

10 AÑOS DE INFORMACIÓN TAURINA EN INTERNET. UN NUEVO MODELO DE PERIODISMO TAURINO

M^a Verónica de Haro de San Mateo
Universidad de Murcia
mvdeharo@um.es

Resumen:

La prensa juega un papel determinante en la Fiesta desde la segunda mitad del siglo XIX aunque está presente en el periodismo impreso desde los orígenes de éste. La radio primero y la televisión después enriquecieron la relación de los medios con la Tauromaquia, algo que Internet ha intensificado de forma sobresaliente.

La información taurina, una especialidad periodística que como otras muchas está destinada a un público cada vez más minoritario, ha experimentado un auge inusitado con la Red de Redes. La proliferación de páginas taurinas en Internet significa la consolidación de la presencia del mundo de los toros en el ciberespacio a la vez que supone una revisión de los modos de concebir y transmitir la información derivada de esta peculiarísima manifestación cultural. Se cumplen diez años desde que apareciera la primera publicación estrictamente taurina en la World Wide Web. Desde México surgía en 1996, por iniciativa del Centro Cultural Palacio del Arte de Morelia (Michoacán), *Gaceta Taurina*, una revista de intención cultural con el objetivo de divulgar, promocionar, enaltecer y preservar la Fiesta Brava.

Desde entonces han sido muchos y muy notables los intentos por mantener en la Red la imagen de la Fiesta y la actualidad que de ella se deriva. Al principio fueron páginas sueltas, irregularmente actualizadas y realizadas las más de las veces por aficionados al arte de Cúchares, nacidas en el marco de una feria local o para dar brillo a la prometedor carrera de un torero que hoy nadie recuerda. Pero el carácter efímero y/o local de su existencia no es óbice para testimoniar su importancia. Fueron el germen de los portales taurinos que hoy conocemos y que han basado sus mimbres en el fracaso y en el triunfo de esas primeras experiencias hasta convertirse en referentes informativos de primer orden dentro de su especialidad.

Este estudio ha tenido por objeto el análisis de aquellas páginas o portales que, editados ya desde España, se han concebido con la intención de ofrecer, desde un tratamiento riguroso y periodístico, el universo taurino a una nueva generación nacida al amparo de la explosión tecnológica, que desconoce casi al completo las más rudimentarias nociones de la Tauromaquia y el universo que la rodea.

Palabras clave: información taurina, periodismo taurino, Internet.

1. Internet, el gran revulsivo para la información taurina

La fértil relación de los medios con la Fiesta comienza en los mismos orígenes del periodismo impreso aunque no será hasta la segunda mitad del siglo XIX cuando la prensa adquiera un papel determinante, paralelo a la profesionalización de la actividad taurina. La proliferación de cabeceras de signo tauromáquico de esta época es un hecho que bien puede compararse con la ingente cantidad de páginas taurinas encontradas hoy en Internet. El carácter efímero y la irregular periodicidad de las primeras son defectos que podemos encontrar en los momentos iniciales del surgimiento de las segundas.

La efervescencia de información taurina que se vivió en nuestro país hasta mediado el pasado siglo no puede compararse sino en términos relativos con la que hoy, gracias a Internet, se constata. Pero la cantidad y sobre todo la calidad de las webs de información taurina existentes nos regalan motivos para ser optimistas. Perdido el eco mediático de la Fiesta en los soportes comunicativos tradicionales, o en el mejor de los casos, muy mermado, Internet ha supuesto un revulsivo para la información taurina teniendo en cuenta que el aficionado sólo podía seguir la temporada a través de las dos únicas cabeceras especializadas, de tirada nacional, existentes, *Aplausos* y *6Toros6*.

En tiempos en los que las circunstancias culturales, sociales y hasta políticas son desfavorables a esta manifestación cultural tan peculiar como española, y aceptando que la Tauromaquia compite como espectáculo con otros muchísimos, el aficionado ha recibido con entusiasmo la llegada de nuevas posibilidades comunicativas que además le confieren un alto grado de participación.

