde su aparición en 1822. Posteriormente reapareció en 1914¹⁶. (CASTILLO, A. 1991)

Es decisiva la publicación de los **Anales del Toreo**, de Velázquez y Sánchez, que influye notablemente a que el tema taurino pase al libro.

Cossío¹⁷ comenta en su libro, como los cronistas de la época, por muchos años parecían considerar que escribir de toros era crear literatura en menor grado, tal vez basado en lo popular de la festividad, y el origen plebeyo de sus protagonistas. (COSSIO, J.M. 1995)

Ya se dijo que las primeras crónicas, generalmente no eran firmadas, o se amparaban en los seudónimos o en el anonimato. Eran trabajos espontáneos de los lectores, en formas de cartas, y que tiempo después aparecían con seudónimos, debido a que comenzaron a ser cancelados.

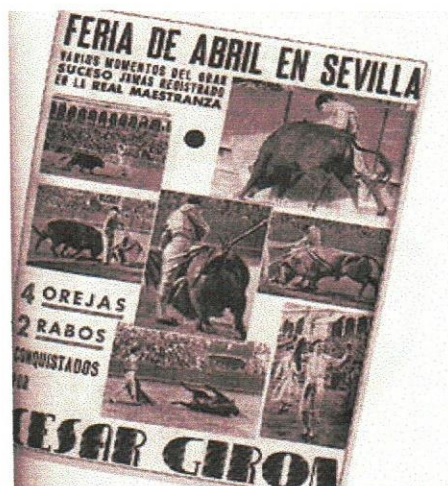
Uno de esos ejemplos más claro lo representa Abenamar, escritor de gran prestigio que presentaba un gran tono humorístico en sus crónicas,

caracterizado por tratar la información de una forma ligera, como una excusa para tratar los temas políticos. Esta misma tendencia fue seguida por el resto de los periodistas y cronistas que lo sucedieron.

Se puede decir, según Cossío que existen dos clases de crónicas: *“Las que se limitan a dar datos estadísticos y las escritas con pretensiones literarias. En estas últimas, los comentarios ahondan en el aspecto descriptivo de la entrada a la plaza y lo concerniente a los tendidos”*.¹⁸ (COSSIO, J.M.1995)

Ese mismo año iniciaba sus crónicas en el diario ABC de España, Gregorio Corrochano, quien figuró como el gran protagonista de la década de los 20. Se presenta su publicación como el modelo de crítica impresionista, de sensibilidad literaria y de acierto periodístico.

Foto N° 6



1954: ABC reseña el triunfo de César Girón

El único que se le asemeja es Cesar Jalón, Clarito, quien era crítico del diario El Liberal, y quien cubriera la historia del toreo desde Joselito y Belmonte a la aparición de “El Cordobés”.

El 2 de mayo de 1944 apareció el primer número de la que ha sido la revista taurina más importante del siglo XX, **El Ruedo**. Permaneció en circulación hasta el año 1977, lo que quiere decir 33 años en los kioscos. Contaba con la colaboración de todos los críticos y escritores taurinos de las diferentes décadas en las que se mantuvo en venta.

A partir de la segunda mitad del siglo mencionado, era común que los intelectuales se involucraran en el tema taurino: para combatirlo o defender, porque era un tópico común en la sociedad.

Para 1996 aparece la revista **Blanco y Negro**, con la firma de Vicente Zabala, quien junto a Joaquín Vidal y Julio Cortázar, además de Antonio Díaz Cañabate estaban considerados como los cronistas de la época. Actualmente Joaquín Vidal, nacido en Santander en 1935, es el crítico taurino del diario El País.

Las revistas especializadas habían proliferado extraordinariamente. Son una gran infinidad de las que actualmente se tienen noticias, sin embargo, tenían un carácter de publicidad encubierta.

Foto N° 7



Plaza de Valencia, España

Foto N° 8



La Plaza de La Ventas, en Madrid

No obstante, según Cossío, muchas de esas publicaciones presentaban un inevitable partidismo que existía en los aficionados. Paralelamente comienzan

a publicarse artículos doctrinales de divulgación, también de investigación histórica.

El interés que despierta todo este movimiento, hace posible el nacimiento de dos grandes revistas. *Sol y Sombra*, y *La Lidia*, presentaron como escritores a los más famosos y de mayor renombre de los literatos de la novela, y el periodismo de la época.

Ambas se caracterizaron por presentar crónicas de carácter didáctico y van dirigidas a aleccionar al aficionado, desde el punto de vista personal de concebir el toreo. En ellas se aprecia una preocupación básica y consciente, que no era más sino luchar contra las corruptelas, y que no se rompa el equilibrio de fuerzas entre el diestro y el toro.

Nombres de toreros españoles son lo que sobra, por lo que sería difícil mencionar algunos sin dejar por fuera a otros tantos, que de una u otra forma, han sido piezas claves en la historia taurina de la península ibérica.

EN MÉXICO, la historia no fue muy diferente. El arte del toreo llegó junto con los conquistadores españoles, quienes siguieron difundiéndolo hasta hacerlo una verdadera tradición y costumbre de la nación americana.

El primer periódico del país azteca fue la *Gaceta de México* en la segunda década del *Siglo XVIII*. Mientras que con relación a los toros, primero hubo referencias taurinas que publicaciones dedicadas a esto específicamente.

Aunque fue en 1526 cuando se lidiaron por primera vez astados en México, según dejó asentado don Hernán Cortés en la Quinta Carta de Relación a Carlos V¹⁹. (GARCIA, S. 1991)

La mencionada Gaceta, fue firmada por Sahagún Arévalo.

La primera data de 1728 y hace referencia a diferentes artículos, sobre los sucesos taurinos ocurridos en las festividades de las ciudades de México y Oaxaca. Siendo las primíparas noticias taurinas en la prensa mexicana.

*México. El día 8 (en que se hizo ciento y noventa y nueve años, dos meses, y veinte y siete días, que se lidiaron los primeros toros en esta ciudad) se corrieron valiente, y ferozes Toros en la Plazuela del Volador, á la celebridad de los plausibles desposorios de los Serenissimos Principes de España, y Portugal, aviendose iluminado las tres primeras noches toda la Ciudad de hachas, y luminarias, en que la lealtad de los Vezinos, mostró su general jubilo, y vniversal regocijo.*²⁰ (GARCIA, S. 1991)

En los números siguientes de la Gaceta, aumentan las citas sobre las corridas de Ciudad de México y otras ciudades o provincias del país, según apunta Salvador García Bolio. Igualmente apunta que será el mismo diario que publique las primeras reseñas taurinas, ya para 1732.

La más antigua data del número 61 de la Gaceta, fechado en el mes de diciembre de 1732, y dice así:

México... los dias primero, segundo, tercero, y quarto, nono, dezimo, y vndezimo, se corrieron Toros en la Plaza de el Volador, y fue cosa admirable ver aquellos dias en el hermoso ochavado, capaz, y bien imitación de los Jaspes, la vizarria de las galas, destreza de los lanzes, lo brioso de los Cavallos, lo ayroso de los Ginetes, la agilidad de los Galgos, la presteza de las Liebres, la armonia de los Clarines, el rumor de los Pretales, que todo formaba vn espectacion de tan grave, y numeroso concurso. Son las Carreras de Toros notablemente apetecidas de la Nación Española, y es, que lo

*lleva de suelo, pues su territorio, es en forma de piel de Toro, por ser vno, y el mas celebre Reyno de los catorze que, sin el Imperio Romano, contiene en sí la Europa, que como esta tomó el nombre de la Infanta Fenicia, á quien disfrazado en Toro, llevó Jupiter á Creta, recibió con el nombre la afición.*²¹ (GARCIA, S. 1991)

Según apuntan Marco Antonio Ramírez Villalón y Salvador García Bolio, periodistas mexicanos, el 27 de enero de 1861 se celebró en el Paseo Nuevo una función extraordinaria, dedicada al Presidente Benito Juárez. De eso, según acotan, sólo queda constancia por los programas de la época, lo que sirve para conocer los antecedentes del toreo en el país y además del apoyo otorgado siempre por el mencionado mandatario nacional.²² (RAMIREZ, M, y Salvador García Bolio. 1994)

Para 1862 se realiza en la misma plaza la Corrida de toros a beneficio de los Hospitales de Sangre del Benemérito Ejército de Oriente. El 24 de junio de 1864 se escenifica una corrida para celebrar la llegada del archiduque Fernando Maximiliano de Habsburgo y su esposa, la princesa María Carlota, emperadores de México. Además consta que el 29 de septiembre, asiste a la Plaza Principal de Toros de León, en Guanajuato, durante su visita a la ciudad.

Una vez, el mismo emperador dejó ver su opinión sobre “**La Fiesta Brava**”. Su afición comenzó en el año 1851 cuando asistió a su primera corrida en la ciudad de Sevilla. Años después confesó:

Me agradan semejantes fiestas, en las que la original naturaleza del hombre se revela en toda su verdad, y la prefiero con mucho a los entretenimientos inmorales y enervantes de otros países voluptuosos y degenerados. Aquí perecen los toros, ahí el corazón y el alma se hunden en una frivolidad débil y

*sentimental. No lo niego, me agradan los pasados tiempos. No los del último siglo en lo que entre el polvo para el cabello y los insípidos idilios los hombres se deslizaban por un falso paraíso a un abierto abismo.*²³ (RAMIREZ, M, y Salvador García Bolio. 1994)

Durante su estadía en el poder mexicano, el toreo tomó auge y mucha fuerza, según comenta don Armando de Marías y Campos, al decir que durante el desafortunado gobierno de Maximiliano, en México las corridas tuvieron interesantes manifestaciones²⁴.

Después de su fusilamiento en 1867, Benito Juárez regresa a la presidencia por séptima ocasión, y tratará de borrar todo recuerdo del imperio del ajusticiado Maximiliano, por lo que el Paseo del Emperador pasó a llamarse el Paseo de la Reforma.

El 3 de Noviembre de ese año, Juárez asiste a una corrida celebrada en la capital, la última antes del decreto firmado por él, que prohibía las corridas de toros en Ciudad de México. El mismo tuvo vigencia desde el 1 de enero de 1868 al 17 de diciembre de 1886.

Las casi dos décadas de restricción del espectáculo taurino a causa del decreto dejó grandes huellas en el desarrollo de la fiesta en la nación mexicana. Se presenta la muerte del toreo antiguo, cuando desaparecen de la capital las dos únicas plazas de toros, San Pablo (1864) y Paseo Nuevo (1873). Además muere el 11 de febrero de 1886, Bernardo Gaviño, con más de 50 años en el mundo taurino.

Sin embargo, todo este complicado ambiente no impidió que el primer periódico taurino mexicano **El Arte de la Lidia**, circulara el 9 de noviembre de 1884, cuando aún existía la ley dictada que prohibía las corridas de toros en

el Distrito Federal, lo que tampoco evitó que los aficionados viajaran hasta otros estados y plazas para presenciar las corridas.

Pero el aficionado no pudo asistir a todas las corridas que se daban en la periferia: lo precario de los caminos, la deficiencia en los medios de transporte, y las lejanas distancias complicaban todo haciéndolo ver como una verdadera aventura.

Ese vacío informativo lo llenó, en cierta forma, la nueva publicación taurina fundada y dirigida por Don Julio Bonilla, conocido como "Recortes". Su periódico tuvo vida desde noviembre de 1884, cuando circuló el primer ejemplar cuando aún existía la prohibición, hasta 1903, aunque tuvo dos años en el intermedio sin salir debido a la reincidencia de la prohibición de las festividades en Ciudad de México. Salía semanalmente el día domingo y se hacía llamar el **Órgano del Toreo de México**, aunque no solamente se dedicaba a esta especialidad, pues también cubría un poco de teatros, circo, carreras de caballos entre otras cosas.

La afición capitalina se verá sin plazas hasta 1887, cuando se inaugura la San Rafael. Se presenta así el marco de la transformación del toreo mexicano, además el mismo día de la inauguración de esta plaza abren sus puertas las de Colón y Paseo. Posteriormente lo harán Coliseo y en 1888 Bucareli.

Para ese tiempo, luego de la reanudación de la actividad taurina en los predios de la capital mexicana, la fanaticada veía con asombro lo que sucedía.

La inauguración de las cinco plazas, la llegada de matadores y toreros nuevos, otras reglas y normas. Además de la guerra en los terrenos entre los ídolos mexicanos y españoles.

También comienzan a llegar los toros españoles para ser lidiados, y se inicia el auge de la literatura taurina mexicana. Además inicia la proliferación de los centros taurinos.

Por supuesto, al igual que en España y otras naciones, México fue prolifera en las publicaciones taurinas durante el siglo XIX, tal y como lo demuestran algunos de los ejemplares que se citan a continuación:

El Arte de Ponciano, El Correo de Los Toros, El Mono Sabio, El Toro, El Toro del Once, El Volapie, La Banderilla, La Divisa, La Lidia, La Muleta, La Verdad del Tore, La Voz del Toreo y Toros en Puerta, todas del año 1887, aproximadamente.

Cabe destacar, que **La Banderilla** se dio a conocer como periódico taurino, y que aseguraba recoger las inquietudes de los aficionados, reflejando en sus líneas el momento de desconcierto que atravesaba el espectáculo, y la labor de los críticos que urgían la necesidad del cambio cuestionando y presionando a las autoridades. Su primer fascículo circuló con fecha del domingo 13 de noviembre de 1887, bajo la firma del director M. Campos. Su periodicidad fue semanal. Desde 1888 a 1892 circularon algunos ejemplares como de **El Cencerro, El Boletín Taurino, El Picador, El Zurriago Taurino, Pimienta y Mostaza**.

En 1904 aparece **México Taurino**, con la dirección de Carrasco Zanini y colaboración de Roque Solares Tacubac, Pedro Otal, Lorenzo Para Duran, entre otras figuras de las letras.

En 1921 nace el **Universal Taurino**, que a partir de 1926 pasa a llamarse **Toros y Deportes**. Fue fundado por Félix Palavicini y tuvo como primer director a Regino Hernández Llergo. La revista tenía una presentación de 42 páginas.

Eco Taurino nace en 1925. Era una revista de información, opinión y comentarios que se editaba en México D.F, dirigida por Armando de Marías y Campos y Alfonso de Icaza. Su formato era de 29,5 x 20,5 centímetros. Tuvo una larga vida, pues el último ejemplar conocido fue el número 472, con fecha de marzo de 1939.

Para 1994 copan la escena **El Correo Taurino, El Estoque, El Loro, EL Puntillero, EL Teatro Cómico, El Torero**, entre otras publicaciones.

Los años siguientes no fueron menos productivos, pero las publicaciones nacientes no lograron mantenerse a flote en el mercado, por lo que ninguna de ellas alcanzó una notoriedad importante.

Para el **Siglo XX**, se comienzan a editar un gran número de periódicos de información general y taurinos, incluyendo los primeros diarios netamente deportivos. En algunos de ellos escriben, sobre materia taurina plumas de reconocido prestigio que son la guía diaria de la mayoría de los taurófilos, según apunta García Bolio²⁵. (RAMIREZ, M, y Salvador García Bolio. 1994)

Los mexicanos representan una de los aficionados más fieles a la herencia española. "**La Fiesta Brava**" en México tiene gran auge e importancia, no sólo por el enorme potencial que representan sus numerosos toreros de categoría y su historia taurina, sino por la afición que se entrega del todo en cada tarde de lidia, y que la hace ser conocida internacionalmente.

Los toros en México representan un pasatiempo que atrae a toda la familia durante el fin de semana, y que incluye a los más pequeños de la casa, que en vez de soñar con los super héroes e imitarlos, se arman de sus espadas de juguete y paño en mano simulan ser grandes figuras del toreo.

La mayor recompensa a esa multitud seguidora del espectáculo lo representó la construcción de la Plaza de Toros de México, junto a la avenida de Los Insurgentes, y que fue creada por Nequib Simón.

La plaza de toros más grande del mundo fue inaugurada el 5 de febrero de 1946, con una corrida en honor a San Mateo. El cartel de ese día presentaba a notables figuras de la década y la época de oro del toreo mexicano, como Luis Castro "El Soldado", Manuel Rodríguez "Manolete" y Luis Procuna.

Fue la fecha que registró el primer lleno en los tendidos, y sangre en el ruedo con la cogida a Procuna.

Foto N° 9



Un despeje de plaza en La Monumental de México

Actualmente este coso sigue siendo el más grande y cómodo del mundo, cuenta con una capacidad para albergar a 65.000 aficionados. Junto a la Plaza de El Toreo, ubicada en la barriada de Cuatro Caminos, son los dos cosos taurinos más grandes de la capital mexicana.

Entre los subvenir que se encuentran en las plazas, están las seis publicaciones que ha tenido la capital mexicana: **El Redondel**, publicación sexagenaria de Alberto Bitar, que circuló por el año 1928. Era el periódico taurino de los domingos. Su último ejemplar conocido data de enero de 1983,

aunque se dice que llegó a publicarse hasta 1987. Actualmente es muy solicitado por los coleccionistas.

Multitudes circuló por primera vez en 1939, su primer número apareció como una hoja de encarte, pero posteriormente comprendió 30 páginas. Fue su director Rafael Solana. Por su parte, **La Fiesta** se consolidó como un semanario gráfico desde su salida en 1944. Contaba con 16 páginas dirigidas por Roque Armando Sosa Ferreyro. En mayo de 1949 tuvo una interrupción en su salida al mercado, pero en noviembre de ese mismo año reaparece.

Ovaciones y Dígame nacen en 1947 y 1948, respectivamente. La primera fue dirigida por Ernesto Navarrete y presentaba 16 páginas, mientras que la segunda era una revista mensual de 32 páginas, dirigida por Francisco Díaz.

En 1950 reaparece **La Lidia de México** en lo que representó su segunda época, bajo la batuta de Pablo Ochoa. **El Ruedo de México** hace lo mismo este año, pero bajo la dirección de su fundador Manuel García Santos.

A finales de los setenta nace **Cirugía Taurina**, que fue una publicación de la Sociedad Internacional de Cirugía Taurina. En 1977 vio luz con el Doctor Xabier Campos Licastro como cabecilla. Su periodicidad era trimestral.

Torearte, El Programa, ¡Toro! Sol y Fiesta, Torerísimo. Además de la variedad de revistas especializadas como **Campo Bravo y Matador**. También sus famosas páginas de toros en diarios de prestigio y tradición como **El Universal**, en el que existe una sección taurina desde 1990 a cargo de Guillermo Salas Alonso. **Excelsior** es el trampolín de los comentarios de Armando Estrada Márquez.

La Prensa con su sección a cargo de Mauricio Ortega Cambreros. **La Afición**, semanario de deportes y toros fundado en 1930, cuenta con la pluma

de Addiel Bolio y Adiel Armando Bolio desde 1987, firmando la sección taurina, con la colaboración de José Cándido, José Ramón Garmabella y Puig Valadés.

Novedades y Esto cuentan con Enrique Guarner, Horacio Soto Castro, y la señora Rosa Rivera Alarcón junto a Ricardo Torres Rivera, respectivamente. **El Sol de México** tiene su sección taurina a cargo de Bernardo Fernández Prieto.

Según apunta García Bolio, *La Afición, Esto y Ovaciones* son en la actualidad de gran interés para los aficionados por presentar de forma diaria en cada número, páginas enteras dedicadas a la Fiesta Brava. Mientras que *Esto* hace regularmente, suplementos taurinos a todo color²⁶. (RAMIREZ, M, y Salvador García Bolio. 1994)

Se puede decir entonces, que con *El Arte de la Lidia* le da paso en México a una larga lista de publicaciones periódicas dedicadas a la fiesta brava, con una marcada importancia. En ellas según acota García Bolio, permanece impresa la historia del toreo en México.

Es importante destacar que en la nación azteca se realiza un gran trabajo de promoción del espectáculo taurino. Por ejemplo, las corridas y ferias taurinas son incluidas en los paquetes promocionados a los turistas extranjeros, pero hay algo más para ese visitante, está la oportunidad de conocer lo que significa ser un buen torero.

Para muchos, esta fiesta es un verdadero mundo que no ha dejado de entusiasmar al mexicano a pesar de las fuertes críticas y del tiempo. La razón, según alegan es la adrenalina y la emoción que en él se vive.

La mayoría de los aficionados a este arte, asegura no dejar pasar la "Fiesta Brava", según se dio a conocer en un reportaje sobre toros, transmitido por la televisora CNN, el día Sábado 13 de marzo de 1999.

En el mismo, también se expuso el significado del toreo:

“Dicen que torear es algo así como burlar la muerte artísticamente. En ese espectáculo cuando muere el torero, es de verdad, no como en el teatro que está en la función del día siguiente de nuevo. Es esa magia que tiene la que envuelve a todos”.

En cuanto a los grandes toreros nacidos en México están Rodolfo Gaona y Jiménez. Durante la época de oro del toreo mexicano saltan los nombres de Lorenzo Garza "El ave de las Tempestades", Luis Procuna y Luis Castro "El Soldado". Nombres como la de la dinastía de los Silveti, y la de los Capetillo, se encuentran todavía en carteles de festejos importantes, no sólo de México, sino en otros países de América.

EN COLOMBIA, según advierte Antonio Lopera, escritor y narrador taurino de ese país, los primeros toros llegaron de la mano de Sebastián de Beralcazar, y posteriormente los jesuitas trajeron al toro bravo, que es producto de España.

En su opinión, *“La Fiesta Brava se afianzó en Colombia gracias a la iglesia católica, durante mediados del siglo XVII, cuando España la dejó como herencia cultural al nuevo país latinoamericano”.*

Cartagena de Indias, punto estratégico y paso obligado al continente durante la época colonial y ciudad de marcados ancestros hispánicos, no podía ser indiferente ni escaparse a su temprana afición por la fiesta.

Entre 1761 y 1770 el rey Carlos III concedió permiso al gobernador de Cartagena, marqués de Sobremonte, para que se realizaran festejos taurinos. Estos se iniciaron en 1810, específicamente el 29 de julio de ese año, lo que significa, nueve días después del día de la Independencia colombiana²⁷. (RAMIREZ, M, y Salvador García Bolio. 1994)

Según apuntan varios libros, y conocedores de la historia taurina colombiana, por tal motivo se realizó una misa en horas de la mañana y posteriormente una corrida de toros, para agasajar y celebrar por el triunfo ante los conquistadores españoles. La fiesta continuó por otros días más, mientras se realizó la instalación del Congreso. Eran tardes de toros muy breves, y con luces durante las horas nocturnas.

A finales del año 1811, se realizó la elección presidencial en la que Antonio Nariño resultó electo, y por ser gran aficionado a los toros celebró el día siguiente a la pascua con una corrida. El festejo se repitió el 27 de diciembre, cuando se realizó otro homenaje con sargentos y cabos de Milicias. El año 1812 fue acogido a lo grande, los ciudadanos vestidos con las mejores galas y enmascarados se abalanzaron a las calles, unos a caballo y otros a pie, para lancear toros, como era la costumbre.

Posteriormente el 21 de enero de 1815 Simón Bolívar se hizo cargo del ejército patriota y a pesar de que los bogotanos no estaban muy contentos, el día domingo 22, se celebró un gran festejo taurino donde destacaron los jinetes sabaneros que competían valerosamente con los osados toreadores de a pie.

Para el 26 de mayo de 1816 entró el pacificador Pablo Morillo, y su presencia en Santa Fé increíblemente fue celebrada con una corrida de toros en su honor, el día 30, con la que festejaban su cumpleaños.

Durante el tiempo que Morillo estuvo en Bogotá se lidiaron muy pocos toros. La llegada del virrey Sámano pasó casi inadvertida a los ciudadanos, pero no sucedió así con el casamiento de Fernando VII, y la ciudad celebró fastuosas fiestas con las más ruidosas y emocionantes corridas, que principiaron el 30 de abril de 1817 y terminaron el 8 de mayo, presididas por el regidor Lorenzo Marroquín de la Sierra.

Después de la Batalla de Boyacá, el 7 de agosto de 1819, se reanudó la tradicional costumbre de celebrar los acontecimientos importantes, tanto en el orden civil como en el religioso, con corridas de toros. En estos festejos prevalecía nutrida asistencia ya que indudablemente eran el espectáculo preferido.

Las fiestas se iniciaban en la parroquia Las Nieves, continuaban en Santa Bárbara y terminaban en San Victorino, para lo cual se aprovechaba la plazoleta del mismo nombre, hasta que por orden del gobierno se implantó la costumbre, a partir de 1846, de celebrar el 20 de Julio como aniversario de la proclamación de la Independencia en la Plaza Mayor, hoy Plaza de Bolívar.

Pero será durante el año 1890, cuando llegan a Santa Fé las verdaderas corridas de toros, organizadas con toreros profesionales y a la usanza española, con sus vistosos trajes de luces, con cuadrillas organizadas de banderilleros subalternos.

A estas alturas, ninguna referencia tenía los bogotanos de los maestros Romero de Ronda y de Costillares, de Pepe Hillo, Paquiro, y mucho menos de la existencia de aquel torero que enloquecía a los aficionados peninsulares, Rafael Guerra "Guerrita".

En esa primera ocasión, donde se presentaron en el ruedo los primeros matadores, como lo fue Rafael González Clown, Rafael Porra "Cara de

Piedra", Julián González "Regaterín" y Julio Ramírez Fortuna, tuvo que recurrirse a martillos y clavos para construirse rápidamente, en madera, la primera plaza de toros circular que tuvo Bogotá se levantó en el lugar denominado Huerta de Jaime y se llamó La Bomba, hoy Parque de Los Mártires.

Será sólo a finales del siglo pasado cuando se realizan las primeras corridas en Cartagena, con toreros de algún renombre y cuadrillas organizadas.

Y fue en 1894 cuando se levantó el primer circo de toros en la ciudad, inaugurado por José González «Torerin», quien con su cuadrilla se convirtió en el primer diestro en pisar las arenas del informal coso taurino.

Un año más tarde aparece la primera publicación taurina editada en Colombia. Era **El Estuche**, y se imprimía en la ciudad de Cartagena. Seguidamente en 1897 circuló **El Cuervo** junto a **¿Y de los toros qué?**

Terminada la guerra de Los Mil Días (1902), actuaron los espadas Tomás Parrando Mancho y Serafín Greco Salerito, a quienes acompañaban los banderilleros Salamanquino y Chapurrano y los capeadores Fortuna y Ramón García Chaval, quienes impresionaron gratamente a los incipientes aficionados que llenaban los tendidos de la Plaza de Cartagena de Indias.

Con el naciente milenio aparecieron nuevas publicaciones, tal como lo hizo en 1905 **El Imparcial Taurino**, que era editado en Barranquilla. Un año después nació en Bogotá, **El Tendido**.

Para los inicios de los años 20 continuó la zaga periodística que le brindaba a la afición colombiana los mayores detalles de los festejos nacionales e internacionales. Los espectadores esperaban la nueva edición de su revista favorita. No habían gran variedad en el mercado, pero por lo menos

eran lo suficientemente variadas como para satisfacer las inquietudes de los lectores, tal como lo hizo en 1923 **El Aficionado**.

Entre 1930, cuando se construyó la Plaza de La Bomba, y 1931 cuando se erigió la Plaza de Toros Santa María, funcionaron en la capital diecinueve plazas de toros más o menos estables en distintos sectores de la ciudad.

Pero fue en febrero de 1931 cuando se cumplió el gran anhelo de don Ignacio Sanz de Santa María de entregar a la afición de Bogotá una gran plaza de toros, con capacidad para 14.200 espectadores.

Cuatro años se tardó en la obra, que tiene lugar en el mismo sitio donde se erigió anteriormente la denominada de San Diego, también construía por Sanz.

Foto N° 10



La Plaza de toros más importante de Colombia es La Santamaría, de Bogotá

Con esta obra, además de cristalizar la mayor aspiración de Sanz, la fundación de una ganadería de casta española en la sabana de Bogotá, lo que consiguió plenamente. Posteriormente se erigieron más plazas en ciudades importantes como Medellín y Manizales.

En medio de un entusiasmo desbordante, el domingo 8 de febrero de 1831 pisan por primera vez las arenas del antiguo coso de San Diego, y por orden de alternativa, los diestros españoles Manolo Martínez "Gallito de Zafra" y Mariano Rodríguez "El Exquisito", seguidos de sus cuadrillas de banderilleros y picadores.

Dos expectativas más animaban el ambiente: el debut de Mondoñedo, ganadería de casta española que pastaba en la hacienda La Holanda, fundada el 13 de octubre de 1913 por Ignacio Sanz de Santa María, como ya se citó, con procedencia del conde de Santa Coloma, encaste de la más rancia solera; y, además, se practicaría por primera vez en Bogotá la suerte de varas.

La corrida inaugural de la Gran Plaza Santamaría en la capital colombiana, no contó con el éxito esperado, lo que sí aconteció durante las once corridas restantes de la temporada inaugural. Mariano Rodríguez, el novel espada sevillano, que ese mismo año anunciaría su retiro, impresionó por su arte y finas maneras de interpretar el toreo. Veintiuna corridas en total comprendió la temporada durante los meses de febrero, agosto y diciembre.

En opinión de Lopera, los primeros toreros españoles que llegaron a torear en Colombia no eran de gran renombre, o por lo menos no se encontraban en esos momentos en los tapetes de la moda española.

"Hacían entonces largos viajes hasta acá, para hacer lo que ellos llamaban La América", tal como lo acota López.

Generalmente eran algo viejos y con algo de trayectoria, pero que en caso de conseguir importantes triunfos en su largo viaje, tenían la remota posibilidad de regresar a los grandes carteles de la península.

En el mismo año de 1931, que marcaba la naciente década, sirvió de escenario para el lanzamiento de **Torerías**. La revista ilustrada Bogotá Taurino, que hablaba de toros, teatros y cine. Sus 16 páginas fueron dirigidas por J. Jiménez. También apareció **La Puya**, que era un semanario taurino que se compra y se vende, según decía su lema. Sus 16 páginas las dirigían conjuntamente Carlos Gutiérrez, José Vall Serra y José Medina.

