

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Trabajo Especial de Grado

20 años

Periodismo deportivo en Venezuela: imagen gráfica y evolución en los últimos



Recorrido
historiográfico a
Últimas Noticias,
Meridiano,
El Nacional
y Líder



Autor Patricia Andreína Briceño Ramírez
Tutor Prof. José Fernández Freites

Caracas, 2008

Agradecimientos

Aunque muchos no lo crean, llegar aquí fue muy duro. Después de tantos madrugonazos para asistir a clases, tantas caídas y levantadas en el transcurso de la carrera, al fin ya puedo dar gracias y retribuirles su apoyo a todos aquellos que me ayudaron a hacer este sueño realidad, a todos le digo como dijo Gustavo Cerati en el Poliedro de Caracas... “Gracias Totales”.

El orden de los factores no altera el producto, me repetían una y otra vez en mis clases de matemáticas en bachillerato, imposible olvidarlo. En el orden que serán nombrados todos aquellos que de alguna u otra forma participaron en esta parte de mi vida no tiene que ver con la importancia, sino más bien está relacionado con el estado paupérrimo de mi memoria, porque eso sí, mala soy para recordar los nombres. Ahí les va:

A mi tío Lamberto porque gracias a él estoy aquí, mi segundo padre, aunque quizá no he sido la hija más preocupada, pero sólo la vida sabe cuan agradecida le estoy porque vivimos juntos el trauma de ingresar a la carrera.

A mis pures (Carmen y Fer), si no los nombro quien los aguanta. Ellos que siempre me han aupado a seguir adelante, no me lo han permitido todo pero tampoco me han prohibido nada, ellos que depositaron en mí un gran voto de confianza y más temprano o tarde les cumplí con la realización de este trabajo de grado. A mi hermano Eric, que quizá no es el mejor de todos, gracias por estar ahí, por sus regaños a destiempo, por sus palabras, por su ayuda. A ellos “Gracias”.

A mi tutor José “Cheo” Fernández Freites por aceptar mi anteproyecto, por ser mi guía, por cada minuto dedicado, por cada corrección, por cada palabra de aliento y por cada anécdota contada en nuestras sesiones. Gracias por creer en esto y sobre todo por creer en mí.

A lo largo de todo este tiempo, en el que duré en la realización de esta tesis, no he sido lo suficientemente agradecida para con Tatum Gois, por eso aprovecho este espacio para darte ante todo las gracias :1) por ser quien es, una diseñadora de grandes ideas, entre otras cosas, y que nunca tuvo la mezquindad con sus conocimientos para el desarrollo de mi tesis, más al contrario, siempre fuiste la luz al final del tunel. Gracias por eso. 2) De verdad que me quedo sin palabras para expresarte mis sinceros reconocimientos. A ti por tu paciencia, tu constancia y tu apoyo, ah y por tu paciencia, y también por tu paciencia. 3) Por la dedicación y montar este trabajo en Quark Xpress, cosa que yo ni en el mejor momento de mi vida hubiese hecho sola. 4) Por enseñarme el valor que actualmente tienen el Diseño de la Información, no sólo en el cuerpo deportivo de los medios impresos, sino en su totalidad, por explicarme cada palabra, cada detalle, por corregirme y regañarme (casi me pega :). 5) Por empujarme todas las veces que me quedé dormida, y vaya que fueron un montón. Gracias de nuevo por tus ocurrencias, tus millones de ideas, tu entusiasmo y sobre todo gracias por no dejarme sola, en los momentos más angustiantes de toda esta experiencia. Gracias a todos esos conocimientos y a la investigación hoy puedo ver a estos periodicos y muchos otros, de manera distinta y quizá mi destino este fuera del diseño pero este tema que para mí era totalmente desconocido y no muy relevante, ahora me parece uno de los más importantes, diseñar en el periodismo no es hacer un show bonito lleno de papelillos y serpentinas, es una puesta en escena atractiva y agradable con el fin de brindar un trabajo serio, profesional y que llene las expectativas del público final, el lector. Eso lo aprendí gracias a la Gois.

A todos los personajes protagonistas de esta maravillosa historia. A Eumar Esaa, la Profesora Carmen Riera, el Profesor Cándido Pérez, Pedro Ricardo Maio, José Visconti, el profesor Eleazar Díaz Rangel, Héctor Castillo, Cristóbal Guerra y Gerardo Blanco. Cada uno especialista en su área hizo su aporte para el desarrollo de esta tesis, a ustedes.... Gracias.

Quizá me falta mucha gente por nombrar, y a los que se sienten aludidos, también gracias.... A todos aquellos que confiaron en mí y a los que no tanto :)

Indice

Dedicatoria	
Agradecimientos	
Introducción	7
Capitulo I Recuento histórico del periodismo deportivo venezolano	13
1.1.- La génesis	14
1.2.- La profesión y su creciente desarrollo	
1.3.- Los primeros pasos	15
1.4.- 1941: Nace Últimas Noticias (el diario del pueblo)	16
1.5.- La crónica deportiva: el aporte original de los años 50	-
1.6.- Los tiempos modernos... y llegó Meridiano	18
1.7.-Influencia histórica en el tratamiento del deporte en los demás medios impresos	19
1.8.-Nacimiento de Líder y su repercusión el periodismo deportivo	22
1.9.-Líder vs. Meridiano la batalla por el primer lugar	24
1.10.-Papel histórico del periodismo en el deporte nacional	27
1.11.-Pocos periodistas, muchos deportes y miles de deportistas	29
1.12.-Especialización en el Periodismo Deportivo	30
1.13.-Deporte olímpico, deporte menor y extremo. Retoman importancia dentro del cuerpo deportivo	32
1.14.-Periodismo atractivo libre de repeticiones	36
Capitulo II Importancia comercial del deporte para el periodismo	39
2.1.- ¿Periodismo deportivo, un negocio?	40
2,2.-El Boom del escándalo como anzuelo atrapa lectores	41
2.3.-Deportes tradicionalmente comerciales vs. Deportes tradicionalmente no comerciales	44
2.4.-Deportes tradicionalmente Comerciales o deporte espectáculo	-

2.5.-Deportes tradicionalmente no comerciales	47
2.6.-Extremos o alternativos	48
2.7.-El Titiritero mágico	49
2.7.1.-Dos impulsores, un cambio	
2.8.-Fotografía periodística en Venezuela	52
2.9.-La Fotografía en el Periodismo Deportivo	55
2.10.-El diseño de la información	56
2.11.-Un Poco de la historiografía del diseño gráfico en Venezuela	59
2.12.-El Diseño en Venezuela	60
2.12.1.-Características del Diseño Gráfico en Venezuela	-
2.13.-Muestras y principales aportes	61
2.14.-Elementos Compositivos y Soportes	63
2.15.-La hiperinformación y sus paradojas	64
Capítulo III Dos décadas de evolución página a página	66
3.1.-Cambios en la forma gráfica de los cuatro diarios en estudio	67
3.1.1.-El Nacional	-
3.1.2.-Últimas Noticias	69
3.1.3.-Meridiano	71
3.1.4.-Líder	72
3.2.-Protagonismo del diseño	73
3.3.-Diseño es todo, todo es diseño	75
3.4.-Importancia del diseño en los medios impresos	76
3.5.-Cuando se diseñan medios de comunicación impresos	77
3.6.-Incremento en la importancia del diseño página a página	80
3.7.- Crecimiento del ciberespacio y los medios electrónicos: ¿Principio del fin para los medios impresos?: Avance de los medios electrónicos	81
3.8.- La narrativa visual de este milenio: ¿Serán las Infografías el nuevo periodismo?	83
3.9.-Periodismo al ritmo de la tecnología	85
3.9.1.-Del jeroglífico a la Internet	

3.10.-Feedback entre lector y periodista	87
3.10.1.-El sueño añorado del lector	
3.11.-Nuevos retos del periodismo deportivo en Venezuela	90
3.11.1.- ¿Dónde estamos?	
3.11.2.- ¿Hacia dónde vamos?	91
3.11.3.- ¿Y Venezuela?.. ¿Detrás de la ambulancia?	92
3.12.-Entender el mensaje más allá de la noticia	-
3.13.-Los hechos hablan por sí solos	94
3.14.-Y por último...	96
Capítulo 4: Las páginas cuentan la historia de la evolución gráfica de estos cuatro periódicos	98
4.1.- Hablan las de Meridiano	99
4.2.- Y ahora las de Últimas Noticias	102
4.3,. Y siguen las de El Nacional	106
4.4.- Y el último grito: Líder	111
Conclusiones	116
Anexo A	122
Anexo B	125
Bibliografía	132

Introducción

Cuando me encontraba en la biblioteca realizando las investigaciones previas para el desarrollo del anteproyecto de tesis, encontré un trabajo de grado realizado en el año 1982 y ya para esa fecha se hablaba de que la especialización en el periodismo deportivo era casi una necesidad; hoy día en pleno siglo XXI y más de 20 años después, la especialización es considerada por muchos profesionales de la comunicación como: “el deber ser del periodista”.

El periodismo deportivo actual ha tenido grandes avances, con el pasar del tiempo, en Venezuela y el mundo. En nuestro país, específicamente, se ha convertido en una en una de las fuentes más atractivas para el periodista y dentro del cuerpo deportivo, en una de las más leídas por el público lector.

Muestra de ello, es que dentro de esta sección se sitúa el mayor número de anunciantes; algunas secciones, han decidido desvincularse de la farándula y con la llegada de Internet, la cobertura de los deportes en el ámbito internacional pasó a ser abordada de forma inmediata por la prensa venezolana.

Quizá es una realidad contraproducente, porque se le empezó a dar más importancia a las disciplinas y a deportistas extranjeros que a los propios deportistas venezolanos, esta razón es una de los motivos, entre muchos otros, de la realización de este trabajo de grado.

¿Por qué la evolución y la imagen gráfica del periodismo deportivo? Sencillamente, porque es en este cuerpo donde se centra el mayor movimiento, aquí es donde el diseñador de la información en conjunto con el redactor y el coordinador pueden jugar con la imagen y hacerla más atractiva, más llamativa para los lectores. Cada día es más importante innovar, atrapar al lector y más hoy día donde la información si no está acompañada de un buen diseño, sencillamente, se pasa la página y queda en el olvido.

Vivimos en un constante avance tecnológico, todos estamos propensos a padecer este hecho, desde los celulares, los televisores, pudimos ver cómo pasamos del diskette al pen drive, y del mismo pen drive que está siendo desplazado por el ipod; ¿y mañana qué será?

El periodismo en todas sus dimensiones y en todas sus ramas no queda exento de este acontecimiento. “La definición de noticia en 1918 era algo de lo que me enteré hoy pero que no sabía ayer y en la actualidad, año 2007, es algo que entiendo hoy pero de lo que me enteré ayer”; así lo explicó la profesora y Editora Gráfica de la Cadena Capriles, Carmen Riera en el 1er Seminario del Diseño de la información, realizado en Caracas.

