

index•comunicación | nº 11(1) 2021 | Páginas 35-68

E-ISSN: 2174-1859 | ISSN: 2444-3239 | Depósito Legal: M-19965-2015
Recibido el 02_09_2020 | Aceptado el 19_10_2020 | Publicado el 11_01_2021

GUÍA MARCA: CAMBIOS Y REGULARIDADES EN UN CUARTO DE SIGLO (1995-2020)

**GUÍA MARCA: CHANGES AND REGULARITIES IN A
QUARTER OF A CENTURY (1995-2020)**

<https://doi.org/10.33732/ixc/11/01Guiama>

Jorge Chenovart González

Universidad Politécnica de Valencia

jorge.chenovart@uv.es

<https://orcid.org/0000-0002-2932-6333>



Para citar este trabajo: Chenovart, J. (2021). *Guía Marca: cambio y regularidades en un cuarto de siglo (1995-2020)*. *index.comunicación*, 11(1), 35-68. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/01Guiama>

Resumen: El presente artículo de investigación analiza la trayectoria de la publicación anual *Guía Marca* de la Liga de Fútbol Profesional durante sus veinticinco años de edición. Con el objetivo de comprender cuáles han sido los cambios esenciales que la han convertido en un icono informativo, se ha estudiado desde vertientes cuantitativas y cualitativas, las diferentes etapas de producción a través de los contenidos que han adquirido protagonismo: aspectos formales como portadas, titulares y paginado. Así como análisis informativo de las diferentes secciones: estudios estadísticos, fútbol profesional y categorías inferiores, selecciones nacionales y fútbol femenino. A raíz del éxito en sus primeros años, se convirtió en la guía deportiva por excelencia, hecho que la mantiene hasta la actualidad, adaptándose a las posibilidades que ofrece el papel. En el ámbito de la documentación futbolística, pocas publicaciones mantienen un ejemplar que ofrezca más de cuatrocientas páginas cada año y en formato papel, hecho trascendental en el actual contexto digital, que la sitúa como un referente periodístico y divulgativo.

Palabras clave: *Guía Marca*; fútbol; liga; periodismo deportivo; prensa.

Abstract: This research article analyzes the trajectory of the annual publication *Guía Marca de la Liga de Fútbol Profesional* during its twenty-five years of publication. In order to comprehend the essential changes that have made it an informative icon, the different stages of production have been studied, from both quantitative and qualitative dimensions, through the contents that have acquired prominence: formal aspects such as covers, headlines, paging, as well as an informative analysis of the different statistical analyses, professional football and lower categories, national teams and women's football. As a result of its success in its early years, it became the sports guide par excellence; a fact that maintains it to this day, adapting to the possibilities offered by paper publications. In the field of football documentation, few publications maintain a copy that offers more than four hundred pages each year and in a paper format; a transcendental fact in the present digital context that places it as a journalistic and informative reference.

Keywords: *Guía Marca*; Football; League; Sports Journalism; Press.

1. Introducción

La realidad del estudio científico alrededor de la revista de temática futbolística invita a pensar en la necesidad de abordar la cuestión desde una vertiente analítica. Los dos diarios deportivos de más tirada nacional según el Estudio General de Medios, *Marca* y *As*, han publicado desde principios de la última década del siglo XX hasta la actualidad, guías recopilatorias que aportan al consumidor gran cantidad de información sobre el inicio del campeonato en cuestión. Especialmente relevantes son las relacionadas con el Campeonato Nacional de Liga de Fútbol Profesional, ya sea por volumen de contenido como por los cambios editoriales, intentando adaptarse a las necesidades del público.

La presente investigación plantea una novedad en el campo de publicaciones periodísticas deportivas: analizar la popular *Guía Marca* que sigue cada año en el mercado desde su primera edición en verano de 1995, mediante estudios cuantitativos y cualitativos. El estudio se centra en la evolución que ha llevado la guía tanto en el formato como en el propio contenido, entendiendo que los acontecimientos deportivos españoles han cambiado las reclamaciones del consumidor, algo que afecta a la empresa editorial. Por ello, es necesario recalcar que se trata de una investigación que responde al contexto editorial deportivo español. En cuanto a los aspectos formales, se analizan: la portada, el número de páginas, la estructura del contenido general y su organización espacial. Por lo que respecta a los aspectos más técnicos, estos son: el tipo de ficha informativa y los aportes sobre las diferentes secciones. Asimismo, se hace referencia a la evocación de la emoción del inicio de un nuevo curso futbolístico a través de los titulares y su grafismo.

A continuación, se seguirá una breve exposición del marco teórico sobre conceptos de documentación general y deportiva que permitirán adentrarse en el posterior análisis. En segundo lugar, mediante de un estudio de caso estructurado por categorías, se podrán entender los cambios que *Marca* ha implementado en su publicación periódica. En última instancia, con la utilización de gráficos se comprenderá de manera más detallada el camino del modelo de *Guía Marca*.

Por último, centrarse únicamente lo estrictamente editorial, sin analizar las ventas del objeto, responde a la imposibilidad de acceso a datos de mercado ya que desde la empresa no se han facilitado debido a su política de protección informativa y de datos.

2. Objetivos y metodología

Los objetivos de la presente investigación son tres:

- a) Dar a conocer la evolución de la *Guía Marca*.

- b) Entender los cambios en la representación de su contenido.
- c) Concebir la *Guía Marca* como un elemento relevante en la cultura informativa deportiva de alcance periódico, en un marco investigador de índole científica.

El primer objetivo responde a la necesidad de investigación alrededor de publicaciones que ofrezcan contenido sobre acontecimientos inmediatos de gran calado mediático. El factor clave, en este sentido, es la incertidumbre ante el inicio de una nueva campaña deportiva. El segundo objetivo se establece a través del planteamiento del primero, esto es, si hay una publicación relevante que ha aguantado casi un cuarto de siglo en los quioscos, se necesitará comprender aquellos cambios que lo han hecho posible. El último objetivo se enmarca en la novedad sobre el objeto de estudio. Los tres objetivos se encuentran estrictamente entrelazados.

3. Apuntes sobre documentación, prensa deportiva y fútbol

Debido al carácter pragmático de la investigación, el siguiente apartado no pretende recabar información que posteriormente no tenga un aporte más que bibliográfico, de recuerdo, sobre aportaciones que no se encuentran vinculadas a los objetivos. Por ello, la contextualización del objeto de estudio y las referencias sobre documentación deportiva, concepción de marco de acción e influencia de Internet, deben ser suficientes para adentrarse en el verdadero protagonista del estudio.

3.1. Marca y sus guías

El primer referente de una guía *Marca* de carácter futbolístico (externa al propio periódico) se publica en 1994 con la edición de *Superfútbol* dedicada a la Copa del Mundo de la FIFA de ese mismo año celebrada en Estados Unidos. A partir de ese instante, cada celebración de un Mundial o una Eurocopa ha tenido su guía hasta 2016 (Eurocopa de Francia). A partir de entonces se apostó por el formato digital. Si bien no se encuentran fuentes primarias que ofrezcan información sobre los porqués del cambio del papel al medio digital, en este tipo de publicación especial, la crisis del papel y la adaptación de los lectores al medio *online*, debieran ser algunas de las claves para comprender esta evolución.

El formato es esencial para entender la publicación. La presente investigación trata la guía como complemento al margen del diario, ya que anteriormente se publicaban extras en papel de periódico de manera gratuita incluidos dentro del propio ejemplar. De esta manera, es obligatorio comprender que, si el fútbol es el deporte principal de *Marca*, a partir de la publicación en

1994 de la guía del Mundial de Estados Unidos (editada en gran formato) y con la recién creación de una *Guía de La Liga* (95-96) se inició un proceso trasladado a otros deportes.

Así, acontecimientos como los Juegos Olímpicos tienen su primera guía con la celebración de Sídney 2000, para los cuales se editó un pequeño libreto que continuaría con un formato aumentado desde Atenas 2004 hasta Londres 2012. A partir de Río de Janeiro 2016 se decidió apostar por la guía actualizable en la web, el primer paso hacia una nueva concepción de publicaciones en el marco digital.

La decisión de crear ‘grandes guías’ para ‘grandes acontecimientos’, supuso su entrada en el mundo del baloncesto, tanto ACB como NBA (a partir del debut de Pau Gasol). No obstante, anteriormente ya se habían editado extras gratuitos de este deporte, acompañando al ejemplar diario, como consecuencia del impacto del baloncesto estadounidense en España en los inicios de la década de los noventa. Otros deportes que han formado parte del conglomerado de *Guías Marca* son la Fórmula 1, especialmente con la irrupción de Fernando Alonso; el ciclismo con los Tours de Lance Armstrong; el golf por la consagración de Sergio García; así como otros deportes de menor difusión audiovisual como el balonmano, el fútbol sala, el voleibol, el atletismo y los «deportes de discapacitados»¹.