Mientras que en 1933 aparecían dos importantes revistas, tales como **Seda y Oro**, y **Semanario Taurino**. Un año más tarde nace **Sol y Sombras**, que era una revista gráfica taurina que trataba los temas del momento. Sus doce hojas se presentaban en un formato de 33 x 24 centímetros, dirigidas por Antonio Reyes.

Según dice Machaquito, en su Historia de los toros en Cali, *"era una especie de semanario ambulante, pues publicó numerosos en Bogotá, Cartagena, Medellín y Bucaramanga"*. (CNN, 1999)

Sin embargo, en realidad la primera gran figura del toreo que actuó en Bogotá fue el gran diestro de Borox, Domingo Ortega, torero de dominio magistral y conocedor profundo del arte de lidiar reses bravas, que cautivó en su debut, en febrero de 1938, con su poder y su magnificencia. Su presencia coincide con dos hechos sobresalientes: el debut de la ganadería de Venecia, propiedad de doña Clara Sierra, y la presentación de Domingo, Pepe y Luis Miguel, los famosos Dominguines, quienes en sucesivas temporadas se hicieron los amos de Bogotá, especialmente Luis Miguel.

Sucesivos hechos de relevancia registran el historial de la primera plaza del país, la Santamaría: al "torero de seda" Antonio "Bienvenida", le correspondió reinaugarla.

Para redondear la temporada, la presencia de Conchita Cintrón, la "diosa rubia del toreo", como le decían, se robó el corazón de Bogotá. Siete tardes consecutivas y de apoteosis cumplió en una inarrable gesta taurina.

Esa temporada de 1938 fue reseñada por la publicación **El Redondel de Cali**. La década de los 40 vio nacer a otro par de revistas de gran auge e importancia. En 1941 hace sus primeros pases **La Fiesta Brava**, que se editaba en Cali, y en 1944 sale al ruedo **Sangre y Sol**. Este último era el órgano de difusión de la Porra taurina de Bogotá. Tenía 16 páginas y era dirigida por Jorge Orejuela. En 1945 nace **Sangre y Arena** que se publicaba en Bogotá, con la guía de su redactor Gasol.

En los 50 la producción no aumentó prácticamente nada. Sólo lo hizo con **La Maestranza** en el año 1952. En 1962 sale **Serrezuela**, y al año siguiente lo hace **Clarín Taurino**.

En 1966 sale **Grana y Oro**, que era una publicación informativa creada y diseñada por la Peña Taurina La Giralda, en Cali. También circula este año **Clarines y Timbales**.

Para 1970 aparece **Turantioquia**, **Clarín** hace lo propio en 1971, y en 1977 **El Enano**. Fue el periódico taurino más pequeño del mundo, medía 17,5 x 12,5 y contenía 24 páginas, dirigidas por Lubían Alfonso Alzate.

Por los **Ruedos del Mundo**, comienza hacer de las suyas en 1980, **Balcón 8 Tendido Sol** hace lo mismo desde 1982. Era de tan sólo ocho páginas y lo auspiciaba la Porra Llama Taurina de Antioquía. Fueron sus directores Luis Fernando Mejías y Luis Hernando Jiménez. Para 1983 circulaba **Pregones Taurinos**, que era dirigida por Jaime Araque Mejía. Sólo circuló en cuatro ocasiones. En 1987 aparece **¡Olé!**, que se adueñaba del pueblo de Cartagena de Indias. Contenía 44 páginas dirigidas por Manuel García Cabo.

En 1990 aparece el primer número de **Fedetaurinas**, y en 92 hacen lo propio **¡A los Toros! Y El Macareno**.

Héctor Alveriz "El Chano", Hernán Alonso, y otros tantos diestros han dado la nación colombiana. Pero de todos estos, sin duda alguna entre los más destacados se encuentra el renombrado matador Cesar Rincón, quien actualmente hace campaña en España.

En otros países menos conocidos por su afición a los toros, también se han publicado folletines, revistas y periódicos taurinos, tal es el caso de naciones como Panamá o Estados Unidos. Sin embargo, también destacan con la presencia en sus ciudades de algunos cosos taurinos, países como Marruecos y Angola.

Es importante destacar que no sólo hay naciones como testigos silenciosos de los sucesos taurinos, también hay otras que en algún momento han servido de escenarios de intentos de desarrollo de la fiesta brava, como fue el caso de la isla de Cuba y Uruguay, tal como se mencionó al inicio.

EN PERU, será donde se encuentre desde 1700 el primer antecedente obre periodismo regular de América²⁸. (Salvador García Bolio, 1991).

Según demuestran una serie de registros históricos, encontrados por el Dr. Miró Quesada, la famosísima plaza Limeña de Acho abrió sus puertas el 30 de enero de 1766, cuando torearon Pisi, el Maestro de España, y Gallipavo. Se lidiaron 16 toros de la Hacienda Gómez de Cañate.

Foto N° 11



La Plaza de Acho, fue reformada en 1944, y todavía
Sigue en pie en la capital peruana

Sin embargo, no será sino hasta el 23 de noviembre de 1901, cuando comienza a verse en el mercado de este país suramericano una publicación llamada **El Redondel**. Este era un semanario dedicado a la información de los toros que se imprimía en Lima. Su formato era de 26 x 20 centímetros, y sólo contaba con ocho páginas, pero con una gran cantidad de ilustraciones fotográficas. Su editor era Manuel Antonio Guzmán. También circuló otro conocido como **La Puntilla**, que se editó en la ciudad de Lima.

Ese mismo tiempo estuvo a la venta, **Sin Cobra**, otro semanario de toros, pero que también presentaba información de teatros y carreras. Su presentación era de 24,2 x 17,7, con 16 páginas, durante su primera época. En la segunda aumentó su tamaño: 34,5 x 25 cm, y 25 páginas. Fue el periódico taurino peruano que tuvo más larga vida, pues el último ejemplar corresponde al año 1945, es decir, 32 años después del primer número²⁹. (CABRERA, R. 1991).

En 1914 aparecen **Palos y Pitos**, **La Divisa**, **Toros y Panderetas**, además de **Lima Taurino**. Mientras que en 1922 nacen **Taurinas**, **Al corral**, **Album Gráfico de la Temporada**, **Perú Taurino**.

En 1943 **Acho**, y para 1944 llega **Toros**, que era una publicación taurina ilustrada que se publicó en la ciudad de Lima, y que se presentó con un formato de 33,5 x 21,5 centímetros, en 20 páginas, dirigidas por Jorge Félix Espinosa Palacios. Para el año de 1945 circuló **Toros y deportes**, con una presentación de 16 páginas, de 24,5 x 17,5, bajo la directiva de Eugenio Cossío.

Será a partir de 1946 cuando el pueblo peruano comienza a ver en su querida Plaza de Acho, la internacional Feria del Señor de Los Milagros, la cual todavía reúne a un buen número de toreros y aficionados en el coso capitalino.

También se paseó por el mercado **Selecciones Taurinas**, que se publicitaba como los mejores artículos sobre toros. Se editó en Lima, sus 36 páginas medían 19 x 14, y fue dirigida por Antonio Graña Garland. Su primer número vio la luz el 7 de enero, mientras que el último lo hizo el 2 de junio del mismo año de su nacimiento. 1948 marcó el inicio de **¡Olé!**, que era un semanario gráfico exclusivo de los toros, con 36 páginas de 34 x 24,5.

Eco Taurino de Lima, también era un semanario gráfico, pero además de los temas relacionados con los toros, trataba en sus cuatro páginas, la vida del espectáculo de la época.

Los meses finales del año 1952 vieron nacer **Mundo Taurino**, que se presentó como otro semanario taurino de 4 páginas, de 44,5 x 34,2 centímetros, dirigido por Francisco Corno. Ya para agosto de 1954 aparecía en venta **Toros**,

que era una publicación de 24 páginas de 34,5 x 25 cm, dirigidas por Enrique Ego Aguirre.

1960 aparece **El Burladero**, que era una revista gráfica taurina publicada por editorial Victory, con una presentación de 20 páginas, de 34 x 25 centímetros.

El último grupo de publicaciones conocidas de este país bolivariano comienza a circular en 1976. Era **¡Dígame!**, que se imprimía en Gráfica Llanos, con 16 páginas de 36 x 25,5 cm. Esa misma revista en 1980 aumentó su paginación a 24, de 26,5 x 20 cm, y pasó a ser dirigida de Arturo Morales Raymondi a José Larco Elliot. El año siguiente, 1981 sirvió de escenario para el nacimiento de **Bocinazos Taurino**, que circulaba en Lima, mientras que en 1988 hizo lo propio **Olé y Olé**. La última en nacer fue **Páginas Taurinas**, en 1991.

En cuanto a los toreros nacidos en el Perú, se ha oído poco, pero no quiere decir que no hayan existido o no existan aún en la actualidad. Empecemos por mencionar a Miguel Aguilar, Agustín Alvarado. Casimiro Cajapaico, quien es considerado como el mejor lidiador que se ha visto en la plaza de Acho. Pedro Castro, conocido como El Negro Facultades y Gorrita, cuyos apellidos y nombres se desconocen; entre tantos otros que le han dado a la Plaza de Acho, tardes de triunfo y arte.

Son muchos los toreros peruanos, que actualmente, alternan en ferias y festejos aislados en ese país, sin dejarse apabullar por la cantidad de extranjeros que llegan, tomando a las plazas peruanas como el abre boca a las restantes de América.

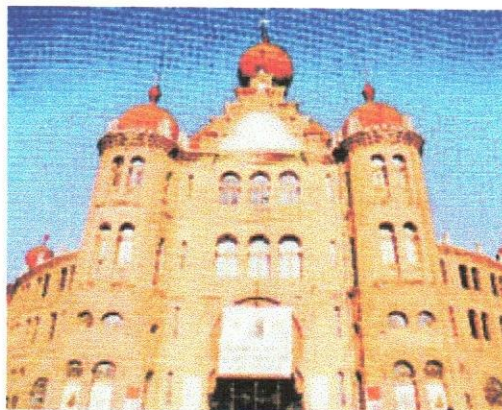
Las plazas del interior del país, y cinco de las seis que funcionan en la capital, Lima, presentan en sus anuncios grandes nombres y variedad de diestros de diferentes nacionalidades.

EN PORTUGAL es una de esas naciones, que aún cuando los toros forman parte de su cultura, casi tanto o igual que para los españoles, la diferencia entre los estilos de lidia lo hace parecer extraño. Se han mantenido en la prensa taurina desde 1876 cuando sale **O Toureiro**, en Lisboa.

Posteriormente en 1887 aparece **O Cúchares**, y **A Banderilla** al año siguiente. Mientras que **O toureiro portuguez** lo hace en 1890. **A Trincheira** surge en 1892. Este mismo año se estrena el coso de Lisboa, Plaza de Campo Pequeno, que presentó una poderosa corrida de Emilio Infantes, con Alfredo Tinoco y Fernando Olivera.

La plazoleta tiene aforo para 8.500 personas, y está ubicada en la zona de quintas de estilo románico. La parte superior del lugar es de estilo bizantino y la inferior del árabe.

Foto N° 12



La plaza de Lisboa es una de las más importantes del país

El siguiente año servirá de marco para dos publicaciones más, **Almanach**, **O Toureiro peninsular**, editada en la ciudad de Lisboa.

El año 1894 se presenta como uno de los más prolíficos en la producción portuguesa. Salen **Sol e Sombra**, **O Echo**, **Forcado**, **A Tournada**, todas de Lisboa. Mientras que **Angue do Heroismo** lo hace en la Isla de Terceira.

El siguiente en aparecer fue **Toureiro Classico**, **O Campo Pequeno** y **Touradas e Toureiros**. 1896 saca **A estreia** y **A Galeria**. 1897 aparece con **A Lide**, editada por Illydio Analide da Costa. Presentaba un formato de 4 páginas, de aproximadamente 39 x 26. Su duración fue mi corta, ya que solamente sacó 13 ejemplares. En 1898 surge **Gil Blas**.

El siglo comienza con varias publicaciones. 1900 lanza a **Arena y Palcos e Circos**. El siguiente apareció **O Botas**, **O Cavalleiro**, **Toros e Theatros**. 1902 dio origen a **O Capote** y 1903 a **O Touril**. 1911 llevó a la arena **A Tourada**. En 1927 nace **Bandarilhas de Fogo**, que era una revista de espectáculos dirigida por José Luiz Ribeiro. Se presentaba en 16 páginas de 32 x 23 centímetros cada una.

Para 1945 apareció **Arena**, que fue dirigida por Jaime Duarte de Almeida. La revista se componía de 16 páginas. Mientras que en 1946 **Sector I**, salta con un formato de 16 páginas de 31,5 x 22,5 centímetros. Era dirigida por Antonio Pitta, quien aseguraba que era una revista hecha por y para el aficionado. En el 48 fue **O Informador Taurino**, y en el año 1951, exactamente en el mes de Diciembre sale el único número de **Mocambique Taurino**.

En el año 1955 sale **Festa**, que era un semanario de espectáculos editado por Gentil Marques Marialia. Su formato era de ocho hojas de 44,5 x 34 centímetros.

En 1968 salió **Corrida de Toiros**. En 1973 emerge el periódico mensual **Broncas e olés**, con 20 páginas dirigidas por Joao Queiroz. Circuló por un año. La revista de información y críticas Burladero comienza a circular en 1978.

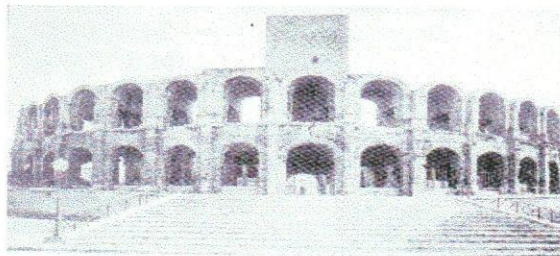
O 1º Tércio, dirigido por Joao Mascarenhas fue editada con 16 páginas de 37 x 29 centímetros cada una, en 1980. Al año siguiente apareció **Novo Burladero**. Esta revista también fue dirigida por Joao Queiroz.

Este país también ha contado con una gran variedad de toreros, que no sólo se limitan a lidiar en Portugal. Algunos de ellos son Agria Dos Santos, quien viajó en España en 1949.

El rejoneador Alves Branco Nuncio, pertenece a una familia de tradición taurina, su actividad profesional se inició en 1915. Debuta en España en 1927. Cossío lo considera como la primera figura del rejoneo portugués. Murió en 1976. Pero por supuesto el más conocido de todos es sin duda alguna, Pedrito de Portugal, cuyo verdadero nombre es Alexandre Pedro Anjos Roque Silva. Este torero portugués debutó en España en 1991, pero era profesional en su país desde 1974.

FRANCIA también ha contado con la Fiesta Brava desde hace mucho tiempo, tal como lo demuestra la Plaza de Arlés, que fue construida en el año 120 y era un Circo Romano. Posteriormente comenzó a ser utilizada como coso taurino desde 1830, siendo la primera corrida picada en 1889. Tiene una capacidad para 13.000 personas.

Foto N° 13



Por supuesto no ha sido menos en la prolífica producción de revistas y periódicos taurinos, pero por lo extenso de esta factura sólo se mencionarán algunas de ellas.

Tales como **Journal des Arènes de Marseille** y **El Picador**, en el año 1887. En 1888 despunta **Le Toréador** y **Le Matador**. Para 1892, en la ciudad de Nimes aparecen varias publicaciones. **La Banderille**, **Le mise à Mort**. El siguiente año será el turno de París con **Le torero ilustré**, **Le torero Francais**. 1894 produce **Le Toro**, **Le toreo franco-espagnol**.

El siguiente año se ofrece **La Corrida**, editada en la ciudad de Nimes, y en 1896, en Boraux sale a la venta **Le torero de Sud Oèst**. En la misma ciudad, pero al siguiente año se edita **Toros-Revue**, y **L'aficionado** en Béziers. Para 1898 la producción aumentó con **Almanach du Midi**, **L'Espada**, **Le torero**, y el siglo finaliza con **L'arène** de Marsella.

El nuevo milenio comienza con la edición de **Le torero de París**, y **Les Arènes**. En 1902 despunta **Le Toril**, de Marsella. Para el año siguiente, en la misma ciudad se imprime **Le Toreo**.

Uno de los mejores tiempos en lo que a la prensa taurina francesa lo va representar 1905, debido a que salieron a la luz nuevas publicaciones.

Le Course Landaise, **Mont-de-Marsan**, **Lou Feri**, **L'Arène Bordelaise**, **Le toreo des Francais**, y **L'Echo Taurin**. Esta última contaba tan sólo con cuatro páginas de 47 x 32,5 centímetros.

El año 1906 no se queda atrás, pues además de la continua circulación de las revistas ya mencionadas, comparecen otras nuevas. **L'art taurin**, **Le défenseur des aficionados**, **La France Taurine**, **Le Toro**, **L'Avenir Taurin**,

La talanquere. El siguiente año fue testigo de **Le Toro**, de Toulouse y **La Corrida**, de Marsella. Para los dos años venideros, Francia saca **¡A los Toros!**, **La Lidia**, y **Afición**, las cuales eran editadas en Burdeos y Toulouse.

La década de los veinte se inició con la salida de **La Gasette Taurina**, **La Peña Taurina**, que fechaban en 1921 en las ciudades de Marsella y Toulouse.

El próximo sería el de **Le Toril**, que circulaba en su segundo intento. Se presentaba en un formato de 6 páginas de 42 x 31 centímetros, y estaba dirigido por su redactor jefe Gustave Coderch.

En opinión de Lafront, se trata de la revista francesa más importante, que le ofrecía a los lectores cuatro páginas íntegras, llenas de textos y ajenas a la publicidad o cualquier otro tipo de relleno³⁰. (CABRERA, R. 1991)

Biou y Toros fue la publicación de 1925. Era una revista taurina con una circulación periódica, que se imprimía en la ciudad de Nimes, y se presentó con un diseño no varió nunca su formato de 27,6 x 22,3. Mientras que sus páginas oscilaban entre las 12 a 16. Permaneció desde la salida de su primer ejemplar el 4 de julio del 25, hasta el número 336 (en 1939).

Por su parte **L'Action taurine**, **La Lidia de Nimes**, **Provence et languedoc** de Marsella, son las que copan la escena de 1928. Mientras que para 1929 lo hace **Journal Mensual d'action et d'éducation taurines**.

En 1933 comienza el tiraje de **La Corrida de Marseille**, **La France Taurine**, **Ombre et soleil**.

Toros se imprime en 1946, en la ciudad de Nimes. Renace en agosto de ese año, como continuación de **Biou y Toros**. Eran ocho páginas en su primer

intento, pero bajo el nuevo nombre sería el doble y con un formato estable de 26,5 x 22 centímetros.

En 1951 comienza a venderse la revista **Ors et Lumières**, que salía mensualmente en una presentación de 16 páginas de 31,5 x 24 cm. Circuló hasta diciembre de 1952. Para 1953 aparece **Paris-Camargue et Midi Taurin**, y **Midi-Toros**. Esta última contaba con 12 páginas de 38 por 29 centímetros. Sin embargo, tuvo algunas variaciones a lo largo de existencia. El **Bulletin du club taurino Ricord**, era el órgano informativo de Marsella del año 1956.

Del pitón al rabo, se imprime en Burdeos en el año 1965.

En el último año de los setenta, aparece en París **Les Cahiers de La Corrida**. Su paginación rompe con la presentación tradicional, al tener 64 de 27 x 21,5 cm, cada una. Estaba dirigida por Marc Bousquet. Circulaba mensualmente, pero sólo salió en cuatro ocasiones.

Los ochenta se inician con **Corrida**, y **Toreo et rejonéo**. La primera de Nimes, y dirigida por Simon Casas y Jerard Marsaud, quienes se encargaban de supervisar las 40 páginas que contenía la publicación mensual. La siguiente era de Arles, y fue dirigida por Claude Girard. También mensualmente salía a la venta en una presentación de 12 páginas.

Olé Magazine comienza a circular en 1984 en la ciudad de Nimes. Contaba mensualmente con 32 páginas y era dirigida por Margaret Quevedo. El siguiente año sirvió para el nacimiento de **A Los Toros**, y **Le courier de Céret**. 1986 arrojó al mercado el **Année Taurine**, que fue editado en Céret. Y **Tendido** que nació en Saint-Sévere al año siguiente. **Tendido Sol**, **Peña Costa Vasca** fue la publicación de 1988. Para 1989 lo hizo **Camargue Magazine**.

6Toros6 comenzó a editarse en Francia en 1991. La misma que circula en España y México. **Va por ustedes** lo hace en 1992. **Le courier de Céret**, en su edición en castellano se inicia en Francia de 1994, junto a **Actualités, Barrera sol, Lé écho de l'arène de Beziers, El sportman, El Toro, La lidia.**

En lo que a toreros se refiere, aparecen en nómina Pierre Boudin Martin, conocido como Pouly III, quien vistió por primera vez el traje de luces en 1910. La Princesa de París, era Pierrette Bourdiec, que toreaba y rejoneaba. Toreo en Francia, Portugal y España. Otra rejoneadora francesa fue Marie Sara bourseiller, que en 1994 participó en 33 festejos en Francia y España.

EN ECUADOR se realiza la Feria de Jesús del Gran Poder, la cual se viene realizando desde hace aproximadamente unos 50 años.

Sin embargo, tal vez por falta de difusión o la carencia de importantes carteles con toreros de renombre y ubicados entre los primeros del escalafón de toreros, hace que la misma no se haga conocida su producción y mucho menos su cobertura detallada. No menospreciamos o quitamos mérito a la festividad, sólo acotamos la ausencia de la difusión de los pormenores de la misma, en este país.

Ciertamente, en estos momentos se presentan en los linderos del país bolivariano, la mano de un monopolio empresarial, de ganaderos o de toreros. Polémica que ha sido sepultada por un veto presidencial, al encargarse de dejar guardada una petición de ley que regulara a la fuerza la presencia de un torero nacional, por cada tarde de la Feria de Quito y hasta dos en las plazas de la provincia, según acota Gonzalo Ruiz Alvarez en la revista Campo Bravo.

¿Poca tradición?, ¿Falta de información?, No se sabe con certeza. Sin embargo, toreros no han faltado en ese país, además de algunas publicaciones.

Entre los primeros destacan Manuel Cadenas Torres, quien viajó a España en 1955. Balanceaba su profesión como torero con la de empresario, por los años sesenta. Fabián Alonso, que en 1981 llegó actuar en moderados festejos hispanos. Tomó la alternativa en 1985. Otro matador es Alvaro Barona, quien se doctoró como matador el 4 de noviembre de 1989 en su país natal. Paco Barona, lo hizo en 1986 con toros de la ganadería ecuatoriana La Magdalena.

Mientras que en las manifestaciones periodísticas de Ecuador se encuentran **La Puntilla** en 1929. **Quito Taurino** (1947-1950), que se hacía llamar la revista mensual independiente de Quito, se imprimía en el Colegio Técnico Don Bosco y se presentaba en 20 páginas de 30,2 x 21,5 centímetros.

En 1972 intentan nuevamente los ecuatorianos con **Ecuador Taurino**, la revista mensual de toros de la ciudad de Quito, que se presentaba en 28 páginas dirigidas por Alfredo Paredes Rivera.

Aunque no sé puede asegurar la fecha de su salida al mercado, se encuentra **Toros y Toreros**. Un ejemplar con fecha de agosto de 1997, se presenta con un total de 28 páginas de 21 x 29,5 centímetros, en los que el blanco y negro predominan. Su director firma como Sr. Don. Cap. Alfonso Soacha, destacando un grupo de corresponsales en países como España, Colombia, Venezuela, Perú y Bolivia.

Foto N° 14



Plaza Monumental de Quito inaugurada en 1960

EN CUBA se comienza la afición a los toros durante la época en la cual la isla formó parte de la nación española, cuando para entonces hubo varias plazas en su capital, La Habana.

La primera fue inaugurada el 15 de Noviembre de 1816, y se ubicaba en lo que hoy es la Avenida de la Independencia.

Para el momento, existían plazas de toros en Cienfuegos, Pinar del Río y Puerto Príncipe. Para entonces, se presenta ante nuestros asombrados ojos, en 1883 sale al mercado **La Lidia en La Habana, La Revista de Toros y El Tío Camama**, todas editadas en la misma ciudad capital.

El año 1885 sirvió de escenario para el nacimiento de **El Puntillero**, mientras que el año siguiente aparecen **Toros en La Habana, La Revista Taurina y La Banderilla**. 1887 siguió con **La Bronca y La Muleta**. Para 1888 circula **La Garrocha**. El siglo terminaría para la prensa taurina cubana con **El Bromista**, que vio luz en 1894.

El nuevo siglo dejó como testigo de esta información sobre la Fiesta Brava en la isla con **Cuba Taurina**, que era la revista que se editaba en 1941 en la ciudad de La Habana. Era dirigida por Alejandro Mazarredo, que la sacó al mercado con 16 páginas con medidas de 26 x 17,5 cm.

En la isla caribeña actuaron toreros tan importantes como Guerrita, Mazzantini, Cúchares (quien murió allí), Currito, Lagartijo y Fernando "El Gallo", entre otros tantos.

Las corridas quedaron prohibidas junto al resto de las manifestaciones de "**La Fiesta Brava**", con el intento de liberarse de toda herencia de la influencia hispana.

ESTADOS UNIDOS se ha presentado en la historia como uno de los países menos conocido internacionalmente en lo que a afición a la fiesta brava se refiere, pero tal vez por su pasión por el rodeo y los toros, el amor hacía estos animales lo ha inclinado a las experiencias de lidias.

Además, esa nación norteamericana llegó a tener conocidos diestros que pisaron algunos ruedos internacionales. La torera Betty Ford comenzó sus actuaciones regulares en México en 1954. Para 1960 aparece la también torera Carolyn Hayward, nacida en Canadá, pero nacionalizada estadounidense. Se presentó en México y otras naciones de Sudamérica. Fue una de las más destacadas de su época.

Un hombre, Dennis Borba aparece en el año de 1980. Toreó algún festejo en Portugal, y en la siguiente campaña estuvo tanto en plazas del sur de los Estados Unidos y en México. Tomo la alternativa en 1986.

En cuanto a las publicaciones, el primer ejemplo se da en 1955 con **The Bull Sheet**, que se editaba en San Diego, en 1957 cuando Jim Fergus edita el primer número de Toros, **Bullfight review in English**. Su formato constaba de 28 páginas. En 1958 la Ciudad del Paso editaba la publicación Barrera Taurina, y en San Diego salía la Revista Taurina del Club Olé. En 1959 nace Toros.

La época de los 60 presenta dos intentos más. En 1961 nacen **Pases y Lances** y **A punta de Capote**, editadas en Chicago y Corpus Christis respectivamente. El año siguiente en Nueva York, se editó **La Corrida**. En 1963 aparece **La Noticia** de San Francisco. También **Journal of Club Taurino** de Chicago. Eran 16 páginas editadas por Jeanne M. Sherwin. Para 1965 sale **La Busca, Taurine Bibliophiles of America**, que veía luz en San Francisco bajo el mando de Nancy Slayton. Su interés especial era la bibliografía taurina en inglés.

En 1974 surgió **Ecos del Redondel**, que se editaba en Los Angeles.

La década de los noventa no se ha quedado atrás, pues en 1994 nació **Magazine Two Dollars** y **Los Aficionados**. La primera en California, y la otra en Los Angeles. Salen también **Bullfight** y **Clarín**. Además todavía circulaba **Pases y Lances**, aún editada en Chicago.

EN ARGELIA, aunque suene extraño también se suma entre las promotoras del movimiento taurino. En 1890 aparece en la ciudad de Orán, **Le toréador Oranis**.

Para 1909 surge **La Corrida Argeliene**, en Argel. **La Muleta** nace en Orán, en el año 1954, y para 1956 se lanza la Revista de los Toros, **Toros-Sports-Théâtre**, fechada en Orán. Salió con un formato de 38,4 x 28 centímetros en tan sólo cuatro páginas. Era dirigida por Eduard Reut.

En 1994 todavía circulaba **Le Toréador Oranis**. También nace el **Orán Taurino**.

EN BOLIVIA también ha participado de la prensa taurina y la afición por los toros. Entra al ruedo con la revista **El Eco Taurino**, que fue editada durante 1829.

GUATEMALA ha sido testigo de la Fiesta Brava, al ser escenario de la Plaza La Aurora, de la capital del país hermano, se inauguró el 22 de octubre de 1953, para que los espadas José González (Dominguín), Rafael Ortega y Rafael Rodríguez lidiaran tres reses de Xajay y otras tres de Coaxamalucan. Su aforo es de unas 12.000 personas.

EN MOZAMBIQUE han existido varias plazas de toros de esta ciudad. La primera se empezó a construir en 1909 y estuvo vigente hasta 1950, fue la Lorenzo Marques.

Ese mismo año se inaugura otra de madera, el 5 de noviembre, con un festejo en el que aparecieron Manolo dos Santos y el rejoneador Bento Texeira. Posteriormente, con el patrocinio del Club Tauromáquico y la Casa de Alemtejo, se edifica una plaza monumental con estructura de hormigón armado y una capacidad de 6.500 espectadores. Abrió sus puertas por vez primera el 29 de agosto de 1956, con la presencia del presidente de la República, general Craveiro Lopes, y en el paseillo inaugural desfilaron Manuel dos Santos, Antonio dos Santos y los rejoneadores Francisco Sepúlveda y Luis Ataide, a los que acompañaron un grupo de forcados.

EN ANGOLA fueron Manuel dos Santos y Antonio dos Santos, junto al rejoneador José Maldonado Cortés, los encargados de salir al ruedo el 1 de marzo de 1964, en la primera tarde de este coso de Luanda.

San Felipe de Benguela fue inaugurado el 24 de enero de 1952, donde pasó como cosa curiosa para esa fecha, con permiso de la autoridad el espada Augusto Gómez estoqueó un toro. Saa de Bandeira fue inaugurada el 8 de julio de 1962, con un cartel que integraban los diestros Manuel dos Santos y Diamantino Vizeu.