A veces es tan impresionante, pero es importante destacar que con el pasar del tiempo la población tiende a leer menos. En los periódicos de los años 80 podemos observar las páginas repletas de informaciones, grandes textos informativos, apenas acompañados de fotografías, hoy en día no. Actualmente, observamos grandes titulares, dos o tres palabras que dan la información, relatan el hecho acompañado de grandes fotografías e infografías elementos que cada día cobran más importancia y valor dentro de la puesta en escena de la información en los medios impresos.

El presente trabajo hace una recopilación de los factores que han llevado y ayudado a la evolución del periodismo deportivo en los siguientes medios impresos: *El Nacional* por su larga trayectoria y renombre en la prensa venezolana, *Últimas Noticias* por ser el periódico que más circulación posee y porque en los últimos tiempos han cambiado el concepto de diseño de la información en el país, *Meridiano* por ser el primer diario deportivo en Venezuela, y *Líder*, segundo y más reciente periódico especializado en deportes.

Planteamiento del problema

Hablar de lo que ha sido el periodismo en Venezuela, es contar una historia larga e interesante, pues desde sus inicios con *el Correo del Orinoco* hasta la actualidad, ha venido jugando un papel determinante en la historia del país, como sociedad y como nación.

Sin embargo, la razón fundamental de este análisis es la evolución que ha tenido el periodismo deportivo venezolano en los últimos 20 años. Porque aunque sin duda alguna, ha venido creciendo en importancia y especialización, en todo el mundo; su avance y crecimiento en Venezuela ha sido definitivamente bastante significativo. Sobretudo cuando se estudia el creciente avance en cuanto a la cobertura de las disciplinas tradicionalmente no comerciales frente a las disciplinas que tradicionalmente si lo son. Pues, esta área del periodismo, no solamente ha variado considerablemente en calidad por la profundidad que ha ido adquiriendo su contenido, a lo largo del período que comprende esta investigación, sino que también ha experimentado una interesante metamorfosis en su presentación gráfica.

El deporte y su clasificación

Cuando hablamos sobre deporte y periodismo deportivo, es importante establecer, para esta investigación que me planteo desarrollar, una diferenciación en cuanto a qué se entiende por disciplinas tradicionales y no tradicionales. Así como también, aquellas que son tradicionalmente comerciales y las que no. Por ejemplo, tanto el béisbol como el voleibol son disciplinas deportivas tradicionales porque son seguidos por millones de fanáticos y tienen muchas décadas de existencia y vigencia históricamente hablando; sin embargo, ambos no cuentan con la misma popularidad a nivel comercial. Pues el mundo el béisbol es una industria cuyo origen radica en la industrialización de las Ligas Mayores de EEUU como espectáculo, mientras el voleibol apenas cuenta solamente con eventos importantes que no tienen,

lamentablemente, el mismo atractivo comercial. Lo mismo ocurre con el fútbol, cuyo favoritismo, entre las masas, alcanzó niveles mundiales muchos más amplios que el béisbol. Lo importante con esta clasificación es dejar claro que no por ser más o menos comerciales las disciplinas deportivas son más o menos importantes.

Importancia del diseño en el periodismo impreso

Hoy día, los cambios que se observan en el diseño de las páginas deportivas en los medios impresos son muy notorios, tanto es así, que el replanteamiento de su imagen en general contiene una gran carga de dinamismo y despliegue de elementos visuales importantes como el uso del color y de juegos en la tipografía, a través de la combinación de fuentes o los grandes puntajes que incluso, podría decirse, le otorgan movimiento a la acción deportiva que se cuenta día a día en los espacios de los diarios que analizaré en este trabajo.

Muchos han sido los factores que han influido directamente en esta nueva realidad del periodismo deportivo en nuestro país, entre los cuales se debe mencionar el auge del periodismo digital con el surgimiento de Internet y la eventual publicación en la web de páginas deportivas especializadas que ofrecen a los aficionados, entre otras cosas, el desenvolvimiento de los hechos en tiempo real, con todo tipo de minuciosidad y detalles.

Además, esta nueva realidad le ha impuesto al reportero de la fuente deportiva de los medios impresos el no repetirse como una gran responsabilidad y así presentarle al lector elementos importantes que no hayan sido reseñados ya en las páginas Web; razón que hace imperativo el que estos profesionales se vean cada vez más impulsados a especializarse en las disciplinas a las cuales le dan cobertura y seguimiento, ampliando, amén de sus conocimientos en la misma, el manejo de lenguaje técnico.

En Venezuela, ha crecido notablemente la necesidad de seguir con mayor respeto y seriedad el deporte como rama de especialización dentro

del periodismo, incluso mucho antes del período que pienso analizar en este trabajo, el cual comprende un lapso de 20 años (1987-2007). Tanto es así que en noviembre de 1969 nace el primer diario especializado en deportes, mejor conocido como *Meridiano*, el cual se ha mantenido hasta la fecha, imbatible en los récords de venta, pese a que han existido medios que pretendieron hacerle competencia.

No obstante, este diario, en muy poco tiempo impulsó un cambio de visión en cuanto a la importancia del periodismo deportivo en el país.

Para 1982, la cobertura en los medios impresos venezolanos para las disciplinas deportivas alcanzaba ya un amplio despliegue. ... *“los diarios del país, sobre todo los más importantes de la capital, dedican un 20% de su contenido a la información deportiva. Para corroborar lo dicho citemos a El Nacional y El Universal, que de sus 4 cuerpos destinan 1 casi completo a reseñar esta importante actividad. Demás está decir también la aceptación lograda por el periódico Meridiano cuyo tiraje tiene un promedio diario de 250.000 ejemplares...”*¹

Ahora bien, para este momento, año 2007, que corren los albores del siglo XXI, la información deportiva ha experimentado una especie de salto cuántico, tanto en el abordaje de los temas como en el despliegue noticioso; pues paulatinamente se ha ido abandonando la “cobertura de escritorio”, a través de las notas de prensa y los reporteros de la fuente se han orientado a un cada vez más profundo nivel de especialización, en el cual además de manejar terminologías técnicas y estadísticas, llegan hasta el dominio responsable de información científica, que les permite hacer proyecciones acerca de las posibilidades potenciales de los atletas, e incluso poder explicarle al lector los reveses que pudieron presentar los mismos en determinada competencia. Y por supuesto la cobertura seriada “in situ” de los encuentros deportivos.

¹ Tomado de la tesis de grado: Evolución e importancia del Periodismo Deportivo en Venezuela. Autor: Germán Flores. Caracas – Venezuela, 1982.

Inclusive, un aspecto importantísimo de tratar a la hora de hablar de medios impresos, en este momento, como lo es el diseño de las páginas y publicaciones en general, ha cobrado mayor relevancia. Es así como en la actualidad las páginas deportivas cuentan con valores agregados como el juego tipográfico, el uso de buenas fotografías, que desde hace tiempo ya no son estáticas, y también la puesta en la escena gráfica de las infografías como elemento visual y noticioso importante, que permite narrar de forma visual procesos, para una mayor comprensión de los mismos, y que van desde la presentación de las alineaciones previas en el campo de los equipos que se enfrentarán en un partido de fútbol, hasta la explicación de algún percance relevante acontecido en plena acción, como el accidente sufrido durante la temporada de la Liga Venezolana de Béisbol Profesional (LVBP) 2000-2001 por el pitcher zurdo Huck Flener de Cardenales de Lara en la semifinal contra Navegantes de Magallanes, cuando recibió un pelotazo, por un línea que conectaron y ésta le sacó un ojo en pleno juego. Este suceso, por ejemplo, fue infografiado ampliamente por los medios impresos, explicando, entre otros, el nivel del impacto, la velocidad de la bola, y otras leyes físicas, que influyeron.

Por todo lo dicho hasta ahora, creo importante llevar adelante esta investigación dando así continuidad a los trabajos previos sobre este tema, no solamente para actualizar la información sobre él. Sino para contribuir con el proceso de formación de un profesional de la comunicación social comprometido con la noticia, sus hechos y también con el lector y su exigente avidez de saber y conocer.

Recuento histórico del periodismo deportivo venezolano



La génesis

Aunque data de finales del siglo XIX, la información deportiva comenzó a tomar auge en el país a partir de 1925, gracias a un grupo de entusiastas periodistas entre quienes figuraron: Juan Antillano Valarino, Simón B. Rodríguez, Luís Hernández, Marco Aurelio Rodríguez, Jesús Berra, Luís A. Blanco Chataing, Germán (Chiquitín) Etedgui, Abelardo Raidi y Luís Esteban Rey, entre otros; quienes con mística y talento en prosa para el deporte marcaron el primer hito en la historia de esta disciplina y sus distintos géneros.

Aunque también, había atletas y aficionados que se dirigían a las salas de redacción de los periódicos y escribían la reseña del juego y lo publicaban en cualquier espacio del periódico.

Sin embargo, el auge experimentado por la información deportiva siguió su curso hasta situarse en el lugar de envergadura que ostenta en la actualidad. El periodismo deportivo impreso de estos tiempos, que, entre otras cosas, se tecnifica cada vez más y a pesar de la reñida competencia que ha encontrado en los nuevos medios de comunicación como Internet, contribuye en gran medida a hacer más interesantes los mensajes que a diario se transmiten al público lector.

La profesión y su creciente desarrollo

El desarrollo del periodismo deriva de la evolución de las colectividades; y en Venezuela, la vida del periodismo deportivo ha estado entrañablemente ligada a la práctica de las disciplinas deportivas en sí mismas.

De hecho, el reconocimiento a la relevancia de la información ligada con el deporte a nivel mundial, sobretodo como factor determinante en el aumento de la circulación de los periódicos se originó en el año 1941, fecha en la que se produjo un combate entre los boxeadores Jesús Willmar representando a Cuba y Jack Johnson por EEUU. Como era de esperarse, esa pelea, logró despertar un significativo interés en el público

norteamericano y ese interés se tradujo inmediatamente en el aumento de las ventas para los diarios de la época que le dieron cobertura al evento.

No obstante, cuando nos referimos al periodismo deportivo en Venezuela y a lo que ha sido su evolución histórica es importante hacer un desglose de la misma en dos grandes períodos históricos partiendo del lapso comprendido entre 1894 – 1950, por considerarse que ya en esos primeros años se informaba sobre las actividades deportivas, aunque de manera poco frecuente. Y el segundo intervalo de tiempo importante en esta clasificación estaría comprendido entre 1966 hasta hoy; pues es en éste período que la actividad deportiva en sí misma, así como el periodismo que la reconstruye para transmitirla obtuvieron la importancia que los catapultó a lo que representan en este momento.

Los primeros pasos

Entre 1894 y 1924 aparecen en diarios de la época como *El Pregonero* las primeras crónicas escritas sobre actividades deportivas aún cuando se tratase casi siempre de pequeñas gacetillas en principio; sin embargo, también es durante este período que el deporte comenzó a tomar forma en el país y se inicia el proceso de mejora y aumento de los espacios destinados al deporte en los diarios impresos.