Acostumbrado a que las repletas parrillas de programación de las cadenas de televisión apenas permitan más actualidad taurina que la siempre inoportuna cornada a tal o cual diestro – en ese caso, tengan la seguridad de que la voltereta se reproducirá a cámara lenta y desde varias perspectivas en cada telediario o programilla de sucesos – el aficionado ha perdido toda esperanza de ver el resultado de una corrida estrella a menos que acabe en tragedia. Y es que, lejos del tratamiento que se da al fútbol – donde cada uno de los muchos “partidos del siglo” que se celebran cada año ocupa casi más de la mitad de la duración total de un telediario –, los programas taurinos han quedado relegados en líneas generales, a horarios poco propicios y su aparición resulta demasiado intermitente.

El panorama de los programas radiofónicos dedicados a los toros es del mismo modo insuficiente debido a las altísimas horas a que se emiten, hecho que imposibilita al grueso de interesados, su seguimiento. Además, los pocos periódicos que no desdeñan de momento, esta parcela informativa, apenas si dejan espacio para la crónica de una feria eso sí, también relevante.

Por todo ello, el progresivo advenimiento de páginas de contenido taurino en Internet ha sido tan bien recibido por aficionados y profesionales que no han dudado en apoyar estas iniciativas al entender que la Fiesta gana en posibilidades comunicativas; algo importante para la buena salud de cualquier

espectáculo pero vital para uno cuyo futuro depende tanto del grado de comprensión que de él tenga la sociedad en que quiere perpetuarse.

1.1. *Gaceta Taurina*, primer intento de revista taurina electrónica

El primer intento de revista taurina electrónica lo encontramos en *Gaceta Taurina* (<http://www.bibliotoro.com/gaceta.htm>). Editada exclusivamente en y para los usuarios de la Red, nació por empeño del Centro Cultural Palacio del Arte de Morelia (Michoacán, México) en agosto de 1996. Dirigida por el bibliófilo Salvador García Bolio apareció mensualmente hasta enero de 1999 con el objetivo de divulgar, promocionar, enaltecer y preservar “lo que Las Corridas de Toros o Fiesta Brava, son.” (1996, 1)

En realidad, su tosco diseño respondía al propio de una revista en papel elaborada casi artesanalmente y su contenido relataba, casi en exclusiva, la actualidad taurina azteca salpicada por algún acontecimiento internacional de repercusión para la afición de este país. Pero con todo, en *Gaceta Taurina* está el germen de las páginas y portales taurinos que posteriormente, y muy poco a poco, vieron la luz.

2. Páginas españolas de información taurina en la Red

Las páginas web dedicadas a la información taurina en España nacieron a finales de los noventa paralelamente a la explosión de la moda del “punto com” en nuestro país. Igual sucedió con las páginas personales de algunos protagonistas del mundo del toro que hoy pueden visitarse en la Red y que están respaldadas por gabinetes de prensa o de comunicación.

En la Red, como en todo, cantidad no significa calidad. De entre las miles de páginas encontradas que contienen información taurina, solo un pequeño porcentaje es digno de mención por su calidad de conjunto. Su carácter efímero y la falta de actualización es tan frecuente en la mayor parte como poco provechosa su existencia para el grueso de los usuarios que buscan en este soporte, no el ensayo o el razonamiento de la temporada (algo que sí ofrecen las revistas especializadas o las tertulias de los programas de radio) sino el dato sucinto, el día a día, o mejor dicho, el momento a momento de una actividad que genera mucha y variada información. Muchas de estas páginas se colgaron para situaciones concretas y más que informar, despistan al aficionado que intenta localizar información de última hora. Me refiero a aquellas que nacieron en el marco de un congreso, una feria o para dar brillo al albur de una prometedor carrera de un torero que hoy nadie recuerda. Pero aunque ahí están no han sido objeto de atención de este trabajo.

En cambio, sí lo han sido aquellas páginas o portales que se han concebido con la intención de ofrecer, desde un tratamiento riguroso y periodístico, el universo taurino a una nueva generación, nacida al amparo de la explosión tecnológica, que desconoce casi al completo las más rudimentarias nociones de la Tauromaquia y el universo que la rodea.