EN PANAMÁ se hace lo mismo en 1953 con el semanario taurino llamado **Macarena**, el cual fue dirigido por Ricaute Vázquez.

En abril de 1956 Luis Miguel González Lucas, entonces apodado "Dominguín" -antes de legalizar el apodo como apellido- hizo su paseillo en la ciudad de Balboa, en lo que era la Plaza de la Macarena, para torear en una tarde de mano a mano con Alfonso Ramírez.

FILIPINAS se sumó a la prensa taurina en 1885, cuando se edita en Manila la revista *La Puya*, y luego *Manililla* en 1892. Para 1894 sale *Manilla Sport*.

URUGUAY también ha sido testigo de las noticias de los ruedos. En 1889 aparece *El Toreo Montevideano*, mientras que *El Toreo* lo hace en 1899.

Esta nación también entra en la historia taurina por el nombre de un matador de toros. Era Manuel de Castro, quien se dedicaba a las letras, pues era ilustre escritor y poeta, pero su afición a los astados lo hacía ponerse de vez en cuando su traje de luces. En 1939 viajó a España, y participó en algunas novilladas.

EN PUERTO RICO el 10 de enero de 1965 se estrenó este nuevo coso taurino, con una novillada incruenta en la que intervinieron los diestros José Guerrero, Juan Muro y Eduardo Landa.

EN ARGENTINA que aún cuando su producción de información taurina no se encuentra, sí se registra la de algunos nombres de toreros. Como el de Mariano Ceballos "El Indio", aún cuando su nacionalidad está en entre dicho, según argumenta Cossío, para el momento del 20 al 24 de febrero de 1772, estuvo en Buenos Aires, matando con la espada. Toreaba a caballo, como se practicaba ya en España.

Viaja a la península en 1775, y continúa haciendo campaña allá hasta 1780. Fue patentado por un cuadro del famoso pintor español Francisco de Goya. Otro fue José Altolaguirre, quien actuó en Buenos Aires durante los años comprendidos entre 1801 y 1804, tiempo en el cual sólo ganaba 16 pesos.

Raúl Acha Sanz, fue otro torero que nació en Buenos Aires en 1920, y al pasar de los años cambió de nacionalidad a la peruana. Según acota Cossío, "actuó como torero en Bolivia, Venezuela, Perú y México, pero o por lo poco importante de las plazas o por el mediocre resultado artístico de sus actuaciones, su nombre no trascendió a España, ni la prensa promocionó noticias de su actividad"³¹. (COSSIO, J.M. 1995)

Pero como el mismo autor dice, para el año 1946, el argentino-peruano viajó a España y tomó la alternativa en Barcelona, cuando aún su nombre era completamente desconocido. Tuvo notable éxito esa tarde y se mantuvo por siete fechas más. La actuación le valió abrir las puertas de las plazas de España.

Para el año 1965 regresó hacer campaña en Lima, y se mantuvo en los titulares de la prensa por algunos problemas familiares, y ya no por su arte. Se convirtió en apoderado y empresario taurino al pasar de los años.

EN JAPÓN también se han presentado toros, sólo que en fecha reciente, tal como sucediera el primero de abril de este año, cuando se celebró la primera corrida en esta nación, en una iniciativa de pretender abrir los horizontes a la Fiesta Taurina.

Un total de 200 millones de yen, es decir, 1,7 millones de dólares tuvo que invertir una empresa para realizar el festejo. El cartel contó con la presencia de toros mexicanos de la ganadería de Real Saltillo, además de los espadas españoles Sergio Sánchez y El Millonario, quienes se adentraron a los terrenos de la plaza en el estado de Yoyogui, en Tokio. Los organizadores fue la empresa nipona Ventura Safenet, en la persona de su director Fusao Sekiguchim.

El espectáculo tan atípico, que se realizó en tierras niponas, hizo que los matadores no pudieran hacer uso de la espada, por lo que los astados eran

regresados vivos a los corrales, debido a que en Japón está prohibido maltratar a los animales. Además, las fuertes protestas de los grupos amantes de los animales, obligaron a los empresarios a colocar almohadillas sobre el lomo de los cornúpetas, para que en ellas les fueran clavadas las varas y banderillas.

Ahora no se descarta que Japón sea una nueva plaza, ya que según asegura el arriesgado empresario organizador, fue el entusiasmo que la tauromaquia despierta en la nación oriental lo que lo llevó a organizar el festejo. Las puertas para la Fiesta Brava se encuentran abiertas en la nación nipona, luego que estos empresarios asumieran el riesgo y fueran los iniciadores del espectáculo en Japón.

1.1.3 Internet

Desde que apareció la super autopista de la información, una serie de publicaciones, no sólo taurinas sino de otros géneros se encuentran disponibles a los usuarios en la INTERNET.

Revistas españolas, mexicanas, francesas, holandesas, colombianas, y de cualquier otro país están a la disposición del lector en este lugar. Basta con llamar la palabra Tauromaquia, o revistas taurinas en cualquiera de los buscadores del sistema, y aparecerán cientos de direcciones. Muchas de ellas, como iniciativa propia de los aficionados, que han montado páginas muy interesantes a la disposición de todos.

Servicio de correos informativos y suscripciones a revistas digitales se abren a la posibilidad de facilitar documentación a los aficionados. Publicaciones como **6Toros6** o **Campo Bravo** (de la misma casa editorial), **Matador**, **Mundo Taurino**, **Olé Matador**, **Gaceta Taurina**, entre otras que se encuentran desde hace aproximadamente cinco años en la Web, están a la completa disposición de quien desee disfrutar de los toros y por supuesto de la información referente a ellos. Todos son exitosos ejemplares que se imprimen en papel, en España, México y Francia.

Foto N° 17

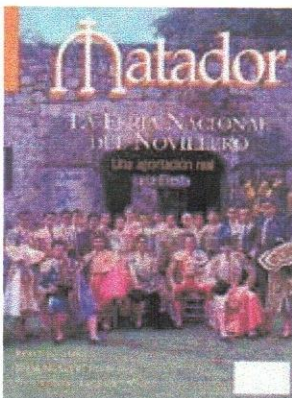
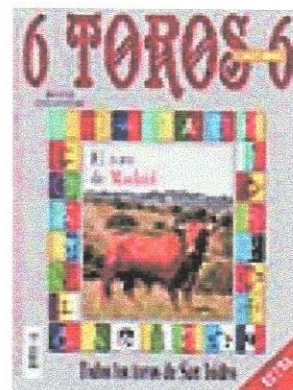


Foto N° 18



Cada una de ellas presenta la misma información y diseño que en papel, para que el lector no deje de enterarse de nada. Fotos de gran vistosidad, entrevistas, reseñas, opinión, historia, y todos los demás géneros y características de las publicaciones en papel se encuentran completamente detalladas en las colocadas en el ciberespacio.

Ahora bien, algunas de ellas exigen una suscripción, aunque gratuita, garantiza la recepción a una dirección de correo electrónico de mensajes y publicaciones de la editorial. La gran mayoría también pone al alcance de los lectores web, de libros, y demás detalles informativos que presentan ventajas a los usuarios que no tienen quienes compran de manera convencional las publicaciones en kioscos o librerías.

El cambio o actualización de las mismas se realiza cada mes, en el caso de aquellas que también tienen una edición mensual en impreso. Pero las que únicamente se presentan en la Internet, como es el caso de **Gaceta Taurina** y **Mundo Taurino**, son modificadas y actualizadas cada 20 a 25 días hábiles aproximadamente.

Otras, son actualizadas semanalmente en caso de que se presenten hechos o acontecimientos importantes en algunos de los ruedos, o por motivos de alguna feria o festividad en particular.

Se puede decir entonces, que en los últimos años la Internet se ha convertido en una de las mejores vitrinas para la lectura de la información taurina, al presentar y poner a disposición del aficionado un gran número de ejemplares internacionales y nacionales que reúnan la mayor cantidad de información taurina.

Además, no sólo por esta razón son cotizadas, sino también porque sirven de apoyo y fuerte para todos aquellos aficionados que desean conocer detalles

de las distintas temporadas en diferentes países, al ser casi imposible conseguirse en kioscos o librerías.

El punto en contra se encuentra en la poca cantidad de personas que tienen acceso a Internet, por lo menos en Venezuela. Según las cifras presentadas por la revista Internet World Venezuela, en voz de su directora, la periodista Mariam Larrazabal, sólo alrededor del 0,3% de la población nacional cuenta con el acceso al servicio.

Eso perjudica entonces la posibilidad para el aficionado taurino venezolano de leer, conocer, informarse de los detalles de las temporadas internacionales, por medio del servicio, debido a que será un reducido grupo que pueda acceder a la información presentada en las publicaciones ubicadas en las páginas web respectivas.

Sin embargo, se cree que con el tiempo esta situación mejore y con ello la presencia de información taurina en la web podrá ser completamente asequible a los venezolanos.

Mientras, el mundo cibernético continúa en pleno crecimiento, y cada uno de los editores, escritores y representantes de las publicaciones convencionales dedicadas al mundo del toro se presenta con un lugar en la web. Algunos lujosos y ostentosos, otros más modestos, otros no tan completos y repletos de información actual pero si la básica como para conocer y aprender un poco más de **“La Fiesta Brava”**.

En fin, la Internet se ha presentado como una alternativa para quienes pueden acceder a ella, y buscar los últimos ejemplares de revistas taurinas, o páginas que presentan la última modificación al escalafón de matadores y novilleros. Los resultados de la Feria de Sevilla, de San Fermín, La Chinita, o del festejo histórico que se realizó el pasado marzo en Japón.

La Internet y sus servicios ofrecen entonces la oportunidad de hacer lo que más desea el aficionado, mantenerse informado de todo lo que acontece en el mundo del toro en todos los rincones del universo, con tan sólo sentarse ante su computadora.

2. Características del diseño de una publicación especializada en función de su contenido:

2.1 Géneros periodísticos utilizados: opinión, entrevistas, reportajes, crónicas y reseñas

2.2 Los ideales para hablar de toros

Desde hace algún tiempo para acá, la teoría de los géneros literarios, ha perdido el impacto que al inicio tuvo. De allí, que hayan sido concentrados, a aquellas viejas categorías, como formas mohosas, inconsistentes, como esos viejos organismos que al tocarlos se deshacen, resquebrajan y reducen a polvo.

Ahora bien, los géneros periodísticos han seguido casi el mismo camino de los literarios, pero la diferencia principal radica en que estos se basan en el estilo, y no en el ritmo o la canción como la de aquellas. Por lo tanto, este instrumento de información tiene un claro carácter documental. Hay que recordar que hacer periodismo, es hacer literatura de una forma propia y particular, además de muy autónoma e independiente. No podemos entonces hablar de géneros, sino de categorías literarias, que se encuentran encarnadas en distintas formas de expresión, según comenta Humberto Cuenca³². (CUENCA, H. 1980)

- **Opinión:** aquí destaca la presencia de **El Editorial**, como el más claro ejemplo. Mientras que la información se agota con la reseña, el editorial va más allá, al prolongar la ocurrencia haciendo más permanente su contenido, de gran trascendencia social y proyecta dinámicamente la vigencia de la noticia.

Tiene una función colectiva y un pensamiento orientado según el interés comunitario. Por lo que cuando es silenciado, deformado o mutilado pasa a ser un instrumento tendencioso, que deja de ser periodismo de opinión.

El editorial fija la concepción y la postura del periódico o revista ante un hecho, o el problema que se encuentra en el tapete del día. Sea anónimo o firmado reúne la opinión de fondo y tiende a formar una idea en torno a una cuestión de vigencia e interés colectivo, según el punto de vista del medio.

Su objetivo es dar vida permanente a la noticia, celar su sentido social, su vigencia dinámica. Actualmente tienden a ser escritos de forma breve, a veces siendo sustituidos por la mancheta o el editorial compensado en una breve frase que aparece en un recuadro.

Su estilo es recto, directo y determinante, pero nunca absoluto. Sus enfoques se deslizan entre un sin fin de rectificaciones, contradicciones y demás comparaciones, a veces desagradables pero sin caer en la ambigüedad o la confusión. Crea opinión pública, porque plantea, hace y deshace situaciones y ejerce profunda influencia en las colectividades. Constituye un controlador de poder.

- **Entrevistas:** es uno de los reportajes más cultivados en el periodismo moderno³². (VIVALDI, M, 1987)

Cuando un periodista es entrevistador, debe tener la mayor información posible acerca del personaje para realizar sus preguntas, sin embargo, no existe ninguna pauta preestablecida y que permita a este entrevistador seguir una línea de trabajo determinado.

Al contrario, es uno de los campos más libres y que permite mayor versatilidad, pero que sin embargo requiere de gran habilidad, pues no todo el

mundo tiene la capacidad de sacar la información requerida o necesaria para lograr una nota informativa. El jefe de la redacción puede acotar algunos datos o ideas para preguntar, pero jamás dará una lista rígida, pauta de la cual el entrevistador no puede salirse. Además, esto sería un completo absurdo, debido a que generalmente durante la misma entrevista salen nuevas ideas, preguntas y cambian las visiones.

Ahora bien, lo que si no puede concebirse es que se pauten formas categóricas de redacción, debido a que nadie sino él (entrevistador) será quien pueda plasmar todo lo que vio, oyó y vivió durante la entrevista.

Siempre que las entrevistas requieran esa preparación previa, serán llevadas por esta línea. En cambio, cuando se trata de esas que tienen un carácter facilón, de aspecto de cuestionario que sólo requiere de una pregunta y la respuesta casi limitada, no se requiere de ningún dote extraordinario, más que la habilidad de poder hacer preguntas y conseguir respuestas.

- **Reportajes:** es un relato periodístico, que según cita Martín Vivaldi³³, es esencialmente informativo, libre en su temática, completamente objetivo y de estilo directo. En él se suele dar cuenta de cualquier hecho de interés humano o cualquier hecho de interés actual, pero también de una narración informativa, más o menos literaria. (VIVALDI, M. 1987)

Después de la primera guerra mundial, **El Reportaje** tomó auge a las entrevistas, que antes habían sido manejadas conservadoramente, pero que llegaron alcanzar un nuevo significado y densificaron su calidad literaria.

Se puede decir que es una especie de radiografía social, que permite descubrir una realidad latente. Es un enfoque, comparación y contraste, donde

el periodista tiene una completa libertad de acción que le permite ir y venir por todos los rincones de su creatividad, para así informar de manera objetiva y eficaz, veraz y con gran libertad a la forma de exponerlo. Esta libertad es la principal característica del género del reportaje.

Su estilo es puro, donde se presenta una mezcla de la narración de hechos con anécdotas, conceptos, comentarios, descripciones, comparaciones. Es directo, con un lenguaje lleno de ideas claras y transparentes, sencillo y natural. Se considera original, según el enfoque presentado o trabajado, por el punto de ver las cosas o el modo de verlas.

Debe tener como herramientas un buen comienzo, atractivo, cautivador, un desarrollo interesante y un final concreto. Entonces, será el encargado de ponerle a la noticia un toque especial y muy particular, que lo diferencie de esta sin dejar de informar. Pone variedad a lo ya dicho. Ese será el gancho que lo hará atractivo e interesante para el lector.

Pero para lograr esto, es necesario que no se presente bajo concepto alguno el comentario, solo el relato de los hechos.

- **Crónica:** no es más que un relato enjuiciado de los hechos que se narran. Actualmente se considera como una de las formas más populares de hacer periodismo. Es una noticia comentada, donde el cronista relata el hecho pero expresa sus puntos de vista, y sus opiniones sobre hechos noticiosos. Por lo tanto es un relato netamente periodístico.

Lo que define a la verdadera **Crónica**, según Manuel Graña, es el elemento personal que se advierte. Generalmente está firmada, presenta comentarios propios del escritor, que amplía y ordena los hechos a su manera.

Informa y además pone elementos literarios con cierta sutileza, con un tono característico del estilo y esencia de la misma.

No se trata meramente de la exposición de un hecho y su inmediato comentario, sino de narrarlos a través de una subjetividad, de darles un toque con nuestra propia apreciación, para unir relato y comentario en una misma frase. La razón de esto es que la crónica es en esencia, una información interpretativa y evaluativa de hechos noticiosos, actuales o actualizada, donde se narra algo al mismo momento que se juzga lo narrado.

Sin noticia, deja de ser periodística para pasar a ser solamente un relato histórico o un artículo valorativo de un hecho. Por lo tanto, el cronista debe saber distinguir lo que es verdaderamente noticia para sus lectores, no lo que sea noticia para todos en el país, es decir, debe saber lo que su público quiere ver.

Según González Mora: *"El cronista pinta, describe su mundo no es un sistema. sino un paisaje, no una doctrina, sino una historia. Por eso la crónica es la forma más limpiamente literaria del periodismo"*³⁴. (CUENCA, 1980)

La crónica de ser directo y llano, además de objetivo, permitiendo que el periodista plasme parte de su personalidad. El cronista es mucho más que un reportero ocasional, encargado únicamente de escribir sobre un suceso o una acción específica. Al momento de sentarse redactar una crónica verdadera, pasa a ser un confidente del lector, debido a que este no se motivará por la lectura, sí antes no se identifica con el escritor, sus ideas, su estilo habitual, y por supuesto, su personalidad.

Por lo general, la crónica tiene un estilo claro, sencillo y conciso, revelador del contenido de los mensajes almacenados. Se vale de todos los

recursos estilísticos: metáforas, ironía, paradoja, hipérbole, pero siempre dentro de un margen de claridad.

De todas formas, al estilo de la crónica hay que exigirle dos cosas muy particulares: la dignidad literaria, y claridad para que así sean asequibles a todo el público interesado en la información, sea cual sea su nivel intelectual.

El cronista realiza un trabajo netamente expresionista, por lo que el que deberá presentar en su trabajo las condiciones personales, con las que se nace, aunque tales condiciones sean perfeccionadas posteriormente con la práctica y la labor diaria. Un sello propio que lo identifique, que lo haga ser particular dentro del universo de las páginas de un medio impreso.

Actualmente el gusto por la **Crónica** ha caído, debido a que ha sido absorbida por el ensayo y el artículo.

- **La Columna:** no es más que una especie de crónica, que puede abarcar todos los temas posibles. Desde el punto de vista netamente técnico, es aquel espacio periodístico en que suele dividirse lo escrito, y que aparece dividida por una fina raya (horla) o un espacio blanco.

Es un espacio determinado en el periódico o revista, del cual dispone algún periodista o escritor, para escribir con libertad de elección, sobre el tema de actualidad que más le provoque.

Al igual que la crónica, debe ser interpretativa y valorativa de los hechos noticiosos. Puede tener forma de artículo o de ensayo. **La Columna** se caracteriza por su periodicidad y fijeza de aparición en la publicación. Generalmente aparece en la misma página y ubicación, todo el tiempo. Son

considerados espacios fijos y usualmente son realizados por colaboradores de la publicación.

Los comentarios emitidos en una columna, usualmente se encuentran mezclados con opiniones, ideas y puntos de vista personales del autor de la misma. Su tono puede variar según el caso. Puede ser formal o informal, serio o ligero. Usualmente las más serias son las que suelen aparecer como editoriales. La diferencia fundamental entre la columna y el editorial, es que éste no se firma.

Existen las columnas críticas, que son aquellas dedicadas exclusivamente a analizar y emitir juicios sobre algún hecho, o alguna manifestación artística, tal como la música, alguna obra literaria o el cine y el teatro. Mientras que las más ligeras, son aquellas que tratan sobre chistes, anécdotas, chismes, versos, y todo aquello que sirva para recrear y distraer. Es más humano.

En su redacción, el columnista puede opinar, puede *decir* "Creo", "Pienso", "Estimo", y por lo tanto trabajar con la primera persona del singular o combinarlo con la primera del plural o en tiempo indeterminado.

- **Reseña:** es la forma más antigua de las formas descriptivas para la elaboración de un texto informativo. Comienza con la presentación de los datos importantes de la noticia en un encabezado o lead, para posteriormente desarrollarlo lleno de detalles y adornos literarios. También se le conoce como revista.

Es netamente interpretativo y lleno de comentarios que le dan plenitud y belleza a los comentarios. Se basa en orientar a quien lee y no en opinar exclusivamente. Uno de los modos más utilizados es **La Crítica**.

- **Crítica:** es una reseña valorativa de alguna obra o acción, sea literaria, artística o de un espectáculo. Todo periodismo valorativo e interpretativo (artículos y comentarios) es netamente crítico.

Pero al hablar de crítica como tal, se hace referencia a los sectores del quehacer humano, que una vez venteados al público, requieren del oportuno juicio de un experto que se encargue de la interpretación y la valoración necesaria.

La Crítica periodística es aquella que juzga y además informa, todo a la misma vez. El periodista dedicado a escribir este género, tiene como función primordial la de orientar de manera competente, sagaz y sobre todo y ante todo, desinteresadamente. Se convierte en un espectador-supervisor, que actúa como un representante del público, al cual se debe ese crítico.

Las tres funciones básicas de la crítica son: reproductora, interpretativa y valorativa.

En opinión de Alfonso Saiz³⁵, entre las dos primeras se encuentran los sentimientos del artista y el público, expuestos a la luz del amor. Por eso la capacidad de una crítica es, ni más ni menos, la capacidad de un juez; y en última instancia sólo hay dos clases de juicio: el del talento y el mediocre. (SAIZ, C.1972)

El crítico debe aprender que la calidad no depende de los gustos de los similares, sino de su valor en sí. El valor del trabajo del escritor o del artista no es absoluto, pero no puede estar disuelto entre las reacciones de cualquier persona.

2.2 Los ideales para hablar de toros

Según apunta López, no existe un género periodístico ideal para hacer referencia a los toros, y muchos menos para que pueda describir el verdadero significado de la fiesta. El género periodístico taurino, es definitivamente distinto a otras manifestaciones del periodismo.

Se utiliza desde el anecdotario, hasta los chistes taurinos. Pero la entrevista, por ejemplo, es un género igual para todos, la política, el deporte, la ciencia. En cualquier publicación taurina, se puede decir que las entrevistas, las crónicas, las reseñas, las críticas y datos estadísticos son el común, además de las columnas establecidas. Ahora bien, la crítica taurina y la crónica sin duda alguna, son los géneros más representativos, tal vez no ideales, pero sí los más comunes y hasta protagonistas de los ruedos.

José Ortega y Gasset comentó:

“La crítica es sacramento de muy difícil administración”.

Hay que tomar en cuenta la necesidad de todo espectáculo de poder sobrevivir a una crítica. Pues cada uno de ellos reclama la necesidad de una crítica mesurada, culta, especializada y que sobre todo ilustre a la afición. Y por supuesto que el mundo taurino no es la excepción. Al contrario, uno de los entretenimientos masivos que depende de los comentarios de los críticos, lo representan los toros y sus diferentes festejos universales.

La crítica tiene que dar respuesta a una doble interrogante: **¿Qué es?, ¿Qué vale?** La primera respuesta será meramente descriptiva, mientras que la segunda será interpretativa. Esto es lo que sirve de base para cada uno de los críticos, describir lo que vio, y contarlo con cierto toque personal.

Pero esto no es tan fácil, pues a la segunda respuesta sólo se atreven quienes estén dotados de un profundo conocimiento de la materia, y no aquel que domine el arte de la improvisación o la pratique como técnica. La razón es muy sencilla, en el mundo taurino la improvisación está de más, tanto en el ruedo como tras la barrera. El aficionado taurino conoce y por lo tanto exige, lo que obliga a quien hable o escriba de toros estar preparado para asumir también el puesto de blanco de fuertes comentarios, críticas y reconocimientos, según sea el caso.

Por lo tanto, quien realice una crítica taurina debe y necesita estar realmente preparado para desmenuzar meticulosamente lo visto en una faena, además de contar con el respaldo intelectual del talento y sensibilidad necesaria para dar tino con los comentarios, y tener ética y la facultad de hacerse entender.

Muchos opinan que la crítica arremete con juicios de valor, juzga la virtud y la deficiencia de una obra, para luego concluir a la vista de la jerarquía de sus valores. Pero, en realidad no es más que la función mental aplicada a un caso concreto.

Según apunta García Bolio:

“Antiguamente la crítica era rigurosa y adusta, la crítica técnica era la que dominaba en la primera etapa del periodismo taurómico mexicano. Tuvo como autores a un grupo de aficionados que desinteresadamente se hicieron periodistas taurómicos. Excluyeron enteramente el propósito de lucro”.

Eran del todo idealistas, quijotescos por la Tauromaquia. Eran Trespicos, P. Drin, Carolus, Joseíto, mientras que de España tomaron modelos como don José Sánchez de Neira, don Antonio Peña Goñi, don Pascual Millán, entre

otros. Todos ostentaban en su manera de escribir seriedad y concisión, eran parcos pero justos, al elogiar o censurar, hacían la crítica técnica, la cual ahora se ve, según apunta García Bolio, ridiculizada por algunos improvisados escritores, que no son idealistas.

En esa época no se menospreciaba el escribir con galanura la retórica y el humor, pero debía excluir el saber de la técnica. La ingeniosidad de la descripción de las suertes de la lidia y de los accidentes ocurridos, era aceptada siempre que detallaran y dejaran ver lo sucedido en el aspecto técnico de lo que hizo el torero.

Para Carlos Cuesta Baquero, en su artículo **¿Cómo debe ser la Crítica Taurómaca?**, califica el estilo de escribir de los críticos como rondeño y sevillano. Para ser provechosa para los aficionados y mentora de los toreros, a unos formándoles con criterio ajeno a la arbitrariedad personal, de ignorante en que es la principal porción del arte de torear, y proporcionándoles consejos para que los corrijan, llevándoles así solamente por mediación de una crítica que tenga índole didáctica, doctrinaria. Así es constructora del arte.

Para Carlos Saiz³⁶, el ejercicio de la crítica taurina viene siendo objeto de puntos de vista que le seccionan en dos frentes contrapuestos e irreconciliables: el de la crítica independiente y el de la crítica comprometida. (SAIZ, C. 1972)

Ahora bien, desde que la crítica se ocupa de la Fiesta, se han venido manteniendo estas dos posturas. Pero no es menos cierto que a la verdadera crítica taurina lo que le importa es lo ofrecido en el ruedo. Al verdadero crítico no le hace falta nada más que los motivos y las realidades del toro, el matador y el aficionado.

En fin, la crítica tiene una función didáctica al señalar, con discreción y respeto.

Para Gregorio Corrochano, "La crítica de toros debe hacerse sin cal y sin arena; con lealtad, con sinceridad, separándose de la propaganda. La propaganda en la crítica es perjudicial porque acaba por confundir al torero entre lo que es y lo que no es, y contagia de impudor y de engreimiento".

Para Sainz, el crítico tiene tres funciones, ser informador, didáctico y opinante, y sólo en la última será donde puede hacer uso del beneficio de sus gustos, de forma equilibrada.

Para López:

La crítica taurina definitivamente es un ensayo literario. Grandes literatos, hombres reconocidos por la real academia de la lengua como Don Gregorio Corrochano y el propio José María de Cossío, José Alameda, y en Venezuela Miguel Otero Silva, quien fue cronista taurino, al igual que Arturo Uslar Pietri, Andrés Eloy Blanco, entre otros, eran conocidos como revisteros. Pero no porque escribían en revistas, como muchos piensan, sino porque reseñar, informar sobre algo, es pasar revista a los acontecimientos y por eso se llaman revisteros.

Criticar exige conciencia, para poder luchar a veces en contra de las propias creencias y la presión de un ambiente cultural determinado.

En opinión de Jerónimo Coignard, para ser crítico taurino lo que es necesario es no saber de técnica. Pero el mexicano García Bolio difiere de esta propuesta. Según acota, para ser un crítico taurino hay que ser instruido en técnica y para esto leer lo que sea didáctico, lo que enseñe tauromaquia, no literatura y filosofía.

Según dice Pérez Esteves:

Para criticar la fiesta brava hace falta varias condiciones, hace falta distinguir varios puntos. Por ejemplo, el valor, el conocimiento, la técnica y el arte, los cuales son tomados en cuenta por los periodistas para redactar la nota de prensa. Cuando se es un crítico taurino, más que opinar se expone las ideas de las razones por las cuales ese toreo actúa mal, o lo hizo bien. La misión es decir realmente lo que hizo o dejó de hacer.

Pero la crónica taurina desde hace muchos años, y así lo reconoce Mario Vargas Llosa en varios estudios que él hizo sobre la reseña deportiva donde la incluye, sirve como cualquier otro para soltar las amarras de la imaginación como periodista y crear e ir de la mano con la metáfora. Te habla de lo sucedido en el espectáculo. El cronista te dice que sucedió y cómo sucedió, por lo que se debe ser bastante objetivo.

Se recurre al uso de los comentarios, chistes, chismes, la parte farandulera, los datos estadísticos. Todo eso es parte importante de la crónica taurina. Cuando se habla de toros se reflejan todos los géneros periodísticos existentes, ya sea en su forma pura o combinándolos para enriquecer la nota.

La crónica taurina suele ser izquierdosa, con una retórica sui generis y un argot para iniciados. Corrochano y Diez Cañabales son figuras representantes de este estilo³⁷. (MARTIN, J. (s/f))

Para Sainz, es un análisis con detenimiento que conjuga lo meramente informativo con lo interpretativo, todo ello con ciertos toques del ambiente.

La reseña en cambio, es un punto de vista muy subjetivo, donde está mucho la apreciación del crítico. El mismo Sainz dice que es la manera más

antigua de describir, por lo que es eminentemente informativa. Se comienza con el cartel de toros y toreros, para luego plasmar toro a toro, el transcurso de la lidia. Se indica la tipología zootécnica de los cornúpetas y sus condiciones de bravura, resumiendo las andanzas del diestro con la espada. Se cierra con un juicio crítico resumido³⁸. (SAIZ, C. 1972)

En su opinión, esta modalidad informativa, también conocida como la reseña, tiene la ventaja de permitir el uso del mayor número de detalles en la narración de lo acontecido. Lo informativo tiene prioridad sobre lo imperativo.