Este proceso de expansión tuvo su cénit en 2006, según recoge *Marca* en un apartado de su web destinado al histórico de guías. A partir de 2008 se constata un declive en la variedad deportiva, coincidiendo con la crisis económica que sufrieron los medios en papel.

De esta manera, la *Guía Marca* de fútbol se constituye como un referente que sigue publicándose de manera anual, teniendo como principal seguidora la del diario *As*, también editada en papel. Se trata de un modelo que tiene como primer referente a *Don Balón* con sus *Extra-Liga* (cesando sus publicaciones en papel en 2011), produciéndolas desde 1976 (un año después de su fundación), y formando parte (todavía) del grupo European Sports Media, junto a otras revistas especializadas como *A Bola* (Portugal), *Kicker* (Alemania), *La Gazzetta dello Sport* (Italia) o *World Soccer Magazine* (Reino Unido).

3.2. Sobre documentación deportiva

En el ámbito de la documentación deportiva encontramos diferentes campos que, aun pudiendo estar interrelacionados, distan mucho en lo que a tipo de investigaciones se refiere. Por un lado, encontramos la información sobre

¹ Término original usado en la portada de la propia guía.

documentación deportiva (almanaques, diarios de prensa...) y, por otro, sobre ciencias del deporte ligados al estudio de la educación física. Acerca del primer tipo, en el que situamos el objeto de estudio, encontramos una división tradicional entre eventos y competiciones deportivas, información científico-técnica y sobre cuestiones políticas e institucionales (Aquesolo, 2000).

La necesidad de aportar datos que sirvan de fuentes bibliográficas en el futuro para posteriores avances divulgativos, supone una implicación por parte de diferentes sectores. En este caso, el periodístico se postula como uno de ellos, aportando información de primera mano siempre sujeta a modificaciones dado lo cambiante del contenido de actualidad. Como se afirma a continuación:

De ahí que empresas, instituciones de investigación y organizaciones con responsabilidades políticas en el deporte hayan ido potenciando paulatinamente su actuación en torno a la documentación deportiva, que ha pasado a ocupar su lugar no sólo como rama especializada de la documentación sino también como núcleo de conocimientos dentro del deporte (Aquesolo e Irureta-Goyena, 2000: 12).

La construcción de aportaciones en la documentación deportiva sirve para crear una comunidad entendida como científica (Devís *et al.*, 2003) que abarca la interdisciplinariedad de contenidos (Ortiz Repiso, 2015) y, por tanto, de significados para la población. La introducción de publicaciones deportivas procedentes de fuentes de información tradicionales, sirve para constituir un mayor entramado de posibilidades culturales y referenciales para la función del investigador. Esta consideración debería quedar consolidada si uno se adentra en las posibilidades que aporta Internet (Oliva Marañón, 2013), dónde se necesitan respuestas cada vez más rápidas a las consultas que el individuo busca, constituyendo la documentación como clave para cualquier investigación requerida. Por tanto, enmarcar el bloque temático (Quiroga, 2001) de manera previa es obligatorio para fundamentar la búsqueda de información. De este modo, el presente bloque temático se encuadra en la publicación periódica deportiva por parte del diario español más leído en España.

3.3. Sobre documentación futbolística, periodismo e Internet

Resulta provechoso iniciar este apartado con la aportación de Román San Miguel (2012) en la que destaca la consustancialidad del deporte al ser humano. Por tanto, la oportunidad que tiene el periodismo deportivo en el día a día del ser humano, permite informar, integrar, conceder emoción y convertirse en vía de escape (Birrell y Loy, 1979).

En cuanto a la documentación que hay sobre fútbol, el apartado debe responder a tres factores: la recopilación sobre fútbol, la variante que juega

Internet y el propio modelo documental que supone el objeto de estudio, es decir la propia *Guía Marca*.

Como afirman Torreadella y Nomdedeu (2015), la revisión de la historia del deporte en España, se encuentra por detrás de otros países, aun habiendo gran cantidad de obras que aportan datos por acumulación. Los contextos regional y local unidos al interés romántico, ponen de manifiesto los gustos culturales y deportivos de los amantes del deporte más mediático en España (Araya, Bravo y Corrales, 2000). Un ejemplo es la revista científica *Cuadernos de Fútbol*, editada por el Centro de Investigaciones de Historia y Estadística del Fútbol Español, que intenta aglutinar gran cantidad de datos sobre el fútbol español para que formen parte de un extenso bloque científico. No obstante, no existen aportaciones sobre estudios de almanaques futbolísticos como el que aquí se trata. Torreadella y Nomdedeu (2015) inician estudios que ofrecen información de principios de siglo XX, pero que distan en tiempo de nuestro campo de acción. Sobre este escenario la pregunta que surge es ¿por qué razón no se investiga sobre publicaciones como guías de fútbol actuales? Esta cuestión es interesante formularla si entendemos que el deporte en España es un emblema del país (Herrero, 2011), aun sin ser una potencia en el desarrollo de los minoritarios, y, a su vez, es esencial para los medios de comunicación (Herrero, 2009).

Si bien la pregunta formulada en las líneas anteriores no es el objeto de estudio, la consulta de estadísticas sobre fútbol en Internet ha generado la creación de bases de datos que responden a las preguntas que pueden originar las guías en papel. Un ejemplo de base de datos actual en constante desarrollo es *Bdfutbol*, acerca de datos estadísticos de las grandes ligas europeas, poniendo especial énfasis en la española. Esta masificación de contenido deportivo (Herrero, 2013) cambia las dinámicas de consumo, produciendo un efecto buceo insaciable en el lector interesado, formando parte de comunidades virtuales (Moragas Spà *et al.*, 2003). Asimismo, puede producir incluso la identificación a unos colores (Resina de la Fuente, 2014) que trasciende más allá de la afición al propio periodismo crítico, afectando a la credibilidad de una profesión donde la imparcialidad es clave (Gómez Bueno, 2014). Otro ejemplo que constata la importancia de una información veraz que transmita seriedad en Internet como en teoría lo hace la edición escrita, se puede obtener a través del medio radiofónico. Un ejemplo es el programa *Tiempo de juego* (Cadena COPE, 2010-actualidad) en el que se actualizan los datos de cada jornada y el público mediante el uso de las nuevas tecnologías realiza cuestiones que quieren ser solventadas al instante, así como concursos alrededor de datos y cifras de carácter

cuantitativo. Este análisis necesita de profesionales que permitan, sea cual sea el soporte, una máxima rigurosidad.

Cerrando el círculo iniciado sobre Internet, hay que recordar la aportación de Remans en el año 2000 a propósito de los cambios surgidos:

La próxima aparición de las nuevas tecnologías electrónicas, la conciencia de que ya no puede ser una biblioteca o institución individual la que maneje el flujo de información y el hecho de que la información deportiva deba trascender las fronteras nacionales [...] abrió una nueva era en el ámbito de la información y la documentación deportivas (2000: 20).

En esta línea, es interesante comprender las palabras de Torredabella y Nomdedeu (15 años después de Remans), las cuales aportan una interesante reflexión sobre la búsqueda de bases deportivas en la red: «La amplia documentación actual puesta al descubierto en Internet por parte de instituciones y particulares deben servir para proporcionar estudios de base y para completar y mejorar las investigaciones existentes de la historia social del deporte» (2015: 114).

Siguiendo las palabras de Cerezuela en su aplicación a la gestión de datos en torno a los eventos deportivos: «la información generada [...] ha de ser procesada, estructurada y conservada de tal forma que permita [...] a investigadores y público en general conocer cuál fue la realidad del evento deportivo» (2003: 13). Mediante estas observaciones, el público debe entender la función del documentalista como pieza fundamental en el engranaje informativo que cada día aporta al periodismo deportivo, siendo pilar para satisfacer las necesidades de conocimiento de un consumidor que necesite consultar un dato, que ahora, a través del marco transmedia, resulta más accesible.

4. Estudio de caso: *Guía Marca* (1995-2020)

En los siguientes epígrafes se procede a analizar en tres etapas las publicaciones *Guía Marca* de la Liga Nacional de Fútbol Profesional.