2.1. Las primeras páginas web de información taurina realizadas desde España

El día 19 de marzo de 1997 nació de manos de Francisco Gallardo en Sevilla *Portaltaurino.com* (www.portaltaurino.com, también encontrado como www.torosensevilla.com) una magnífica página donde puede recabarse, aún hoy, amplia información sobre el mundo de los toros y que centra su atención en la actualización constante de su vasta base de datos. Una base documental en la que puede encontrarse información de las plazas de toros de todo el mundo, sus datos históricos y arquitectónicos, reseñas de los festejos que en ellas se celebran, biografías de toreros – en activo y retirados – fichas de ganaderías, empresarios y hasta críticos, así como los textos de las normativas preceptivas que rigen el Reglamento Taurino.

Portal Taurino, primer premio de Periodismo Taurino *Vicente Zabala* otorgado por la Fundación Andaluza de Tauromaquia y la Asociación de la Prensa de Sevilla en 1997, se actualiza tres veces al día y es un ejemplo de trabajo constante que no ha variado apenas desde que viera la luz. El éxito que ha posibilitado su consolidación en la Red se debe fundamentalmente a ofrecer al usuario información de actualidad, información atemporal y también a su capacidad para relacionar el mundo de los toros con otras manifestaciones culturales como lo son la literatura y el arte.

La extinta web taurina de la plataforma *Vía Digital*, persiguió este propósito informativo pero lo cierto es que no llegó a consolidarse. Ofreció pocas y deslavazadas notas y su actualización nunca llegó a ser regular. Por iniciativa de *S&P Comunicación*, surge en 1998 la página www.noticiastaurinas.com. Editada y actualizada por Miguel Ángel Barbero y Nuria Pombo ha llegado a nuestros días más como escaparate de las actuaciones de unos pocos rejoneadores que como la agencia de noticias taurinas que la movió a nacer.

Avance Taurino (www.avancetaurino.com) es una página dedicada a la información taurina dirigida por Paco Delgado desde 1999. Actualmente mantiene una media de 28.000 visitas mensuales. Y da cuenta de lo más relevante en el panorama nacional aunque el foco primordial de atención es la comunidad valenciana por tratarse de una página nacida con la vocación de detenerse en lo local para partir a lo más universal.

Estas páginas, teniendo grave importancia por su seriedad y profesionalidad en el mundo de los toros, no alcanzaban por estos años lo que a punto estaba de llegar para dotar al periodismo taurino de una nueva dimensión informativa: los portales.

2.2. Burladero.com, el primer portal taurino

Los portales de información taurina han tenido un claro y aventajado referente en *Burladero.com*. Su extensa red de corresponsales realizó un denodado esfuerzo día tras día desde su nacimiento el 1 de febrero de 2000 a fin de colocar la información taurina en el lugar que le correspondía justo en un momento donde en Internet no era para nada lo abundante que pueda ser hoy. Hasta el fin de su existencia puso en bandeja al aficionado todo cuanto ocurría en el planeta de los toros y es que por vez primera, un medio de sus

características, cubría información con pretensión de simultaneidad desde todos los países taurinos.

Este jovencísimo equipo sonrojó a muchos de los asentados profesionales del periodismo taurino por el resultado de una labor tan bien hecha sin más medios que teléfono móvil y ordenador portátil en ristre. Hasta el 12 de octubre de 2002 demostró con ejemplar ilusión y disposición que el mundo del toro es capaz de generar más noticias que la crónica de turno o el cambio de apoderado de un espada relevante. Las peculiares características del soporte – la inmensa capacidad para albergar contenidos, el feedback para con los lectores-usuarios y la continua actualización que llega casi a la instantaneidad – permitieron a *Burladero.com* desarrollar un trabajo impensable en otros medios obligatoriamente supeditados a los inexorables parámetros de espacio y tiempo. Su éxito radicó en reinventar el concepto de periodismo taurino innovando como nunca hasta la fecha se había hecho. *Burladero.com* se basó en cuatro pilares fundamentales, dos de ellos consustanciales a Internet: participación y documentación; y otros dos como aportación del nuevo Internet: información y opinión. Toda la información publicada debía respetar las Normas de Estilo del medio y de su cumplimiento velaba el Defensor del Usuario.

El 1 de febrero de 2002, justo cuando el portal cumplía dos años, se suspendió indefinidamente la sección de actualidad manteniéndose las restantes (chats, foros, opinión, avance de carteles, reportajes y entrevistas). Hasta esa fecha emitió más de 13.000 noticias, muchas auténticas primicias, por lo que fue distinguido con algunos reconocimientos como el de *Ibest* o el de la Real Federación de Peñas Taurinas de España a la “Mejor difusión de la Fiesta” en los años 2000 y 2001 respectivamente aunque el galardón más preciado fue el apoyo de los lectores que generaron los más de quince millones de páginas vistas en sus dos años de vida.