En una ocasión dijo el crítico Antonio Peña y Goñi:

*Una revista de toros científica, significa una revista de toros en serio, es para mí de lo más insoportable que puede darse, por la monotonía que resulta de frases y conceptos, forzosamente repetidos tantas veces cuanto es el número de toros lidiados en una corrida... Mi pretensión, en una palabra, llegaba a querer relegar a un terreno secundario la parte didáctica de la tauromaquia, oscureciéndola con los artificios literarios y novelescos que la imaginación pudiera sugerirme... La crítica de toros existe no sé por qué... Yo creo que debería, la revista de toros, contener una relación animada y al por menor, de todas las suertes e incidencias de la lidia, y dejar el resumen y apreciaciones críticas... al curioso lector.*³⁹ (SAIZ, C. 1972)

En palabras de López, mientras que el reportaje, la entrevista, la reseña informativa, todo eso. Incluso eso de la ficha técnica de la corrida es moderno, lo impuse yo aquí en Venezuela. *¿Qué es la ficha técnica?* Yo en Meridiano desde hace tiempo, pongo el color de los trajes de los toreros, el resultado de la corrida, si hubo o no orejas o rabos, quién presidió el espectáculo, qué tiempo hacía, cuántos espectadores había en la plaza, cual fue la lidia de cada

uno de los toros, para poder darle luego rienda suelta a la reseña, sin necesidad de repetir eso de “en esta tarde se lidiaron toros de fulano de tal”.

Ahora, **¿Hay un léxico para hablar de toros?** , Pregunta López. Contestando rotundamente con un “**Si hay un léxico**”, pero no inventado como muchos pretenden. Es un castellano que se aplica normalmente. La descripción es importante en la narrativa de los hechos que ocurren en un espectáculo taurino. La descripción del pelaje del toro, la morfología del animal, también es importante para saber ante que estaba el torero.

Entonces, se recurre al lenguaje explicativo de los términos ganaderos, usualmente andaluces. Por ejemplo: el toro burraco, es un toro que tiene el pelaje parecido al de los burros. El Jabonero, se refiere a la antigua manera en que en Andalucía se hacían las panelas de jabón. Es un color como kaki. Los embragados son los que tienen las parte de abajo blanca, o los zainos que son puramente negros.

Se emplea un lenguaje tal y como lo hay en el fútbol, cuando dicen que el balón corre por el carril derecho, o que tal jugador es un defensa o un delantero ofensivo, lo que más o menos te ubica con sus funciones y especificaciones. Hay una tendencia de la gente a exigir que se sea más explicativo y eso es una gran tontería.

En cuanto a este lenguaje y estilo, García Bolio apunta, “*era importante en la antigüedad contar con grandes adornos en las descripciones, que permitían reseñar los trasteos del torero. Este era el estilo sevillano mencionado por el doctor Carlos Cuesta*”.

Sin embargo, según apunta el mismo autor, en México no se cultivó ese estilo sevillano, por parte de ningún poeta o escritor conocido. Al contrario quien lo presentó en el periodismo mexicano fue un incógnito aficionado.

Con el paso de los años este estilo ha variado y sus modificaciones lo han alejado de la clasificación de técnica.

En opinión de Cossío, la terminología taurina ocupa una considerable área del vocabulario castellano. Por lo que no resulta raro el origen popular de las formas y vocablos referentes a la fiesta de los toros⁴⁰. (COSSIO, J. M. 1995)

El mismo dice, que los términos privativos de la tauromaquia referentes ya a las condiciones y características del toro, a las plazas, sus dependencias, y los instrumentos de la lidia, y las suertes del toreo, andan en el idioma de cualquier español. El uso de esa terminología de manera coloquial, ha logrado que pierda ese carácter netamente técnico, para ofrecerla como elemento de uso corriente, generalmente en sentido metafórico.

Para ejemplificar lo dicho por Cossío, se anexan algunas frases:

- ✓ Ver los toros desde la barrera: ver las cosas o sucesos desde seguro, sin arriesgar nada en ello aunque importe.
- ✓ Tirarse el ruedo: lanzarse a la acción.
- ✓ Torear una persona: tratarla con dilaciones, circunloquios y astucias, yendo uno a lo suyo.
- ✓ Dar largas: diferir lo inconveniente.
- ✓ Hacer el quite: estar alguien prevenido para rectificar o tapar los errores de otro.

3. - Presencia e importancia del color en las publicaciones taurinas

Cuando se revisan las revistas dedicadas a la información de la tauromaquia, se puede observar que el despliegue fotográfico es muy grande, y no sólo eso, sino que el color de esas imágenes sirve de atractivo para el lector.

Sin embargo, no todas las publicaciones presentan el color como factor esencial y fundamental del diseño de la misma. Al contrario, algunas únicamente se realizan en blanco y negro, y/o usualmente suele verse la presencia de un tercer color, que se plasma en los titulares o en las líneas divisorias de las fichas técnicas y demás escritos presentes en las páginas.

Para el periodista Pérez Esteves:

La presencia de las fotos en una revista taurina es admirable. En una foto se puede ver lo que realmente pasó, es una prueba de los que vistes, y por lo tanto es una constancia del suceso. La presencia del color es indiferente, y por lo tanto no es realmente imprescindible, aunque le da mucha vistosidad y vida a la página. Si se puede obviar el hecho del costo del trabajo en color, podemos decir entonces que lo ideal sería que en una fiesta donde hay tanto color en el ruedo, pues también los haya en las revistas que las reseñan. Hay mayor impacto y transmite más. La misma fiesta lo pide, y fue por algo que la bautizaron la fiesta del oro, seda, sangre y sol.

Un ejemplo de esto es la revista española **APLAUSOS**, la cual sólo presenta un gran despliegue fotográfico y vivos colores en la portada y la contraportada, pues en su interior el blanco y negro es el común denominador, a excepción de alguna presencia del rojo.

Lo importante de esto, es que el uso o la ausencia del color no es un indicativo de éxito o fracaso de una publicación en el mercado. Pero si permite que la misma se vea atractiva y con gran vivacidad. Ha sido el uso de este elemento lo que se ha podido desarrollar más rápidamente a través del paso del tiempo, pues antiguamente los impresos no contaban con esa posibilidad que hoy día aprovechan las casas editoras, amén de las cámaras fotográficas tan aparatosas que tampoco facilitaban el trabajo, y que por lo tanto ponían más trabas a los profesionales de realizar cabalmente su labor.

Los avances tecnológicos en la materia, no solo facilitan a los fotógrafos el hecho de tomar instantáneas de imágenes tradicionales y comunes, como las poses, sino también de secuencias de movimientos en el ruedo durante una faena.

La tauromaquia suele ser incluida en la categoría de los deportes, debido a las excelentes condiciones físicas que el torero debe reunir, pero fuera de esto, la categorización brinda la oportunidad de valerse del recurso fotográfico completamente desplegado para llamar la atención del lector.

Cuando se combinan las imágenes, los colores y un buen texto, entonces el lector se sentirá complacido.

Las fotografías de toros o de una corrida, transmiten mucho a los aficionados, porque son escenas en movimiento. En este tipo de revistas es indispensable el tratar de transmitir esa sensación, porque la fiesta brava es así. Hay movimiento, hay colores, y todo eso debe ser reflejado en las imágenes.

Las fotos estáticas o posadas no transmiten mucho. Mientras que las de acción, ofrecen dinamismo, actividad, acción y todo eso lo vive un aficionado

en la Plaza, por lo que al momento de revisar una revista también lo consigue, pues entonces se sentirá identificado con esa publicación.

Por otro lado, la trama que es un dispositivo óptimo que permite descomponer los valores de tono de una imagen en puntos más o menos grandes, de acuerdo a la presencia o ausencia del color. Permite que se reproduzcan los claroscuros del original, mediante simples variaciones de los puntos y las distancias entre ellos, todo esto facilita entonces el uso del color en los medios impresos, para que el lector disfrute de las informaciones.

4. - Propuesta de diseño para una revista venezolana.

Conceptualización de la revista:

4.1 - Estilo

4.2 - Formato

4.3- Línea Editorial

4.4 - Organigrama de la revista:

- Director
- Jefe de Redacción
- Reporteros
- Fotógrafos

En opinión de Dovifat, el estilo no es más que: "La suma de los medios de expresión regulados de modo unitario y adecuado por las facultades personales". Mientras que el profesor Lázaro Carreter lo define como un "conjunto de rasgos de ideación y de expresión propias de una época, un género o una persona".⁴¹ (VIVALDI, M. 1983)

Todo esto es muy válido, especialmente cuando nos referimos al lenguaje y sus maneras, primeramente, porque tiene mucha relación con las publicaciones de cualquier medio impreso, no es la verdadera sentido que se le otorga al estilo, en este caso, de una revista.

El estilo de una publicación viene dado por una serie de elementos que son tomados de manera constante, al diseñar.

Entre estas características se pueden mencionar:

- **El formato** o tamaño de la publicación y la extensión o número de páginas que presentará la misma.

- **El nivel del público** al cual va dirigido el contenido de la revista.
- **La finalidad** de la publicación (área en la que se desenvuelve)
- **Frecuencia** o periodicidad de la publicación.
- **Distribución y proporción de los elementos** estructurales de la página (Texto, título, fotos, ilustraciones, etc.). Es la diagramación del impreso.
- **Tratamiento dado a la publicidad.** Proporción con el resto del temario. Tipo que se emplea.
- **Orden tipográfico** empleado (tipo de letras)

El Formato que presentará el medio debe estar supeditado a las facilidades de los diferentes sitios en los cuales se venderá, y del sistema de distribución a utilizar. Esto se debe, a que el formato prevé las características del material de la revista o la publicación como tal. El número de páginas, las portadas, etc.

Normalmente en Venezuela, el tamaño de revista más utilizado es el pequeño o tabloide, debido a que por la practicidad de su presentación es más fácil de manejar por los expendedores, y más si estos poseen kioscos, que por su espacio físico tan reducido se ven obligados a guindar las revistas en lugares visibles y accesibles al comprador. Las revistas normalmente presentan entre 32 a 64 páginas.

El Público al cual va dirigida la publicación diseñada debe determinarse previamente. Para esto debe tomarse en cuenta el target del grupo, el perfil de los lectores (en caso de no conocerse), además de tener en cuenta una serie de

características variables que pueden influir en la compra de la publicación por parte del público, y del cual puede depender el éxito o fracaso de ésta.

En el caso de la revista taurina, se puede decir que el target sería el conglomerado de aficionados que se trasladan hasta una plaza de toros para disfrutar del espectáculo, y de quienes por alguna circunstancia no lo hacen pero sienten interés por lo acaecido cada tarde en la arena durante la corrida.

Entonces, ese será el segmento posible que identificará al consumidor al cual se quiere llegar. Por lo tanto, se hace completa y absolutamente necesario determinar previamente el público y su nivel.

Con relación al perfil, algunos dicen que varía según el país. La tradición y la cultura tienen gran preponderancia, pero esto no es limitante, debido a que ya se ha comprobado la presencia de la información taurina en naciones no tradicionales en lo que a toros se refiere, tales como Cuba, Uruguay, Manila, Angola o Marruecos.

Generalmente éste lector es de clase media alta, con un nivel socio económico estable y de una cultura respetable. Conoce de literatura, de geografía, sabe distinguir una metáfora, del juicio insípido de un escritor que se hace llamar crítico. Reconoce las sátiras y además reúne las condiciones necesarias para opinar de manera objetiva y argumentada por sí mismo.

Quien lee de toros, es porque conoce ese mundo, sabe aunque sea someramente del argot y el lenguaje usado en ese universo, aunque no domine completamente, sí sabe algunos términos del léxico usado. Se puede imaginar la lidia o el percance sufrido por el torero, siempre y cuando se encuentre ante una eficiente descripción realizada por un columnista, un cronista o un crítico taurino. Distingue de un error por despiste a uno por desconocimiento. Es

crítico y exige a quien escribe, hacerlo bien, porque él tiene la capacidad de lograr diferenciarlo y reconocerlo.

El punto en común de esas personas que se arriman a los tendidos de una plaza para disfrutar de una corrida, es precisamente eso. Disfrutar, compartir y comparar sus puntos de vistas acerca de su afición, de su gusto.

Es hacia este público que va dirigida la revista. Es a ese grupo de espectadores que se quiere cautivar, por lo que su gusto será un factor primordial en la temática de la publicación, y finalmente será el mejor aliado para conquistar a esa multitud sedienta de información.

Lo importante de este punto, es concluir que el público es quien recibirá el producto del esfuerzo comunicacional. Para ellos se trabaja, y se diseña, se escribe, se publica, se diagrama, se fotografía. Ellos son los jueces del producto final, del medio impreso, de la revista.

Ahora bien, también este público puede dividirse en dos grupos, que serán formados tomando en cuenta la proximidad de interés con los planteamientos presentados en el medio.

Se suelen identificar los internos y los externos:

- 1. Internos:** se relacionan directamente con la institución responsable de la publicación. Trabajadores, editores, periodistas, etc.
- 2. Externos:** abarcan los sectores a los que les interesa la temática de la revista. El público lector.

Una vez conocido el formato y el público, dentro del programa de producción se presenta la selección del contenido de la publicación, y por

consiguiendo la finalidad de la misma, tomando en cuenta, desde luego, las opiniones de esa multitud que será el receptor final del producto logrado.

El contenido será determinado por el equipo de redacción, o del encargado de la misma, quien se conoce como el jefe de redacción, durante el transcurso de una reunión o serie de reuniones para así delimitar los temas a tratar, con la finalidad de mantener informado a todos los lectores.

En esta sesión o reunión de pauta, se debe hacer todo lo referente a la delimitación del área temática a tratar en la revista. Serán identificados los temas a desarrollarse, además de la conformación de las secciones que presentará la publicación, ya sean estables o periódicas.

Este caso en específico presenta una temática definida: **Los Toros**. Sin embargo, no quiere decir que se tratará únicamente el animal, al contrario, también el torero, el ganadero, el aficionado, en fin, todo lo del mundo taurino tendrá cabida en las páginas que dedicarán su contenido a la herencia española.

Las reseñas, las entrevistas, las crónicas, las críticas, las columnas, los reportajes, se presentarán dentro de un mar de variedades temáticas que brinden al lector la oportunidad de estar completamente informado sobre todo lo que acontece durante las diferentes temporadas taurinas en el mundo, y de la actuación de los diferentes toreros o novilleros venezolanos en cualquier presentación tanto dentro como fuera del territorio nacional.

La finalidad última será la de desarrollar un medio informativo que le ofrezca al aficionado venezolano, una fuente de datos de las corridas, festejos, ferias, y en fin, temporadas taurinas no sólo de Venezuela, sino también de otros países taurinos como España, México y Colombia.

La frecuencia y periodicidad del medio impreso no es otra cosa sino el ritmo de aparición de una publicación periódica, tales como semanal, quincenal, mensual, bimestral o trimestral, inclusive el anual. La continuidad es una condición indispensable para que sea considerada periódica. Esta indica el tiempo que transcurre entre el inicio de la distribución de una revista y la salida del segundo número.

Se debe tomar en cuenta el material a procesar, los costos, los sistemas de distribución y los recursos humanos y técnicos de los cuales se dispone para la elaboración del medio.

En el caso del nuevo proyecto, se tiene estimado que la circulación sea mensual.

La distribución del contenido de la revista es muy importante y abarca varios puntos. El material que comprende el espacio redaccional abarca todo lo que se presente escrito, tales como las columnas, los reportajes, textos, logotipos, titulares, títulos de sección, es decir, todo el material de lectura que cada página recogerá.

Los materiales gráficos son representados por los elementos visuales que se emplearán en la diagramación de la publicación. En esta categoría se pueden incluir: las ilustraciones, fotografías, gráficos, cuadros, tablas, infografías, etc.

Las artes gráficas, principalmente con las letras y el tipo de estas, también serán de importancia para el diseño. Las letras mayúsculas o minúsculas, variarán a la hora de trabajarlas según su altura, ascendencia o descendencia, su línea base, el hueco y el remate. Todo esto será tomado en cuenta para terminar el proyecto.

Este será uno de los focos que puedan explotarse para definir la concepción de la revista de manera más atractiva. El tipo de letras y el colorido o variedad en compañía de las ilustraciones, presentarán cierta diferencia entre cada una de las páginas, entre los ejemplares mismos.

Ahora bien, siguiendo los principios básicos del diseño debemos ver y utilizar el contraste, tomar en cuenta el equilibrio, la proporción, el ritmo, la armonía, el movimiento y la unidad. Cada uno de ellos son parte importante del resultado, y por lo tanto tienen un valor individual en este.

- El contraste es cuando se contraponen un elemento o idea con otros, para conseguir esa forma en la cual resalte por encima de las demás. Esto ayuda a reforzar el significado de los contenidos que se desean transmitir.

El contraste se puede clasificar en:

- Contraste en el tamaño
 - Contraste en la forma
 - Contraste en el tono
 - Contraste en la textura
 - Contraste en la dirección
-
- Equilibrio existe cuando se logra aplicar un sentido de contrapeso a los elementos colocados en una página. El peso de un elemento resulta de su tamaño, forma y tono.
 - La proporción se refiere a la relación de un elemento con otro o al diseño como un todo.

- El ritmo se logra por medio de la repetición ordenada de cualquier elemento: línea, forma, tono, textura. Su aplicación se transforma en un punto atencional de primer orden. El ritmo siempre que esté bien conceptualizado, llena de energía, fuerza y vigor a la publicación.
- La armonía se logra cuando los elementos empleados a la hora de diseñar la publicación están dispuestos con orden y con coherencia dentro del espacio que se le destinó.
- El movimiento se consigue cuando se logra el desplazamiento consciente de los elementos.
- La unidad se presenta cuando los elementos individuales del mensaje se encuentran relacionados entre sí, página por página y con el diseño total de la publicación. La unidad se establece desde el momento en que se planifica la realización del impreso, a partir de allí se establecen las pautas de concepción ideológica, estructuración, orden, tipo de material a presenta, y el público al que se desea llegar.

Luego de revisar todo esto, se puede decir entonces, que para realizar el diseño de cualquier medio impreso es obligatoriamente necesario la presencia del orden, la disposición, jerarquización y la presentación externa de las informaciones. Todo esto constituyen los pilares fundamentales de la estructura a utilizar para la emisión de los mensajes, y esto es el diseño.

La delineación del medio se puede realizar por dos vías:

- La intuitiva, es aquella cuando se toma como base los conocimientos que el diseñador tiene acerca del público al cual se dirigirá la publicación. En este punto es importante la experiencia y la capacidad creativa que cada diseñador tenga.

- **La planificada**, es como su nombre lo dice, aquella que se centra en un trabajo de investigación realizado en el mercado al cual se va entrar, además del conocimiento científico en el área de la comunicación. Aquí nuevamente la creatividad se convierte en un punto importante, pero dentro de un plan lógico y detallado de acción.

Sea cual sea la vía utilizada para la creación y elaboración del diseño, la manera de lograr que la información o el mensaje transmitido llegue del emisor al receptor, es dada por la combinación de dos aspectos: la sintaxis verbal y la gráfica. De la perfecta coordinación de ambos dependerá la efectividad que tenga el medio.

La sintaxis verbal se encarga de mantener cuidadosamente estructuradas las oraciones y los párrafos. Busca guardar el orden de las palabras, muchas veces siendo las mismas, pero a las que puede darle un significado completamente diferente en una oración. Por lo tanto, puede pasar a ser un ruido o una barrera comunicacional que distorsione la intencionalidad de la fuente.

Por consiguiente, el periodista que vaya a trabajar en la revista taurina, debe tener mucho cuidado del lenguaje verbal que va emplear, de los términos adecuados, y de mantener su redacción acorde al conocimiento del público aficionado a los toros que revisará su material.

Tener por lo menos un dominio promedio del léxico taurino, es esencial para poder realizar un trabajo que llegue al lector y conocedor del tema. Además de facilitar la emisión de juicios acertados.

En este aspecto, el periodista Pérez Esteves asegura que:

Es necesario saber y conocer todas esas cosas para poder escribir, dominar el léxico y el lenguaje es imprescindible, para utilizar las palabras adecuadas, por ejemplo, a la hora de describir los colores del animal y la fisonomía de este. Es un mundo que tiene términos que sólo conocen los aficionados taurinos, y sólo ellos los entienden, por ser palabras poco comunes en el lenguaje coloquial.

Por otra parte, cuando se habla de síntesis gráfica o visual, se hace referencia al uso de los elementos de la comunicación visual, por parte del diseñador gráfico.

Sólo cuando se tenga una combinación y perfecto balance entre estos dos elementos, el contenido de los mensajes podrá ser captado.

En cuanto a los tipos de diseños disponibles para presentar las publicaciones, podemos hablar entonces de varios tipos.

Está el *diseño en bloque o modular*, que se caracteriza por el uso de columnas con un mismo alto para toda la diagramación. Aquí, todos los artículos son igualados en la parte superior e inferior, lo que produce una presentación de rectángulos y cuadrados que contienen la información dentro de las hojas.

Se puede presentar una variación, ya que la estructura permite que una de las columnas sea más amplia que las otras, y por lo tanto se haga la forma de una bandera, siendo la columna más larga el asta de la misma. También se puede dar el caso de la doble bandera, o del artículo en T.

El *diseño libre* es en cambio más flexible, debido a que la altura de las columnas es variable, en cuanto al área ocupada por el artículo y sus ilustraciones respectivas. Se hace vital el empleo del espacio en blanco, lo que permite que el equilibrio se mantenga en la composición.

El *diseño mixto* es aquel que presenta la combinación de los esquemas de diagramación a lo largo de las páginas centrales. El diseño también puede clasificarse por la disposición de los titulares en la diagramación.

Por lo que conseguimos es uno *simétrico*, producto de un solo modelo de letra para el título y las proporciones, siempre iguales y que se colocan de manera ordenada. Opuesto es el *asimétrico*, que presenta las letras de tamaño y modelos diferentes, al modelo de diagramar los titulares. No tiene un orden establecido para su colocación.

La Publicidad es parte vital e importante hoy en día dentro de cualquier medio, y más de uno impreso. Los ingresos por conceptos de ventas de espacios, en las revistas, constituyen el soporte de ésta.

Todos saben que la publicidad es el grupo de anuncios pagados que aparecen publicados en la revista, con la finalidad de persuadir sobre las virtudes y bondades de un bien, servicio o empresa general con fines comerciales. Por lo tanto, será publicidad todo texto o ilustración que cumple con este fin. Constituye la más importante fuente de ingresos económicos para la empresa editora.

La revista se presenta como un atractivo medio para la publicidad. La razón es que sirve de escenario de larga vida para todos los avisos, aunque sea de menor impacto que en los periódicos.

Todos los que han estado involucrado, directa o indirectamente, con la circulación de algún medio taurino, están conscientes que el factor publicitario es de vital preponderancia, en especial, para el mantenimiento del producto en el mercado.

Pérez Esteves asevera que: *“Un medio impreso es lo que es por los avisos publicitarios. Sin estos es imposible que logre subsistir. Hay que tener muy claro la participación de la publicidad en el medio”*.

Similar opinión tiene el cronista Guzmán Ramírez, quien deja ver sus ideas al decir que: *“Sin el apoyo de la publicidad, todo medio tiene problemas, porque en estos momentos, y en tiempos pasados también, ha sido muy difícil mantener un proyecto de esta naturaleza sin el aporte económico que un anunciante puede tener”*.

El factor publicitario ayuda al editor o al responsable del medio, debido a que le permite abrirse al sector que más le interese, o que esté más relacionado con su contenido.

Los más importantes tipos de publicidad que existen son:

- De ofertas y demandas (clasificados): los anuncios insertados en los medios impresos.
- Comercial de mercado: dedicados a productos de consumo masivo. Se presenta como la más amplia y rentable de todas las áreas.
- De espectáculos: publicitan las diferentes actividades de índole cultural, o de los productos relacionados con esta esfera de la vida humana.
- Institucional: busca crear una imagen del anunciante próxima a las comunidades humanas relacionadas con su gestión empresarial.

La revista ofrece numerosas ventajas para la publicidad.

- Presentación: las revistas siempre tienen una apariencia moderna, agradable y estimulante en su formato, sea cual sea su temática.
- Color: mediante este elemento, las revistas parecen vivir, dando posibilidades infinitas para mostrar un producto con el mayor atractivo y fidelidad que se puedan lograr.
- Contenido editorial: representa la ideología y puntos de vistas del editor, traducido en una serie de valores expresados en los textos de las publicaciones. Siempre el lector comprará la revista para leer los artículos escritos en ella, pero también pasará la vista por los avisos presentes. Por esto se recomienda que los avisos guarden relación con la línea editorial.
- Flexibilidad: este medio ofrece al publicista una variedad de alternativas y de mercados, que le dan diferentes campos de elección.
- Selectividad: el anunciante puede disponer de un gran número de revistas especializadas para todos los gustos, que pueda precisar en su interés por un particular sector de lectores.
- Calidad de impresión: debido al papel empleado en las revistas, se puede lograr reproducciones fotográficas excelentes que no destruyen los clisés de un aviso, y el perfecto empleo de color, alcanzándose así una impresión de calidad.
- Prestigio: se basa en las características de los lectores, en el aspecto del alto nivel de compra, de sus ingresos, y el nivel cultural que tengan. Cuando un aviso está full color en una revista de gran circulación, es motivo para que adquiera importancia, sólo por aparecer en ese medio. Además, puede resultar beneficioso para el anunciante porque:

- Puede enfocar su campaña para el nivel de público que le interesa captar.
- Puede anunciar productos especializados en revistas igualmente especializadas.
- La permanencia de la revista en el tiempo hace que el anuncio sea más efectivo por un periodo mayor.
- Para productos de índole masivo son especiales, pero también se encuentra una amplia gama de publicaciones de corte popular.

Pero a pesar de todas estas grandes ventajas que presentan las revistas a los diferentes anunciantes, también hay algunos puntos en contra.

- Analfabetismo
- Selectividad geográfica: no presenta este factor para el mercado del anunciante.
- El costo: debido a la calidad del papel y la utilización del color, los gastos de los ejemplares resultan muy elevados, lo cual se refleja en las tarifas que se les presentan a los anunciantes.
- El tiempo que se debe esperar: generalmente el periodo que transcurre entre la petición del aviso y la llegada de este al lector, es bastante largo. No sirve para publicidad inmediata.

En cuanto a la parte operacional técnica del manejo de la publicidad en un medio impreso, el modelo ideal que nos plantea la teoría parte de la necesidad de crear, dentro del esquema organizacional del mismo, una dependencia que se encargue del área publicitaria.

Las funciones básicas de esta oficina son las siguientes:

- Establecer las políticas tarifarias y fijar los descuentos y bonificaciones: La elaboración de las tarifas para la venta de los espacios publicitarios, se realiza tomando en cuenta como medida el centímetro-columna, es decir, la unidad de superficie rectangular que tiene como base el ancho de la columna de la página de la revista y por la altura un centímetro. Además se toma en cuenta la ponderación de acuerdo a la ubicación del aviso en la página, y de ésta dentro de la revista. Habitualmente los avisos de costos más elevados son aquellos que se presentan en las páginas de numeración impar.
- Difundir el medio entre los anunciantes y agencias, destacando las ventajas diferenciales.
- Aceptar las órdenes del público y hacer que estas sean cumplidas.
- Controlar la difusión de los mensajes publicitarios.

Una lista de posibles anunciantes se presenta a continuación, todos son establecimientos ubicados en Caracas, pero no quiere decir que se deba limitar a este grupo. Al contrario, servirá de orientación para la búsqueda de otros clientes en el resto del país, teniendo como guía la existencia de una afición taurina en ese lugar, tal como puede ser Valencia, Maracay, Maracaibo, etc.

- 1- Bar Restaurant La Cáleta: especialidad en pescados y mariscos.
Cocina Internacional
- 2- La Fonda de Las Mercedes. Restaurant Marisquería: Un pequeño rincón de España en Caracas
- 3- La Castañuela
- 4- La Giralda: El restaurant para quedar bien

- 5- El Solar del Vino
- 6- Bar Restaurant Costa Vasca
- 7- Bar Restaurant El Cordobés
- 8- Bar Restaurant Las Cuevas de Guanche
- 9- Bar Restaurant El Mesón Segoviano
- 10- Casa Alonso Restaurant Bar
- 11- Casa Bermeo, "El Placer del Buen Comer"
- 12- El Bodegón del Prado
- 13- El Bodegón de Las Mercedes
- 14- El Mesón de Los Ruices
- 15- El Mesón del Tabernero
- 16- El Mesón Valenciano
- 17- El Palacio Vasco
- 18- El Pozo Canario
- 19- El Solar de La Castellana
- 20- El Torreón
- 21- La Taberna del Centro
- 22- La Tasca de Manolo
- 23- La Viñatería Tasca Restaurant
- 24- Restaurant Casa Urrutia
- 25- Restaurant El Nido Español
- 26- La Tasca Segoviana
- 27- Tasca Nueva Andalucía
- 28- Tasca Restaurant El Mesón del Rey
- 29- Juan Sebastián Bar
- 30- La Posada de Cortés
- 31- Almacén Venabus
- 32- Bodegas Los Bejaranos
- 33- Arte Gitano: Escuela de Flamenco
- 34- Escuela superior de Flamenco
- 35- Pasión Flamenca: Escuela y compañía de Flamenco

36- Rocío: Estudio de Flamenco

Otra alternativa para la venta de publicidad la representan los mismos toreros y novilleros que se encuentran en actividad. Con la publicación de sus rostros o sus nombres, de alguna foto o algo característicos de ellos que los haga identificable, se puede aprovechar para que ellos vendan su imagen. También las empresas taurinas serán una buena opción, porque necesitan promover sus espectáculos.

Orden Tipográfico. Los tipos de impresión de hoy están basados en los originarios que fueron utilizados en la época de Gutenberg y sus contemporáneos, con todas las ventajas de las que podemos disfrutar ahora, gracias a los sistemas computarizados que minimizan los posibles errores.