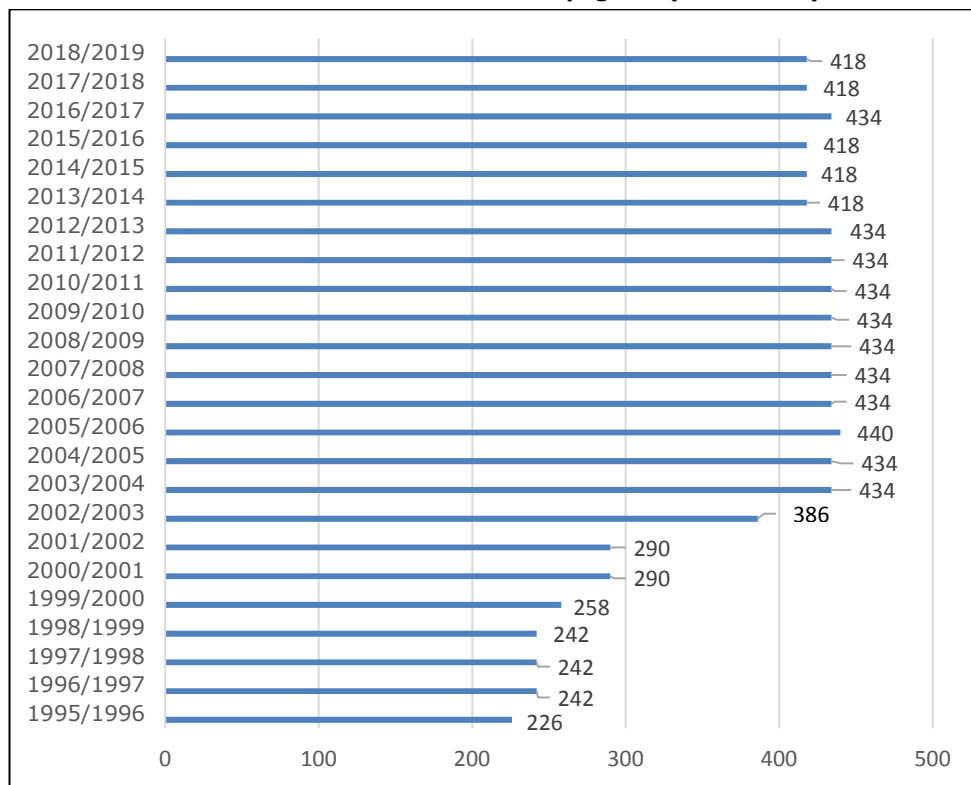
- a) Primera etapa (1995-2002)
- b) Segunda etapa (2003-2008)
- c) Tercera etapa (2009-2020)

La razón de ello procede de la estructura de disposición de las fichas de los jugadores, eje fundamental del volumen y sobre el que se sustenta el resto de datos. También sobre la importancia de los éxitos de la Selección Española que se integran en la previa informativa. Estas dos bazas ofrecen por parte de la guía una mayor relevancia al futbolista, que, en definitiva, es el protagonista en el terreno de juego.

4.1. Aspectos formales: tamaño y paginado

En primer lugar, no hay ningún cambio en el tamaño de la edición de la guía durante el periodo de edición. Desde los comienzos, la apuesta fue un ejemplar de 28cm x 21cm, menor que la medida A4. Se trata de la única característica que se mantiene intacta durante los veinticinco años.

Tabla 1. Evolución del número de páginas (1995-2019)



Fuente: elaboración propia.

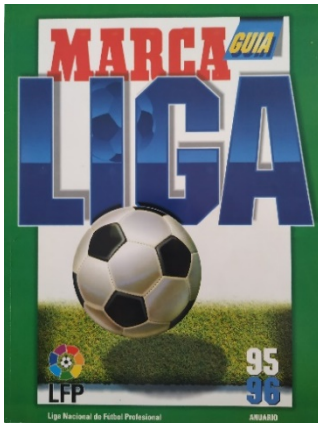
Se observa (Tabla 1) un aumento de páginas, y por lo tanto de información, en la guía correspondiente a la temporada 2002/2003. Un salto considerable que concluye una etapa e inicia otra. En los siguientes años hasta a la última edición, el número de páginas aumenta hasta las 440 como máximo (2004/2005), fluctuando entre las 434 y las 418.

4.2. Estudio de portadas y titulares

Las portadas de la *Guía Marca* han evolucionado a lo largo de los años. En las siguientes líneas observaremos cómo a través de las imágenes.

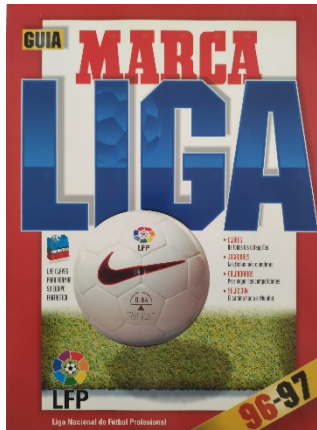
a) Primera etapa (1995-2002)

Imagen 1: Guía 95/96



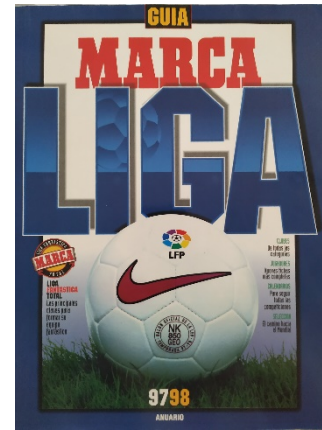
Fuente: MARCA.

Imagen 2: Guía 96/97



Fuente: MARCA.

Imagen 3: Guía 97/98



Fuente: MARCA.

Imagen 4: Guía 98/99



Fuente: MARCA.

Imagen 5: Guía 2000



Fuente: MARCA.

Imagen 6: Guía 2001



Fuente: MARCA.

Imagen 7: Guía 2002



Fuente: MARCA.

Durante los primeros siete años de edición de la guía, *Marca* apuesta por una línea continuista cambiando en los tres primeros, esencialmente el color del marco de la portada. El balón es el protagonista en las tres, distinguiéndose en función de la oficialidad del mismo. En la temporada 1996/1997 (Imagen 2) se aprecia la primera incursión de una marca deportiva, apareciendo Nike en ella. A partir de la 1998/1999 (Imagen 4) hay variaciones tanto en el formato como en la disposición de los elementos constituyentes. El balón sigue siendo la pieza central a excepción de la guía de la 1998/1999, en la cual aparecen unas botas de fútbol de la marca Adidas, siendo todavía Nike la marca deportiva del balón oficial del torneo. En el año 2002 (Imagen 7) se muestra la primera imagen de una persona, en este caso un portero atajando el balón oficial de la Champions League que acababa de ser ganada por el Real Madrid C.F, lo que supone el primer guiño a la consecución de un título europeo por un equipo español.

Respecto a la inserción del texto, hay dos factores clave: la fecha y la letra. Con el cambio hacia una nueva década, es la primera vez que se apuesta por nombrar únicamente el año en el que concluye el torneo. Así, la temporada 99/00 únicamente es citada como *Liga 2000* (Imagen 5). Este cambio será una constante en años posteriores. En cuanto al contenido puramente textual, no hay titulares extra a parte del concepto *Guía Liga* referenciando al contenido del interior.

b) Segunda etapa (2003-2008)

Imagen 8: Guía 2003



Fuente: MARCA.

Imagen 9: Guía 04



Fuente: MARCA.

Imagen 10: Guía 05



Fuente: MARCA.

Imagen 11: Guía 06



Fuente: MARCA.

Imagen 12: Guía 07



Fuente: MARCA.

Imagen 13: Guía 08



Fuente: MARCA.

La segunda generación de guías *Marca* se inicia con cambios, no solamente en el contenido (mayor número de páginas) sino también en el diseño y protagonismo de las portadas. Se apuesta por dotar de seriedad al ejemplar con el uso de claroscuros y el balón pasa a un segundo plano en detrimento de las botas de fútbol. La marca Adidas está presente en todas las portadas como anunciante. La guía de la temporada 2002/2003 (Imagen 8) inicia el cambio con la inserción de imágenes de futbolistas de diferentes equipos del campeonato, algo que no se volverá a repetir durante el periodo. No obstante, la citación de futbolistas se continuará en la guía 2003/2004

(Imagen 9) con la aparición de los nombres de los mejores jugadores del torneo en cada bota. Este hecho denota una incursión en la mercadotecnia que se estaba imponiendo con la llegada de David Beckham al Real Madrid.

En cuanto al texto, el cambio de imagen de marca del diario también se trasladó a la guía, donde destaca la “M” en la parte superior izquierda de la portada. Asimismo, en los volúmenes de las temporadas 2004/2005 (Imagen 10), 2005/2006 (Imagen 11), y 2006/2007 (Imagen 12) se observa la inserción en esa “M” del detalle *Marca Revistas*, debido a la sección de ejemplares en forma de guía/revista que publicaba la empresa sobre diferentes deportes.

c) Tercera etapa (2009-2020)

Imagen 14: Guía 09



Fuente: MARCA.

Imagen 15: Guía 2010



Fuente: MARCA.

Imagen 16: Guía 2011



Fuente: MARCA.

Imagen 17: Guía 2012



Fuente: MARCA.

Imagen 18: Guía 2013



Fuente: MARCA.

Imagen 19: Guía 13/14



Fuente: MARCA.

Imagen 20: Guía 14/15



Fuente: MARCA.

Imagen 21: Guía 15/16



Fuente: MARCA.

Imagen 22: Guía 16/17



Fuente: MARCA.

Imagen 23: Guía 17/18



Fuente: MARCA.

Imagen 24: Guía 18/19



Fuente: MARCA.

Imagen 25: Guía 19/20



Fuente: MARCA.