Pero no sólo fue receptor de la información aparecida en *Burladero* el aficionado. Lógicamente y tras ganarse a pulso la credibilidad, el portal fue medio de referencia para todos los sectores del mundo taurino que no pararon de sorprenderse ante el nuevo hito periodístico que suponía el hecho de que todos los protagonistas de la Fiesta, fueran figuras o profesionales modestos, tuvieran espacio en esta nueva ventana informativa.

Lo que no resultó tan lógico, por la falta de ética periodística que recelaba, fue el tratamiento que muchos compañeros de prensa dieron al material informativo ofrecido por el portal. Los mismos que ninguneaban *Burladero* cada vez que encontraban la ocasión, se delataban por piratear gran parte de sus contenidos como bien se relató en la tercera edición de este Congreso de Periodismo Digital.

Aún así, *Burladero* estaría en línea hasta el 12 de octubre de 2002. Ese día acababa una aventura que no podía seguir sosteniéndose a falta de financiación regular y por la negativa de sus directores a doblegarse ante la nueva Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (Ley 34/2002) que responsabilizaba a éstos del contenido de todo cuanto fuera publicado y que a la fecha era fundamentalmente opinión: procedente de colaboradores y usuarios.

Su equipo de redacción realizó a lo largo de su existencia una fenomenal cobertura sin precedentes de las más importantes ferias del mundo taurino. Así ofrecieron especiales con el cartel del día a modo de previo (con una pequeña biografía de los espadas y la ganadería anunciadas), las fotos de los toros en los corrales (comentadas por el mayoral o ganadero), el resultado del apartado (con los lotes correspondientes a cada espada), un avance a la muerte del tercer toro (con un resumen de lo acontecido a cargo de cada torero ante el primero de su lote), la reseña al fin del festejo, la crónica de la corrida, las declaraciones de los protagonistas, el palco (con las posibles sanciones del presidente a algún participante de la lidia), el patio (una pieza de opinión sobre los asistentes al evento), galería fotográfica (los momentos más destacados de la tarde tras el objetivo) y firma invitada (un personaje relevante de algún estamento del mundo del toro) en todo un alarde informativo inaudito hasta la fecha.

Lamentablemente hubo de desaparecer, pero dos semanas después vio resucitada su filosofía en www.burladerodos.com, un nuevo portal nacido por el impulso del mexicano Francisco Tijerina que aglutina prácticamente a los mismos colaboradores y que enarbola idénticos propósitos. Esta vez con una fuente de financiación basada en los ingresos publicitarios, *Burladerodos.com* lucha por mantenerse día a día en dura competencia con su más directo rival, *Mundotoro.com* (www.mundotoro.com) que vio la luz a finales de la temporada taurina de 2001 editado por un grupo inversor en el que participan influyentes nombres del sector taurino y que es, hoy por hoy, el portal más solvente desde el punto de vista económico.

3. Mundotoro.com y Burladerodos.com. Dos portales en lucha por el liderazgo de la información taurina digital actual

Estos dos portales constituyen en nuestros días el referente informativo de todo aquel que quiera seguir con puntualidad el desarrollo de la campaña taurina. Si bien no pueden compararse los medios (económicos y técnicos) de uno y otro, sí merecen ser dignos de cotejo sus resultados, sobresalientes en ambos casos. El seguimiento de la actualidad taurina que ambos realizan es constante siendo pública y notoria la rivalidad de ambos por ofrecer primicias y servicios en exclusiva.

Con algo más de cuatro años de vida, *Mundotoro.com* es el punto de referencia de aficionados y sobre todo, profesionales taurinos. Sólo a partir de la desaparición de *Burladero.com* vio incrementado el número de visitas cuyo récord, alcanzado durante la pasada isidrada, se cifra en torno a unas veinte mil diarias. *Mundotoro* batió el 12 de mayo de 2005 su marca máxima de audiencia al alcanzar las 19.983 visitas, dato certificado por el administrador externo Webcontroller. Asimismo cerró el año con un crecimiento del 36% respecto al año anterior y que ha constatado una vez más su progresión continua.