La tipografía y confección de un medio están directamente relacionada con su popularidad. La rápida y brillante reproducción de noticias, artículos, cabeceras, editoriales y anuncios no es a menudo suficiente para atraer y mantener el interés de muchos lectores. Las formas en que tales mensajes son presentados al público en forma impresa son de gran importancia.

Debe tomarse muy en cuenta la elección de los tipos, debido a que son los vehículos de expresión de las ideas y en consecuencia, importantes factores para ganar nuevos lectores. Los tipos se pueden clasificar en cinco grandes clases: Textos, romana, itálica, gótica y estructura y cursiva. Cada uno es diferentes y con características propias.

La más antigua es el texto o letra negra, que se caracterizan por ser muy decorados. Los procedentes del siglo XV son llamados góticos. Siendo un claro ejemplo de estos tipos las letras de las cabeceras de los periódicos antiguos norteamericanos, tal como The New York Times. Hoy son muy poco utilizadas.⁴²

Se emplean principalmente para la impresión de obras de contenido religioso, tales como anuncios eclesiásticos y programas, tarjetas de felicitación y ocasionalmente para anuncios de bodas o reuniones.

La segunda clase es la conocida como tipo Romana. Es menos decorativa que la anterior, más ligera de mancha y más legible. Hay dos tipos de romanas que son muy utilizadas: Romana Antigua y Romana Moderna.⁴³

Los contrastes entre los elementos ligeros y pesados es más pronunciado en las Romanas modernas, y los perfiles están bien equilibrados, dando al tipo una apariencia más cincelada, geométrica que en la Romana Antigua.

En ésta, los perfiles pueden ser irregulares con tendencia a llenar la letra hacia delante o hacia atrás, según el diseño particular. El más famoso y usado fue el llamado Bodoni.

Siguen las tipo Itálico, y se encuentran entre las más antiguas. A diferencia de los tipos textos y Romana que le precedieron. La que se inclina a la derecha se caracterizaba por su originalidad en las letras. Hoy hay centenares de tipos itálicos para escoger, y todos se inclinan hacia la derecha. Son de trazos condensados y contienen características comunes a las formas románicas y góticas, según las cuales fueron modeladas.⁴⁴

Raramente son utilizadas hoy en grandes cantidades, debido a que su lectura es difícil cuando se utiliza así. Puesto que en líneas generadas es más ligero de peso, más estrecho y más decorativa, que la mayor parte de las góticas y románicas. Es un tipo más frágil y no podría ser usado para la impresión que requiere un tratamiento de gran dureza.

En cuanto a los tipos escritura y cursiva, comprenden los más semejantes a la escritura manual. En diseños se parecen a las itálicas, pero con mayor libertad de dibujo.

Por su semejanza con la escritura manual, además que suele usarse en tipos pequeños, es más común verlas en impresiones más personales. Puede combinarse con otras clases de tipos para llamar la atención.

Los tipos sinserif o góticos son simples en su dibujo, y la mayor parte de las letras son abiertas. Su simplicidad plana, geométrica y la apertura de las letras favorecen la legibilidad cuando se utiliza para la exhibición, pero no es tan recomendable para utilizarse en grandes masas.

Hay muchos diarios u revistas que los utilizan para las cabeceras. Algunas de ellas tienen esquemas completos de cabeceras en este estilo, en el que utilizan todas las variaciones posibles de una familia dada.

Es un tipo fuerte que denota firmeza y durabilidad, que además asegura un largo uso y un duro servicio.

Otro tipo se conoce como serif cuadrado o serif bastón, muy similares al sinserif. La única diferencia es que en este grupo todos los miembros tienen serif, tan gruesos como el trazo principal de las letras y biseladas en cuadros en los extremos. Son claros, de ojo abierto y las letras sin perfiles.

Además de todos los tipos mencionados, es necesario hacer notar que existen diferentes familias de tipos. Estas varían según sus características particulares, pero es el modo de la disposición de los elementos en cada grupo familiar, lo que los diferencia de manera absoluta en relación con otros.

En cada una de las ramas de esas familias de tipos, hay diferentes tamaños, normalmente van de 6 puntos a 72. Todos los tamaños que constituyen una rama particular de una familia de tipos se denominan series de tipos.

Sin embargo, no todos tienen la misma anchura. También varían según la ligereza o grosor del ojo, que se denomina peso del ojo. Suelen variar entre ligero, media, audaz y gruesa.⁴⁵

La diferencia de los tipos puede radicar en la naturaleza de los serifs, el tamaño de ciertas letras, las variaciones en los trazos, los remates o finales poco usados, la altura de las letras de caja baja, y la longitud de los elementos ascendentes y descendentes.

Para conseguir resultados agradables, los tipos que se escojan deben coincidir con el diseño del impreso.

Una regla de armonía tipográfica es la simplicidad del dibujo. Al momento de la escogencia del tipo, debe tomarse en cuenta la legibilidad de los tipos utilizados. El éxito dependerá en gran medida de la facilidad y velocidad con la que el lector logre leer, y captar el significado del mensaje.

Por lo tanto, el gusto del lector debe ser tomado en cuenta. La mayor parte de los textos que la gente está acostumbrada a leer varía entre los 6 3/4 ó 7 a 12 puntos. Pero no hay completa conformidad en el regleteo de las diferentes publicaciones.

La falta de conformidad tiene que ver con la legibilidad. El tipo que generalmente se lee está regleteado de medio punto a dos puntos. Es decir, cuanto mayor es un tipo es más fácil de ver, pero una gran visibilidad no es necesaria la consecuencia de una gran legibilidad.

Por eso cuando se busca titular, se escogen tipos que sean además de legibles, llamativos, atractivos, fáciles de leer y suficientemente fuerte para soportar la presión de la estereotipia, y el trabajo de varias tiradas a velocidades muy elevadas. Para lograr todo esto, los tipos escogidos deben armonizar unos con otros y así conseguir efectos agradables. A veces esta armonía significa usar una sola familia de tipos.

Algunos periódicos que presentan una excelencia tipográfica, siguen el plan de utilizar una sola familia de tipos. Es más corriente sin embargo, la utilización de un buen tipo para la mayor parte de la tarea, complementado por una misma línea de tipo para garantizar un mayor contraste y variedad. El uso de varias familias generalmente aniquila la idea de conseguir titulares atractivos.

4.2 - Formato

El tamaño de un medio impreso es la relación existente entre el número de hojas que presenta por pliegos, la relación de altura y ancho de cada una de ellas. Por lo tanto podemos decir, que depende del tamaño de la máquina impresora, además de ir ligado a la especialidad y el contenido del medio impreso.

Las revistas presentan un formato vertical y alargado, por lo que generalmente se ven como un rectángulo en donde la altura es siempre mayor a la anchura. En ellas predominan tres modelos o tipos: 297 x 420 mm, 210 x 297 mm y 148 x 210 mm; aún cuando por norma general la publicación no exceden o rebasan estos límites.

El octavo en las revistas comprende varias medidas que van desde 270 hasta 300 mm, de alto y 200 hasta 225 mm de ancho. Estas dimensiones se especifican en los números fraccionales o quebrados, es decir, 1/8, 1/16.

En cuanto a su espesor, es decir, la cantidad de páginas de la revista se imprimen dos tipos: Lomo Cuadrado y lomo Redondo.

1. **Lomo Cuadrado:** los pliegues se cosen uno al lado del otro y posteriormente se engoma al borde. Finalmente se le adhieren las tapas o portada y contraportada. Es un método económico y rápido de producir, pero no es tan resistente como otros. Tiende a ocasionar hojas sueltas. Al encuadernar de esta forma, la revista no puede abrirse completamente por lo que es necesario dejar un margen más ancho en los bordes internos.

2. **Lomo Redondo o a Caballo:** en este tipo de trabajo los pliegues van montados a caballo, uno sobre otro, y van engrapados. Es la forma más económica de unir las páginas. Pero sólo sirve para pocas páginas.

Para la selección del formato, también debemos tomar en cuenta elementos como: la información a transmitir, el manejo y archivo de los ejemplares, además del presupuesto de costos.

La propuesta será presentada en tamaño tabloide (1/4 de pliego recortado), debido a que se utilizarán fotos e ilustraciones, causará mayor impacto en el público lector. Además este será un recurso a favor de los diagramadores para jugar con las posibilidades del diseño, y representar una gran ventaja para este fin.

Es importante tratar de igualar el nivel manejado en los países dominadores del mercado de las publicaciones taurinas, donde se les da gran importancia a las imágenes. Todo lo concerniente al diseño gráfico se presenta

excelente, con un buen trabajo de gran estética y formas óptimas, por intermedio de un tratamiento de las imágenes, a las cuales se les da preponderancia.

Las fotografías son un medio comunicador poderoso y sobre todo muy sensible, debido a la temática tratada en las páginas de las revistas y de la vistosidad dada a las mismas en un formato que permite la ampliación y despliegue en sus páginas.

El papel también es un punto muy importante en lo que a formato y diseño se refiere. Este recurso debe ir siempre de acuerdo con el tipo de impresión que vaya emplearse.

Existen dos grandes grupos de papeles. Están los mecánicos, que son utilizados para la impresión a un solo color, mientras que los químicos son los especiales para las de colores. En el primer segmento conseguimos el papel bond, en diferente nivel o grado de presentación. En los otros se ubica el glasé.

El proyecto maneja la posibilidad de trabajar con papel glasé 90 gramos, con la particularidad de disponer del full color en la tripa. En cuanto a su presentación, será vistosa y agradable. Su portada llevará una foto desplegada, y que esté relacionada con el tema principal del número que circula. Eso brindará la oportunidad de conquistar a los lectores.

Con relación al material a emplearse para la elaboración de la portada u contraportada, varía según los costos y disponibilidad de capital. Suelen ser elaboradas en cartulina o paspartú, aunque no se descarta la opción de que sea del mismo papel utilizado en las páginas de la publicación.

Igualmente debe tomarse en cuenta el tipo de distribución que se va realizar. Es decir, si la publicación va recorrer un gran trecho entre la imprenta y su lugar de destino, en la cava de un camión, es preferible que sea de un material resistente, sin perder el equilibrio estético con la revista en general.

4.3- Línea Editorial

Según dice Carl Warren, las normas estilísticas del periodismo han sufrido el impacto de los progresos técnicos tanto como las propias modalidades de la información. ⁴⁶(WARREN, C. 1975)

El concepto editorial que se maneje en la revista, debe reflejar las ideas que se tienen sobre las características y contenido de la misma, a tantos profesionales como sea posible. Mientras más guía y opinión se obtenga sobre lo que debería ser la publicación, más tiempo y dinero serán salvados.

La política editorial consiste en orientar las noticias según el punto de vista del director, y todos los periódicos lo aprueban en mayor o menor grado. Algunos temas se escogen para su publicación, mientras que otros sencillamente son guardados en una gaveta, y tal vez sean utilizadas en otra ocasión. Otros son acreedores de un mayor espacio en comparación a otros. En ocasiones deben ser reelaborados para acentuar la formulación de una línea política.

Algunos temas ocupan portadas con grandes titulares, mientras otros aterrizan en las páginas de publicidad o en el cesto de la basura, por la única razón de que concuerden o no con la política editorial de la publicación. ⁴⁷

El mismo texto aclara que no por adoptarse un punto de vista determinado ante un tema, supone la inexactitud o la parcialidad de la información.

Debe tenerse claro que ningún medio puede darse a la tarea de tener una línea editorial que interfiera con la presentación clara y veraz de las noticias importantes del tema tratado.

Manejar la objetividad no es un concepto nuevo. Se debe trabajar en un plano completamente objetivo, aún cuando se presente difícil en ciertas ocasiones, debido a que a veces las pasiones hacen perder la perspectiva.

Todo periodista debe encontrarse en la capacidad de separar, de manera clara y perceptible, las columnas informativas y las secciones editoriales, evitando en todo momento orientar las noticias para favorecer o desfavorecer los proyectos, ideas, deseos de cualquier persona o institución, sea reconocida o no. Esto también incluye al editor de la publicación.

En cualquier medio, la política editorial representará la posición del mismo ante un tema que se encuentra en el momento en el tapete público. Pero también es la manera de manejar la actitud habitual ante una situación específica.

Algunos presentan marcadamente sus normas de política editorial en una declaración, impresa en una mancheta o en la cabecera de la página editorial. De vez en cuando sus puntos se renuevan. Una plataforma puede restringirse a cuestiones locales o abarcar los asuntos nacionales y hasta mundiales.⁴⁸

Todo es cuestión de ubicación dentro del terreno. Hay quienes se deciden a manejarse dentro del estilo de la moderación y la suavidad, pero

otros editores o directores prefieren arriesgarse y combatir, meterse en el fuego para lograr imponer su revolucionario punto de vista. Por supuesto que también se encuentran aquellos a los que el conformismo les gana la batalla, y prefieren seguir con las cosas tales y como están, mientras otros andan siempre buscando las mejoras, los cambios casi de manera constante.

Una vez señalados los principios generales que se manejaran dentro de la revista, será el grupo de redactores quienes se encarguen de difundir, practicar y desarrollar todos estas ideas en los distintos trabajos que se realicen en el medio, y que siempre guardaran afinidad con la línea editorial.

Esta propuesta no presentará necesariamente una campaña de apoyo hacia alguna causa, o de ataque a algún mal que se presente dentro del mundo taurino. Al contrario, se buscará siempre el tener y ocupar un puesto de equilibrio que presente siempre todos los aspectos posibles de conseguir de esa problemática, o de ese tema tratado. La base del trabajo será siempre el análisis profundo de cualquiera de los asuntos planteados en las diferentes páginas de la revista.

Es totalmente cierto que cualquier polémica atrae lectores, cualquier conflicto genera emoción y atención por parte de todos, debido a que ejerce un atractivo casi magnético. Pero no por eso la línea editorial debe limitarse a presentar día a día un punto de discordia, que cree el ambiente de discusión eterna y permanente.

En el caso de la revista ideada, lo anterior se presentaría en el caso que nos dedicáramos a realizar una campaña tratando el tradicional y polémico tema del toreo *¿arte o deporte?*, O con el aún más polémico planteamiento de los antitaurinos, *¿los toros son la manifestación del sadismo humano?*.

Ambos representan planteamientos casi de la misma data que el arte del toreo mismo. No se sabe con exactitud cual originó a cual.

Debido a esto, sería absurdo el intentar dilucidar la solución del conflicto, pues las miles de páginas escritas con opiniones diferentes no acabarían nunca. Al contrario presentarían un atractivo campo para todos los anunciantes de alta factura, pues los dos grupos involucrados siempre estarían a la espera de los nuevos números.

Ciertamente las ventas serían muchas, pero también es cierto que al saturarse el lector del contenido, virará su dirección hacia otra publicación que logre satisfacer sus carencias informativas, que obviamente no llena con ésta.

Por esto el impreso diseñado, tratará de mantenerse al margen de cualquier tipo de polémica, siempre y cuando no sea un tema de actual y que sea verdaderamente noticia. Aunque no negamos que la lucha es la esencia del deporte, si descartamos que esa misma lucha sea el motor de la revista.

4.4 - Organigrama de la revista

Cuando se piensa en emprender un trabajo cualquiera, siempre que se vaya a realizar en grupo, se debe reunir a las personas adecuadas y especialmente repartir las funciones que cada uno de ellos desempeñará.

La publicación taurina pensada, puede decirse que entra dentro de la rama de la especialidad deportiva. Además con un tema sumamente específico tal y como lo son los toros y la tauromaquia en general.

Esto obliga al grupo de trabajadores a que se involucre dentro de la redacción de revista, no sólo con cierto dominio de lo que a la edición de una publicación se refiere, sino de lo básico para trabajar en grupo, porque se

necesitará en más de una ocasión la mano de un compañero para cubrir algún festejo importante o un imprevisto en un lugar distante a la redacción.

Además, obliga a la organización, disciplina, reparto y especificación de los trabajos, e igualmente la presencia de un organizador de ellos.

La mayoría de las corridas que se realizan en Venezuela, se desarrollan durante los fines de semana. Principalmente los días domingos, cuando cualquier profesional suele descansar. Quien escribe de toros, trabaja los fines de semana para recabar la información necesaria. Esto significa que está sujeto a incómodos horarios de trabajo, y a veces hasta inconvenientes, tan igual que otro redactor de cualquier otra fuente.

Por tratarse de un espectáculo masivo, no significa que el trabajo arduo se encuentre ausente. Tal vez sea todo lo contrario, debido a que quizás sea un factor que compromete al aficionado a recurrir a los medios y corroborar su opinión, y al periodista a tratar de presentar su juicio objetivo ante lo que vio en el ruedo.

Es cierto que en este caso, se hace en verdad necesaria la inclusión del público, unido al ambiente reinante dentro de la plaza de toros, también debe tenerse primordialmente en cuenta los hechos concretos y estrictamente ordenados. El tono, el color y el ambiente pueden abordarse de manera paralela a la descripción de los datos informativos.

Según la opinión de Carl Warren, el tamaño y la constitución de la plantilla de periodistas deportivas depende básicamente de la circulación del periódico. En esta oportunidad, la revista taurina.

Para que una revista tenga éxito, sea cual sea su temática, no sólo deberá tener un fuerte concepto editorial, y una buena movilización de

publicidad que genere constante capital, sino también un grupo de selectas personas talentosas que puedan realizar el trabajo.

Por lo tanto, sí el empresario que se arriesga a iniciar una revista, no tiene conocimiento sobre la materia, lo mejor que puede hacer es reclutar a esas personas que puedan cumplir el trabajo. *¿De dónde tomarlas?*, otras publicaciones darán la respuesta, debido a que tendrán ese personal de primera que solucione ese problema, es decir, seleccionar a los mejores de las otras revistas, y pagar su calidad es una posibilidad. Sin embargo, el lograr esto puede significar altos gastos en salarios elevados, además de los paquetes incentivadores para el grupo laboral.

Esta es una de las prácticas más desarrolladas, no sólo en Venezuela, sino en el mundo entero.

Por ejemplo, una de las áreas que deben ser desarrolladas por un personal de excelente calidad y de gran experiencia es el de circulación, producción, tarifas publicitarias e incluso el financiamiento. Siempre debe tenerse como norte el talento del personal, para poder obtener un resultado de la calidad ofrecida y que es requerida por los lectores.

Explicaremos el organigrama o la estructuración jerárquica de la revista, como un campo de batalla o una tropa del ejército.

Esto facilitará la visualización de las responsabilidades y habilidades que cada uno desempeña en su trabajo correspondiente.

A. - La figura del director: se presenta como el comandante del grupo o batallón. Suele ser el más experto, con formación y entrenamiento en cuestiones financieras. *¿La Razón?*, la necesidad de combinar la estructura y el contenido de la revista con la mejor rentabilidad y posibilidades de ganancias.

Se encarga de todo lo concerniente a la parte gerencial, aunque no se descarta la posibilidad de que sea un escritor de la misma revista.

B.- El jefe de redacción: Cumple las funciones de comandante del batallón de redactores. Se encarga de dirigir las actividades de estos. Los pauta, los envía a la calle, a las plazas, los acredita y se encarga de manejar a los colaboradores. Está siempre en la redacción, y desde ahí (su trinchera), pone en acción a cada uno de sus hombres y les reparte el trabajo de manera que la información obtenida llene las expectativas planteadas por el comité editorial.

C.- Los reporteros: son los soldados de la batalla informativa. Se baten en los terrenos ajenos a la redacción para conseguir los pormenores de la noticia del momento, o de la tarea asignada por el jefe de redacción. La colaboración y la solidaridad dentro de este grupo de trabajo, siempre facilitan los resultados.

Son quienes se sientan a redactar los textos que llenan las páginas de las publicaciones, y por lo tanto deben tener un conocimiento total del tema tratado. Sus juicios de valor y la subjetividad debe dejarla fuera de su zona de trabajo. La sencillez, claridad y el ser directo, facilita la consagración como un redactor bueno, que quiere informar.

Hay quien opina que el reportero ideal es aquel que sabe todo de todo. Pero dominar todo acerca de los toros es bastante complicado. Sin embargo, existen periodistas y críticos que se han especializado en algún aspecto del mundo taurino y del festejo en sí. Algunos en la encornadura de los toros, otros en los diferentes pases y lances del torero, centrando su trabajo en la técnica desarrollada por el diestro en la faena.

Para lograr eso de ser un especialista, un verdadero entendido, no queda otro camino sino el de la dura preparación, y mucha persistencia para encontrar y aprovechar la oportunidad de abrirse paso en cuanto sea posible.

D.- Los Fotógrafos: son una de las piezas claves del engranaje de una revista, debido a que toda publicación, sea o no a color, presenta alguna fotografía que ilustre sus páginas. Representan un gran atractivo para el lector.

Ahora bien, cuando se habla de las revistas dedicadas a la fiesta brava, es importante destacar la importancia de plasmar en las fotos el momento que trasmite emoción, peligrosidad, tensión, esfuerzo. En fin, que presente lo arriesgado de la tauromaquia y en especial, la pasión que puede respirarse en el ambiente. Es eso lo que el aficionado tratará de conseguir en cada una de las gráficas que observe.

Tal vez se hagan la pregunta *¿cómo se plasma pasión o peligrosidad?*, Muy sencillo. Al realizar las fotos es importante tratar de tomar al torero en pases limpios, o los pitones del morlaco que trata de embestir al diestro.

La cara de un aficionado que disfrute la lidia, o del torero cuando cae herido ante una cornada. Los picadores haciendo su trabajo, o la furia del astado al salir de los corrales, o en una feroz embestida. Todo esto representa la pasión de la tauromaquia misma, esa que cada aficionado disfruta en una tarde de sol sentado en los tendidos de la Plaza, con una bota de vino en la mano.

Aunque parezca paradójico y hasta suene contradictorio, el fotógrafo taurino debe ser subjetivo. Debe tratar de fotografiar ese momento que le inspira emoción. Pues, son esos instantes los que transmiten dinamismo y vitalidad a la representación a publicar. Serán esas las imágenes que permitan

dejar registro de un momento determinado, de un pase o una faena importante, o trascendental, y por qué no hasta insignificante.

Si ese fotógrafo se dedica en su trabajo a plasmar las imágenes de “**La Fiesta Brava**”, sabrá cuando un torero va hacer un buen pase, o cuando el toro embestirá. Es cuestión de veteranía, de sabiduría, y por qué no, hasta de sentido común e intuición.

Será el supervisor, o el jefe de fotografía, o hasta el mismo editor quien seleccione la mejor diapositiva de la serie tomada en la Plaza. Esa imagen será la carta de presentación de un artículo, una crónica, o sencillamente de la revista.

5. Estudio de Factibilidad Económica

5.1- Items para el estudio de costos de producción y estrategia de lanzamiento del N° 0

5.2- Canales de distribución

Para definir el presupuesto de una publicación se debe tomar en cuenta los siguientes renglones, como punto de partida:

A.- Area de Producción:

- Costos de producción Gráfica:
(Levantamiento de textos, diagramación,
selecciones de color) _____ Bs.
- Montaje _____ Bs.
- Impresión _____ Bs.
- Material Fotográfico _____ Bs.
- Revelado y Ampliaciones _____ Bs.

B.- Area Operativa:

- Material y Gastos de Ofic. _____ Bs.
- Gastos de viajes (viáticos) _____ Bs.
- Otros (papelería, representación,
Coktel de lanzamiento, etc.) _____ Bs.

C.- Area de Distribución:

- Costos de la distribución _____ Bs.

D.- Area Administrativa:

- Nómina (por dos meses) _____ Bs.
- Director _____ Bs.
- Honorarios profesionales
(Periodistas, fotógrafos, etc.) _____ Bs.

49

Presupuesto para la elaboración de una revista

- **Cantidad:** 1.000-1.200 ejemplares
- **Tamaño:** 1/8
- **Páginas:** Portada 4 a) Tripa: 32 b) 64
- **Papel:** Portada: Glasé 90 gramos Tripa: Kajabrite
- **Color:** Portada 4/4 Tripa: 4/4 (Full Color)
- **Terminación:** Engrapado a caballo
- **Precios:** * 1.000 ejemplares (32 páginas)
Papel: Bs. 101.325,00
Servicios: Bs. 1.196.485,00
Total: Bs. 1.297.819,00

- * 1.000 ejemplares (64 páginas)
Papel: Bs. 183.225,00
Servicios: Bs. 1.887.990,00

Total: Bs. 2.071.215,00

• **Precios:** * 1.200 ejemplares (32 páginas)

Papel: Bs. 121.590,00

Servicios: Bs. 1.225.830,00

Total: Bs. 1.347.420,00

* 1.200 ejemplares (64 páginas)

Papel: Bs. 219.870,00

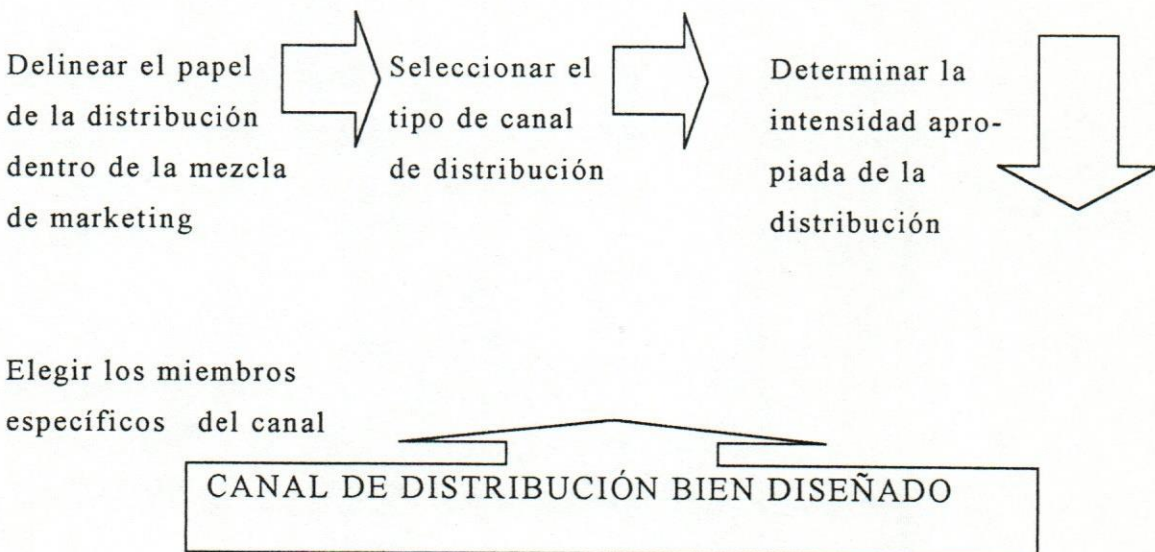
Servicios: Bs. 1.945.835,00

Total: Bs. 2.164.905,00

En este caso la revista ideada contará con una presentación de formato de 1/8, y una cantidad prevista entre los 1.000 a 1.200 ejemplares en el ámbito nacional. El presupuesto se basa en la estimación de gastos relacionados con el tipo de papel a utilizar, el uso del color o el tipo de terminación.

5.3- Canales de Distribución

Ilustración N° 1



Para la elaboración de una estrategia de distribución, es importante tener presente las variables de costos, alcance y eficiencia. Esos costos incluyen fletes, seguros, reembolsos y especificaciones de distribución, sea cual sea el producto.

Muchas veces antes que el producto esté completamente terminado para el mercado, la administración debe determinar qué métodos y rutas usará para que esté al alcance del público. Por supuesto que en todo esto debe tomarse en cuenta cómo va a llegar, es decir, la estrategia que abarque los canales de distribución y distribución física del producto.

En cuanto al alcance debe tomarse en cuenta la dispersión de la audiencia dentro de las zonas geográficas escogidas para la distribución y en cuanto a la eficiencia, la revista debe llegar a su destino en el tiempo previsto, por lo que es necesario establecer controles para la evaluación y verificación de la estrategia de distribución escogida y empleada finalmente.

La forma de distribución influye en el diseño y la producción de un impreso. En el caso de una revista se requiere de portadas que resalten y compitan ventajosamente con otras, en el aparador de una librería o en los kioscos, y que además llame la atención de los posibles lectores. Si se va a distribuir por correo, entonces se requiere que sea liviano y compacto, para que su envío sea más barato, lo cual también es válido para el almacenaje.

Un canal de distribución consiste en un grupo de personas y empresas que participan en el flujo de propiedad de un producto, según se mueva en el círculo formado por el productor y el consumidor final o usuario de negocios. Siempre va a incluir tanto al productor como al consumidor final, y también al intermediario, sea detallista o mayorista.

Algunos de los distribuidores son grandes empresas que cuentan con cientos de empleados o son divisiones de compañías editoriales.

Al igual, existen los pequeños que manejan un reducido número de títulos. Usualmente el editor y el distribuidor se ponen de acuerdo con los puntos de venta y el número de copias que serán distribuidas del próximo número.

Generalmente el convenio entre ambos es de 50% y 50% de las ventas. Al momento de recolectar las copias no vendidas, el detallista retiene el 30% del valor de cada ejemplar vendido, entregando el resto al distribuidor.

De ese porcentaje, el distribuidor retiene un 20% y entregará al editor el 50% de las ganancias, junto con los ejemplares no vendidos o el acta que certifique las ventas.

Estos distribuidores mantienen una fuerza de cuentas que trabaja buscando nuevas plazas y revelando programas de mercado para ayudar a vender las revistas.

Tres entes particulares hay en la distribución de la revista: el detallista, el mayorista y el publicador.

El primero puede ser un kiosco, un supermercado o un puesto de revistas. Algunos son tan pequeños que sólo pueden llegar a vender uno o dos copias de cada ejemplar dado. Otros, mientras, tienen el potencial de vender 100 copias. Generalmente no tienen contacto directo con el publicador, sino a través del distribuidor. La mayoría de las revistas son vendidas a consignación, dándole al detallista el derecho a devolver al mayorista todas las copias recibidas si estos no se venden.

Cuando las copias regresan del detallista, el mayorista devolverá los números no vendidos a la casa editorial. Aunque en ocasiones esto no sea muy práctico, por lo que el mayorista no regresa físicamente estas revistas, y en su lugar, envía de distribuidor un acta certificando el número total de retornos. El distribuidor induce estos datos en la computadora y luego notifica al publicador sobre el total de las ventas.