La tercera etapa de guías *Marca* supone un cambio en el diseño de portadas vinculadas a la consecución de la Eurocopa ganada por la Selección Española en 2008. A partir de ese momento hay referencias en cada ejemplar cuya temporada coincida con la celebración de un torneo de selecciones nacionales. Estas citas suponen otro modo de planteamiento sobre el inicio de campaña ya que se apuesta por un titular que define y genera expectativas de triunfo. De esta manera, en la 2008/2009 (Imagen14) se observa a un futbolista con la equipación nacional golpeando un balón Adidas (continúa la marca deportiva) con el titular: «El mejor fútbol de Europa». Es la primera vez que no se hace

referencia explícita al Campeonato Nacional de Liga. A continuación, se aprecia una relación explicativa de los titulares.

- 2008/2009 (Imagen 14): «El mejor fútbol de Europa». Referencia a la Selección Española ganadora de la Eurocopa en 2008.
- 2009/2010 (Imagen 15): «La Liga, Madrid y Sudáfrica. ¡Saltan Chispas!». Referencia al próximo Mundial 2010 de Sudáfrica, la Liga y la final de Champions en el Santiago Bernabéu.
- 2010/2011 (Imagen 16): «La estrella es España». Referencia a la victoria en el Mundial con el símbolo de campeones del Mundo.
- 2011/2012 (Imagen 17): «España tiene el control». Referencia a la posibilidad de revalidar el título europeo de selecciones y a la victoria del F.C. Barcelona en la Champions League.
- 2012/2013 (Imagen 18): «El mejor fútbol del mundo». Referencia a la victoria de la Selección España en la Eurocopa de Polonia y Ucrania en 2012.
- 2013/2014 (Imagen 19): «Desafío Mundial». Referencia a la intención de volver a ser campeones del mundo en Brasil 2014.
- 2014/2015 (Imagen 20): «Licencia para soñar». Obviando la decepción de Sudáfrica, se apuesta por conseguir un pleno de torneos internacionales de clubes por equipos españoles.
- 2015/2016 (Imagen 21): «España lo acapara todo». Referencia a los equipos españoles ganadores de competiciones internacionales y a la posibilidad de ganar la Eurocopa de 2016 celebrada en Francia.

Dadas las decepciones del Mundial de Brasil de 2014 y la Eurocopa de Francia de 2016, a partir de la temporada 2016/2017 se apuesta por potenciar la Liga con portadas en las que aparecen imágenes de los jugadores más relevantes. Tanto en esta edición como en la siguiente aparecen las figuras de Messi, Griezmann y Cristiano Ronaldo (Imagen 22) y de este último sentado en un trono que simula el trofeo de Liga (Imagen 23), referenciando a la serie *Juego de Tronos* (Benioff y Weiss, HBO, 2011-2019), con jugadores de otros equipos importantes en segundo plano. Los titulares «Una Liga con magia» y «Temporada de tronos», evocan una necesidad de fomentar la Liga ante el dominio económico de otras ligas europeas.

Las dos últimas ediciones (Imágenes 24 y 25) suponen un cambio de diseño clásico con el titular «Puro fútbol» y «90 años de Liga española», como homenaje a la competición liguera, con los escudos de los 20 equipos participantes. Asimismo, también hay una novedad relevante, aparece en la *Guía 2018/2019* el primer anunciante en la portada de una casa de apuestas en línea.

Once ideal	X	X	X	X	X	X	X	X
Altas y bajas	X	X	X	X	X	X	X	X
Equipación	X	X	X	X	X	X	X	X
Himno	X							
Breve historia en 1ª	X	X	X	X	X	X	X	X
Peñas	X							
Mejor momento <i>Marca</i>	X							
Foto plantilla	X	X	X	X				
Análisis temporada anterior		X	X	X	X	X	X	X
Calendario con historial		X	X	X	X	X	X	X
Últimas 20 temporadas		X	X	X	X	X	X	X
Cuatro jugadores principales					X	X	X	X

Fuente: elaboración propia.

En la primera etapa puede observarse (Tabla 2) una constante informativa basada en la combinación de elementos gráficos con información técnica sobre los clubes. Los primeros corresponden a imágenes del estadio, el entrenador principal, el escudo, la indumentaria (local y visitante) y diferentes cuadros que incluyen al equipo directivo, el cuerpo técnico, los integrantes de la plantilla, el palmarés y el historial de altas y bajas respecto a la temporada anterior.

Se observa cómo a partir de la segunda edición, se incluye un análisis de la temporada anterior, el calendario unido a un historial de enfrentamientos con el resto de equipos que participan durante la campaña y un gráfico con el rendimiento del club en las últimas veinte ligas. Esta ampliación supone la eliminación de aspectos que únicamente se encuentran en la primera edición como el himno, el número de peñas y el momento histórico *Marca*, un autohomenaje.

El aumento de información querido llevar a cabo por *Marca* también exige cambios gráficos en las imágenes como la inserción de cuatro jugadores clave de cada plantilla en lugar de un jugador estrella. Ello implica la eliminación de la imagen de toda la plantilla, que generalmente respondía a los primeros días de concentración del equipo en verano o a la jornada de presentación en el estadio.

La *Guía 2004* inicia el cambio en la administración de la información con la unificación de los datos estadísticos del club, redacción periodística e información de la plantilla. El aumento informativo es escaso y se resume en los siguientes cambios:

- Inserción de la foto de la plantilla como en las cuatro primeras ediciones.
- Reducción a tres jugadores estrella a partir de la temporada 2008/2009.

El aspecto donde sí se evoluciona notablemente es en el número de páginas dedicadas a cada club. Desde la temporada 95-96 hasta la 2002-2003 se ofrecen cuatro páginas por entidad, de las cuales tres son destinadas a la información y una a la publicidad. Con la unificación de contenido en la temporada 2003/2004 se aumenta a seis páginas, dos de ellas de carácter publicitario.

A partir de la temporada 2004/2005 vuelve a crecer la cantidad de paginado a diez, con dos de publicidad. No obstante, hay modificaciones en función de la notabilidad del club. En la sección del Real Madrid, Barcelona y Atlético de Madrid aumenta a doce, siendo cuatro de publicidad. A partir de la temporada 2015/2016, se reduce el número de páginas destinadas a ocho a excepción de los equipos citados que siguen manteniendo doce, lo que implica el descenso en paginado visto anteriormente.

4.3.2. Divisiones inferiores

Desde sus inicios, el sostén de la guía ha sido la Primera División. Concluida la información sobre ella, la guía ofrece información sobre divisiones inferiores, incidiendo especialmente en Segunda División y Segunda División B.

Tabla 3: Información en Segunda División (1995-2020)

	95-00	01-07	08-20
Datos del club	X		
Artículo informativo		X	X
Ficha simple	X	X	
Ficha con trayectoria			X
Once tipo		X	X
Resumen campaña anterior		X	X
Altas y bajas		X	X
Calendario oficial		X	X
Jugador estrella		X	
Historia y estadística del club			X

Fuente: elaboración propia.

La evolución en la estructuración del contenido, cantidad de información y número de páginas, viene determinada por una ampliación y especialización en la materia (Tabla 3). Su localización siempre ha sido la misma, inmediatamente después de la información sobre la Primera División. Respecto a la cuantificación informativa, se encuentra directamente relacionada a la cantidad páginas destinadas. Desde la temporada 1995/1996 hasta la 1999/2000, se ofrecía una página por club en la que aparecía: su historial en diferentes divisiones, un breve apunte (tres líneas) sobre los objetivos del año, una ficha con fotos sobre el cuerpo técnico y otras individualizadas de cada jugador con datos personales e información sobre la temporada anterior. La única variación en este periodo fue la inserción en la última edición de un once tipo titular para la campaña.

Con la ampliación de páginas se procede en la *Guía 2001* a ofrecer dos páginas por club. Se mantienen los elementos anteriores y se añade un artículo (con titular) sobre las posibilidades del equipo, una imagen mayor sobre el jugador estrella, las altas y las bajas, un resumen de la campaña anterior y el calendario oficial de partidos. La guía se encuentra en periodo de expansión y a lo largo de las temporadas varía el diseño con el objetivo de ofrecer más información escrita, pero de idéntica base cuantitativa.

A partir de la *Guía 08* se aumenta a tres el número de páginas. La principal novedad es el mayor desarrollo sobre la trayectoria reciente del club, con la inserción del gráfico sobre las últimas 20 temporadas y con un detalle estadístico mayor sobre la temporada anterior. También se procede a una mayor aportación sobre la trayectoria de los jugadores de cada plantilla. En un espacio menor, las fichas contienen datos sobre los todos los equipos por los que han pasado, así como información sobre la internacionalidad. En esta tercera etapa se intenta equiparar ambas categorías, entendiendo también que en Segunda División hay dos equipos más, lo que supone mayor inversión sin insertar publicidad.