Igual que en su día hiciera *Burladero.com*, los especiales dedicados a las grandes ferias son cuidados al máximo. Las crónicas, las declaraciones previas y posteriores al festejo de los protagonistas, los artículos de firmas relevantes... se han visto complementados con resúmenes de prensa, guía de medios,

galerías fotográficas y algo que ha supuesto todo un acontecimiento y que aupó al portal como líder de audiencia el pasado mes de mayo: la retransmisión *on-line* de las corridas celebradas en Las Ventas, una fórmula similar a la que utilizan los grandes portales de deportes (AS y MARCA) con los eventos de fútbol. El récord se vivió la tarde en la que casi 2.000 personas siguieron el desarrollo del festejo minuto a minuto.

Pero no sólo el rastreo de la actualidad hace líder a *Mundotoro*. Sus exclusivos servicios son la mejor baza frente a su más directo competidor. Y es que, a la vanguardia de todo lo que tenga que ver con el comercio electrónico, *Mundotoro* sobrepasa con creces las expectativas de los usuarios. Así, presume de un servicio de Tauroentrada, el único servicio de venta de entradas de toros, con recargo, que admite pedidos por teléfono o a través del correo electrónico que permite al comprador el pago por tarjeta de crédito, transferencia bancaria e incluso contra reembolso. También es el único portal que brinda la prestación del clipping (envío de actualidad taurómaca aparecida en la prensa española como en su día hizo gratuitamente www.mundotaurino.org). La tienda taurina, a través de la que se pueden adquirir libros, complementos de vestir o trebejes de torear, es otra de las bien concebidas estrategias comerciales de un portal cuyos ingresos publicitarios proceden del sector taurino principalmente.

El medio millón de lectores mensuales augura larga vida a esta bien confeccionada página que acaba de rediseñar su *home page* el 6 de febrero de 2006, en respuesta a las demandas de los usuarios.

“Este respaldo de una familia que crece cada año, cada mes, necesita del buen trato, y por esta razón, mundotoro ha tratado de mantener un permanente diálogo con cada uno de ellos. Hoy se aparece al público una nueva imagen de mundotoro, nuevos contenidos, nuevas funcionalidades... Novedades que son fruto de la permanente encuesta que este medio ha realizado a sus usuarios. Nos hemos preocupado de preguntarles por los errores, por las virtudes, por las carencias, por lo que faltaba y lo que sobraba. Y éste ha sido el resultado... después de casi cinco años de servicio al público...” “Novedades para una mayor interactividad, con posibilidad de intercambios, chat y foro y, en cuanto nos sea posible, la opinión. Abierta, plural. Un medio de comunicación para todos: destinado a otros medios, a los profesionales...y, sobre todo, a los que, día a día, desean estar informados o entretenidos con la fiesta. Sin olvidarnos de nuestros servicios en un mundo cada día más ocupado por el tráfico en la red. Renovarse o morir. Evolucionar.”¹

Además, *Mundotoro* pondrá a disposición de los usuarios nuevas secciones y funcionalidades que se irán activando a lo largo de las próximas semanas en un intento de aprovechar las múltiples posibilidades de Internet. Posibilidades todo hay que decirlo, que ya fueron apuntadas – y abandonadas a falta de medios – por *Burladero.com*, cinco años antes.

Caso distinto es el de *Burladerodos.com*, un portal que basa su razón de existir no tanto en el negocio como en la romántica idea de dotar al periodismo taurino

¹ (2006): “Mundotoro responde a los usuarios: Renovarse o morir” [en línea]. Mundotoro, <http://www.mundotoro.com/mundotoro/control/VerDetalleAN.asp?Numerador=46344&Tabla=A&OpenWindow=O>

de un nuevo canal informativo. Con la pretensión de convertirse en la “otra” voz de la Fiesta, la de los aficionados.

Su fuerte, la información de actualidad, tiene un complemento muy apreciado por los usuarios: la alta y tolerada participación de éstos, lo cual le confiere un alto grado de aceptación por parte de este colectivo y un cierto recelo del sector profesional taurino al ver incrementados los juicios de valor que sobre él recaen.