El editor generalmente sólo establece relación con el distribuidor quien le reporta las ventas y efectúa el pago.

Se puede decir entonces, que una empresa cualquiera, lo que realmente desea es tener un sistema de distribución satisfactorio y que además de conocer los requerimientos y necesidades de su público, le otorgue una ventaja competitiva en comparación a sus rivales. Por esto se hace necesario establecer una buena estructura para la distribución, debido a que se debe definir un plan ya sea ofensivo o defensivo. En el primer caso lo que se busca es obtener una ventaja sobre los competidores inmediatos por medio de la distribución misma, mientras que el segundo, sólo establecerá un plan tan bueno como el de las otras empresas.

Por consiguiente, se deberá crear o escoger un canal de distribución adecuado, por lo que otra decisión se presenta, la presencia o no de los intermediarios y de qué tipo, en caso que se escoja. La mayor parte de los canales incluye los intermediarios, pero no es indispensable.

Uno de los aspectos a tomar en cuenta para seleccionar o no la presencia y colaboración de un intermediario, es si este conoce el mercado al cual quiere llegar el fabricante, en este caso, el editor de la revista, lo cual será un factor favorable para conocer las necesidades del mercado meta, de los precios a los cuales están dispuestos a pagar, y otros datos de interés para el productor.

Muchos empresarios optan por utilizar canales ya establecidos y conocidos, pero otras tratan de hacerlo de manera innovadora para satisfacer a los clientes lo mejor posible.

Hay dos tipos de distribución. Una directa que es aquella realizada sin la presencia y participación de los intermediarios, es decir, donde sólo están el productor y el consumidor final.

Mientras que la distribución indirecta, es aquella que presenta a un productor, un consumidor final y por lo menos uno o varios niveles de intermediarios.

También es muy importante considerar el tipo de mercado al cual va a entrar la revista, para así conocer la estructura y el comportamiento de compra de los mercados objetivos o metas.

- Tipo de mercado: el comportamiento de compra de los consumidores finales normalmente es diferente al de los usuarios de negocios, por lo general se tienen que hacer arreglos de distribución por separado.

- Número de posibles consumidores: en caso que los consumidores potenciales sean pocos, se podrá utilizar el propio sistema de ventas de la industria productora o fabricante, y vender de manera directa. De tener un público grande, como el caso de la revista, se hace más probable el uso de intermediarios.

- Concentración geográfica del mercado: se puede vender densamente donde hay un mercado mayormente poblado, mientras que en los menos sólo se necesitará del uso de los intermediarios.

- Tamaño del pedido: en caso que el pedido sea grande, será más factible realizar una distribución directa que abarate los costos, mientras que se empleará mayoristas para las pequeñas ventas en diferentes puestos.

Del mismo modo deberá tomarse en cuenta varias consideraciones del producto y de la compañía como tal.

- Valor unitario: el precio determinado que se le asigne a un producto, puede afectar los fondos disponibles para la distribución. Los productos con valores unitarios bajos, por lo general, se distribuyen a través de grandes canales con uno o más niveles de intermediarios.

- Calidad de perecedero: es cuando son intangibles. Mientras que los perecederos necesitan de canales directos o muy cortos, los perdurables pueden mantenerse por mayor tiempo en el trance. Se puede decir que la revista es perecedera por la vigencia de la información presente en sus páginas, pero intangible en lo que a perdurabilidad en el tiempo se refiere, ya que el papel es sumamente resistente a los avatares del tiempo.

- Deseos de control del canal: algunos emplean los canales cortos porque desean controlar la distribución de sus productos, aunque le implique quizás mayores gastos. Al controlar el canal, se puede obtener una promoción masiva y controlar la existencia de la mercancía, su vigencia, y los precios al detalle del producto.

- Recursos financieros: sí se tiene un negocio con finanzas adecuadas, se podrá establecer un equipo propio de ventas, mientras que uno débil necesitará de un intermediario que pudiera proporcionar estos servicios.

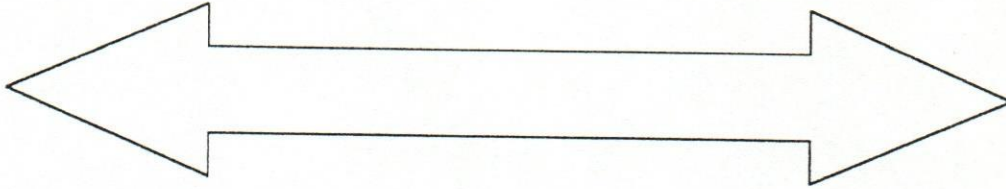
La intensidad de esa distribución seleccionada puede ser de tres tipos:

Ilustración N° 2

Intensiva

Selectiva

Exclusiva



**Distribución a través
de cada tienda
en un
Mercado**

**Distribución a
través de múltiples
tiendas razonables,
pero no todas en un
mercado**

**Distribución a
través de un razonable
solo distribuidor
mayorista y/o
detallista en un
mercado**

Los diferentes niveles de intensidad pueden alternarse según la etapa de la distribución, basándose en las necesidades del mercado. La primera, es decir, la intensiva permite que el consumidor pueda ir a buscar el producto a las tiendas que razonablemente puedan ser los expendedores. La selectiva, es cuando el producto se vende por múltiples detallistas o mayoristas, en un mercado donde el consumidor también puede buscarlos. Finalmente la exclusiva, el productor acepta vender el producto a un solo intermediario mayorista y/o detallista en un mercado determinado.

Referencias bibliográficas del Capítulo II

- ¹ Cimorra, C. (1965). Historia de la Tauromaquia
- ² Salas, Carlos (1958). Los toros en Venezuela
- ³ Idem
- ⁴ Altabella, J. (1965) Crónicas Taurinas: Antología.
- ⁵ López, V. (1983) Fragua de toreros
- ⁶ Idem
- ⁷ Cossío, J.M. (1995) Los Toros. Madrid: Espasa Calpe, S.A.
- ⁸ Idem
- ⁹ Idem
- ¹⁰ Idem
- ¹¹ Fernández, A. (1951) La Fiesta Nacional. Libro de Oro de la tauromaquia
- ¹² Cabrera Bonet, R. (1991). Los Precedentes de la prensa taurina especializada. En Castillo (Colección), Los Toros en la prensa: Revista de Toros
- ¹³ Idem
- ¹⁴ Fernández, A. (1951) La Fiesta Nacional. Libro de Oro de la tauromaquia
- ¹⁵ Cossío, J.M. (1995) Los Toros. Espasa Calpe, S.A.
- ¹⁶ Cabrera Bonet, R. (1991). Los Precedentes de la prensa taurina especializada. En Castillo (Colección), Los Toros en la prensa: Revista de Toros
- ¹⁷ Cossío, J.M. (1995) Los Toros. Espasa Calpe, S.A.
- ¹⁸ Idem
- ¹⁹ García Bolio, S. (1991) El periodismo taurino en México
- ²⁰ Idem
- ²¹ Idem
- ²² Ramírez Villalón, M, y Salvador García B. (1994) La Banderilla: Semanario Taurino
- ²³ Idem
- ²⁴ Idem
- ²⁵ Idem
- ²⁶ Idem

-
- ²⁷ Idem
- ²⁸ García Bolio, S. (1991) El periodismo taurino en México
- ²⁹ Cabrera Bonet, R. (1991). Los Precedentes de la prensa taurina especializada. En Castillo (Colección), Los Toros en la prensa: Revista de Toros
- ³⁰ Idem
- ³¹ Cossío, J.M. (1995) Los Toros. Espasa Calpe, S.A.
- ³² Cuenca, Humberto. (1980) La Imagen Literaria del Periodismo
- ³² Vivaldi, Martín. (1987) Géneros Periodísticos.
- ³³ Idem
- ³⁴ Cuenca, Humberto (1980). Imagen Literaria del Periodismo
- ³⁵ Saiz, Alfonso Carlos (1972). La Fiesta Taurina: Una Pasión Ibérica
- ³⁶ Idem
- ³⁷ Domínguez Martín, J. (s/f) ¿Hacia una gramática periodística? Anotaciones teóricas sobre los títulos
- ³⁸ Saiz, Alfonso C (1972) La Fiesta Taurina: Una pasión Ibérica
- ³⁹ Idem
- ⁴⁰ Cossio, José María de (1995) Los Toros.
- ⁴¹ Vivaldi, G (1983) Curso de Redacción Periodística
- ⁴² S/A. (1963) Concepción y Confección de un periódico
- ⁴³ Idem
- ⁴⁴ Idem
- ⁴⁵ Idem
- ⁴⁶ Warren, C. (1975) Géneros Periodísticos Informativos
- ⁴⁷ Idem
- ⁴⁸ Idem
- ⁴⁹ MARQUEZ, Dilia (1996). Investigación de mercado para el lanzamiento de una revista de información general

Capítulo III



I. Marco Metodológico

III. MARCO METODOLÓGICO

1. Tipo de Investigación

La indagación realizada durante el desarrollo de esta tesis, pertenece a la modalidad C, debido a que se encuentra incluida en la categoría de diseño de proyectos y producción. Corresponde por tanto a un tipo de investigación descriptiva, tomando como punto de partida que su intención fundamental es la de lograr describir un conjunto de cualidades y características que se relacionan con el tema a tratar, específicamente una propuesta para realizar una revista taurina para el lector venezolano.

Podemos decir entonces, que la modalidad aplicada a la tesis es la del diseño de un proyecto, su proceso de producción, incluyendo la parte investigativa y el desarrollo mismo de la idea. Por lo tanto, es el desarrollo práctico del plan propuesto, y entra dentro del grupo de proyectos factibles, debido a que se ha centrado en la indagación, elaboración y desarrollo de una propuesta para un medio impreso dedicado a la información taurina, como un modelo operativo capaz de resolver la necesidad de noticias existente en un grupo social interesado en este tipo de información específica.

1.1- Diseño de la investigación

Para lograr el trabajo, fue necesario cumplir con las distintas fases que comprende todo proyecto factible, tales como el diagnóstico, el planteamiento, y por supuesto, la fundamentación teórica de la propuesta misma. Seguido del análisis de resultados y además de la elaboración de las conclusiones sobre la viabilidad y factibilidad de la realización del plan mismo.

En este caso, ese tema a trabajar no es otro sino la elaboración de un boceto, de un proyecto para el diseño de un medio impreso, específicamente de una revista que se especializará en la temática taurina.

Esta propuesta presentará una sugerencia en la elección de técnicas gráficas y la diagramación a utilizar, además de la posible estructura de costos que deberá ser tomada en cuenta.

Será, por consiguiente, una propuesta viable para producir un mensaje que sea publicado en un medio de difusión impreso.

Para lograr esta meta, se trabajó el material documental recopilado en bibliotecas y hemerotecas, además de los libros y enciclopedias que fueron consultados, para conseguir los datos acerca de las revistas taurinas venezolanas de vieja data.

Igualmente, también se realizaron entrevistas y encuestas, que permitieron determinar las preferencias de los aficionados, y definir las carencias informativas de las publicaciones nacionales que han existido, para así satisfacer completamente las necesidades existentes.

La exploración inicial se realizó con una investigación de las áreas temáticas más relacionadas con la parte teórica del proyecto, es decir, la elaboración de una revista y el manejo de un medio impreso.

Obviamente por ser esta sección del trabajo una investigación documental, fue necesaria la lectura analítica de la bibliografía consultada, y la exhaustiva revisión del material hemerográfico, para relacionar los diversos conceptos conseguidos en los textos de los diferentes autores especializados que fueron consultados, y lograr profundizar el conocimiento por medio de la información adquirida en esos medios impresos, audiovisuales o electrónicos,

a los cuales se revisó. Para lograr el mejor manejo de este material fue necesario el empleo de la técnica del fichaje.

El resumen de los pasos seguidos en el proceso del diseño de la investigación, sería el siguiente:

1. Revisión del material hemerográfico y documental
2. Selección y justificación del instrumento
3. Evaluación y preparación del cronograma de aplicación del instrumento
4. Aplicación del instrumento: entrevistas y encuestas
5. Tabulación y análisis de los resultados obtenidos
6. Elaboración de las conclusiones
7. Diseño de la propuesta de diseño de la revista
8. Recomendaciones finales

2. - Población

Está conformada por los aficionados por los aficionados y amantes de “**La Fiesta Brava**”, y de todo lo relacionado con el mundo taurino.

El panorama del mercado o del público lector es completamente necesario conocerlo para poder determinar las características básicas del receptor. Es necesario conocerlo en detalle, y saber cuales son las necesidades que afronta, debido a la carencia o fallas de los medios informativos que les ofrece el mercado taurino.

Por esta razón se realizaron encuestas, las cuales arrojaron los resultados sobre la base de los hábitos de consumo de estos medios, específicamente las publicaciones taurinas, y en especial de todas las preferencias que el lector pueda tener acerca del diseño del medio ideal y la

línea editorial que este debería seguir. El primer paso a desarrollar fue la elaboración de las preguntas a realizar a los cuestionados.

2.1. - Tipo de muestreo

La muestra de estudio fue escogida sobre la base del target de compradores que se tiene previsto para la revista ideada. Este será sólo uno de los pasos a seguir para el estudio a realizar.

Para la selección de esa muestra, se definirá previamente la unidad de análisis, es decir, el grupo de personas, organizaciones y medios impresos interesados en el contenido de la revista a diseñar, para luego proceder a la delimitación de esa población.

Aunque se está consiente y seguro que una muestra de 200 personas es pequeña, y poco representativa del mercado meta, esta podría ser tomada como un primer espacio o indicio del universo de personas que tendrían afinidad e interés por consumir la revista proyectada. La falta de tiempo y disponibilidad de material humano, hacen más que imposible la realización de un estudio con mayor dimensión.

Cabe destacar, que esta muestra será no probabilística o dirigida, debido a que la población potencial de consumidores de la revista no tenían igualdad de posibilidades para ser seleccionados.

La facilidad en cuanto a la escogencia de la población, sobre la base de ser más informal y hasta arbitraria en ocasiones, al seleccionar cualquier cantidad de individuos con la esperanza que alguno sea realmente representativo de la población determinada.

La muestra de 200 personas estudiada, fue sometida a una serie de criterios importantes para poder abarcar ciertos puntos determinantes en nuestro estudio. La edad, por un lado, y por otro el lugar en donde se realizó, tal como tiendas, restaurantes, tascas, plazas, etc. Por todo esto, la muestra no probabilística será por cuotas.

1. - Para la entrevista se escogió una muestra inducida, al seleccionar a tres periodistas taurinos. Dos venezolanos y uno mexicano, quien ha estado ligado con revistas y periódicos que tratan los temas referidos a los toros.
2. - Para la encuesta, se tomó una muestra aleatoria, al aplicarla a 200 personas aficionadas a los toros.

El objeto primordial de la investigación de la muestra, es el de conocer ese público que será el lector de esa revista diseñada. Conocer los hábitos de los consumidores de las publicaciones taurinas, la aceptación de estos hacia el proyecto presentado, la definición de ciertas características fundamentales de la revista.

2.2. - Instrumentos de investigación

Esto no es otra cosa, sino aquellos recursos utilizados para obtener información y datos de interés para la investigación a desarrollar. En este caso en particular, es decir, la revista taurina, se seleccionó dos instrumentos que parecieron los más viables en su aplicación: la entrevista y la encuesta.

2.2.1. - La entrevista

Los entrevistados a los cuales se les consultó sobre la temática tratada en esta tesis, es decir, los toros y la factibilidad de realizar una revista

especializada en ellos en Venezuela, fueron seleccionados intencionalmente, debido al conocimiento que estos tienen, sea por su profesión o por los estudios acerca del tema.

Toda esta información recabada de las entrevistas, primordial y de peso al momento de orientar y focalizar la temática propuesta, y por supuesto para aclarar las dudas sobre el material bibliográfico previamente consultado.

Una vez efectuadas las diferentes entrevistas, las mismas fueron transcritas textualmente en forma completa, para tomar los datos más importantes concernientes a la investigación, lo que sirvió de mucho para enriquecer el marco teórico presentado en este proyecto.

Con el propósito de lograr desarrollar completamente la investigación, la entrevista fue estructurada como base, y fue realizada a tres personas completamente vinculada al tema, y que de una u otra forma representaron una pieza clave en el engranaje del marco teórico, y por consiguiente en la terminación de este proyecto de tesis.

Estos entrevistados fueron Don Oswaldo Pérez Esteves, quien es columnista de toros del diario El Nacional, Víctor José López, columnista del diario Meridiano, y el mexicano Salvador García Bolio, escritor y director de la Gaceta Taurina, revista electrónica de toros. En el caso específico de este último periodista, se hizo necesario modificar algunas preguntas, debido a que por su condición de extranjero se encuentra ajeno a la realidad local, específicamente a las de las revistas nacionales.

La entrevista realizada fue estructurada de la siguiente manera:

- ¿Cuándo comienza a reseñarse la información taurina en Venezuela?
- ¿Desde cuándo existe la fiesta taurina en Venezuela?
- ¿Cómo ha sido la vida de las revistas dedicadas a los toros en Venezuela?

- ¿Cuál ha sido su característica principal?
- ¿Existe un género ideal para hablar de toros?
- ¿Se necesita tener dominio de un lenguaje o léxico en particular?
- ¿Cuáles son los géneros periodísticos usados para escribir de toros?
- ¿Cuál es la importancia del color y la fotografía en las revistas taurinas?

Las preguntas fueron realizadas de manera abierta, y aplicadas en fechas y lugares diferentes, lo que quiere decir, que en ningún momento los involucrados fueron persuadidos o sugestionados por otro de los entrevistados a pensar o decir algo diferente a lo que realmente creen y piensan.

2.2.2. - La Encuesta

Funcionó como instrumento de recolección de datos, a través del cual pudo captarse información necesaria para la investigación, un cuestionario que permite a los encuestados ser ellos quienes lean y respondan por sí mismos.

La encuesta está formada por una serie de preguntas de respuestas abiertas y cerradas, realizadas para verificar la validez y confiabilidad del estudio de mercado.

Estructura de la encuesta:

⇒ **Identificación del público lector:** la información recopilada para este fin, será las denominadas básica o de datos. El fin último de estas es la de aportar una información que sirva de base para tener una mejor noción sobre el universo encuestado, el nivel socioeconómico de este, el sexo, edad promedio y la ocupación.

⇒ **Hábitos de consumo del público lector:** esta parte de la encuesta es principalmente para el consumo del ente editorial, debido a que refleja información referente al mercado del proyecto. Se logró recabar datos sobre las revistas que leen los encuestados, quién y dónde las compra, la frecuencia de esta adquisición y los motivos de la misma. Igualmente, el origen que tienen las publicaciones que logra comprar.

⇒ **Aceptación de la propuesta planteada:** específicamente en la pregunta número 7 de la encuesta, que presenta la posibilidad abierta de respuestas, los encuestados expresaron su opinión acerca de la revista taurina propuesta. La tabulación de dichas respuestas se realizó, llevando a los extremos, a favor o en contra de la misma.

1. **Características editoriales del proyecto:** mediante varias preguntas se consultó al encuestado las diferentes opciones que debería tener la revista taurina presentada. Quienes estuvieron de acuerdo con la s preguntas (de la número 8 en adelante) indicaron sus preferencias sobre ciertos criterios y aspectos que fueron tomados en cuenta para mejorar el resultado final.

Modelo de encuestas aplicadas a la muestra:

SEXO:		EDAD:	OCUPACION:
M: _____	F: _____	17-20 años: _____	TRABAJA: _____
		21-24 años: _____	ESTUDIA: _____
		25-28 años: _____	
		29-32 años: _____	
		+ de 32 años: _____	

1. - ¿Lee Ud. Revistas taurinas?

Si _____

No _____ (en caso de marcar su respuesta negativa, pase a la pregunta n° 7)

2. - ¿De dónde?

Nacionales _____

Internacionales _____

3. - ¿Quién compra las revistas que Ud. Lee?

Usted: _____

Familia: _____

Empresa: _____

Amigos: _____

4. - Sólo en caso que Ud., sea el comprador: ¿Dónde consigue las revistas que compra?

Kioscos: _____

Librerías: _____

Subscripción: _____

Internet: _____

5. - Sólo en caso que Ud., sea el comprador: ¿Con qué frecuencia compra esas revistas?

Semanal: _____

Mensual: _____

Bimensual: _____

Trimestral: _____

Esporádicamente: _____ (de tres meses en adelante)

6. - **¿Por qué motivos lee Ud., revistas taurinas?**

Obtener Información: _____

Por las Imágenes: _____

Ambas Razones: _____

7. - *A continuación se le va hacer una proposición: ¿Qué opinión le merece una revista venezolana que trate con profundidad, el tema único de la información taurina, y que esté presentada bajo un concepto moderno, en su diseño gráfico y en su línea editorial?*

Atractiva o interesante: _____

No me interesa: _____

- Sí su respuesta es contraria a la propuesta presentada, finalice aquí el cuestionario, y **¡MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN!**

8. - **¿Cuáles de los siguientes temas le gustaría leer la revista que se describió con anterioridad?**

Nuevos talentos taurinos: _____

Bibliografía taurina recomendada: _____

Resumen de la temporada: _____

Humor taurino: _____

Otros (por favor especifique): _____

9. - *En caso de plantearse la posibilidad: ¿Se suscribiría a una revista taurina, con un diseño atractivo y de calidad, que trate en diferentes secciones todos los temas mencionados en la pregunta anterior?*

Si: _____

No: _____

10. - ¿Cuál es el tono o estilo que prefiere para la línea editorial de una revista taurina como la que se ha descrito hasta ahora? (Puede seleccionar dos)

Informativo: _____

Crítico: _____

Irónico: _____

Satírico: _____

Analítico: _____

Humorístico: _____

11. - ¿Qué lenguaje prefiere?

Formal: _____

Informal: _____

Especializado: _____

12. - *En el caso de la revista que se propone:* ¿Prefiere que tenga un porcentaje mayor de imágenes que de texto?

Si: _____

No: _____

13. - ¿Qué tipo de imágenes prefiere ver en la revista propuesta? (Puede marcar dos opciones)

Fotografías a color: _____

Fotografías blanco y negro: _____

Dibujos e infografías: _____

Caricaturas: _____

14. - ¿Qué tipo de información prefiere leer en la revista propuesta?

Nacional: _____

Internacional: _____

Ambas: _____

15. - ¿Cuál es el formato de la revista que prefiere?

Pequeño (28x21 cm): _____

Grande (33x24 cm): _____

16. - ¿Cuál es el lapso de aparición que desea para la revista propuesta?

Mensual: _____

Bimestral: _____ Trimestral: _____

2.2.3. - Las Revistas

En lo que se refiere a las revistas consultadas para lograr el desarrollo del proyecto, la muestra no fue lineal, sino que fueron escogidas al azar. Tipo promedio, para que no se hiciera indispensable el uso de los ejemplares número uno o el último impreso, de las publicaciones seleccionadas, de esta forma no fue delimitante.

2.3. - Validación y Confiabilidad del instrumento

Como era de esperarse, los instrumentos aplicados para la recaudación de datos, presentaron todos los aspectos y requerimientos necesarios y expresados en los objetivos específicos.

Como la validez y confiabilidad de los resultados, garantiza el logro de esos objetivos propuestos, se hizo el trabajo de la manera más minuciosa posible, para mantener elevado el nivel de correspondencia y atención a la investigación. El proceso de análisis de los datos recabados en la realización de las encuestas y, se hizo, primeramente con la codificación y posterior tabulación de todas las posibles opciones de respuesta que habían en el cuestionario.

El siguiente paso, fue la elaboración de las diferentes tablas y gráficos, que presentan los resultados obtenidos, junto a los porcentajes correspondientes, en el caso que estos fueran necesarios para facilitar la visualización de la información presentada.

Capítulo IV



I.- Desarrollo de la Investigación
Conclusiones y descripción del proyecto

IV.-Desarrollo de la investigación

- **Sexo de las personas encuestadas:**

FEMENINO	MASCULINO
71 personas	129 personas
36%	64%

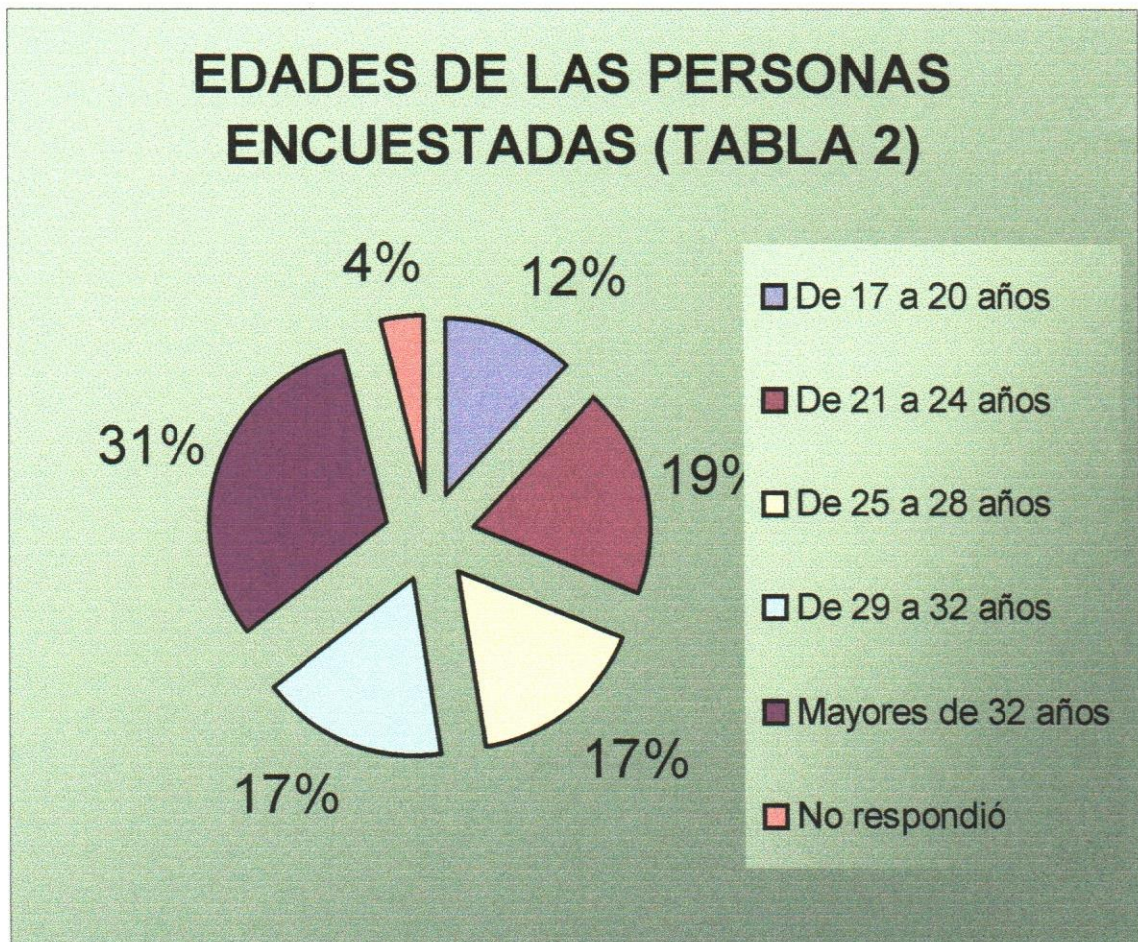
Gráfico N° 1



• **Edades de las personas encuestadas:**

17 - 20 años	24 personas
21 - 24 años	38 personas
25 - 28 años	33 personas
29 - 32 años	107 personas
+ de 32 años	192 personas

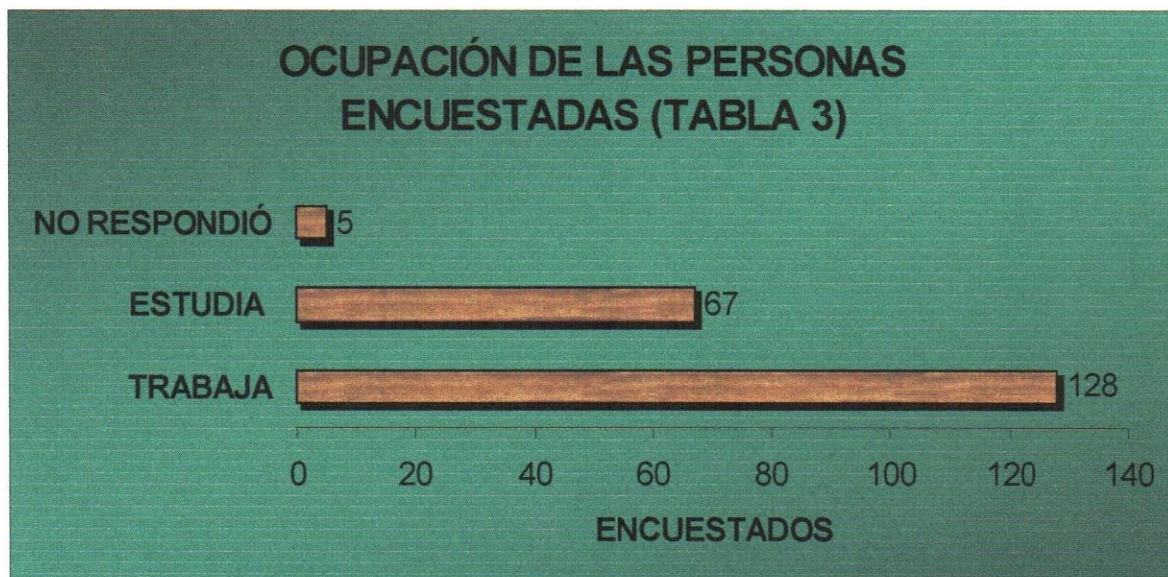
Gráfico N° 2



- **Ocupación de las personas encuestadas:**

TRABAJA	128 personas	64 %
ESTUDIA	67 personas	53 %
NO RESPONDIÓ	5 personas	34 %

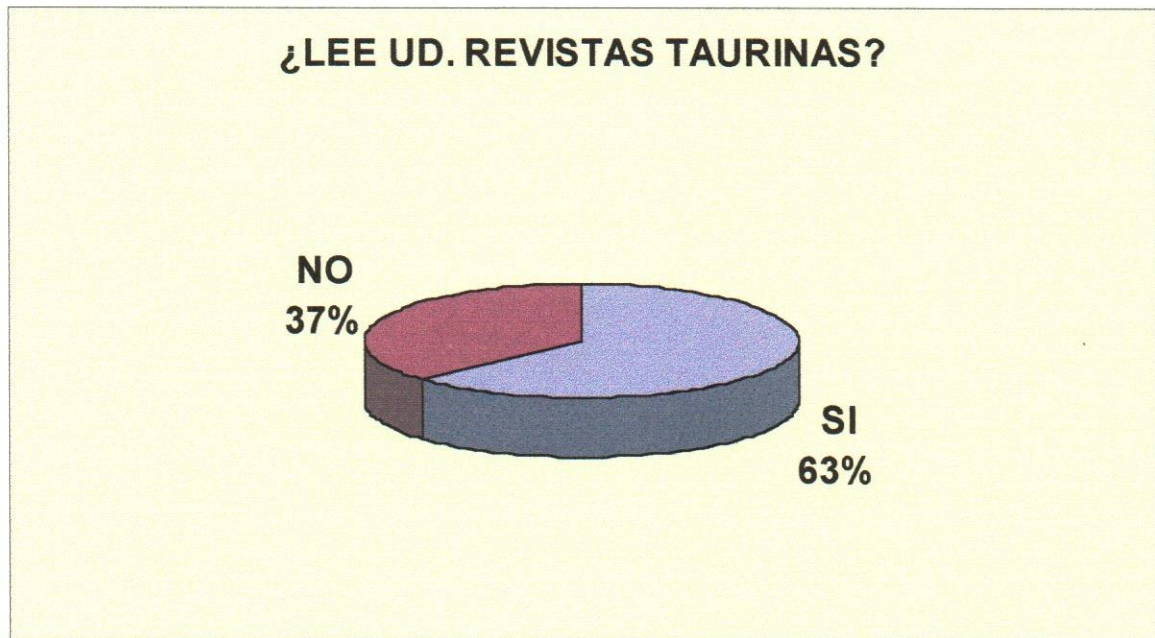
Gráfico N° 3



1. - ¿Lee usted revistas taurinas?