Respecto a Segunda División B, la evolución es menor, así como la dedicación a su análisis. Desde la temporada 1995/1996 hasta la 2006/2007 se ofrecen cuatro páginas, cada una dedicada a un grupo territorial. La primera temporada se encuentra constituida por datos simples: nombre de la localidad, estadio, presidencia, entrenador y posición liguera de la temporada anterior. En la *Guía 96-97*, se produce el cambio capital que continuará hasta la edición 2003: la inclusión de los nombres de los integrantes de cada plantilla. Se trata de un encajamiento reduciendo el tamaño de la letra en el mismo espacio dedicado. El diseño varía únicamente con la inserción de mapas para concebir la conformación de cada grupo en función de las autonomías que lo integran.

La eliminación de las plantillas de cada equipo produce un extrañamiento ya que hasta la *Guía 2012* no se volverán a insertar, manteniéndose hasta la última edición. Esta sensación viene derivada del creciente detallismo cuantitativo que se ofrece sobre las ligas extranjeras, así como de clasificaciones históricas sobre las categorías del fútbol profesional. En la última guía editada son ocho las páginas sobre la división de bronce, cuatro para cada grupo con un análisis de la última temporada y las fichas de cada equipo: una con el calendario oficial; dos (las primeras) a modo de introducción sobre cómo se presenta la campaña; y la última, que aporta información histórica de la categoría mediante tablas numéricas.

En cuanto a la Tercera División, la primera vez que aparece es en la temporada 97/98, con una página con los nombres de los equipos de cada grupo, apartado casi invariable durante toda la producción, aumentando a dos páginas, con información concreta sobre las clasificaciones del último año y localizando los nuevos equipos que ascienden de Regional Preferente.

4.3.3. Competiciones europeas

El interés por las competiciones europeas de clubes aumenta con los cambios gestionados en las mismas, debido al mayor número de equipos que las

disputan. En 1995 solamente se clasificaba para la UEFA Champions League el primer clasificado de la Primera División, mientras que los cuatro siguientes accedían a la Copa de la UEFA. El campeón de Copa del Rey, por su parte, participaba en la Recopa. Actualmente, son cuatro equipos los clasificados (en España) de manera directa para la máxima competición continental mientras que los tres siguientes y el campeón de Copa contienden en la UEFA Europa League.

La *Guía Marca* se ha adaptado a este tránsito, así como a la expectativa que genera en el aficionado. En la *Guía 95-96* se destinan cuatro páginas, para las tres competiciones del momento, enfatizando en los equipos españoles que participaban en ellas y con referencias al palmarés de la competición. A partir de este momento, se particulariza en los rivales de las principales ligas (96-97) y paulatinamente se aumenta la redacción sobre cada club español (97-98). La victoria del Real Madrid en la temporada 1997/1998 genera un incremento de información despertando el interés por el aficionado que recibe más contenido sobre cada competición.

El estilo cambia con la inserción de titulares para cada club (*Guía 96-97*) y un desglose mayor de los principales competidores con alineaciones, principales jugadores y calendarios (*Guía 2000*) unidos a la promoción de los canales de pago que emitían las competiciones. A la introducción de la Supercopa de Europa y la Copa Intercontinental (posteriormente Mundial de Clubes) (*Guía 2001*), se une en 2003 el aumento de páginas con historiales individualizados de todos los equipos españoles que han disputado cada competición europea a lo largo de su historia. Se aboga por la aportación de especiales conmemorativos en 2006 por los 50 años de la Champions League, y se introduce información sobre la Copa Libertadores sudamericana (*Guía 2006*).

A partir de 2008 se produce el último cambio que conlleva a una mayor especialización: todos los partidos de los clubes españoles que han jugado en la campaña anterior son analizados estadísticamente y se incluyen los títulos individuales (Balón de Oro, FIFA World Player...) que se conceden a los futbolistas, tanto a nivel mundial como europeo. En 2010, el cambio final que cerrará la estructura hasta la actualidad es la conexión entre datos y opinión fundamentada, a cargo de periodistas especializados en fútbol internacional.

4.3.4. Fútbol internacional

Como se ha comentado anteriormente, hasta 1996, *Marca* había publicado dos guías externas al diario sobre competiciones de selecciones nacionales (1994 y 1996). Fue a partir de ese año (*Guía 96/97*) cuando se apostó por ofrecer contenido alrededor del fútbol europeo, insertando en dos páginas a las cuatro grandes ligas europeas del momento al margen de la española. La Premier

League inglesa, el Calcio italiano, la Bundesliga alemana y la Ligue 1 francesa fueron las elegidas con información sobre las plantillas (solamente nombres y demarcaciones) de cada equipo que las disputaba. Al margen, equipos que disputaban Champions League eran separados en la sección dedicada a competiciones europeas con una ampliación en la que se aportaba datos numéricos sobre el palmarés.

Progresivamente, el protagonismo del fútbol europeo fue aumentando debido a dos motivos: el interés que despertaba en el público por la presencia de más equipos españoles en las competiciones europeas de alto nivel y por la aplicación de la Ley Bosman, que permitía ampliar la ratio de jugadores foráneos, convirtiéndose en comunitarios aquellos que pertenecían a la Unión Europea, incluidos los sudamericanos nacionalizados españoles. Sobre este escenario se dedica mayor número de páginas, de las cuatro de la *Guía 97/98* a las cuarenta y siete en la edición 2000. Se insertan artículos valorativos (*Guía 97/98*), se añaden las ligas de Portugal y Holanda (*Guía 98/99*), así como los campeonatos de Argentina y Brasil, incidiendo en el fútbol sudamericano. Por último, se profundiza en los equipos europeos que jugaban competiciones internacionales (*Guía 2000*) y americanos (*Guía 2001*).

La progresión informativa conduce a partir del nuevo siglo a más mejoras: tablas y gráficos sobre máximos goleadores históricos y análisis detallado sobre las figuras de cada competición (*Guía 2002*); clasificaciones históricas de las grandes ligas y, por primera vez, una referencia a los jugadores españoles que jugaban en el extranjero, algo no tan habitual a principios de siglo (*Guía 2003*). La apuesta por la internacionalización llevó a la publicación periódica a referenciar todas las clasificaciones del fútbol europeo, primero aquellas que participaban en Champions League (*Guía 2004*) y, posteriormente, el resto (*Guía 2006*).

A partir del año 2010, al carácter divulgativo, pero densamente estadístico de la información internacional, se le añade la dimensión analítica del periodismo especializado siguiendo la misma línea que las competiciones europeas. En este año se concluye todo el armazón que se verá salpicado con ligeras modificaciones: ampliación de plantillas de campeones de ligas menores (*Guía 2012*); mayor dedicación a los futbolistas en ligas extranjeras (*Guía 2013*) y a los técnicos que también comenzaban a ser fichados a partir de las victorias de la Selección Española de Fútbol (*Guía 2013/2014*); y citas a los campeones de todas las ligas del mundo (*Guía 2017/2018*).

4.3.5. Selección Española

La victoria de la Selección Española de Fútbol en la Eurocopa de Austria y Suiza de 2008, supuso un punto de inflexión en la transmisión del contenido alrededor del combinado nacional en la *Guía Marca*.

En la temporada que concluía con el Mundial de 1998, el papel de la Selección Española era testimonial, con dos páginas durante las dos primeras ediciones en las que se trataba el calendario oficial y un breve artículo sobre la situación del propio conjunto. La *Guía 97/98* repasó a través de un cuadro a doble página, todos los jugadores que habían sido internacionales a lo largo de la historia. Esa fue la primera ampliación sobre el combinado. A partir de ese instante, todas las ediciones en las que se ha celebrado un campeonato de naciones han sido analizadas, tanto en las temporadas coincidentes con la previa como los propios torneos.

Los cambios capitales son los siguientes: repaso a todos los partidos de la Selección Española con los respectivos jugadores debutantes e inserción por primera vez de un breve repaso sobre las categorías inferiores (*Guía 98/99*); estadísticas sobre rivales y máximos goleadores y preparación de los Juegos Olímpicos (*Guía 2001*); análisis de las previas de manera exhaustiva a través de gráficos estadísticos y onces preestablecidos, y tablas sobre la participación de todos los jugadores que han vestido la camiseta nacional (*Guía 2002*).

La ampliación de su número de páginas conlleva un aumento de contenido con la presencia de un repaso a las finales mundialistas y europeas (*Guía 2004*); inserción de la Copa Confederaciones (*Guía 06*) y la creación de opinión con titulares que alentaban a disputar los torneos en plena crisis futbolística y social (*Guía 2008*).

La consecución de la Eurocopa 2008 inicia las columnas de opinión y la conformación de apartados concretos para las diversas citas futbolísticas. Además, se apuesta por el análisis de todos los partidos jugados en la historia de la Selección Española, pero en esta ocasión con las alineaciones de cada encuentro (*Guía 2010*). La victoria en el Mundial de Sudáfrica implica un mayor protagonismo que se mantendrá en los siguientes volúmenes (2011-actualidad).

4.3.6. Secciones complementarias

La *Guía Marca* también la componen un grupo de secciones que han ido creciendo a lo largo de sus diferentes épocas (Tabla 4). En la primera (1995-2002), los epígrafes destinados a los árbitros, a la clasificación histórica de la Liga y al historial de la Copa del Rey (a partir de 1996) han sido una constante. A partir de 1996, con la posibilidad de promocionar el premio Guruceta que otorga

Marca al mejor colegiado, se insertó en la propia página a los árbitros de Segunda División y en 2001 a los de Segunda B.