Asimismo, con el auge de los campeonatos de béisbol, la crónica deportiva de aquel entonces se convirtió en un aspecto atractivo para los dueños de medios impresos, quienes comenzaron a darse cuenta de que el deporte vendía periódicos y que por tanto necesitaban cada vez más no sólo de comentaristas aficionados y entusiastas de las distintas disciplinas, si no que también requerían de gente conocedora realmente de la materia.

Aparece también la caricatura deportiva como género, y diarios como *El Herald* ostentaban una página deportiva con crónicas de boxeo que eran bastante leídas, comentadas y que se hicieron muy populares, entre el público de aquella época bastante rápidamente. Entre las cuales

podemos citar: **Charlas de Ring**, firmadas por “Vendaje duro” y que en realidad era el reconocido periodista empírico Juan Antillano mejor conocido como AVJ.

1941: Nace Últimas Noticias (el diario del pueblo)

En ese año Venezuela obtuvo el campeonato mundial de béisbol amateur. Y el 16 de septiembre, nace *Últimas Noticias*; y tal vez, por esa coyuntura histórica para el país, este diario, que será conocido posteriormente como “el diario del pueblo” aparece en la palestra pública con un plantel de periodistas deportivos como Raúl Hernández (quien lideró ese equipo durante la década de los 80’s), Gerónimo Ascanio, Raúl Ledo y Germán Carías, entre otros, quienes promovieron el deporte popular con las reseñas de las carreras de repartidores en bicicleta y otras especialidades (por así decirles) practicadas en aquellos años en diversas regiones del país, sobretodo en la capital.

Las páginas de *Últimas Noticias* han registrado a lo largo de sus 66 años de historia, muchos acontecimientos deportivos, que van desde las elecciones de las reinas de los campeonatos mundiales de béisbol amateur, que tuvieron lugar en Caracas durante los años 1944 y 1945; hasta los torneos del béisbol profesional de Venezuela; las grandes ligas; los combates de Simón Chávez, Enrique Chafardet, José Alberto Díaz, Ramón Arias, Carlos “Morocho” Hernández etc. *Últimas Noticias* quizá en sus inicios no hizo grandes aportes al periodismo deportivo, aunque sí le otorgó carácter popular. Sin embargo, a partir del año 2000 cuando se lleva a cabo el primer rediseño de la imagen del periódico, sus aportes han sido muchos y la importancia de los mismos considerable, sobre este desarrollo del UN, no obstante, hablaremos más adelante.

La crónica deportiva: el aporte original de los años 50

En los años que transcurrieron entre 1942 y la década de los años 50 en el mundo del periodismo deportivo venezolano, comenzó un interés

creciente sobre el quehacer deportivo y un incremento asimismo de la cobertura diaria que se le hacía, con lo que se dan los primeros pasos hacia la modernización de las formas y las estructuras de la redacción deportiva.

El deporte en este período empezó a tener mayor presencia en los diarios de la época, pues este es el período en el que nace la crónica y la presencia gráfica. En 1943 Herman Etedgui en compañía de Juan Avilán, fotógrafo ilustre de aquellos años y maestro visionario del periodismo gráfico, fundaron la revista *Mundo Deportivo* que causó gran revuelo en el ambiente del deporte por la calidad de las imágenes que presentaba, y cuyo primer número se publicó el 30 de octubre con fotos de Alejandro Carrasquel y Vidal López luciendo los uniformes de los Senadores de Washington y del Monterrey, respectivamente.

Avilán, quien sin duda, fue un maestro de la fotografía deportiva, revolucionó el concepto fotográfico de aquel momento presentando acciones y movimientos tomadas en los campos abiertos en los cuales se desarrollaba la actividad. Cabe destacar que, antes de este acontecimiento, la fotografía estaba limitada a ser tomada en los estudios fotográficos, llenas de poses y frivolidad.

De igual modo, la diagramación de las páginas, el despliegue de las fotos y el cuidado en la redacción de las reseñas, que inclusive ya se comenzaban a preparar de un día para otro, cualquiera que fuera la hora de culminación del evento deportivo; las entrevistas a los atletas, los reportajes, las incipientes encuestas, las remembranzas históricas; así como los comentarios breves y picantes de esta revista dieron lugar al surgimiento de ideas puestas en páginas que asimilaría más tarde el diario *El Universal*.

Por otra parte, *El Nacional*, otro medio impreso importante del país, durante ese momento histórico tuvo signos destacados de evolución; por ejemplo: para ese entonces su sección deportiva ocupó la segunda página del diario y posteriormente, entre 1945 y 1948 pasó de ser una página a ser dos, en las que además aparecieron las primeras

columnas deportivas entre las que se destacaron “**Corriendo las bases**”, escrita por Franklin White; y “**Largas y Faroles**” escrita por el conocido cronista Caremis (Carlos Eduardo Misle).

Esta etapa fue el momento de la noticia y el comentario de los récords y también de la modernización y el aumento de las páginas deportivas. Podría decirse desde el punto de vista periodístico que el aspecto característico de este período fue la disputa entre la noticia y la crónica deportiva por los mayores titulares y espacios.

Los tiempos modernos: ...y llegó Meridiano....

El 3 de noviembre de 1969 tuvo lugar un suceso que cambiaría para siempre la historia del periodismo deportivo en Venezuela: aparece el primer número del diario *Meridiano* “un diario sin paralelo” bajo la dirección de Carlos González.

González, en un viaje a México trae la idea a Venezuela de un diario completamente especializado en deporte. Empezó por darles a los lectores información fresca, para aquella época, llegaban con un día de retraso, en cambio, *Meridiano* llegó con la noticia y la foto del día, algo nunca antes visto, la noticia en caliente.

Este diario cuya información es predominantemente deportiva logró llenar el vacío que había en los lectores de información en torno a lo que sucedía en los campos y canchas tanto dentro como fuera del país. En él no sólo se seguía manejando la crónica como género importante dentro del periodismo deportivo, y, por supuesto, las noticias, sino que además se comienzan a desplegar “numeritos” con tablas estadísticas que para los lectores más conocedores de los deportes presentaban un elemento adicional de información que les permitía seguir más de cerca los avances o reveses de sus atletas favoritos.



Meridiano, logró así ocupar durante mucho tiempo un sitio de honor en los récords de ventas a nivel nacional y además contaba con un valor agregado para sí mismo: la presencia de color en sus páginas, primer periódico que presenta esta característica en el país.

Sin embargo, carecía de visión para el deporte amateur ya que aproximadamente 75% de las notas desplegadas estaban dedicadas al campo profesional, mientras que el restante 25% se destinaba escasamente a la actividad amateur, que si bien es la menos rentable de todas, es la que definitivamente ha necesitado una mayor difusión desde siempre.

Una vez que *Meridiano* sube a la palestra pública y comienza a tener ese éxito tanto en las ventas como en la aceptación de los lectores comienza a presentarse en los demás medios de comunicación impresa la inquietud por competir con él en la distribución.

Influencia histórica en el tratamiento del deporte en los demás medios impresos.

Se puede afirmar que el año 69, con el nacimiento de este diario de circulación nacional, fue el punto de partida de la toma de conciencia de los dueños de medios y sus periodistas para el establecimiento de la fuente deportiva en el país.

El 2 de julio de 1973 nace el diario *2001* propiedad del Bloque de Armas en formato Standard con dos cuerpos presentando color y que ofrecía información deportiva en su segundo cuerpo.

Ya para finales de la década de los 70, más exactamente en el año 79 se produce el nacimiento del *Diario de Caracas* que replanteó la manera de hacer periodismo en Venezuela en muchos aspectos; pero sobre todo precisamente en cuanto al deporte pues este diario de martes a domingo dedicaba 6 y a veces hasta 8 páginas a la información deportiva, y los lunes circulaba con él un suplemento de 24 páginas donde se desplegaban grandes reportajes.

Aunque no se le dedicara grandes espacios poco a poco, tanto fanáticos como periodistas lucharon por ganarlos en los periódicos. Primero *Mundo Deportivo* y *El Nacional*, pioneros de los grandes cambios de la información deportiva en Venezuela.

Con este acontecimiento *El Nacional* fue el primero en replantearse el trabajo que venían haciendo sus reporteros, incorporaron color a su primera página deportiva renovando así el concepto de periodismo deportivo que venían ofreciendo al público lector. Se empezaron a ver grandes reportajes que denotaban la situación que se estaba viviendo en las diferentes disciplinas, campeonatos, torneos, competencias de los deportistas venezolanos dentro y fuera del territorio nacional.



Al comienzo de los años 70, este periódico le dedicaba una página semanal al deporte menor, en sus diferentes categorías, fútbol menor, béisbol menor, entre otros, con el propósito de incentivar y apoyar a aquellos deportistas que quizás hoy día están consagrados dentro del deporte en Venezuela. Tradición que fue y vino, nunca ha sido estable, ni primordial dentro de la parrilla de ofertas de la sección.

Con el nacimiento de *Meridiano*, definitivamente, todo cambió. Todos los diarios, empezaron a ver más en serio la fuente del deporte, y los que nacieron después del 69, pensaban en función de dar la talla al público lector y hacerle competencia a este, porque desde que salió a la luz pública, ha sido, y es hasta la fecha uno de los diarios con mayor circulación en el país.

En el *Universal*, aunque no fue tomado como muestra de estudio, vale la pena mencionar, que también se dieron cambios en el tratamiento de la información, pero no con tanta profundidad como en otros diarios, sólo varió un poco su diagramación e incorporó más elementos noticiosos dentro de sus páginas. Con todo y eso, según las investigaciones

realizadas, para el año 1996, 27 años más tarde, le dedicaba, solamente, un tercio del tercer cuerpo al deporte y lo compartía con Farándula.

El actual Sub. Director de *Meridiano*, José Visconti afirma que *“cuando fui jefe de deporte del Diario de Caracas, yo asignaba a cada redactor tantas páginas cuantos días de la semana hay, es decir siete, recuerdo que a Amalia Yorka le asignaba la fuente olímpica, estábamos en todo.”*²

Meridiano, como diario especializado en deporte, estuvo durante mucho tiempo en la cúspide de la circulación y por otro lado, no tenía competencia porque a pesar de los esfuerzos de los otros diarios por dar la talla, en él siempre reinó la profundidad en materia deportiva.

Los 70 fueron claves para la estabilización de la fuente deportiva en Venezuela, los 80 y 90 fueron años dedicados mayormente, al deporte comercial. El periodismo seguía creciendo y para la fecha de redacción de este trabajo aún sigue creciendo, pero no se notaba interés por parte de los periodistas en darle cobertura a los deportes tradicionalmente no comerciales, y los que si se mantenían en pie de lucha no se les brindaban los espacios requeridos para difundir esos deportes, ni se les daba el apoyo suficiente para llevar su trabajo adelante.

En este aspecto tuvo mucho que ver la comercialización deportiva, y el consabido repunte del deporte como negocio, que más allá de resaltar los valores y raíces culturales, los medios de comunicación fueron el factor determinante para que se estableciera el interés comercial en los mismos conjuntamente con los patrocinantes, preferían resaltar a deportistas extranjeros o venezolanos en el exterior, más que mostrar lo que se estaba haciendo aquí, con el deporte venezolano.