SI	126 personas	63%
NO	74 personas	37%

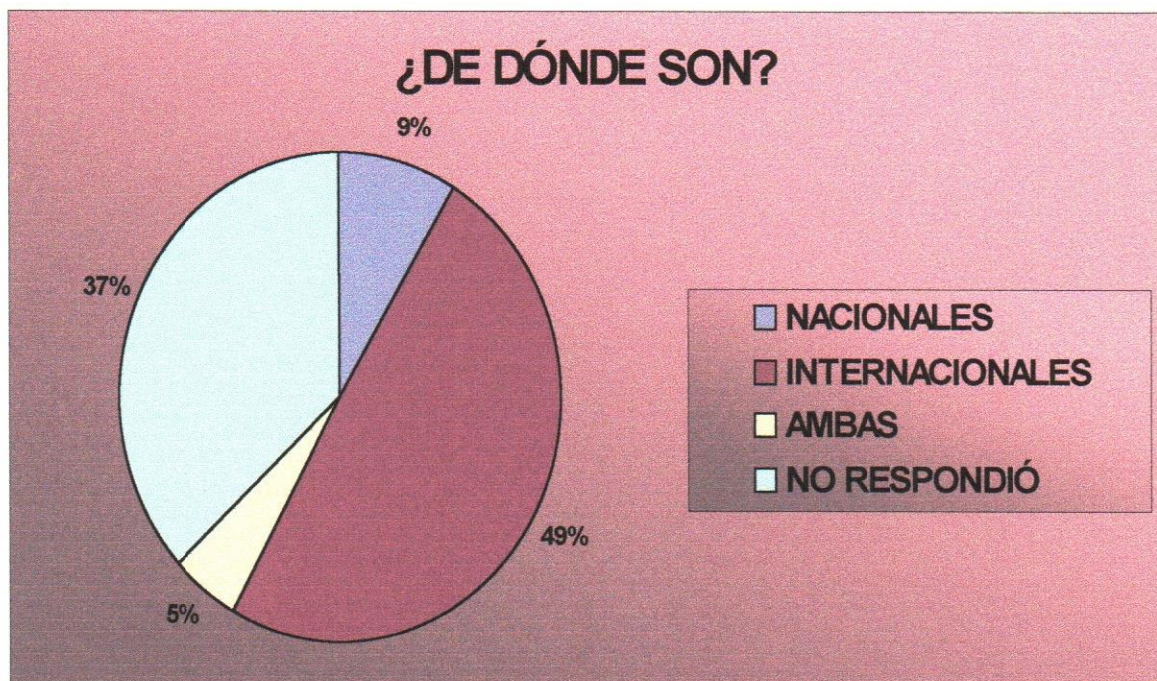
Gráfico N° 4



2. - ¿De dónde?

NACIONALES	INTERNACIONALES	AMBAS	NO RESPONDIÓ
20 personas	96 personas	10	74 personas

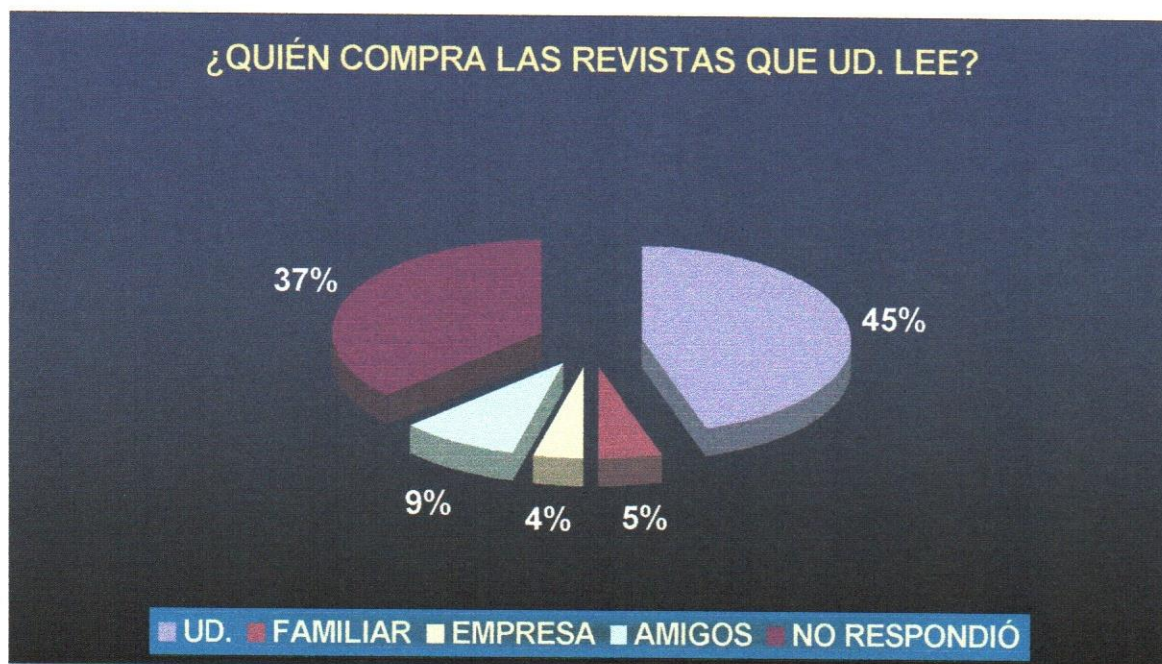
Gráfico N° 5



3. - ¿Quién compra las revistas que Ud. lee?

USTED	90 personas
FAMILIAR	10 personas
EMPRESA	8 personas
AMIGOS	18 personas
NO RESPONDIÓ	74 personas

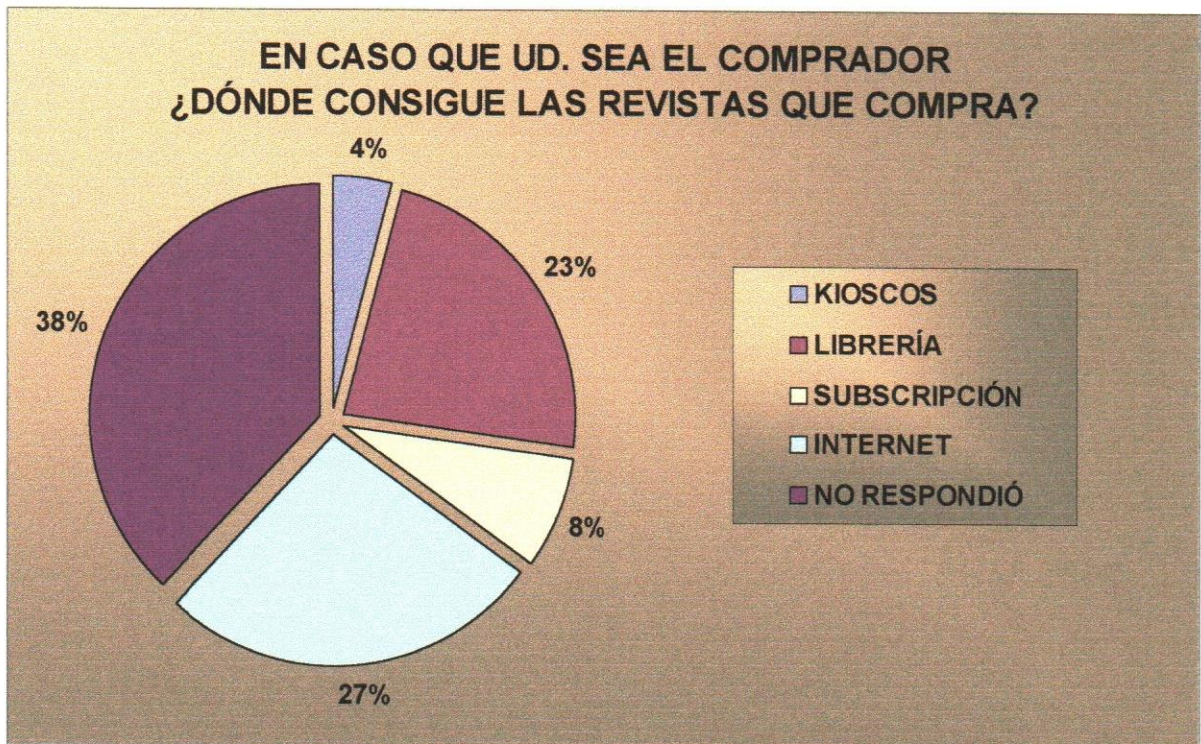
Gráfico N° 6



4. - Sólo en caso que Ud. sea el comprador: ¿Dónde consigue las revistas que compra?

KIOSCOS	8 personas
LIBRERÍAS	45 personas
SUSCRIPCIÓN	15 personas
INTERNET	32 personas
NO RESPONDIÓ	74 personas

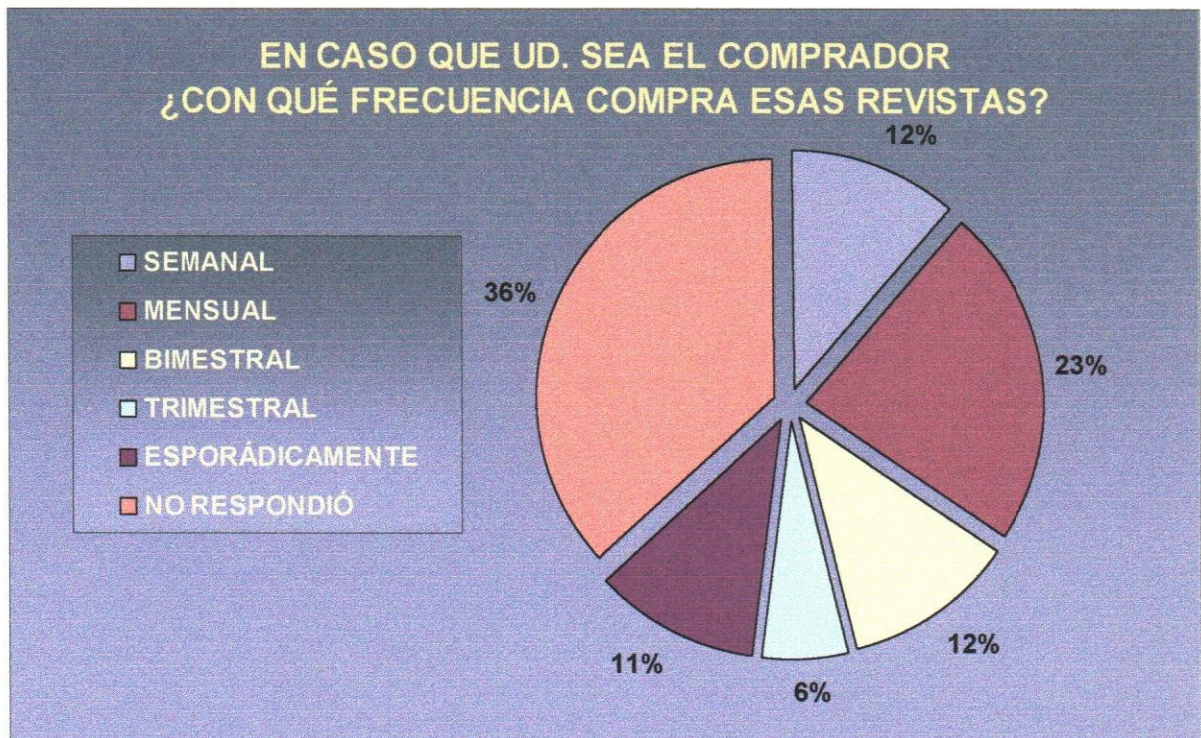
Gráfico N° 7



5. - Sólo en caso que Ud. sea el comprador: ¿Con qué frecuencia compra esas revistas?

SEMANTAL	23 personas
MENSUAL	46 personas
BIMESTRAL	23 personas
TRIMESTRAL	12 personas
ESPORÁDICAMENTE	22 personas
NO RESPONDIÓ	74 personas

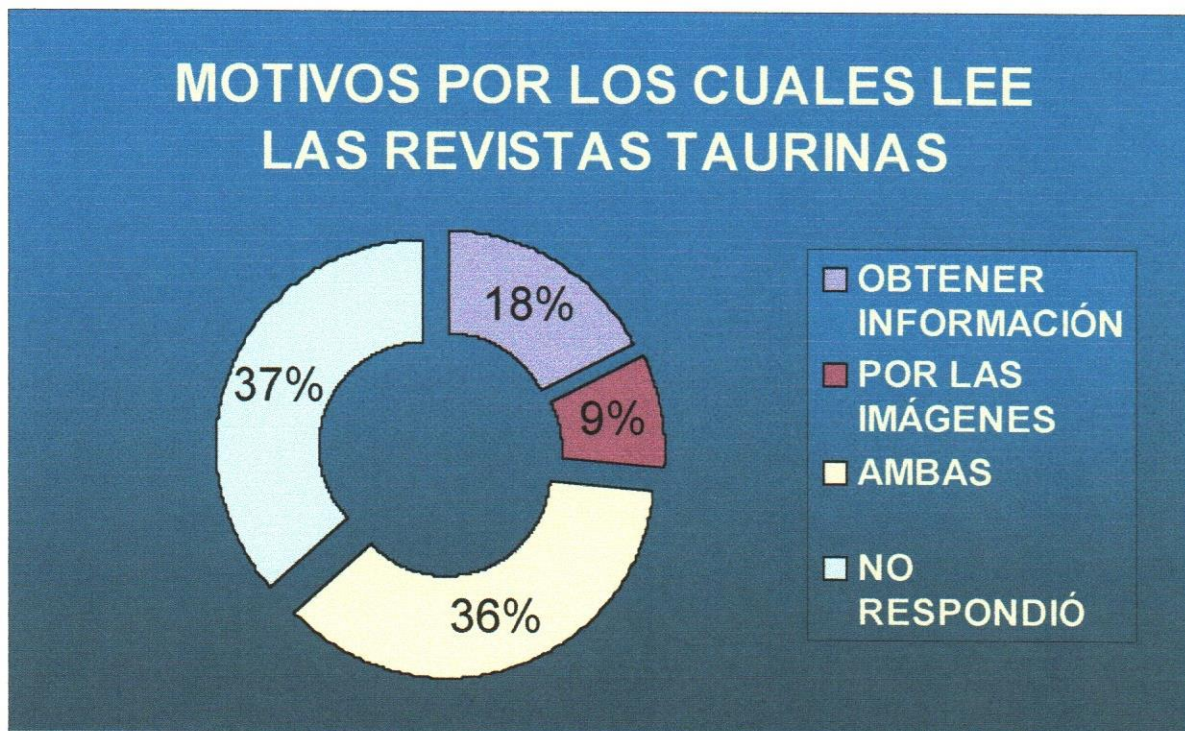
Gráfico N° 8



6.- ¿Por qué motivos lee Ud., revistas taurinas?

OBTENER INFORMACIÓN	35 personas
POR LAS IMÁGENES	18 personas
AMBAS	81 personas
NO RESPONDIÓ	73 personas

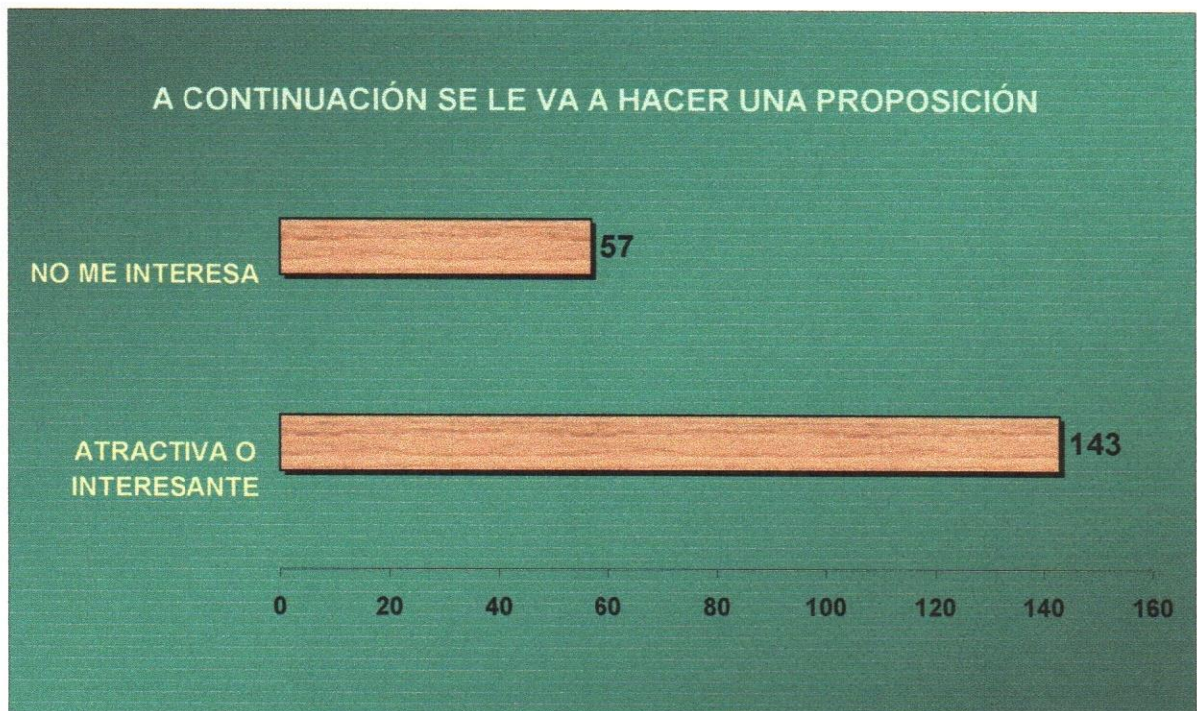
Gráfico N° 9



7.- A continuación se le va hacer una proposición: ¿Qué opinión le merece una revista venezolana que trate con profundidad el tema único de la información taurina, y que esté presentada bajo un concepto moderno, en su diseño gráfico y en su línea editorial?

ATRACTIVA	143 personas	72%
NO ME INTERESA	57 personas	29%

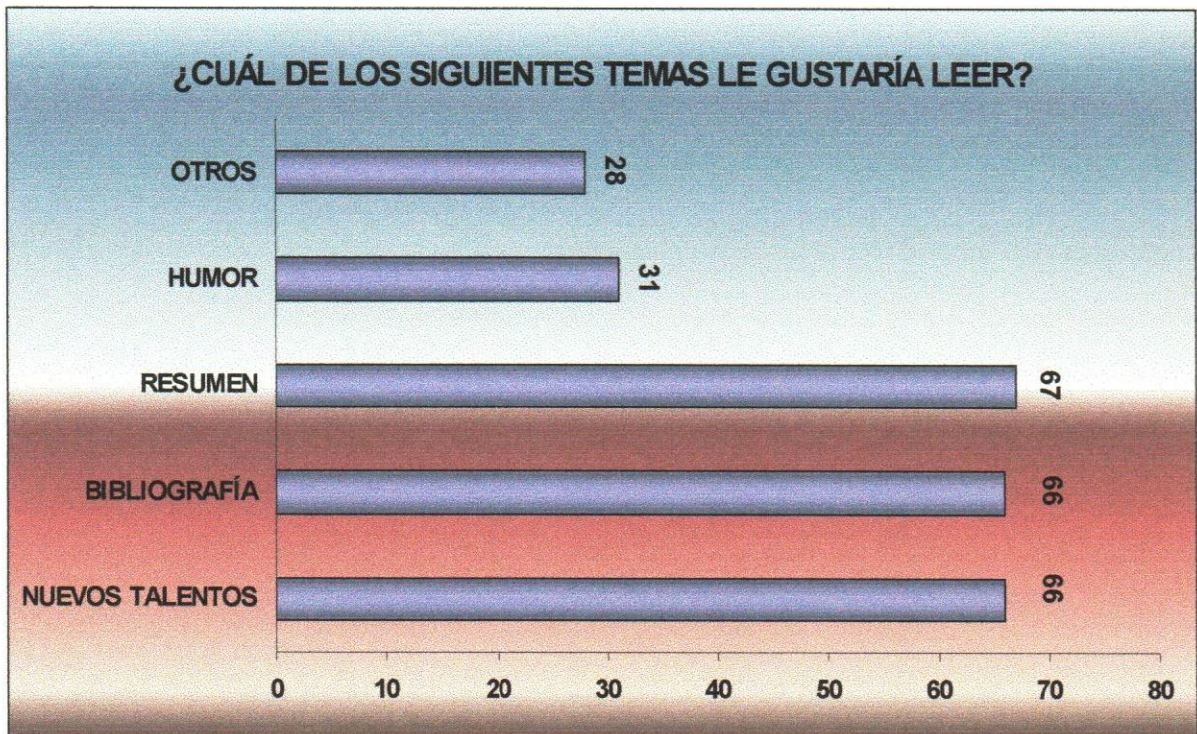
Gráfico N° 9



8.- ¿Cuáles de los siguientes temas le gustaría leer en la revista que se describió con anterioridad?

NVOS. TALENTOS	66 personas	33 %
BIBLIOGRAFÍA	66 personas	33 %
RESUMEN	67 personas	34 %
HUMOR	31 personas	16 %
OTROS	28 personas	14 %

Gráfico N° 10



- **Otros temas propuestos:**

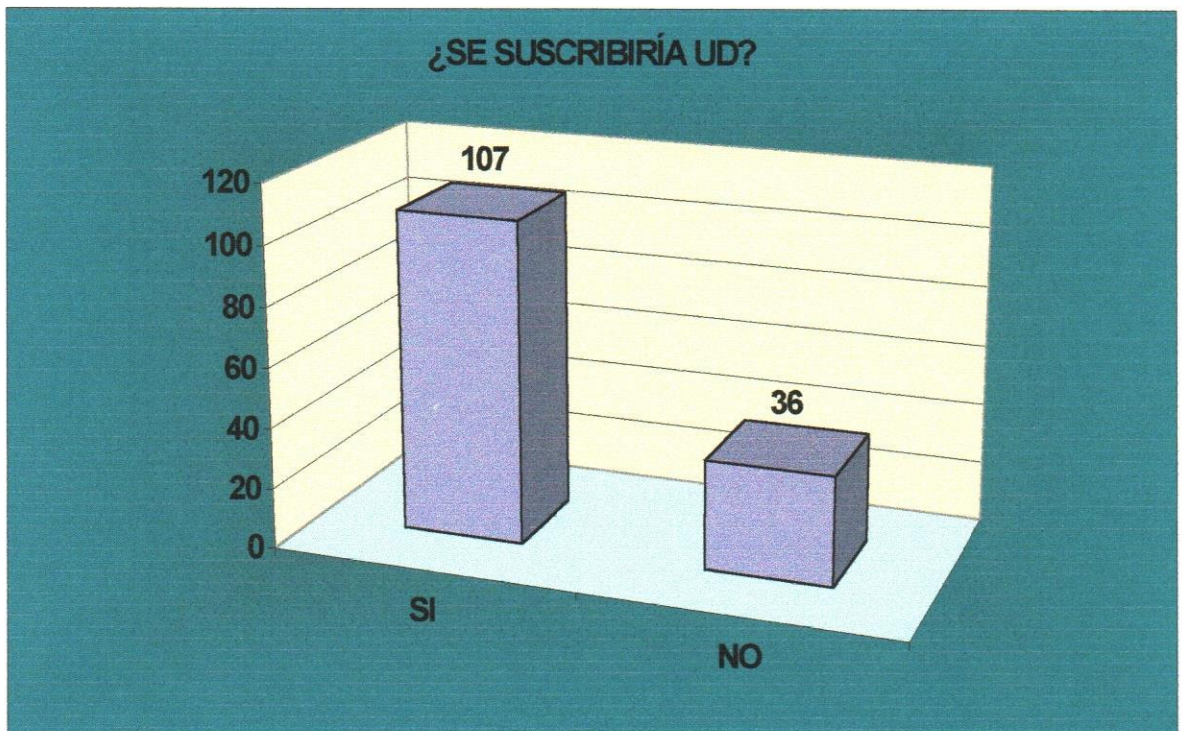
Gráfico N° 11



9.- En caso de plantearse la posibilidad: ¿Se suscribiría usted a una revista taurina, con un diseño atractivo y de calidad, que trate en diferentes secciones todos los temas mencionados en la pregunta anterior?

SI	107 personas = 54 %
NO	36 personas = 18 %

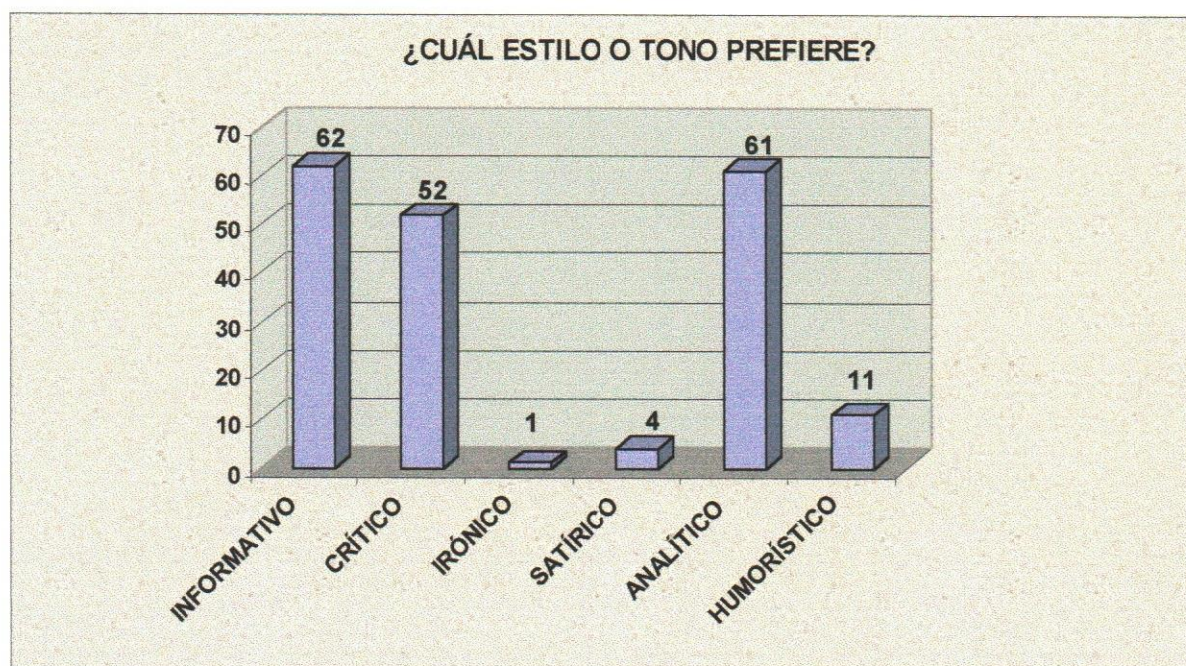
Gráfico N° 12



10. - ¿Cuál tono o estilo prefiere para la línea editorial de una revista taurina como la que se ha descrito hasta ahora? (Puede seleccionar dos)

Informativo	62 personas
Crítico	52 personas
Irónico	1 persona
Satírico	4 personas
Analítico	61 personas
Humorístico	11 personas

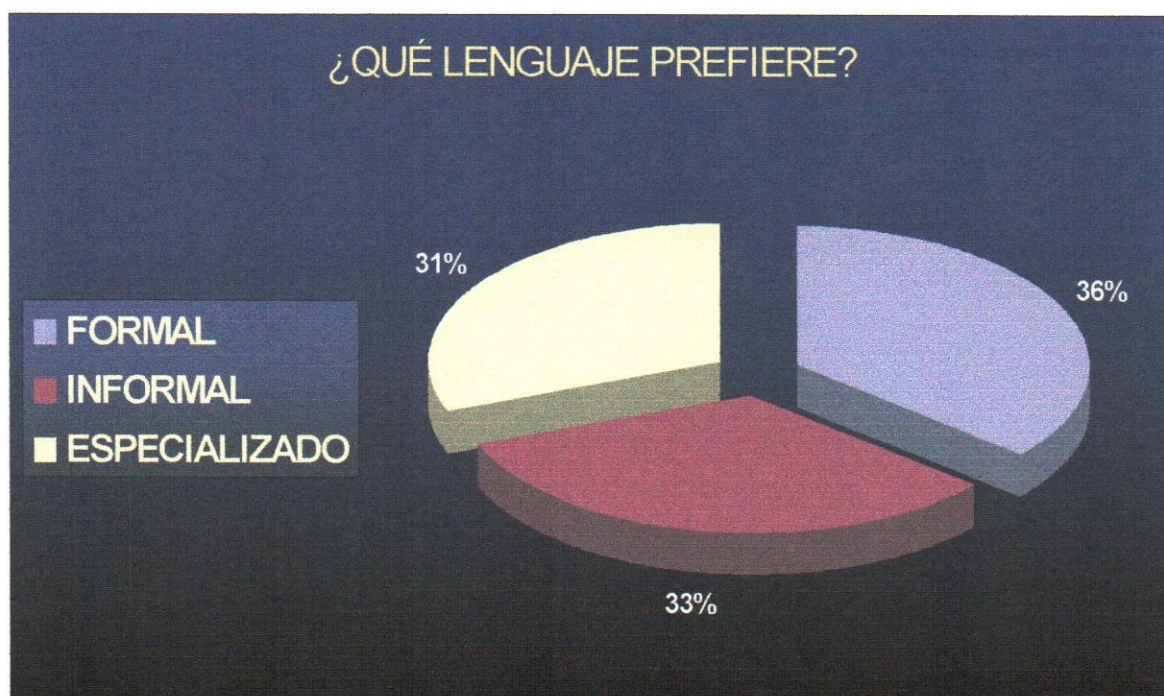
Gráfico N° 13



11. - ¿Qué lenguaje prefiere?