Se observa un intento de ampliación a partir de la temporada 1997/1998, con estadísticas de la temporada anterior que se verá mejorado con un resumen redactado y fotográfico (*Guía 2002*). Asimismo, no faltará hasta la última edición, tablas sobre los máximos goleadores y los porteros menos goleados (Trofeos *Pichichi* y *Zamora*). Queda eliminada la presencia de la Liga de Fútbol Profesional, excluyendo un escrito por parte de su presidente que tuvo lugar los dos primeros años. El fútbol sala, al pertenecer a la Real Federación Española de Fútbol, se introdujo en la *Guía 98/99*, retomándose dos temporadas después, con una única página en la parte final del volumen. El aspecto más curioso se da en la *Guía 2000*, con un guiño a Internet a través de un amplio directorio de páginas web de clubes de todo el mundo, algo que no prosperó.

Tabla 4: Composición de las secciones complementarias

	95-96	96-97	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02
Árbitros	X	X	X	X	X	X	X
Informe LFP	X	X					
Clasificación histórica de la Liga	X	X	X	X	X	X	X
Historial Copa del Rey		X	X	X	X	X	X
Análisis temporada anterior			X	X	X	X	X
<i>Pichichi</i> y <i>Zamora</i>			X	X	X	X	X
Fútbol Sala				X		X	X
Directorio Internet						X	
Resumen temporada anterior							X

Fuente: elaboración propia.

A partir de la temporada 2002/2003 se regulariza lo establecido hasta el momento con ciertas modificaciones: la inserción de un mayor contenido estadístico con la unión del resumen de la temporada y las estadísticas; un historial de la Copa del Rey más extenso con las finales y sus alineaciones; otro historial de la Liga con todas las clasificaciones y plantillas de los campeones; y un

estudio pormenorizado del arbitraje que incluye una ficha con cada colegiado y los equipos que ha arbitrado a lo largo de su carrera.

Hay tres secciones que desaparecerán durante su edición: una titulada *Grandes goleadores* homenajeando la figura de Romario, Puskas, Muller y Hugo Sánchez (*Guía 2003*); otra titulada *Marca Leyenda* promocionando un premio otorgado a relevantes deportistas a todos los niveles, que en este caso fueron los futbolistas Pelé, Cruyff, Di Stefano y Maradona (*Guía 2004*); y la dedicada al fútbol sala, que desaparecerá por completo.

En la *Guía 2004* se incluyen las últimas secciones individualizadas destinadas al fútbol femenino y a las categorías juveniles, ambas manteniéndose hasta la última edición.

4.4. Tipología de ficha

Marca da a entender con la publicación de sus guías que el futbolista es el protagonista de la competición. En el siguiente apartado se procede a analizar la evolución de la ficha técnica de jugador desde las vertientes de los datos y el diseño.

a) Fichas iniciales (1995-1997)

Contenido de la ficha en la *Guía 95/96* (Imagen 26)

- Datos personales: nombre, equipo, fecha de nacimiento, altura y peso, ciudad de procedencia y nacionalidad, autógrafo y trayectoria deportiva.
- Características técnicas: informe en la parte derecha, demarcación en el terreno de juego y definición por parte del entrenador.
- Estadísticas: partidos jugados en la temporada anterior (titular y suplente), goles, número de tarjetas amarillas y rojas, partidos en la liga española, internacionalidades y puntos que otorga el diario *Marca* en cada jornada.

Cambios en la *Guía 96/97* (Imagen 27)

- Datos personales: eliminación del autógrafo e introducción del número de camiseta.
- Características técnicas: eliminación del informe *Marca*.
- Estadísticas: dos temporadas de partidos jugados. Análisis de datos en el juego de la campaña anterior.
- Diseño: cambio de estructura aunque con contenidos similares.

Imagen 26: Ficha 95-96

SUKER Sevilla

Davor Suker

Osjjek (CRO) 01-01-68

1.83 m. - 78 kg.

P. J. en 1ª: 121 / Int.: 14

Trayectoria: Osijek 87-89, Din. Zagreb 89-91, Sevilla 91-

Temporada 94-95

Partidos jugados: 32

Titular: 32

Goles: 17 (3 de penalti)

PUNTOS MARCA 1.46

LIGA FANTASTICA 2.71

Es, sin duda, uno de los mejores delanteros del continente. Fantasia y remate letal. Una zurda de lujo.

Toni: "Técnica, velocidad, remate... de lo mejor de Europa"

Fuente: MARCA.

Imagen 27: Ficha 96-97

SUKER Real Madrid

Davor Suker

1.83 m. • 78 kg. Osijek (Croacia) 01-01-68

P. J. en 1ª: 153

Sus equipos: Osijek 87-89, Din. Zagreb 89-91, Sevilla 91-96, Real Madrid 96-

DELANTERO

Su progresión

95-96	94-95
Partidos jugados 32	32
Titular 31	32
Minutos jugados 2.629	2.736
Goles 16	17
Tarjetas amarillas 12	11
Tarjetas rojas 1	1

PUNTOS MARCA 1.37

LIGA FANTASTICA 2.25

La genialidad avala todas sus acciones

La temporada pasada

Goles/de penalti	16/2
Tiros a puerta	116
Efectividad	13.9%
Asistencias	8
Fueros de juego	40
Faltas cometidas	34
Faltas recibidas	36

Fuente: MARCA.

b) Etapa de consolidación (1998-2003)

Durante cinco campañas se ofrece un diseño similar con algún añadido informativo. Contenido de la ficha (Imagen 28):

- Datos personales: nombre, equipo, fecha de nacimiento, altura, peso, ciudad de procedencia y nacionalidad y trayectoria deportiva.
- Características técnicas: demarcación en el terreno de juego y definición Marca (parte inferior).
- Estadísticas: fecha de debut, temporadas, partidos y goles en Primera División. Análisis actualizado de las últimas tres campañas con ampliación de datos (disparos a puerta, faltas, acciones a tener en cuenta...), cuadro central del palmarés y puntos otorgados por el diario *Marca*.

Cambios en 2003 (Imagen 29):

- Características técnicas: sustitución del informe *Marca* por información sobre el fin de contrato y la cláusula de rescisión.
- Estadísticas: se añade información sobre la tipología del gol y la influencia en defensa.

Imagen 28: Ficha 97-98

GUERRERO ATHLETIC

Julen Guerrero López

1,79 m • 71 Kg

07-01-74 • Portugalete (Vizcaya) Int.: 30 veces MEDIO

Partidos jugados 27

Titular 27

Minutos 2.397

Tiros a puerta 76

Goles 13

Asistencias 15

PUNTOS MARCA 1.28

LIGA FANTASTICA 2.91

Líder, genial repartiendo juego y con un disparo letal

Fuente: MARCA.

Imagen 29: Ficha 2003

CURRO TORRES VALENCIA

Cristóbal Emilio Torres Ruiz

1,80 m • 76 Kg

27-12-76 • Ahlen (Alemania) Int.: 5 veces DEFENSA

Trayectoria

- 1995-97 Bramante
- 1997-99 C. Ray
- 1999-00 Valencia B
- 2000-01 Real Madrid
- 2000-01 Tenerife
- 2001- Valencia

Palmarés

1 Liga	Copa Europa
1 Supercopa	Copa Rey
1 Copa Liga	Supercopa Eur.
1 Pichichi	Eurocopa
1 C. Intercont.	Mundial

Primera división

Partidos jugados	37
Titular	36
Minutos	3.054
Tiros a puerta	15
Derecha / Izquierda	14/1
Goles	1
De penalti	0
Asistencias	2
De penalti	0
Efectividad	0.0%

Fin contrato: 2005

Cláusula rescisión: 13.000.000 euros

Fuente: MARCA.

c) Reformas en la segunda etapa (2004-2009)

Contenido de la ficha (Imágenes 30 y 31):

- Datos personales: nombre, equipo, fecha de nacimiento, altura, peso, ciudad de procedencia y nacionalidad.
- Características técnicas: demarcación en el terreno de juego.
- Estadísticas: fecha de debut, temporadas, partidos y goles en Primera División. Análisis actualizado de las últimas tres campañas. Trayectoria en el fútbol profesional e internacionalidades. Cláusula y finalización del contrato.

Cambios gráficos respecto a la anterior etapa:

- Substitución del cuadro central del palmarés por el de la trayectoria profesional.
- Espacio independiente dedicado al palmarés.
- Disminución de contenido respecto a los tipos de jugada y la influencia defensiva.
- Cambio de diseño de la señalización de la demarcación.