² José Visconti. Periodista. Sub Director del diario Meridiano. Entrevista Personal Agosto 2007

Nacimiento de Líder y su repercusión el periodismo deportivo

Tener un diario deportivo en Venezuela es una posibilidad que sólo tienen las grandes empresas, una idea que debe pensarse una y otra vez por los factores: transporte, costos, papel, patrocinio.

Meridiano llegó para quedarse. Desde su nacimiento en 1969 estuvo sólo como periódico netamente deportivo, muy a pesar de que los demás diarios hicieron un gran sacrificio y aún lo siguen haciendo, para competir en calidad de ventas e información.

La Cadena Capriles toma la decisión de sacar al mercado un periódico que le diera la competencia a *“Meridiano, el diario deportivo de Venezuela”* y es cuando nace *Líder* en octubre del 2003, con la profesora Carmen Riera al frente del proyecto como diseñadora en su categoría de Editor gráfico en Jefe de la Cadena Capriles.

Surgió como producto del nacimiento del suplemento deportivo que creó Últimas Noticias llamado *“El Deportivo”*. Este suplemento circulaba los días lunes con un total de 16 páginas con la idea de aumentar el tiraje de UN, de 130.000 a 160.000 aproximadamente. El éxito fue total, y actualmente, *“El Deportivo”* circula los días domingo y lunes.



A raíz de este hecho, los dueños del periódico manejaron la idea de sacar, en virtud de ese éxito, un periódico deportivo completamente especializado. Eso vinculado también a que para ese año hubo una gran inversión por parte del Estado hacia los atletas del deporte venezolano. Tanto en las selecciones nacionales como el fútbol, como en los deportes de alta competencia, Centroamericanos, Suramericanos y Panamericanos.

La idea de *Líder* era que se diferenciara de *Meridiano* que es un periódico cuya principal referencia deportiva es el béisbol.

Según el ex Jefe de Información de *Líder* y pieza importante en su nacimiento, Gerardo Blanco:

“Para diferenciarnos ¿qué hicimos? Nosotros sacamos un periódico que ampliara la oferta informativa a los lectores, en lugar de especializarnos únicamente en béisbol que es el 80% de la información de Meridiano, nosotros variamos el menú informativo. Dividimos el periódico en tres grandes secciones:

- 1) Fútbol, en donde incluimos el fútbol nacional que le hemos dado una cobertura como nunca antes vista,*
- 2) Béisbol profesional y Grandes ligas*
- 3) Más deportes en la que agregamos baloncesto y las actividades de alta competencia”³*

Líder apoya el deporte y talento nacional y el 90% de la información que se publica es elaborada por sus redactores, utilizan cables pero en un porcentaje mínimo.

El cable está hecho para que en diferentes países como Brasil, Argentina y Colombia, puedan tener acceso a esa información y colocarla en el periódico y pueda ser leída por cualquier lector, en cualquier parte del mundo.



La empresa contrató a una importante planta de redactores y empezaron por incluir detalles que el periodismo deportivo venezolano había desechado; como la entrevista. Lo que buscaban era ofrecerle al lector un enfoque distinto, la visión del deportista, bien sea, pelotero, nadador, esgrimista, su propia visión de lo que estaba ocurriendo, cómo se sentían, y no el periodismo tradicionalista que se venía haciendo: la reseña.

³ Gerardo Blanco. Periodista. Ex jefe de Información del diario Líder. Entrevista Personal Septiembre 2007

Con respecto a la línea editorial se enfocó en poner como prioridad a los atletas venezolanos, *Líder* fue el propulsor de rescatar ese vacío informativo que se venía dando con las disciplinas de alta competencia que se encontraban desatendidas en los medios impresos venezolanos.

A pesar de este acontecimiento, *Meridiano* hasta la fecha de redacción de esta tesis, está impuesto en las ventas y son muchos los factores influyentes: el primero es que él es un producto consolidado en el colectivo venezolano, tiene casi 40 años de circulación, en segundo término, tiene un concepto informativo que se ha vendido desde hace muchos años y es difícil cambiarle el gusto a los lectores de la noche a la mañana, tercero



Meridiano tiene un sistema de distribución muy efectivo y eficiente, en cambio la Cadena Capriles es una red de muchos periódicos y eso le genera inconvenientes con la distribución de los mismos.

Líder vs. Meridiano la batalla por el primer lugar



Pensar en cómo diseñar a *Líder* teniendo a *Meridiano* como punto de referencia, fue un trabajo bien intenso y calculador. Para el año 2000, el periódico del Bloque de Armas, gráficamente era un desastre, se podía

comparar con el *Últimas Noticias* antes de los dos rediseños que se llevaron a cabo de la mano de la Editora Gráfica de la Cadena Capriles, Carmen Riera.

Se observaba poca modulación, es decir, todo estaba mezclado cuando los avisos deberían estar por un lado y los textos informativos por otro, había mal uso de la tipografía, sin unidades gráficas, más uso de las fotografías y en su misma toma, sin inclusión de infografías, si bien con todas las disciplinas pero muy mal organizadas. Todos estos detalles fueron los principales puntos que se tomaron en cuenta para no repetirlos en el nuevo periódico deportivo.



Líder nace de la mano de MARCA y por esta razón debían parecerse al menos en el estilo gráfico, utilizaban la misma foliatura. Al principio se escogió un color para cada una de las secciones pero al año de estar en el mercado venezolano se unificó al color que los identifica actualmente, el rojo.

La idea principal era hacer un periódico muy gráfico innovador y distinto a los que existían, con fuentes vibrantes y que el título principal, muy breve, captara de forma inmediata la atención del lector, a full color, con buen uso de las infografías y con un total de 32 paginas dedicadas al deporte.



Desde el Bloque de Armas vieron el nacimiento de *Líder* como algo maravilloso, más que con ojos de rivalidad y eso da muy buena señal en la calidad de periodismo deportivo que se hace en el país.

La competencia fortalece a los medios de comunicación y más cuando se está solo durante tanto tiempo, la aparición de *Líder* ayudó a revisar lo que se venía haciendo en *Meridiano* y eso se puede comprobar

observando en *Meridiano* el antes y el después de la salida al mercado de *Líder*. Ha cambiado mucho en su diagramación y en su morfología general.

José Visconti explica *“Líder salió tan fresco y tan dinámico, que nos obligó a quitarnos las arrugas, y también a mejorar el contenido. Ha vuelto la opinión con más profusión, la caricatura, el editorial en una columna con el nombre de “así opinamos”, volvimos con las tablas, estadísticas y las llamadas proyecciones. Esto ha retomado mucha fuerza porque es lo que le gusta al lector”*.⁴

Significó replantearse tanto en el diseño como en el abordaje periodístico, repotenciar su contenido, hacerlo más esbelto, ágil y más querible para el lector, este hecho los llevó a la creación de un suplemento dedicado al deporte menor llamado “Meridianito” además, del reforzamiento del personal.

Sin duda alguna, el nacimiento de *Líder* representó un cambio rotundo en la manera de hacer periodismo en la prensa venezolana, tanto en su forma como en su fondo. *Meridiano* siempre solo en el mercado comercial, no tomaba muy en cuenta su propia estética, y no sólo este diario, sino el resto de los demás periódicos, la gran prensa. Este hecho ha repercutido, también, en la prensa regional, en donde los dueños de medios están pensando un poco más en el diseño y en la imagen que pueda vender el periódico que representan.

La Editora Gráfica de la Cadena Capriles, Carmen Riera, afirma: *“yo creo que los grandes periódicos están haciendo que los demás se vean, aunque aún hay periódicos que se quedaron en los 70 y 80 pero al mismo tiempo ves otros muy jóvenes donde se está haciendo un buen trabajo. Hace falta mucha información, que la gente vea lo que está*

⁴ José Visconti. Periodista. Sub Director del diario Meridiano. Entrevista personal en septiembre2007

pasando, que las personas que estamos haciendo diseño en la información seamos periodistas de verdad y que se entienda que para esta época, pleno siglo XXI la comunicación visual es importante”⁵

Papel histórico del periodismo en el deporte nacional

A estas alturas, es indiscutible que la prensa venezolana tanto escrita en sus inicios, como audiovisual ya muy posteriormente tiene una gran importancia como impulsor del deporte en la sociedad, pues desde que comenzó a tomar partido de la actividad deportiva en general ha actuado como impulsor. Primero, despertando en la gente el interés por cultivar y seguir el deporte y luego sirviendo de estímulo a los atletas tanto en competencias nacionales como internacionales para ayudarles de alguna manera a conquistar preseas.

Asimismo, el gremio periodístico contribuyó bastante y de manera muy tangible, no sólo con el incremento de la oferta informativa en materia deportiva, sino también en la modificación y en muchos casos incluso formación de la opinión que sobre deportes y deportistas se tenía hasta el momento durante los años 40, cuando comienza fortalecerse tal oferta.

Por otra parte, con el ir y venir de los años y la indetenible evolución de las sociedades ha quedado demostrado también dentro del periodismo deportivo la importancia que tiene una buena y documentada información para lograr avances incluso a nivel de circulación, pues esta situación es la que les permite a los profesionales del área, hacerse un nombre y tener credibilidad y prestigio. Pues los dueños de los diarios admitieron, hace ya un tiempo, que los medios pueden incluso llegar a cambiar de dueños, pero no pueden permitirse siquiera coquetear con la posibilidad de ofrecer una información pobre, porque decaerían

⁵ Carmen Riera. Periodista y profesora universitaria. Editora Gráfica de la Cadena Capriles. Entrevista personal en agosto 2007

considerablemente en aquello que realmente les atrae del periodismo: la rentabilidad de las ventas.

Sin embargo, en nuestro país, desde que la prensa comenzó a divulgar el deporte, lo ha hecho con un cada vez más profundo conocimiento y una lealtad que si bien no es la ideal inquebrantable, supera en gran medida a la observada en otras fuentes como la política, la economía, los sucesos, e incluso la farándula. Esto quizá obedezca al hecho de que quienes han ejercido el periodismo deportivo en distintas épocas en Venezuela -sobre todo en el presente- han estado concientes de que al público lector que los sigue a través de las páginas deportivas hay que informarle con veracidad, porque tal y como de hecho ocurre en muchos casos pudo haber presenciado el evento sobre el cual se le pretende hablar, razón por la cual es difícil engañarlo, intentando plantearle algo distinto a lo que sucedió.

Además hoy día más que nunca, ese compromiso con la verdad del reportero de deportes es mayor y con más aristas pues Internet le ofrece al lector la posibilidad, mediante la tecnología virtual, de poder seguir un juego, incluso desde cualquier parte del mundo en tiempo real, y manifestar su feedback con mayor velocidad.