Burladerodos aboga por el cumplimiento de las “Normas de Estilo” que implantara su antecesor, una relación de principios fundamentales del periodismo que velan por distinguir la información de la opinión y que son de obligado cumplimiento para cualquier redactor, ya sea periodista profesional o no, habitual u ocasional colaborador del portal.

En líneas generales, el logro de los casos reseñados reside en haber conseguido mantenerse en la Red habiendo potenciado las secciones que los usuarios han ido demandando en cada caso. Pero su éxito va más allá y está relacionado con la satisfacción de haber visto reconocido y respetado su trabajo. Hoy son muchos los medios que los citan como fuente informativa, algo que con *Burladero.com* únicamente sucedió una vez, en *El País* y gracias a Joaquín Vidal.

Fruto de su buen hacer han surgido páginas similares en otros países que intentan imitar más en el fondo que en la forma, su filosofía. Es el caso de *A los toros* (www.alostoros.net) desde Venezuela, *Toros Perú* (www.torosperu.com) desde Perú, *Terre de Toros* (www.terredetoros.com) desde Francia entre otros muchos.

4. Otras páginas taurinas en la Red

He excluido hasta ahora las páginas de información taurina que por su carácter institucional o promocional merecen ser tratadas en epígrafe aparte. Me refiero a las creadas en torno a la figura de un torero, ganadero o empresario. La proliferación de estas páginas se ha debido fundamentalmente al éxito obtenido por las de información que hemos recogido arriba.

De siempre, los protagonistas del mundo de los toros han intentado mimetizarse con la sociedad de su tiempo, conscientes de que su adaptación constituye la mejor garantía de perpetuar el espectáculo al que dan vida. Por ello y pese a que su explicación más verdadera la realizan en el ruedo, han creído necesaria que su labor se comunique de la forma correcta a una sociedad, a unos medios, que poco o nada entienden de la liturgia tauromáquica. Hoy día, la gestión correcta de la comunicación es esencial en todos los ámbitos de la vida. Las apariciones en los medios de comunicación, la asistencia a actos, la difusión correcta de ideas de acuerdo a los intereses personales y la presencia en lo que llamamos “actualidad”, son elementos fundamentales para cualquier persona relacionada con el espectáculo. Mucho más si ese espectáculo se ve en la obligación casi permanente de justificar su existencia.

Por ello y porque el mundo del toro se encuentra un tanto al margen de cuestiones de comunicación, imagen y relaciones públicas, algunos matadores han decidido integrar un subalterno más a sus cuadrillas, una persona encargada de comunicar lo que él realiza con otro lenguaje diferente al que se practica con capote y muleta. Así, han entendido como esencial el hecho de incorporar a sus filas un responsable de prensa para el trato con los medios. Un profesional de la información y de las relaciones públicas que ha optado por la comodidad de la página web para difundir sus comunicados y la posibilidad de llegar casi instantáneamente a la cartera de medios predeterminada vía correo electrónico.

Este tipo de páginas resultan de obligada consulta al constituir una fuente de información directa de los portales. La última hora en cuanto a resultados de festejos, premios, estadísticas, biografía, dossier de fotos, datos de las cuadrillas y un sin fin de secciones que sin duda pueden facilitar el enriquecimiento del usuario en un momento dado son las opciones que este tipo de páginas ofrecen. Los más importantes ganaderos y hasta los empresarios de las plazas más representativas han imitado esta fórmula.

Pero el pionero fue el precoz matador de toros Julián López “El Juli” quien desde mayo de 1999 y confiando en Alberto de Jesús, experto fotógrafo taurino, abrió brecha (www.eljuli.com). Desde entonces han sido muchos los que se han animado. José Miguel Arroyo “Joselito” (www.josemiquelarroyo.com), “El Califa” (www.elcalifa.com), Víctor Puerto (www.victorpuerto.com), Rivera Ordóñez (www.riveraordonez.com) o Morante de la Puebla (www.morantedelapuebla.es) son sólo algunos ejemplos.

De entre los ganaderos podemos citar las páginas de Victorino Martín (www.victorinomartin.com), Antonio Bañuelos (www.abanuelos.com) o La Martelilla (www.martelilla.com). Y entre las más representativas de cosas taurinas, son dignas de elogio la página de la plaza de toros de Las Ventas (www.las-ventas.com), la de Castellón (www.plazadetoroscastellon.com) o la de Bilbao (www.torosbilbao).