Imagen 30: Ficha 2004

MORATÓN
Jose Moratón Tascio
14-7-75 Santander (CANTABRIA)
1.86 m | 78 kg

DEFENSA

Trayectoria

Div	Equipo	Temp	P	G	A	P	G	P	G
77-98	Racing B	20	15	0	0	0	0	0	0
98-99	Racing B	3	0	0	0	0	0	0	0
99-00	Racing B	1	1	0	0	0	0	0	0
00-01	Racing B	20	27	0	0	0	0	0	0
01-02	Racing	1	0	0	0	0	0	0	0
02-03	Racing	2	32	1	0	0	0	0	0
03-04	Racing	1	24	3	0	0	0	0	0
TOTAL	108	41	0	0	0	0	0	0	0

Estadísticas

00-01	01-02	02-03
Part. jugados/partidos	24/24	24/24
minutos	1985	1985
Tarjetas amarillas	0	0
Remates	0	0
a portería	4	0
Goles	3	0
desfijos	0	0
cabezas/otros	0	0
Goles de penalti	0	0
Partidos sancionados	0	0
Centros al área	0	0
PUNTOS MARCA	1,13	0
media liga	1,54	0
LIGA FANTASTICA	2,37	0
media liga	2,34	0

Palmarés

» Debut: 12-12-98 | 1ª Div. B
» Internacional: Ninguna
» Fin contrato: -
» Cláusula: -

Temp. Partidos. Goles
2 35 3

Fuente: MARCA.

Imagen 31: Ficha 2009

PORTILLO
Javier García Portillo
30-3-82 Aranjuez (MADRID)
1.80 m | 70 kg

DELANTERO

Trayectoria

Div	Equipo	Temp	P	G	A	P	G	P	G
01-02	R. Madrid C	3	0	0	0	0	0	0	0
01-02	R. Madrid B	20	18	0	0	0	0	0	0
02-03	R. Madrid	1	0	0	0	0	0	0	0
03-04	R. Madrid	1	0	0	0	0	0	0	0
04-05	R. Madrid	1	18	7	1	4	0	0	0
05-06	R. Madrid	1	10	0	0	0	0	0	0
06-07	Recreativo	1	11	7	2	0	0	0	0
07-08	Levante	1	24	13	0	8	15	0	0
08-09	Silves	1	34	11	2	1	0	0	0
09-10	Osasuna	1	10	2	0	0	0	0	0
TOTAL	146	74	25	13	20	5	0	0	0

Estadísticas

05-08	08-07	07-08
Part. jugados/partidos	24/21	24/20
minutos	1781	2720
Tarjetas amarillas	1/0	2/0
Remates	78	2/1
a portería	32	7
Goles	8	11
desfijos	0	0
cabezas/otros	0	0
Goles de penalti	0	0
Autogoles	2	0
Centros al área	29	8
PUNTOS MARCA	1,3	0,56
media liga	1,19	1,23
LIGA FANTASTICA	2,4	0,56
media liga	2,33	2,57

Palmarés

» Debut: 6-10-02 | 1ª Div. B
» R. Madrid-Alaves: 5-2
» Internacional: Ninguna
» Fin contrato: 2011
» Cláusula: 10 mill. €
» Temp. Partidos. Goles: 5 83 19
» 1 INTERCONTINENTAL: 2002
» 1 COPA EUROPA: 01-02
» 1 SUPERCOPA EUR.: 2002
» 1 LIGA: 02-03

Fuente: MARCA.

d) Etapa actual (2010-presente)

Se mantiene hasta la actualidad el formato de ficha que se inicia en 2010. Hay una disminución del contenido en algunos campos y un cambio de diseño.

Contenido de la ficha (Imágenes 32 y 33):

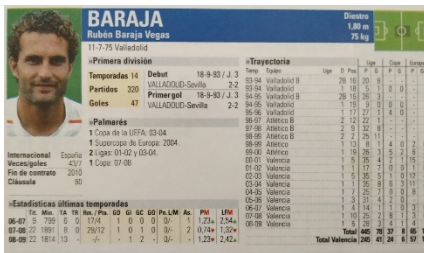
- Datos personales: nombre, equipo, fecha de nacimiento, altura, peso, ciudad de nacimiento y nacionalidad.
- Características técnicas: demarcación en el terreno de juego.
- Estadísticas: fecha de debut, temporadas, partidos y goles en Primera División. Análisis de las tres últimas temporadas. Trayectoria en el

fútbol profesional e internacionalidades. Cláusula y finalización de contrato. Puntos otorgados por *Marca*.

Cambios gráficos respecto a la anterior etapa:

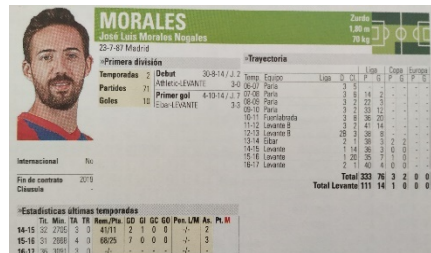
- La parte derecha acoge toda la trayectoria profesionalidad del jugador.
- En la parte inferior se insertan las tres últimas temporadas con menor cantidad de contenido informativo.
- El palmarés pasa a la parte central.
- Se aporta el dato del primer gol en Primera División.

Imagen 32: Ficha 2010



Fuente: MARCA.

Imagen 33: Ficha 2019



Fuente: MARCA.

Con el objetivo de unificar los datos expuestos para una mayor comprensión, a continuación (Tabla 5) se muestra una tabla con la cantidad de contenido que se aporta a través de la ficha técnica.

Tabla 5: Contenido de la ficha (1995-2020)

	95-96	96-97	97-03	04-09	10-20
Datos personales	X	X	X	X	X
Informe <i>Marca</i>	X				
Demarcación	X	X	X	X	X
Cita de <i>Marca</i> /entrenador	X	X	X		
Partidos jugados	X	X	X		X
Goles	X	X	X	X	X
Tarjetas amarillas y rojas	X	X	X	X	X
Puntos <i>Marca</i>	X	X	X	X	X
Autógrafo	X				

Trayectoria deportiva	X	X	X	X	X
Internacionalidades	X	X	X	X	X
Camiseta y número	X	X	X		
Análisis básico (temporada)		X			X
Análisis completo (temporada)			X	X	
Fin de contrato y cláusula			X	X	X
Palmarés			X	X	X
Temporadas, partidos y goles en Primera División			X	X	X
Debut			X	X	X
Primer gol					X
Trayectoria profesional avanzada			X	X	X

Fuente: elaboración propia.

4.5. Fútbol femenino

La Liga de Fútbol Femenino, dependiente de la Real Federación Española de Fútbol, tiene su primera aparición en el ejemplar correspondiente a la temporada 1998/1999, ocupando la penúltima cara de la edición en la que se narra la victoria del Atlético Málaga en el campeonato 1997/1998 y las dificultades de la Selección Española por mantenerse en el Grupo Mundial. Cabe destacar que el apunte no consta de un encabezado, siendo parte integrante de la sección destinada al fútbol sala.

A partir de este instante no ha dejado de aparecer, aunque sin tener protagonismo hasta la última publicación (2019/2020). En la siguiente edición pierde protagonismo apareciendo únicamente la última convocatoria del combinado nacional dentro del apartado de selecciones juveniles. Se mantendrá la misma disposición hasta la *Guía 2003* en la que deja de citarse al combinado nacional y solamente hay una referencia en un cuarto de página de la sección destinada a la Copa del Rey, compartiendo columna con los resultados de las categorías inferiores.

El punto de inflexión se da en la *Guía 2004*, retomando el *modus operandi* de la primera aparición y ofreciendo la información de la Liga y la Copa de la Reina en la última página del ejemplar, esta vez con titulares sobre los equipos campeones y estadísticas acerca de la consecución de las campañas. La *Guía*

2008 puso punto y final a la dinámica establecida, volviendo a formar parte del apartado de fútbol juvenil.

El volumen de la 2013/2014 ofreció por primera vez dos páginas sobre fútbol femenino, separando al combinado nacional de las competiciones de clubes, entre las cuales también destacan los torneos europeos. La primera participación en un Mundial (Canadá de 2016) fue motivo de la ampliación a tres páginas de información sobre fútbol femenino en la *Guía 2015/2016*. Asimismo, es la primera vez que aparecen las categorías inferiores de la Selección Española en el apartado.

El proceso hacia cierta representación del fútbol femenino culmina con las diez páginas ofrecidas en la última edición (Imagen 34). La peculiaridad de este ejemplar se basa en que es el primero que consta de una doble portada, que combina las competiciones masculina y femenina.

Imagen 34: Doble portada Guía 2019/2020



Fuente: MARCA.

Con el titular en portada «Estrellas de Primera», jugando con los colores para hacer hincapié en el potencial femenino, se inicia este nuevo camino. Un detalle a mencionar es la diferenciación de portadas en el plano publicitario. Mientras que en la portada masculina no hay ningún detalle al patrocinador (Banco Santander), sí lo hay en la femenina (Liga Iberdrola). El aumento de información responde al titular que abre el primer artículo de la edición femenina: «El fútbol es universal», rememorando el récord mundial de asistencia a un partido de fútbol femenino en un estadio de Primera División. Posteriormente, se da paso a un desglose de todos los equipos de la máxima categoría, con plantillas y jugadoras principales, resumen del año de los torneos nacionales e internacionales, así como un amplio reportaje de la primera vez que la Selección Española pasaba de una fase de grupos en el Mundial de Francia 2019.