Otra razón de este tratamiento especial del periodismo deportivo, es que muchos de los profesionales de la prensa deportiva, han estado íntimamente relacionados al deporte, bien sea como practicantes de alguna disciplina o como dirigentes, incluso desde el despertar del deporte como actividad de interés colectivo a finales del siglo XIX se, puede decir con toda propiedad que los periodistas no sólo se han limitado a informar, sino también a fomentar el deporte, llegándolo a convertir en una de las secciones favoritas y por ende, más importantes dentro de los diarios impresos principalmente; quienes cada día le dedican espacios más grandes y utilizan para ello los grandes avances tecnológicos puestos a su alcance entre los que contamos el despliegue fotográfico, la tipografía, y el color, todos ellos elementos vitales dentro del diseño de la información deportiva. Que sin duda ha alcanzado tal

protagonismo que se ha convertido hoy día en el gran portaviones de todos los medios impresos no sólo de Venezuela, sino del mundo entero.

Pero en el periodismo deportivo venezolano no todo es color de rosa, pues este también tiene sus fallas, sobre las cuales profundizaremos más adelante, y que además –vale acotar- viene arrastrando desde su nacimiento; una de ellas es que, pese a los esfuerzos que se observan hoy en algunos diarios, realmente se sigue dedicando muy poco espacio a informar realmente sobre el deporte aficionado o popular y peor aún sobre el deporte universitario el cual debería ser seguido con rigor porque es allí donde se preparan los atletas de alta competencia, es en los campus universitarios donde crece el semillero de medallistas olímpicos y la labor del periodismo deportivo en este particular, es lograr hacer que se entienda la importancia de estos atletas, para que se respeten en las universidades y obtengan tratos preferenciales en cuanto a su desempeño académico. Lo cual por supuesto, no implica sinvergüenzura, sino más bien flexibilidad. Mientras que, por otra parte, se sigue dando un despliegue abrumador al deporte profesional y comercial. Llegando a veces a la saturación en cuanto a algunos temas o deportistas.

Otro de los aspectos que debe mejorar nuestro periodismo deportivo y que es aplicable también a todas las áreas, es lo relativo al trabajo de interpretación e investigación, así como corregir un cierto déficit en la existencia de artículos de opinión relacionados con temas de actualidad. Lo cual es sumamente importante porque con ello le ofrecería al público una visión crítica y especializada de lo que está pasando y le permitiría formarse un criterio más sólido con argumentos de peso sobre las diversas situaciones que le plantean en el devenir diario.

Pocos periodistas, muchos deportes y miles de deportistas

El seguimiento deportivo es un factor importante que el periodista debe tomar en cuenta, a la hora escribir, de hacer proyecciones. No se

puede escribir sin saber quien es el deportista, qué ha hecho, qué puede hacer o hasta dónde puede llegar.

Este hecho suele verse en la mayoría de las disciplinas tradicionalmente no comerciales en Venezuela. En general la gran prensa suele cubrir la apertura y la clausura de los juegos nacionales, los Juegos Olímpicos, Suramericanos, Centroamericanos etc. Pocos son los medios que verdaderamente se ocupan por hacerle seguimiento a los deportistas que se desarrollan dentro del país, unos opinan que los deportes olímpicos no tienen campeonatos organizados, que son más de clubes, competencias que al lector no les interesa porque no son deportes espectáculos, otros afirman que debería hacerse seguimiento a esos chicos y chicas que se preparan en el país, para hacer una buena representación. Pero el hecho es que debería crearse conciencia cultural, despertar en los lectores, patrocinantes, dueños de medios de comunicación, periodistas y hasta los mismos deportistas una visión nacional del deporte.

Es una realidad, el periodismo no se ha entendido en toda su extensión, al menos en Venezuela, y los medios de comunicación tanto la televisión como la radio y la prensa escrita. Lo único que se les exige es un mínimo de calidad, olvidan a propósito un sinnúmero de disciplinas deportivas que existen y que necesitan difusión, además de que pueden llegar a ser tan competitivas o tan comerciales como el béisbol.

Especialización en el Periodismo Deportivo

Ha quedado claro que el Periodismo Deportivo ha cambiado, ha evolucionado. Desde los grandes espacios que ha logrado ocupar con el devenir de los años, hasta en su forma de presentación gráfica: la diagramación o puesta en página de la información.

Con esto es importante, también resaltar que el periodismo actual ha cobrado importancia por sus innumerables especialistas. Periodistas que han pasado de cubrir innumerables fuentes a desarrollarse sólo en

una, o que simplemente, desde que empezaron se dedicaron a una sola fuente. Ejemplo de esto lo constituye el profesor Cristóbal Guerra, especialista en fútbol, Humberto Acosta y Pedro Ricardo Maio en béisbol, Eumar Esaa en deportes olímpicos, por mencionar unos pocos.

Atrás quedó el periodista que pasaba la mayor parte de su tiempo recopilando todo tipo de información sin especialización ni conocimiento profundo de alguna disciplina. Hoy día, más bien cada vez se observa la especialización de los reporteros en determinadas áreas del quehacer deportivo. Esto no quiere decir que el reportero que hace de todo un poco pueda o deba desaparecer, pero mientras se pueda lograr que cada reportero tenga bajo su cargo una fuente específica más calidad y más información puede brindarle al lector.

Dicho todo esto queda constancia de que la especialización deportiva es importante y debería ser la aspiración de cualquier profesional de la información, tener una fuente fija para poder cultivarla, sin que esto lo lleve a mantenerse ajeno de lo que ocurra en las demás, por supuesto. Son muchos los esfuerzos que se están haciendo actualmente para llevarlo a cabo y tampoco se debe echar a un lado que los únicos que tienen reservado una fuente única, son los que trabajan exclusivamente, el béisbol debido a ser la fuente que más cobertura se le da en Venezuela.

El profesor Cándido Pérez opina que “aquí se trabaja casi siempre sobre béisbol, béisbol nacional, grandes ligas, se da la posibilidad de seguir a los peloteros en la grandes ligas, se hacen entrevistas trabajos especiales, mientras que en otros deportes, los olímpicos, por ejemplo, tienen una mediana especialización, debido a los pocos que cubren la fuente. En otros países, como en EEUU, por ejemplo, tienen asignado a un periodista para cada deporte, aquí no podemos aspirar a esto porque las condiciones de producción, las inversiones que hacen los dueños de

*los medios no son las mejores, más que poco interés, yo diría que es un problema de mala gerencia”.*⁶

Pedro Ricardo Maio, redactor deportivo de Meridiano opina al respecto que: “yo pienso que cada persona debería estar destinada y dedicada a una disciplina, creo que muchos pueden manejar muchos deportes pero ¿cuál vas a manejar a fondo? Debemos tener propiedad a la hora de hablar y de informar, pienso que la especialización en el periodismo deportivo requiere de dos pasos, primordiales: primero querer hacer deporte, y segundo saber que parte del deporte o que disciplina deportiva quieres cubrir como especialista y seguir haciendo noticias de las otras disciplinas, es la diferencia que hay que marcar. ⁷

En los tiempos actuales es necesaria una especialización, y no solo en el periodismo deportivo sino en todos los órdenes de la vida.

El lector deportivo, es un lector especial. Ellos conocen del tema tanto y hasta más que el mismo deportista, no se puede despejar la idea de que el lector no maneja información, al contrario, parecen libros especializados, enciclopedias deportivas, manejan datos, nombres, estadísticas y anécdotas, el objetivo de esta rama es brindarle información objetiva, veraz, innovadora y sobre todo imparcial, pues por lo general este tipo de público conocedor del tema y ávido de actualidad, desacredita a los periodistas que vanaglorian a los deportista.

Deporte olímpico, deporte menor y extremo. Retoman su importancia dentro del cuerpo deportivo

Con el devenir del tiempo, aquí en Venezuela, con el boom del béisbol, cuando los grandes empresarios de la información y las

⁶ Cándido Pérez. Periodista y Profesor universitario. Editor de la sección Deportes del diario El Nacional. Entrevista personal en Agosto 2007

⁷ Pedro Ricardo Maio. Periodista. Comentarista y Redactor deportivo de Meridiano. Entrevista personal Agosto 2007

empresas patrocinantes se dieron cuenta que el negocio estaba en este deporte, nadie se acordó que existían otras miles de disciplinas que necesitan ser difundidas y apoyadas para lograr deportistas exitosos. Aunado a esto la prensa venezolana y los medios en general siguen aupando este hecho.

Pero hoy día, se puede observar como de nuevo, ciertos periodistas comprometidos con la profesión y muy ligados a la fuente deportiva, poco a poco están luchando por recuperar espacios perdidos y no afincarse tanto en las estrellas del béisbol de grandes ligas, o a la liga de campeones que en nada o muy poco están mezclados con los valores y raíces venezolanas; sino más bien, dedicárselo a ese sitio desasistido como lo constituyen el deporte aficionado, el extremo y el importante deporte universitario.



Es un hecho que se ha venido dando poco a poco, porque pelear con las eventos comerciales hoy día, son esfuerzos en vano, pero al menos existe la intención de apoyar a los deportistas que en cada competencia, realzan el amarillo, azul y rojo en competencias nacionales e internacionales.

De igual manera ocurre con el deporte practicado por los niños, niñas y adolescentes, una parcela completamente desamparada históricamente, que ha retomado campo recientemente. En los últimos tiempos se han valorado un poco más las grandes canteras donde se

hace muchísimo deporte, béisbol menor, federado, criollitos, pequeñas ligas y no sólo de esta disciplina, sino de otras incluso nada atractivas comercialmente hablando como el golf. El único fin es incentivar a esas futuras estrellas, a los dirigentes, clubes y asociaciones, y al mismo tiempo estimular el deporte.

Meridiano desde hace 3 años está publicando un suplemento, los días martes llamado “Meridianito Deportivo”. Con el fin de hacer aportes informativos y servir de estímulo para que se conozcan todos sus valores.



Líder, aparte de que tiene su sección “Más Deportes” también cuenta con un suplemento llamado “Cancha Adentro” y “Cantera” en apoyo y difusión al deporte menor, infantil. Últimas Noticias, semanalmente, le dedican una página entera a este rubro, para impulsar y apoyar a los futuros reyes deportivos que representarán a Venezuela en los próximos años, en las diferentes disciplinas deportivas.



En el diario *El Nacional*, no obstante a pesar de que los periodistas que trabajan en él han hecho serios esfuerzos y han planteado la necesidad de crear un suplemento deportivo, por las mismas necesidades antes explicadas, desde hace un año retomaron la cobertura que le brinda al deporte menor y juvenil y universitario. Dos días a la semana, miércoles y sábado, le dedican una página entera a la cobertura de estas disciplinas, pero es importante que para la fecha de redacción de esta tesis, la fuente es asignada a pasantes, con el fin de inmiscuirlos dentro del mundo periodístico. Si la redacción se queda sin pasantes, ninguno de los redactores asumen este trabajo porque es visto como lo que es, algo menor y de poca importancia para el lector, mientras que el resto de los redactores pueden ocuparse de cubrir la disciplina del béisbol que es lo atractivo y la fuente que más tiraje le produce al diario.



Periodismo atractivo libre de repeticiones

El lector deportivo, por lo general, es un lector que maneja muy bien la información deportiva, razón por la cual, no es partidario de leer mañana el partido que vio hoy por televisión o escuchó por radio. Es exigente a la hora de hacer críticas al periodista que tiende a repetir con la reseña simple, pues lo que desea recibir en esta es precisamente aquellos detalles que no percibió bien sea en la emisora de radió que sintonizó para seguir el juego, el canal a través del cual lo siguió o la página web donde obtuvo los resultados.