4.1. *El Rejoneo*, la única web especializada en el toreo a caballo

En la actualidad todas las páginas de información taurina dedican espacio al rejoneo. Tal es el auge de esta modalidad taurina que ha sido capaz de erigirse en protagonista de un portal propio. Es *El Rejoneo.com* (www.elrejoneo.com) y lleva en línea desde el año 2001 ofreciendo amplia y puntual información del Arte de Marialva. Sus muchas y bien documentadas secciones profundizan en la historia del toreo a caballo, las suertes realizadas por los caballeros, la normativa que rige este espectáculo, el escalafón y hasta útiles relaciones de federaciones hípicas, herradores, transportistas de caballos, etc. Además, es muy valorado su consultorio profesional veterinario.

5. 10 años de información taurina en Internet

La presencia de la información taurina en la Red de Redes es un hecho desde hace una década. La validez de este nuevo canal para la difusión de la Fiesta y su capacidad para complementarse con el resto de medios taurinos tradicionales han quedado constatadas en la medida en que muchas de las páginas que la tienen como protagonista se han consolidado. Poco o nada se parecen las actuales a las pioneras pero común a todas es el color de la bandera de su palo mayor: la promoción de un espectáculo tan peculiar como propio de nuestra piel de toro.

El único problema para el afianzamiento definitivo de estas páginas y portales es el de la financiación. Muchas ven peligrar su existencia o temen mermar sus recursos al carecer de fuentes regulares de ingresos. La publicidad no llega más que testimonialmente y en muchos casos los redactores trabajan por amor al Arte cubriendo sus propios gastos. Si fuera posible una financiación regular –mejor fuera del mundo del toro- ésta no sólo les daría independencia sino, sobre todo, la posibilidad de enriquecer la cantidad y la calidad de su información, lo que captaría muchísimo más público.

Con todo, la llegada de Internet ha propiciado, podemos asegurarlo transcurrido este tiempo, un enriquecimiento sustancioso en la parcela de la información taurina. No sólo ha reportado mayor variedad de puntos de vista en torno a una manifestación artística siempre controvertida sino que además ha propiciado que un nuevo público se acerque a ella. Un público del que está muy falto la Fiesta: la juventud, tan familiarizada con las nuevas tecnologías como desconocedora de las más rudimentarias bases tauromáquicas.

Entiendo que una de las mejores estrategias comunicativas que ha conseguido el mundo taurino en largo tiempo ha sido ésta, la de adaptarse a las nuevas formas comunicativas que trae la modernidad para expresarse manteniendo intacta su esencia. El hecho de que los Toros lleguen a Internet es solo una muestra más de la modernidad que comporta la Fiesta, de su evolución acorde con los tiempos. Su natural y exitosa presencia en la Red demuestra una vez más que la Tauromaquia es un universo vivo, en perpetuo movimiento y progreso. Ojalá durante muchos años, los toros sigan embistiendo, también, en el ciberespacio.

Bibliografía:

- (1996) "Presentación" [en línea]. *Gaceta Taurina*, año I, núm. 01, http://www.bibliotoro.com/gacetas/Gac_1-01.pdf
- (2006): "Mundotoro responde a los usuarios: Renovarse o morir" [en línea]. Mundotoro, <http://www.mundotoro.com/mundotoro/control/VerDetalleAN.asp?Numerador=46344&Tabla=A&OpenWindow=O>
- DE HARO DE SAN MATEO, M^a V. ; PIZARROSO QUINTERO, A. (2002) "Periodismo y mundo taurino en Internet", FERNÁNDEZ SANZ, J. J., RUEDA LAFFOND, J.C., SANZ ESTABLÉS, C. (eds). *Prensa y Periodismo*

Especializado (historia y realidad actual), Guadalajara, Ayuntamiento de Guadalajara. Págs.653-668.

DE HARO DE SAN MATEO, M^a V. ; PIZARROSO QUINTERO, A. (2003):
“Burladero.com, un antes y un después del periodismo taurino en Internet”,
MONCHOLI CHAPARRO, M. A.: *Burladero.com, la aventura de los toros en Internet*, Madrid, Egartorre. Págs. 169-173.