5. Conclusiones

Las publicaciones periódicas en papel han tenido que adaptarse a los cambios que el consumo tecnológico ha impuesto, algo que se observa en la desaparición de las publicaciones *Marca* sobre la gran mayoría de deportes, a excepción del fútbol. Sobre este escenario y ante la evolución en el mundo de la comunicación en 25 años, la *Guía Marca* de fútbol se ha instituido como un paradigma de la información recopilatoria en el panorama futbolístico. A través del análisis mostrado, puede concluirse que sin aumento de paginado no puede ampliarse en gran medida, la vertiente estadística, emulando las nuevas opciones que aportan las bases de datos en la red, siempre en constante actualización.

No obstante, *Marca* apuesta por una continuidad en el vasto contenido de su publicación. La exigencia del consumidor ante ciertas novedades es respondida a través de una doble vertiente: por un lado, el factor estadístico, aportando cada temporada actualizaciones que permitan entender la colección como una hemeroteca; y, por otro, en el marco de la redacción, elaborando contenido periodístico de calidad sosteniéndose en la objetividad de los resultados.

Respecto a la comprensión de los cambios planteada en los objetivos iniciales, resulta trascendente la constitución de una constante publicable, es decir, que este prototipo de guía se institucionalice en el quiosco, exige adaptarse a las necesidades del lector. Lo que se inició como una apuesta de carácter local (España) en su primera etapa, se convierte ante los intereses del lector, en un documento que ofrece información sobre competiciones internacionales, tanto de clubes como de selecciones.

La globalización futbolística que permite al espectador acceder a cualquier partido de fútbol a través de múltiples plataformas, es un activo para que esta guía acceda al lector generando interés en ella, a través del componente patriótico. Este elemento se observa en la celebración de los éxitos europeos a nivel de clubes e internacionales de la Selección Española. Por ello, es necesario incidir en el giro coyuntural que supuso una mayor potenciación del combinado nacional, sin restar relevancia al elemento protagonista de la publicación.

En última instancia, el ingrediente investigador de esta trayectoria permite ofrecer nuevas perspectivas sobre los cambios de publicaciones periódicas, que se mantienen más allá de los cambios sociales. De esta manera, la presente investigación invita a reflexionar sobre multitud de colecciones de revistas que han llenado los quioscos españoles y sobre las cuales no se ha profundizado de manera académica o científica. Se propone, por tanto, la necesidad de continuar investigando sobre los modelos de producción y gestión de la información a través de datos cuantitativos y cualitativos para comprender cómo han sido los cambios en las últimas décadas, fundamentalmente por la llegada

de Internet, que ha generado el gran cambio de los medios de comunicación, especialmente relacionados con el soporte impreso.

Referencias bibliográficas

- AQUESOLO, J.A. (2000). Apuntes para una historia de la documentación deportiva. *Revista general de información y documentación*, 10 (1), 31-67.
<https://tinyurl.com/ybdj3ces>
- AQUESOLO, J.A. & IRURETA-GOYENA, P. (2000). La información deportiva en España. *Revista general de información y documentación*, 10(1), 11-15.
<https://tinyurl.com/y9tzaoy9>
- ARAYA, R., BRAVO, L., & CORRALES, O. (2000). Entre glorias y agonías: fútbol e identidad nacional en la prensa. *Revista Comunicación y Medios*, 12, 67-73. **<https://doi.org/10.5354/0719-1529.2011.13035>**
- BIRRELL, S. y LOY, J. (1979). Media Sport: Hot and Cool. *International Review for the Sociology of Sport*, 14 (1), 5-18.
- CEREZUELA, B. (2003). *La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos. Olimpisme i esport: working papers del CEO-UAB*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.
- DEVÍS, J., ANTOLÍN, L., VILLAMÓN, M., MORENO, A. & VALENCIANO, J. (2003). Las revistas científicas-técnicas españolas de las Ciencias de la Actividad Física y el Deporte: inventario y análisis de la calidad de contenido y difusión. *Revista española de documentación científica*, 26 (2), 177-190.
<https://doi.org/10.3989/redc.2003.v26.i2.136>
- GÓMEZ BUENO, J. (2014). Estudio de la credibilidad y la imparcialidad como garantías éticas en la prensa deportiva española. *Razón y palabra*, 18 (1), 405-420. **<https://tinyurl.com/y7uadk7d>**
- HERRERO, F.J. (2009). Una aproximación para una propuesta metodológica híbrida entre lo cuantitativo y lo cualitativo para el estudio de las retransmisiones deportivas en la radio española. *RICYDE. Revista internacional de Ciencias del Deporte*, 5 (15), 46-63.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=710/71011253005>
- HERRERO, F.J. (2011). España gana el Mundial 2010 de fútbol: el triunfo visto por la prensa española: aspectos deportivos y extradeportivos. *Comunicación y hombre: Revista Interdisciplinar de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*, 7, 159-171.
<https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2011.7.129.159-171>
- HERRERO, F.J. (2013). Las retransmisiones deportivas radiofónicas: estudio de la locución y análisis de sus recursos sintácticos, gramaticales, léxico-semánticos y estilísticos dentro del contexto sociocultural español. En HERRERO, F.J., SÁNCHEZ PITA, F., ABREU, A., & TOLEDANO, S. (Coord.), *La*

sociedad ruido: entre el dato y el grito. Tenerife, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.

- MARCA (1995). *Guía Marca de la Liga 95-96*. Madrid, España: Marca.
- MARCA (1996). *Guía Marca de la Liga 96-97*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (1997). *Guía Marca de la Liga 97-98*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (1998). *Guía Marca de la Liga 98-99*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (1999). *Guía Marca de la Liga 2000*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2000). *Guía Marca de la Liga 2001*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2001). *Guía Marca de la Liga 2002*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2002). *Guía Marca de la Liga 2003*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2003). *Guía Marca de la Liga 04*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2004). *Guía Marca de la Liga 05*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2005). *Guía Marca de la Liga 06*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2006). *Guía Marca de la Liga 07*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2007). *Guía Marca de la Liga 08*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2008). *Guía Marca de la Liga 09*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2009). *Guía Marca de la Liga 2010*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2010). *Guía Marca de la Liga 2011*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2011). *Guía Marca de la Liga 2012*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2012). *Guía Marca de la Liga 2013*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2013). *Guía Marca de la Liga 2013/2014*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2014). *Guía Marca de la Liga 2014/2015*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2015). *Guía Marca de la Liga 2015/2016*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2016). *Guía Marca de la Liga 2016/2017*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2017). *Guía Marca de la Liga 2017/2018*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2018). *Guía Marca de la Liga 2018/2019*. Madrid, España: Marca.
- MARCA. (2019). *Guía Marca de la Liga 2019/2020*. Madrid, España: Marca.
- MORAGAS SPÀ, M. KENNETT, C., GARCÍA SEDÓ, R., Cerezuela, & Blasco Gil. J.J.

(2003). *El Impacto de Internet en los medios de comunicación y la industria del deporte*. Barcelona, España: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.

- OLIVA MARAÑÓN, C. (2013). Las monografías de Publicidad a través de las aplicaciones documentales ISBN y REBIUN: un estudio bibliográfico (2008-2012). *Index. comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 3(1), 139-165. <https://tinyurl.com/ya63kfug>
- ORTIZ REPISO, V. (2015). Repensar los estudios de Biblioteconomía y Documentación en España: traspasando los límites. *BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 35. <http://dx.doi.org/10.1344/BiD2015.35.31>

- QUIROGA, L. (2001). La información y documentación deportiva en Internet. *Educación y biblioteca*, 123, 108-112.
<http://hdl.handle.net/10366/118766>
- REMANS, A. (2000). Información y documentación deportiva en Europa. *Revista General de Información y Documentación*, 10, 17-29.
<https://tinyurl.com/y982o57d>
- RESINA DE LA FUENTE, J. (2014). Del consenso al “tiki-taka”: redefiniendo el nacionalismo español desde la prensa escrita a través del fútbol. *Política y sociedad*, 51 (2), 297-336.
https://doi.org/10.5209/rev_POSO.2014.v51.n2.43076
- ROMÁN SAN MIGUEL, A. (2012). “La previa deportiva” como género del periodismo especializado. En FERNÁNDEZ SANZ, J.J. y RUBIO, A.L. & SANZ, C. (coord.), *Prensa y Periodismo Especializado*. Guadalajara, España: Asociación de la Prensa de Guadalajara.
- TORREBADELLA, X. & NOMDEDEU, A. (2015). Los primeros libros de fútbol publicados en España (1900-1919). *Revista general de información y documentación*, 25 (1), 113-139.
https://doi.org/10.5209/rev_RGID.2015.v25.n1.48985