Si bien es cierto, durante un largo período y hoy día se puede observar en algunos periódicos, se sigue trabajando con la técnica de la reseña, género informativo que debido al avance tecnológico, como la Internet, ha perdido importancia y valoración dentro del círculo de lectores. Estamos viviendo en la época de lo visual, el lector es atraído por los pequeños titulares que dicen grandes cosas, no esperan que les repitan la misma historia, incluso, está podría ser la razón por la que dejan de consumir determinado periódico.

Así como está ocurriendo esta simpleza, del mismo modo hay otros medios y otros periodistas que sí desean salir del esquema atribuido desde los inicios del periodismo. Pudimos ver a un *Meridiano* que debido a estar posicionado en los lectores deportivos, dejó a un lado la utilización de las estadísticas, datos interesantes para el lector, pero que una vez estando Líder en el mercado comercial, tuvo que replantearse y retomar con mucha más juventud y carisma géneros periodísticos abandonados.

A continuación algunos tips, de periodistas que cubren la fuente deportiva y que día a día luchan por hacer un Periodismo atractivo libre de repeticiones:

Eumar Esaá: “ *Yo trato de ir más allá de la noticia y no empezar por la pirámide invertida, trato, también, de hacer un enganche para el lector más creativo, que me exija más intelectualmente. Otro detalle importante,*

cuando haces periodismo pensando que sabes hacerlo, empiezas a repetirte, a caer en esquemas superados, y empiezan las equivocaciones y los textos aburridos, la idea es sentarte al frente de la pantalla en blanco, sin saber cómo lo harás y así siempre saldrá una solución creativa al acontecimiento deportivo”.

Pedro Ricardo Maio: *“Yo creo que el lector, el que compra el periódico día a día, el que lee información deportiva, tiene un hábito. Creo que a ese grupo hay que respetarlo, porque es un público que sabe lo que lee y que aparte siempre está ávido de información. El béisbol que es mi fuente, yo suelo tener un lenguaje técnico y preciso, trato de complementar con box scores, innovar con las entrevistas, tablas, estadísticas, mostrar el otro lado de la simple reseña”.*

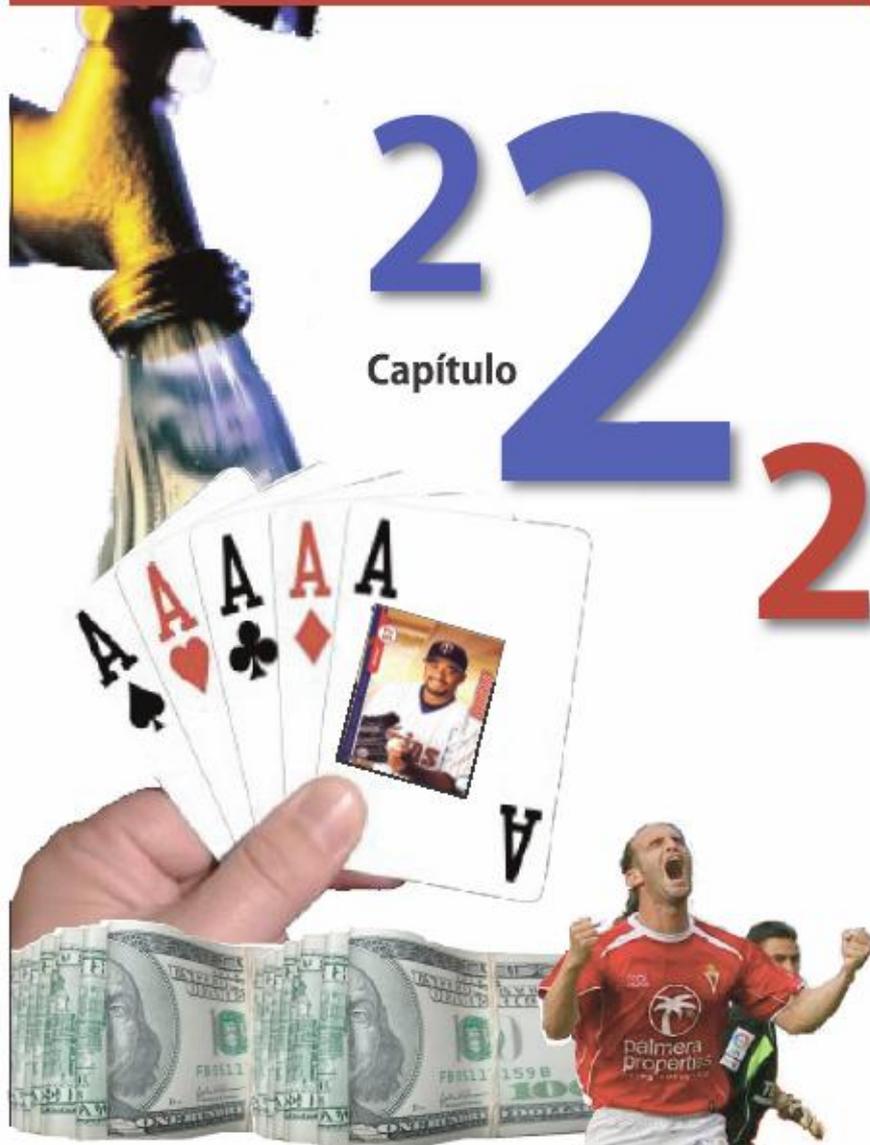
Cristóbal Guerra: *“La instantaneidad de otros medios, como lo son la televisión y la radio, se combate con ingenio, con otro lenguaje. Igualmente, se parte del hecho, de la noticia, pero la creatividad es un factor importante. El periodista de hoy está contando historias propias, ya no es lo que hizo el deportista en su disciplina, ahora el factor cambio está en lo que sintió el deportista con la victoria, la derrota, la superación de una marca, se podría decir que hoy contamos el otro lado de la historia también”.*⁸

Los testimonios anteriores reflejan la necesidad de hacer un tipo de periodismo deportivo al que se venía haciendo en los últimos tiempos y que aún se viene haciendo en algunos medios impresos venezolanos. Podemos notar como estos periodistas ven la necesidad de cambiar, de desechar la vieja fórmula de la reseña e innovar y poner en práctica otros géneros periodísticos que poco son usados en el periodismo. Si bien es importante la reseña, en los últimos tiempos ya ha pasado de moda y por

⁸ Cristóbal Guerra. Periodista. Jefe de la sección deportiva El Nacional, Entrevista personal Septiembre 2007

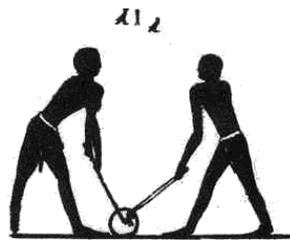
ende, es necesario romper esos esquemas e ir en sintonía con el tiempo y brindarle al lector información que sea de su interés y de su agrado, información que lo estimule a seguir al medio y sobre todo, a seguir al periodista que día a día se esfuerza en brindarle datos de buena calidad.

Importancia comercial del deporte para
el periodismo



¿Periodismo deportivo, un negocio?

La aparición del deporte se remonta desde la época de la antigua Grecia, con el filósofo Platón y otros personajes, no menos importantes,



como lo fueron Píndaro y Mirón. Ellos, en un principio, despertaron en la sociedad el interés por la práctica de los deportes. Poco a poco, las distintas disciplinas se convirtieron en una parte tan importante de su cultura que los griegos crearon los

Juegos Olímpicos, los cuales se disputaban, tal como hoy, cada cuatro años en una pequeña población llamada Olimpia.

El autor Antonio Alcoba López, en su libro *Cómo hacer Periodismo Deportivo* Pág. 41 dice:

“ Aquellos primeros artículos dirigidos a un sector minoritario, y entendido de la clientela de los diarios, poco a poco fue abriéndose paso en la información general, debido a la proliferación de competiciones creadoras de rivalidad entre deportistas de diferentes ciudades, regiones y hasta países por motivos de apuestas o grandes premios” .

Debido a esta razón, las notas en los periódicos fueron cobrando auge, dentro de los mismos, y los espectadores dejaron de conformarse con las simples gacetillas y cada vez estaban más necesitados de información detallada sobre las competiciones.

Es ahí, cuando los dueños de los medios descubren el negocio que existía detrás del deporte, y empiezan por la búsqueda de periodistas especializados para que se encargaran de la exploración exhaustiva sobre información deportiva.

Con la creación de las páginas deportivas, tanto el empresario como el periodista caen en cuenta de una realidad, se convierte en una de las más leídas de los medios impresos.

El periodista deportivo se ve involucrado de manera casi directa dentro de la comercialización deportiva, porque es gracias al él y a través del medio impreso que se comienza a estimular la cobertura del quehacer deportivo.

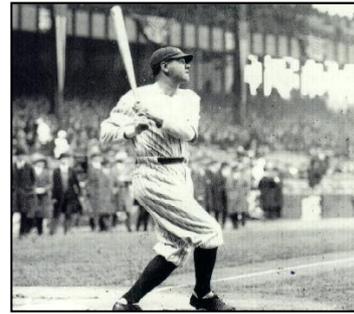
Con este auge del deporte como gancho comercial, para aumentar los numeritos que reflejan la distribución, se cruza una frontera importante, pues los deportes pasan de ser juego de entretenimiento a reales enfrentamientos entre equipos rivales convirtiéndose así el deporte en espectáculo. Al suceder esto, el deporte como factor de desarrollo de las sociedades pierde de forma casi total su sentido social, de desarrollo humano y convierte las disciplinas y a los deportistas, en unas especies de vedettes cuyo principal objetivo será obtener triunfos más de índole material que deportivos.

El Boom del escándalo como anzuelo atrapa lectores

Una referencia importante dentro del periodismo deportivo como negocio ocurre en el año 1929, el jueves 24 de octubre, cuando se produjo la caída de la bolsa de Wall Street de Nueva York, esta crisis mejor conocida como “la Gran Depresión” produjo entre otras cosas, la quiebra total de más de 600 bancos y que la economía mundial se viniera abajo. Los medios de comunicación no quedaron exentos de este problema y el béisbol que disfrutaba de gran auge en la época, protagonizó un descenso en la venta de boletos en los estadios.

En 1932 debido a la grave situación que se estaba viviendo, se crea una especie de simbiosis entre medios de comunicación y dueños de equipos que utilizaron muchas estrategias publicitarias para atraer la atención del público y levantar la venta de boletos. Un ejemplo de estos trucos de los diarios para vender más entradas y periódicos, fue el carisma del más grande pelotero de la historia mundial, el maravilloso Babe Ruth.