Formal	46 personas
Informal	42 personas
Especializado	95 personas

Gráfico N° 14



12. - En el caso de la revista que se propone: ¿Prefiere que tenga un porcentaje mayor de imágenes que de texto?

SI	85 personas
NO	34 personas

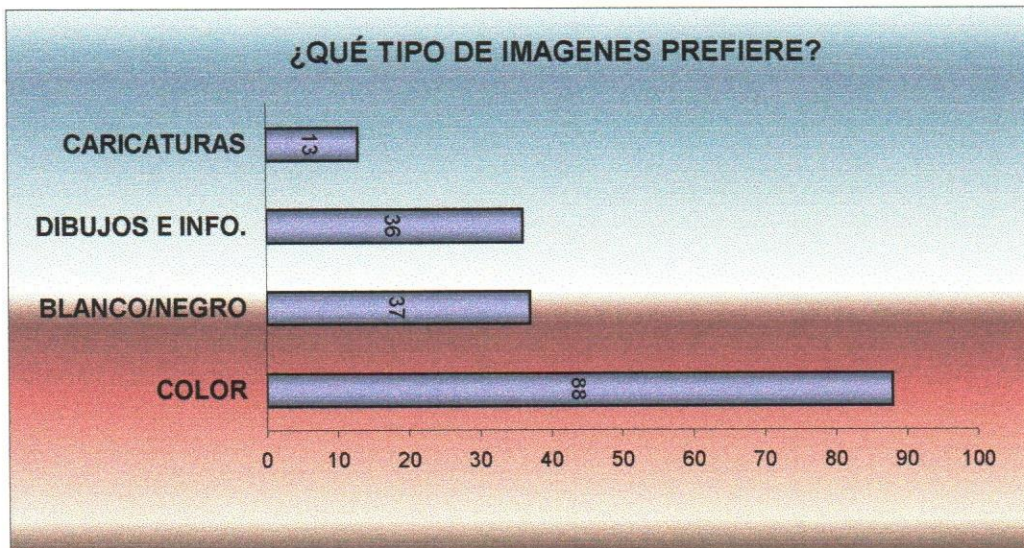
Gráfico N° 15



13. - ¿Qué tipo de imágenes prefiere ver en la revista propuesta? (Puede marcar dos opciones)

Fotografías a color	88 personas
Fotografías Blanco/Negro	37 personas
Dibujos e Infos.	36 personas
Caricaturas	13 personas

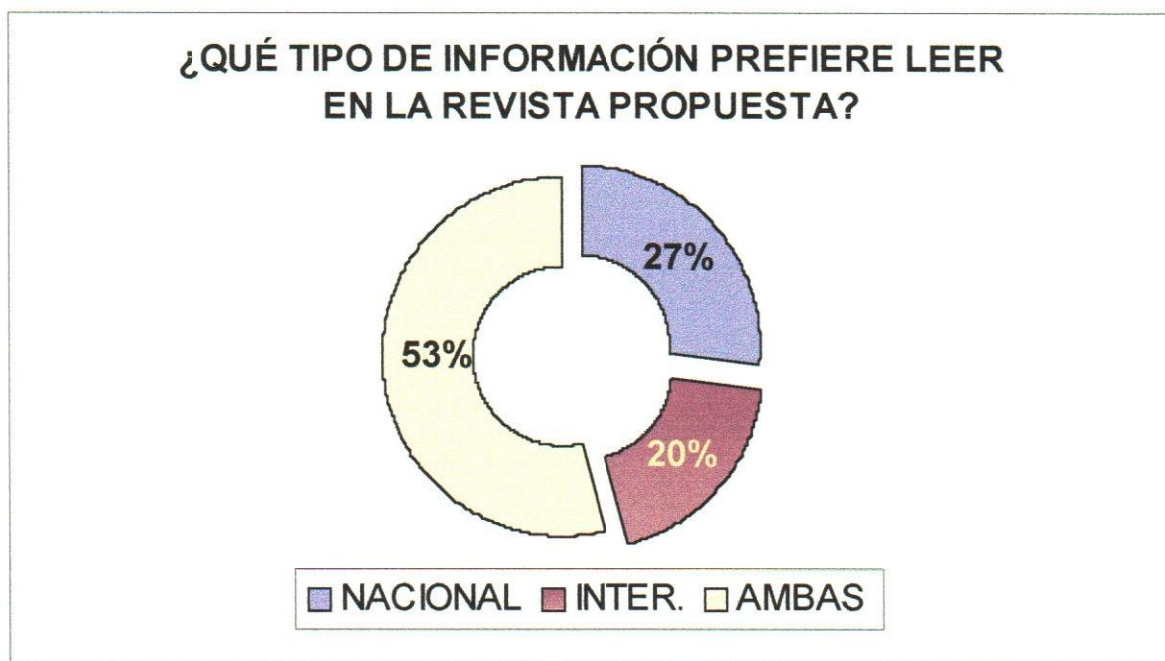
Gráfico N° 16



14. - ¿Qué tipo de información prefiere leer en la revista propuesta?

Nacional	38 personas
Internacional	28 personas
Ambas	77 personas

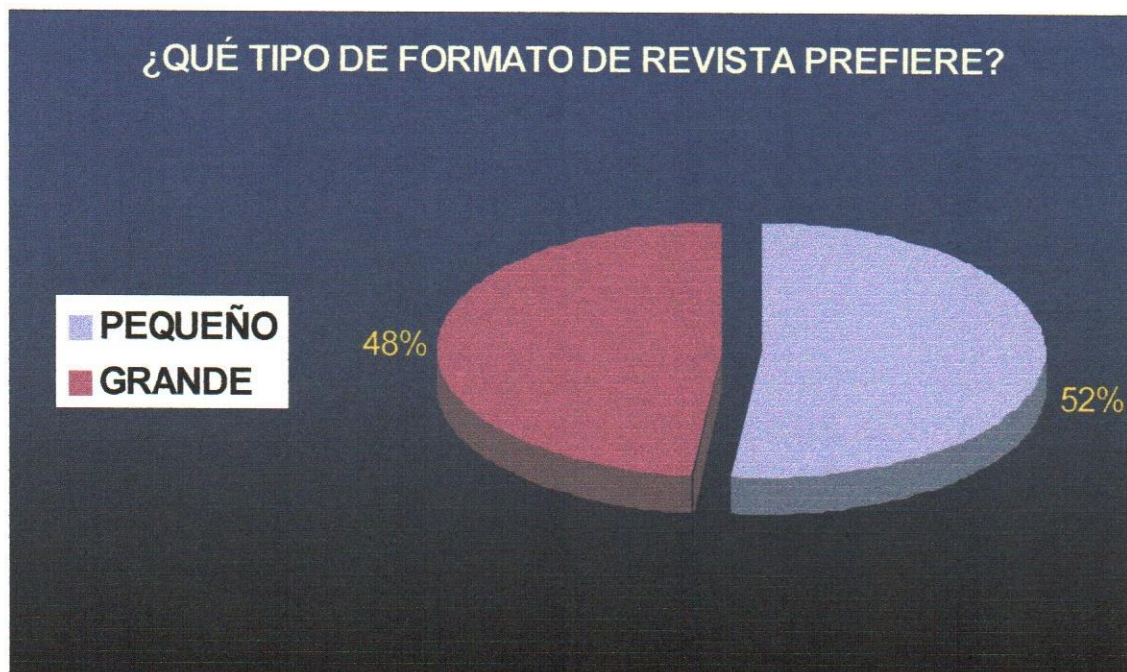
Gráfico N° 17



15. - ¿Cuál es el formato de la revista que preferiría?

Pequeño (28 x 21 cm)	74 personas
Grande (33 x 24 cm)	96 personas

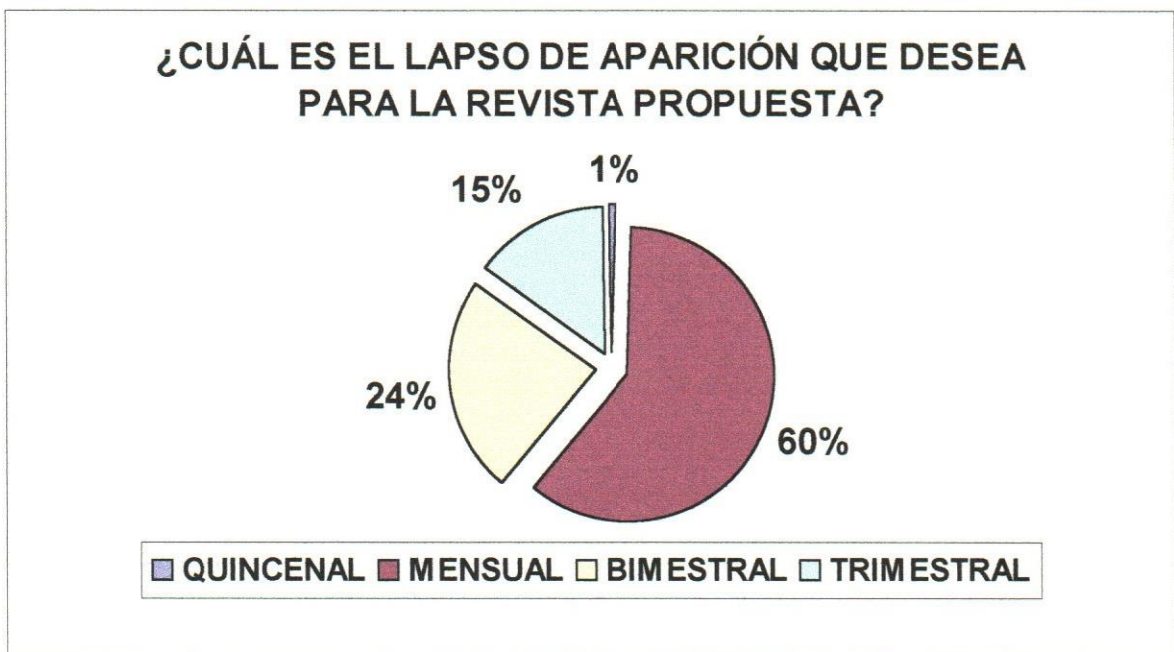
Gráfico N° 18



16. - ¿Cuál es el lapso de aparición que desea para la revista propuesta?

Quincenal	1 persona
Mensual	84 personas
Bimestral	34 personas
Trimestral	22 personas

Gráfico N° 19



CONCLUSIONES

No cabe duda que Venezuela ha disfrutado por mucho tiempo, mejor dicho, por largos años con una tradición editorial de medios informativos nacionales, de muy buena calidad, y, no en vano, aparece cada año una nueva cantidad de publicaciones que abren aún más el abanico de posibilidades de escogencia al lector.

Sin embargo, en lo que a toros se refiere, este abanico no existe, la realidad es completamente diferente. Muchos años han pasado desde que dejó de salir al inicio de cada temporada taurina nacional, una publicación venezolana que llenara de satisfacción al público aficionado, y, además, que permitiera a ese lector estar informado de los resultados de los diferentes festejos que se realizan en el mundo.

Varios intentos se han visto, algunos exitosos y otros fracasados o con menor éxito, a lo largo de los años, para dar pasos hacia la concepción de una revista dedicada única y exclusivamente a la información taurina, y que llene sus páginas con todos aquellos aspectos que quiere el lector, y que por supuesto también le brindarán la información que busca.

Con la publicación que se presenta en este proyecto, únicamente se pretende llenar el vacío existente en el mercado nacional. Además, no sólo se tratarán temas de interés para el aficionado, sino también para los empresarios taurinos y los toreros.

Se busca dar un tratamiento de forma amplia y sencilla lo acontecido en el mundo del toro en todos los lugares donde "La Fiesta Brava" se conozca, además de tratar de manera ligera aquella información básica que servirán para adentrar en el ambiente taurino, a todos aquellos que recién comienzan su andar en las lides de la afición a la tauromaquia.

Lo más importante es que ese lenguaje informativo, básico pero completo y sobre todo utilizando el léxico de los toros, sin caer en tecnicismo, será apoyado por el recurso gráfico de las imágenes.

Se le dará por tanto gran valor y peso al tratamiento de las imágenes además del diseño o diagramación de la publicación.

Sí tomamos en cuenta estas características, entonces el resultado final será de calidad. Esto será un punto favorable y distintivo, sí además tomamos en cuenta las características observadas en las primeras revistas e intentos de aquellas que han existido en la historia venezolana.

El uso de grandes fotos, de textos cortos y una combinación de fuentes o estilos de letras, permitirá que En el Ruedo sea más que otra revista taurina. Su vistosidad gráfica y el colorido que se apreciará en sus páginas, permitirá al lector disfrutar no sólo del contenido escrito, sino también de las imágenes, que en muchos casos sólo ellas serán las protagonistas, o por lo menos los integrantes de más peso dentro del grupo.

Ahora bien, para nadie es un secreto que iniciar una empresa o por lo menos intentarlo, es más que un reto, el cual se pone todavía más cuesta arriba con las actuales condiciones económicas que el país presenta. Pero a pesar de esto, se ha podido comprobar que la mejor alternativa para cubrir parte de esos gastos, es contar con un buen respaldo publicitario. Un listado de opciones se presentó en el contenido del proyecto, que resumidamente reúnen grupos de tascas, restaurantes, escuelas de flamenco, viñaterías y todo lo relacionado con una tarde de toros. Como guía se tomó en cuenta únicamente la parte de Caracas, pensando en el futuro tocar las puertas de otras ciudades taurinas.

Pero además de la forma mencionada de hacer publicidad, hay algo que definitivamente servirá para diferenciarse de las anteriores publicaciones.

La innovación no se presentará en detalles artísticos o planteamientos publicitarios, sino en la promoción de los mismos toreros y novilleros, como producto de mercado, siguiendo la idea comercial propuesta por la empresa editora de 6Torosó y Campo Bravo (ambas de la misma casa), las cuales son revistas de gran fama mundial, y que se encarga de publicar revistas con información taurina con publicidad casi exclusivamente con la promoción de diestros y de los carteles de los diferentes festejos, o por lo menos de los más importantes.

El buen manejo del aspecto publicitario no estará en manos de cualquiera, sino de un buen grupo de venta, de ser posible el mejor para alcanzar la excelencia buscada, ya que serán ellos los responsables -en cierta medida- de la subsistencia de la revista.

En un principio, creemos necesario y prudente que el lanzamiento sea entre 1.000 ó 1.200 ejemplares, para circular al inicio de la temporada en alguna de las ciudades taurinas, para luego comenzar a extenderse al resto. Un buen lugar para iniciar las ventas promocionales sería las mismas plazas, durante los festejos importantes, como lo puede ser Maracay, durante La Feria de San José en el mes de Febrero, Maracaibo con la Feria de La Chinita, en Noviembre, o cualquier otro destino tauromaquico.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

NOMBRE: En El Ruedo

Características Morfológicas: Letras en blanco, vaciadas sobre la foto

Formato: Medida Total: 28 x 21 centímetros
Medida de superficie de redacción: 19 x 25 centímetros

Contenido morfológico: Textos en reportajes, crónicas, resúmenes, reseñas, artículos de opinión, editorial, fotografías a color desplegadas.

Títulos: Waldaum medium cursiva y Palatino (entre 40 y 20 puntos)

Textos: Waldaum regular y Interstate regular (10 puntos)

Recursos: tramas, rayas, infografías, ilustraciones, fotos a color

Contenido temático: entrevistas a toreros venezolanos y extranjeros, reportaje sobre los toros y las castas, bibliografía taurina, estadísticas, evocación de toreros y sucesos taurinos pasados, lugares de interés turístico para los aficionados a los toros. También el humor taurino y reportajes sobre las ganaderías.

Presentación: Papel de portada y retiros: Terraprint gloss Stora 170 gramos

Papel de la tripa: Terraprint Gloss Stora 90 gramos

- **El diseño de En El Ruedo:**

La posibilidad de producir una publicación venezolana dedicada a los toros, es completamente factible, siempre y cuando se cuente con el respaldo publicitario que todo proyecto de esta índole implica. Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas durante el proceso de investigación, es completamente viable la elaboración del medio, pero es vital contar en sus páginas, con textos ligeros, variados y de párrafos cortos.

Uno de los puntos con mayor énfasis en la respuesta fue la importancia de las imágenes. Los toros por ser un espectáculo tan colorido facilita vistosidad a las mismas, por lo tanto, al lector le llamará la atención. Un gran despliegue fotográfico, y en especial a color, le dará a quien revise la revista, una razón para detenerse con dedicación. Esta es una de las partes más trabajadas en la concepción de En el Ruedo, ya que el peso de las grandes imágenes y su colorido será manejado.

En cuanto a los textos, la información será manejada de manera correcta, con un léxico adecuado a lo taurino, con datos precisos y novedosos, además de actualizados, es primordial. Por lo tanto, el escritor, sea cronista, crítico o sencillamente un reportero, deberá esmerarse por cumplir con estos requisitos del público.

Es el mismo receptor del producto terminado quien exige diferentes temas a tratar, tales como las historias, no sólo de la tauromaquia misma, sino también de las diferentes ganaderías de América y el resto del mundo. Reportajes, entrevistas, reseñas de festejos, las crónicas y críticas de los mismos, además de una oportunidad para que él mismo se comuniqué y exprese, una columna para lectores, es importantísima tal como ellos lo afirman. Los temas manejados en el ejemplar N° 0, son los más solicitados por el lector consultado previamente.

En cuanto al material del impreso, deberá ser resistente y de gran calidad. Se seleccionó un glasé 90 gramos para la tripa y 170 gramos para las portadas y los retiros. La revista será de 32 páginas, lo que significa 8 pliegos.

En cuanto al formato de la revista hay un poco de discrepancia con el resultado de las encuestas, porque a pesar que el lector prefiere uno grande, debido a que las fotos podrán tener mayor tamaño. Parece necesario sacar este proyecto de un tamaño más pequeño, tal como el tabloide (28 x 21 cm), debido a que es más fácil de distribuir, manejar y repartir entre los intermediarios. Además, facilita la colocación en los andamios de los diferentes lugares de venta.

La circulación deberá ser mensual, así permitirá mantener una serie de secciones que sean una especie de resumen del mes. Tal como la Figura del mes, o la última corrida. Esta forma elegida por el público encuestado facilita completamente al proyecto, porque así el destinatario no se olvida del producto, y mes a mes estará pendiente de adquirirlo. Mientras que bimestral o trimestralmente se hace más fácil el descuidarse.

Aún cuando la opción a suscribirse es buena para la mayor parte de los taurinos, la revista en sus primeros números no deberá arriesgarse. Es preferible que consolide una clientela que luego acceda a afiliarse, siendo para ella familiar la publicación.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUADERO, Francisco. (1991). Diccionario de Comunicación Audiovisual. Madrid: Editorial Paraninfo.
- ALTABELLA, José (1965). Crónicas Taurinas. Antología. Madrid: Taurus Ediciones S.A.
- BOND, Frank. Introducción al Periodismo: Estudio del cuarto poder en todas sus formas. México: Editorial Limusa.
- BRICEÑO, S. y Maneiro Montiel, S. (1988). Proceso para la creación de una revista "Hacer Estilo". Caracas: Tesis de Grado: UCAB.
- CARMENA y Millán, Luis (1900): Lances de Capa: Artículos y Versos Taurinos. Madrid.
- CASTELÓN, Enrique (1986). Revistas, Periodismo no diario. Caracas: Trabajo de Ascenso, UCV.
- Colección Antonio Castillo. (1991). Los toros en la prensa: revistas de toros. Madrid: Sala de Exposiciones de la Hemeroteca Nacional.
- COSSÍO, José María de. (1995). Los Toros. (Tomo I y II). Madrid: Editorial Espasa. S.A.
- CUENCA, Humberto (1987). La imagen Literaria del periodismo.
- DIMITRO, N. y otros. (1982). Las técnicas de la imagen. Barcelona: Editorial Mitre.
- DE LA CRUZ, Erika (1995). Diagramación de una revista de muebles. Caracas: Tesis de Grado, UCV.
- DOMÍNGUEZ M, J. (S/f). ¿Hacia una gramática periodística? Anotaciones teóricas sobre los títulos. Madrid
- FERNÁNDEZ, Antonio. (1951). La Fiesta Nacional: Libro de Oro de la Tauromaquia. Barcelona
- FONTCUBERTA, J. y Costa, J. (2da. Edición). (1990). Fotodiseño: Fotografismo y Visualización programada. Enciclopedia del diseño. Barcelona: Ediciones Ceac.
- GARCÍA B, Salvador. (1991). El periodismo taurino en México. México: Palacio de Arte de Morelia.
- GOMES N, Sonia. (1989). Proyecto de una revista de automovilismo deportivo patrocinada por Renault Venezolana C.A. Caracas: Tesis de Grado, UCAB.

- GUADARRAMA, Maritza. (1989). Planificación y diseño de una publicación. Caracas: Ediciones UCAB.
- HERNÁNDEZ, Larissa. (1994). Proyecto para la realización de una revista de fotografía. Caracas: Tesis de Grado, UCAB.
- HERNÁNDEZ, Roberto y otros. (2da. Edición). (1998). Metodología de la Investigación. Colombia: McGraw Hill.
- LEVY, Vanesa. (1996). Proyecto para la elaboración de una revista cultural en la UCAB. Caracas: Tesis de grado, UCAB.
- LÓPEZ, Víctor José. (1997). César Girón: Venezuela Vestido de Luces. Maracay: Ediciones de la Gobernación del Edo. Aragua, Venezuela.
- LÓPEZ, Víctor José. (1983). Fragua de Toreros. Caracas: Editorial Grafarte.
- MARQUEZ, Dilia. (1996). Investigación de mercado para el lanzamiento de una revista de información general. Caracas: Tesis de Grado, UCAB.
- MARTÍNEZ, José Luis. (1974). Redacción periodística. Los estilos y los géneros en la prensa escrita. Barcelona: Ediciones ATE.
- PÉREZ, M. y Saputi, M. (1993). Planificación de un medio de comunicación. Caracas: UCAB
- PIÑUEL, J.L, y Westphalen, M. (1993). La dirección de comunicación. España: Ediciones del Prado.
- RAMÍREZ V, M. y García B, S. (1994). La Banderilla: Semanario Taurino. México:Ediciones S. De R.L.
- SAÍZ V, Alfonso C. (1972). La Fiesta Taurina: Una pasión ibérica. Bilbao.
- SALAS, Carlos. (1958). Los Toros en Venezuela. Caracas: Ediciones Edime.
- Manual de trabajo de Grado de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.(1987). Caracas: Vicerrectorado de Investigación y Post-grado.
- Manual para aficionados y reglamento para las corridas de toros. México: Editorial De Oro.
- Universidad Nacional Abierta. (1987). Técnicas de investigación documental I y II.Caracas.
- VILCHES, Lorenzo. (4ta. Edición). (1992). La Lectura de la imagen: Prensa, cine, tv. Barcelona: Paidós Comunicación.
- URABAYEN, Miguel. (1988). Estructura de la información periodística: Concepto y Método. Barcelona: Editorial Mitre.

- VIVALDI M, Gonzalo. (1983). Curso de Redacción. Madrid: Editorial Paraninfo.
- VIVALDI M, Gonzalo. (4ta. Edición). (1987). Géneros Periodísticos, Reportaje, crónica, artículo. Madrid: Editorial Paraninfo.
- WARREN, Carl N. (1975). Géneros periodísticos informativos. Barcelona: Editorial ATE.

Revistas digitales y en papel

www.6toros6.com

www.matador.com

www.mundotaurino.com

www.portaltaurino.com

www.tande.com

Aplausos

Campo Bravo

6Toros6

La Banderilla

Matador

FUENTES VIVAS

- GARCÍA B, S. Entrevista realizada el 18 de marzo de 1999. (vía Internet)
- LÓPEZ, V.J. Entrevista personal realizada el 20 de marzo de 1999.
- ESTEVES, O. Entrevista personal realizada el 10 de junio de 1999.

ANEXOS

EN EL RUEDO



Enrique Ponce por naturales

Collin Jackson: Figura del mes

¿Por qué acomete el toro de lidia?: Opinión

Campuzano y Benítez: Entrevistas

Enrique Ponce

Entrevista

LEONARDO BENÍTEZ

sale al ruedo el de La Vega



Hablar de este torero venezolano es hacer referencia a lo clásico de su estilo, a la dedicación profesional, y su afán por tratar de hacer todo lo mejor posible cada vez que sale al ruedo. Su vida se centra en presentaciones en las Plazas de México, Francia y desde el pasado mes de mayo, España también comienza a ser parte de su realidad

HILMAR ROJAS

Leonardo Benítez se ha ido consolidando en los últimos años como uno de los mejores toreros de América. Este venezolano se presenta en cualquiera de las plazas mexicanas, francesas y ahora también las españolas, como si estuviera en casa. Pero en especial, "demostrando a todo quien quiera ver, que soy venezolano. Doy lo mejor de mí cada vez que salgo al ruedo".

Afirma que poco le importa una cornada, cuando el público lo apoya y lo respalda. Dice que el arte de la tauromaquia es universal, y que todos los aficionados tienen algo especial: "Pero el

venezolano es el más jacarandoso y contagia de emoción, mientras el francés es más frío, pero también los he visto vibrar y emocionarse con el arte. Mientras que en España estoy seguro que esperan verme en una gran actuación, que espero sea pronto".

La llamada telefónica desde Venezuela sorprendió al diestro durante una "faena" de compras en una de las principales cadenas de tiendas en Madrid. Asegura haber dejado todo de un lado para acomodarse en un asiento y conversar cómodamente. Su hablar deja entrever un acento indefinido entre español y

mexicano, sumando un poco de frases muy venezolanas. Así se dejó colar el primer punto de la charla la confirmación de la alternativa como matador que realizó en la península ibérica, el 9 de mayo en la Plaza de Las Ventas.

"Esa corrida fue muy bonita y emocionante. Me estaba acordando del sitio de donde vengo, de La Vega, pensaba en tantas cosas, en mi papá. El momento cuando estaba abriendo plaza fue para mí como volver a pasar por todas las etapas de mi vida, en fracciones de segundo. Es que por mucho tiempo estuvimos tratando de llegar a España, y gracias a

La última corrida

Enrique Ponce

por naturales

JOAQUÍN VIDAL
El País, Bilbao

que Ponce toreó al quinto victorino naturales ¿Quién dijo que no. Lo que pasa es que no practica. dar el natural de manera de da, quizás para que no digan, y ás empleando la técnica propia de otapases, en la que además tiene s de excelencia. Pero cuando dice, oy, va y toreó al natural. Como con nto victorino que era santo. naturales fueron de aquellos a los o se les puede poner ni un pero: ndose el toro de delante, templadí- vaciándose donde debe ser, y olos donde mandan los canones.

Dos tandas de naturales recreó Enrique Ponce, tal cual queda dicho y añadió otra de bella factura si bien no había en ella tanta ligazón. Y ahí, en esas series de gran calidad estuvo representada el mejor toreo que se halla visto este año en el norte, y también en otras regiones de más cálida climatología.

Ya se puede imaginar que, con esa tanda de toreo fundamental Enrique Ponce iba hacia el éxito seguro. Más no fue lo que más encandiló al público bilbaíno sino el par de circulares citando de espaldas que dio después y que provocaron el delirio en los tendidos. Llega a matar a la primera y corta hasta el rabo. En cambio, no mató a la primera y mereció dos avisos, sin que alguno lo enviara

el Presidente, que aplica el reglamento sin criterio alguno y con arbitrariedad manifiesta.

El asunto de los circulares citando de espaldas, puede ser motivo de debate entre los aficionados. Porque serían lo que encendió el entusiasmo, pero cuando se toreó tan puro, esos tremendísimos están fuera de lugar. Es como después de haber compuesto la Quinta Sinfonía, va Beethoven y le añade lo de Mi carro me lo han robado, para que lo aplaudan los del gallinero.

El victorino tuvo mucho que ver con los naturales, pues embestía de maravilla. Primero lo hizo codicioso y trajo a Enrique Ponce de cabeza, no se atemperó enseguida y entonces ya fueron dos