Cuenta la historia del periodismo en béisbol que él lograba apuntar con su mano cada vez que se paraba frente al plato y señalaba por donde sacaría la bola de home run. Esa acción fue ampliamente explotada por los diarios con el fin de vender más ejemplares



y al mismo tiempo lograr que la fanaticada asistiera al Yankee Stadium a disfrutar del show de “El Gran Bambino”, pues este pelotero gozaba de gran afecto de la fanaticada que interactuaba con él constantemente, hasta incluso el mismo Babe estaba consciente de la repercusión que tuvo ese hecho, pues a partir de aquel momento y hasta el día de su muerte en 1948, siempre fue objeto de la inevitable pregunta: *¿Sr. Ruth, realmente usted anunció aquel home run?* A lo cual hábilmente responde *“... lea los periódicos, todo está en los periódicos...”*

Otra anécdota cuenta que durante un juego amistoso en Nueva Orleans, un hombre le grita improperios desde la tribuna. Incomodo, Ruth lo llama al campo. El hombre, desafiante, se lanza al terreno y camina hasta donde se encuentra el pelotero. Ruth pide al umpire principal una pelota y saca del bolsillo del aficionado un bolígrafo, la firma y luego le dice: *“esto es lo que querías, aquí lo tienes, ahora siéntate y déjame jugar tranquilo.”* El hombre regresó a las gradas y no se le escuchó por el resto del encuentro.

Sin duda alguna, esta característica particular del Bambino lo convirtió en un verdadero icono dentro de la comercialización deportiva, al punto de ayudar –porque méritos tenía de sobra- a convertirlo en la leyenda que aún hoy mantiene un toque mágico sobre ese insuperable número 3:

“Ayuda a construir la leyenda del héroe norteamericano, al centrar la atención del público y la prensa en los jugadores y no en los equipos. Es el único jugador en la historia que ha motivado la construcción de un

parque, el Yankee Stadium, con capacidad suficiente para albergar a los miles de aficionados que deseaban verlo jugar. Introduce la figura del deportista como ídolo de la sociedad estadounidense y en consecuencia, en imagen de su creciente industria publicitaria....” (Fuenmayor Pérez, 2004 p. 5).

El deporte ha dejado así de cumplir una función social, recreativa y de mantenimiento de la salud dentro de la sociedad, como era en sus inicios, aunque aún se mantiene la consigna de “el deporte es vida” pero detrás de eso hay mucho dinero y grandes industrias interesadas en mantener la consigna. Con esta explicación se puede afirmar que las principales razones por las cuales se ha distorsionado la disciplina deportiva son:

- 1) El interés desmedido de las grandes transnacionales en los escenarios deportivos.
- 2) Las multimillonarias ofertas y disputas por los grandes canales de televisión y las agencias de noticias por los eventos deportivos. El que paga más en la MLB tiene la exclusividad de transmitir los partidos de béisbol o la agencia que más dinero ofrezca, tiene “el tubazo” o la mejor foto en las olimpiadas.
- 3) La constante importación de atletas y la más importante
- 4) Las grandes sumas de dinero que se le ofrecen a los atletas por su buen desempeño en determinado deporte.

Las causas antes expuestas han dado como consecuencia, quizá sin querer, que el periodismo deportivo desde muchos años atrás y que se ve más acentuado hoy día, se haya convertido en un negocio muy lucrativo para los dueños de los medios de comunicación en Venezuela y el mundo.

Para la reportera de la fuente olímpica del diario Últimas Noticias, Eumar Esaá, la comercialización deportiva en Venezuela tiene mucho que ver con todo un sistema de apoyo financiero y patrocinio hacia los juegos tradicionalmente comerciales, conocidos también como “deportes

profesionales o espectáculo”, que no existe con respecto a los no tradicionalmente comerciales, así como también las disciplinas que integran el deporte universitario, el deporte menor, el extremo y el deporte aficionado o amateur.

“El deporte aficionado en nuestro país, es única y exclusivamente estatal, el deporte olímpico, solamente es financiado por el Instituto Nacional de Deporte (IND) y yo siento que también hay un tema de posiciones políticas, en cierta forma hay medios que consideran que los deportes olímpicos que están vinculados al IND son chavistas, hay una especie de renuncia y es muy injusto porque los atletas, independientemente, del gobierno de turno, se esfuerzan, se lesionan, se sacrifican.”⁹

Es innegable que existe un manejo político desagradable del evento deportivo, es poco ético de las dos maneras, no se debe anular o desasistir el triunfo de atletas que estén vinculados al deporte olímpico y tampoco debe existir un aprovechamiento político.

El deporte de alto rendimiento, tiene una característica particular, revela la potencialidad que pueda desarrollar el deportista, pero va en contra del deporte espectáculo. El espectáculo deportivo, que está muy de moda en el país, tiene dentro de sus finalidades “garantizar la educación”, distraer a una gran masa de personas que quizá no practican el deporte pero si son fieles seguidores.

En los diarios *Últimas Noticias*, *El Nacional*, *Meridiano* y *Líder*, se están haciendo grandes esfuerzos con respecto al abordaje y al seguimiento que se le deben hacer a los deportes tradicionalmente no comerciales.

En los últimos tiempos la cobertura de los juegos olímpicos y el deporte menor ha cambiado, ha dado un giro, ha crecido. No como

⁹ Eumar Esaá. Periodista. Redactora especialista en la fuente olímpica en *Últimas Noticias*. Entrevista Personal Agosto 2007

muchos optimistas han querido, pero si hay profesionales con ganas de hacer cosas distintas.

Hubo un evento que marcó un antes y un después en la cobertura de los juegos olímpicos. Los juegos bolivarianos del año 2001 donde Venezuela quedó por encima de Colombia con una diferencia de 89



medallas de oro, este hecho dio una proyección del deporte venezolano. Poco a poco con el buen papel del país en los olímpicos, fue ampliando la cobertura en los medios y poco a poco ha ido ganando espacio.

“Una tesis que yo siempre he sostenido es que la gente empezó a tener necesidades de consumir esos contenidos (deportes tradicionalmente no comerciales) en la medida en que fueron dados esos contenidos, porque a veces se decía: es que a la gente no le gusta el tiro al arco, ni el atletismo, ni el tenis. No les interesa porque nadie nunca se los ha dado, cuando lo empiezas a incluir dentro de la oferta, la gente empieza a conocer y a nutrirse de información y empiezan a conocer a nuestros deportistas”¹⁰

El periodismo deportivo dentro de los impresos venezolanos, es un negocio, es indiscutible que estas páginas son las más comerciales de todo el periódico, las más leídas, por está razón, las empresas prefieren colocar sus anuncios publicitarios en esta sección y este hecho se debe a la gran cantidad de lectores deportivos que habitan nuestro país, a parte de que dentro de los cuerpos deportivos, se incluye información adicional, como la farándula, información social, el horóscopo y los



¹⁰ Eumar Esaa

diarios especializados tratan de captar más público, añadiéndole la lotería.

Tanto el boxeo como el atletismo, tuvieron su época de oro, así, el primero sigue teniendo espacios considerables dentro del cuerpo deportivo, y el segundo ha perdido espacio e importancia, en algunos medios, así lo explica el profesor Candido Pérez, Periodista de la fuente deportiva del Diario El Nacional:

“Tanto en amateur como en profesional habían muy buenos deportistas, pero se vinieron abajo. Hoy día, ni siquiera tenemos una representación de Venezuela. Los éxitos te dan el respaldo, con éxito se gana el respaldo en los medios de comunicación y también con los patrocinantes.”¹¹

Deportes tradicionalmente comerciales vs. Deportes tradicionalmente no comerciales

Con esta investigación pretendemos analizar, entre otras cosas, cuál ha sido la evolución gráfica que han tenido los deportes tradicionalmente comerciales y los tradicionalmente no comerciales dentro de los medios impresos, específicamente los diarios: *El Nacional, Últimas Noticias, Meridiano y Líder*.

Es importante destacar que, en Venezuela, todos los deportes olímpicos son tradicionales, tan tradicionales como el alma llanera, el joropo, la orquídea y el turpial; sin embargo, a estos no se les ha dado tanta cobertura como a los comerciales, mejor conocidos como: béisbol, boxeo, básquet y fútbol; e incluso el despliegue gráfico de los mismo ha sido, históricamente, bastante desigual.

Hablemos un poco de lo que se entiende, a efectos de este trabajo, por cada uno de los términos antes señalados. Cabe destacar que la clasificación que ha continuación será presentada se ubica en el contexto

¹¹ Cándido Pérez

el periodismo deportivo venezolano, ejemplo de ello es que en los EEUU, por ejemplo, la disciplina del Tenis es un deporte tradicionalmente comercial pero en aquí en Venezuela no resulta tan atractivo para el público ni tan lucrativo para los patrocinantes, y por ende, no recibe el apoyo suficiente ni el despliegue en los medios impresos del país.

Deportes tradicionalmente Comerciales o “deporte espectáculo”: se entiende por estos a aquellas disciplinas deportivas en categorías profesionales, que dada su posición de favoritismo dentro de las masas conformadas por el público lector, representan un gancho para las inversiones comerciales. En Venezuela, ese sitio de honor lo han ocupado desde siempre las siguientes: **Béisbol** (el cual hasta Pekín 2008 participará en los juegos olímpicos), **Boxeo** y **Baloncesto**. También incluiremos en este rango al **Fútbol**, considerado deporte rey en el resto del mundo, pero que en nuestro país ha experimentado un protagonismo de data más reciente gracias al auge comercial generado por los mundiales como espectáculo, así como también el repunte de la selección nacional bajo la dirección del Dr. Richard Páez.



Deportes tradicionalmente no comerciales: se entiende por estos aquellos que si bien tienen rango e importancia dentro de las principales competencias mundiales, no revisten mayor atractivo comercial, por lo menos dentro de nuestra nación. A saber:

Deportes acuáticos (sus modalidades como los son natación, polo acuático, nado sincronizado, saltos ornamentales y a partir de Londres 2012 probablemente también las aguas abiertas). **Tiro con arco, Atletismo, Bádminton, Canotaje, Ciclismo** (sus modalidades son pista, ruta, montaña y BMX, que es lo mismo que bicicross), **Ecuestre, Esgrima, Gimnasia** (sus modalidades son artística, rítmica y en trampolín), **Balonmano, Hockey sobre césped, Judo, Pentatlón moderno, Remo, Vela, Tiro deportivo, Softbol** (hasta Pekín 2008, porque ya fue excluido para Londres 2012), **Tenis de mesa, Tae kwon do, Tenis, Triatlón, Voleibol** (sus modalidades son de cancha y de arena), **Lucha, Levantamiento de pesas.**



Extremos o alternativos: se entiende por extremas, todas aquellas disciplinas deportivas que de una manera u otra en su práctica desafían principios naturales, volviéndolas bastante más riesgosas y que generas en sus atletas mayores descargas de adrenalina. Entre estas tenemos: **Escalada, Paracaidismo y Parapente, Vuelo en ultralivianos, Rafting, Kitesurf, carreras de montaña o de supervivencia** (tipo el Eco Challenge), **Apnea y Montañismo.**

Está clasificación refleja fehacientemente, la monopolización, el desequilibrio y la concentración deportiva que existe en los medios impresos. Los cuerpos deportivos dedican históricamente un 70% a los “deportes espectáculos” o deportes tradicionalmente comerciales.

Desde mucho tiempo atrás incluso desde antes del período de estudio que comprende este trabajo de investigación, ubicado desde 1987 hasta 2007, *Últimas Noticias*, *Meridiano* y *el Nacional*, menosprecian en despliegue a los juegos olímpicos y deportes extremos que por ser los menos conocidos por los lectores son los menos difundidos; sin embargo este argumento conlleva a un contrasentido, ya que de ser esa la razón de su poco despliegue deberían ser los más difundidos para llegarle al público lector.

A partir del momento en que Eleazar Díaz Rangel asume la dirección del diario UN en el año 2002, comienza a plantear la necesidad de brindarle una página al deporte menor todas las semanas, con el propósito de apoyar y darle difusión al deporte venezolano y a sus atletas.

Con este acontecimiento los otros medios de comunicación, se ven en la necesidad, también, de atender esa parcela, que se encontraba completamente desasistida, quizá motivados por el aumento de la circulación del referido diario; lo mismo ocurrió con los deportes olímpicos, aunque manteniendo la prioridad para el deporte comercial.

Actualmente, vemos en los cuerpos deportivos de los periódicos en estudio, que la información deportiva se encuentra un poco mal llevada, en vez de salir a buscar la noticia a la calle, que es una de las razones del periodismo, muchos medios prefieren rellenar con cables los espacios redaccionales o con noticias que no son de interés nacional. Esto es una problemática, donde no sólo está inmerso el periodista, sino también el dueño del medio, que se convierte en empresario de la información, y también la marcada influencia los mismos patrocinadores provenientes de la empresa privada y pública.

El titiritero mágico en este nuevo tiempo

Dos impulsores, un cambio

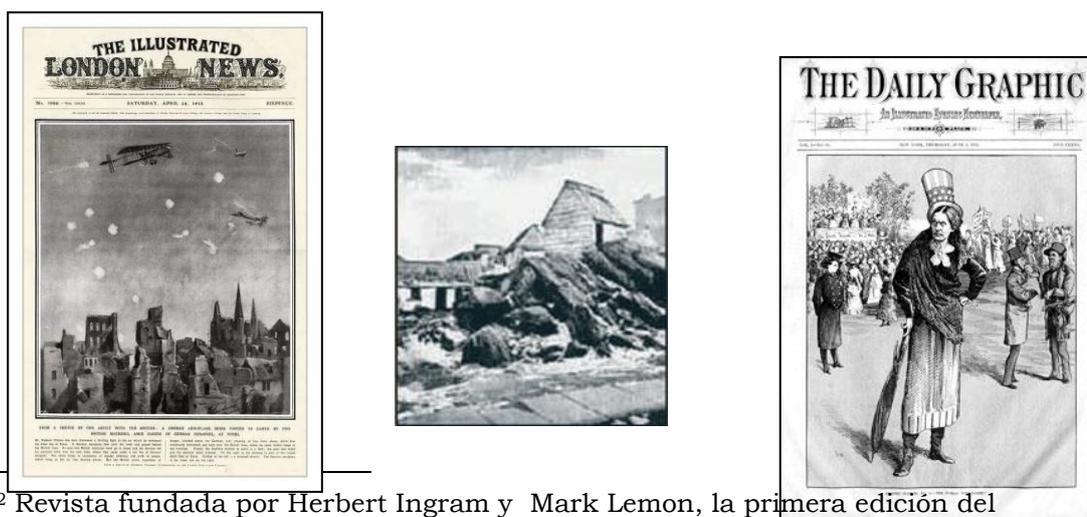
Hasta ahora, hemos hecho un breve recuento de lo que ha sido la historia del periodismo deportivo en Venezuela, y hemos observado cómo

paulatinamente éste fue cobrando auge y tomando importancia. Vimos por ejemplo, cómo pasó de ser algo aficionado a algo mucho más serio, menos empírico y hasta especializado.

Sin embargo, la razón de ser de esta investigación más que hablar del periodismo deportivo cómo actividad comercial o que genera ganancias, es precisamente cuál ha sido la evolución de su imagen gráfica dentro de los medios impresos de algunos diarios del país en los últimos 20 años, desde 1987 hasta hoy día. Y al hacerlo es imposible dejar de hacer mención de dos elementos de importancia capital en la historia de todos los medios impresos, estos son: la diagramación o diseño de las páginas y la fotografía. Pues cada uno de ellos y ambos en plan común son quienes hacen posible la puesta en escena de la información.

La historia de la fotografía parece remontarse al 15 de abril de 1848, cuando el *Illustrated London News*¹² publica la primera imagen copiada manualmente desde una fotografía. Más tarde -el 4 de marzo de 1880- se publica por primera vez una fotografía de Stephen H. Horgan en el *New York Daily Graphic*¹³, bajo el título “A scene in Shanty Town”.

“A scene in Shanty Town”



¹² Revista fundada por Herbert Ingram y Mark Lemon, la primera edición del Illustrated London News apareció el 14 de mayo de 1842.

¹³ Periódico británico de formato tabloide, primero publicado en 1896 - el segundo diario de venta más grande británico después The Sun.

A partir de este momento, pasarán algunos años en los cuales no se darán las condiciones mínimas para que la fotografía se incorpore al material sobre el que se establece la agenda que hace cuajar el discurso periodístico, en efecto, sería a finales del siglo XIX cuando localizamos diarios como el *Daily Mail* que se caracterizan por usar regular y sistemáticamente fotografías.

Zambrano (1990:134) define a la información gráfica de la siguiente manera:

...”esto es, la noticia sin letras, resulta imprescindible en el periodismo, pues al lector no sólo le interesa informarse leyendo, sino que quiere, además, informarse viendo gráficas. La fotografía, que pudo ser un factor puramente decorativo, es hoy elemento esencial dentro del periódico. Ciertas noticias, si no van acompañadas de su correspondiente gráfica, se sienten como incompletas”.

De lo anterior deriva que el público desea ver el rostro de su celebridad favorita, el fuego en un incendio, el momento de la jugada decisiva en el fútbol o el béisbol, etc. En fin, las fotos se han hecho tan imprescindibles como la información escrita, incluso, un famoso dicho oriental reza que “un grabado vale por diez mil palabras”

Es curioso constatar que la aparición o inclusión de la fotografía en la prensa, coincide históricamente con el desarrollo del periodismo moderno, el que contribuirá en una buena medida a establecer parte de las constantes que definen el discurso periodístico de masas, por ejemplo, la asunción de un papel modelador y al mismo tiempo movilizador por parte de la prensa, en donde se trata de replantear y decidir lo que le conviene a la sociedad e incidir en su transformación y en la formación de una identidad colectiva.

“La fotografía ha ido evolucionando y transformándose constantemente. Desde que los artistas conceptuales comenzaron a utilizarla -primero para documentar sus acciones y luego de manera autónoma- se ha ido apartando de los valores que se le habían atribuido, y se ha ido alejando de su originaria dependencia de la realidad. Por lo tanto, hay que tener en cuenta la labor social que cumple la fotografía. Según varían las necesidades sociales, la fotografía comporta unos cambios: es evidente que las funciones de la fotografía no eran las mismas en 1839 que ahora en 2005 Cohen y Mengo (1998) apuntan por su parte que la fotografía actual se ha desarrollado principalmente en dos sectores, al margen de otras consideraciones científicas o técnicas. Por un lado se encuentran el campo del reportaje periodístico gráfico, cuya finalidad es captar el mundo exterior tal y como aparece ante nuestros ojos, y el de la publicidad. Por otro tenemos la fotografía como manifestación artística, con fines expresivos e interpretativos”.

Susperregui (1998).

Toda la fotografía es, en cierto sentido, un reportaje, puesto que capta la imagen que perciben el objetivo de la cámara y el ojo humano. Los primeros investigadores se limitaron a registrar lo que veían, pero en la década de 1960 se dividieron entre aquellos fotógrafos que seguían utilizando su cámara para captar imágenes sin ninguna intención y los que decidieron que la fotografía era una nueva forma de arte visual.

El periodismo gráfico difiere de cualquier otra tarea fotográfica documental en que su propósito es contar una historia concreta en términos visuales.

Fotografía periodística en Venezuela

En Venezuela se introduce la fotografía periodística entre los años 1841 y 1889, con la llegada del primer daguerrotipo, sin embargo de esta época son pocas las fotografías que se pueden considerar periodísticas.

Pero en 1953, según menciona Carlos Abreu, en su libro "La Fotografía Periodística" un periodista cuyo nombre se desconoce es quien capta algunas imágenes del terremoto de Cumaná, éstas serían las imágenes iniciales que registran un hecho de interés colectivo.

Según la página <http://www.lookandclick.com> el primer grabado impreso en un periódico de Venezuela aparece en Caracas en octubre de 1810 en una hoja suelta. Antes de la aparición de la fotografía en la prensa venezolana, en las páginas de nuestras publicaciones aparecían tres tipos de imágenes: las viñetas, los dibujos y las caricaturas. La misma página electrónica refiere que Carmelo Fernández es considerado el precursor del reportero gráfico en Venezuela, ya que fue él quien realizó las 12 imágenes que publicara el periódico *El Promotor* (1843- 45), una cifra considerada numerosa para la época, además de haber cumplido con el rol de cronista visual en la ceremonia de repatriación de los restos de Bolívar en 1842, cuyas imágenes aparecieron en *El Promotor* y en *El Venezolano*.

Vale la pena señalar que a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, los diarios eran bastante conservadores en su exhibición gráfica. Sólo los que contaban con mayores recursos económicos tenían el privilegio de mostrar ilustraciones con cierta periodicidad.



**Meridiano. Página 5.
07-10-1987.**



**El Nacional. B2.
01-03-1987**

El Universal, fundado en 1909 -al igual que los periódicos ya existentes- también contaba con pocas fotos. En algunas fechas se podían publicar dos, tres o hasta más fotografías mientras que podían pasar días, semanas y hasta meses sin que apareciera ninguna imagen fotográfica. En la prensa de esa época eran pocas las informaciones internacionales comparadas con las nacionales, y generalmente eran proporcionadas por las embajadas venezolanas o delegados ubicados en el extranjero.

En el año de 1913 el régimen gomecista crea *El Nuevo Diario*, dotado de avances que lo distinguen de los otros periódicos venezolanos de esos tiempos, entre los cuáles no podían estar excluidos los fotográficos. Este periódico aporta valiosas contribuciones al fotoperiodismo venezolano: innovaciones tecnológicas, fotos que van más allá de los tradicionales retratos y grabados, formatos con mayores tamaños y -esporádicamente- algunas tomas de acción no posadas. Ejemplo de esto último lo constituye el conocido fotógrafo Adolfo Amitesarove:

“Pese a que trabajaba con equipos pesados y lentas películas, Amitesarove llegó a tomar fotos espontáneas y dinámicas. Así, por primera vez en Venezuela, un fotógrafo logra alejarse de las clásicas imágenes tipo pintura.” (Abreu, 1992)

En agosto de 1943 inicia su labor el diario *El Nacional*, fundado por Henrique Otero Vizcarrondo, al entender el valor que estaba adquiriendo la prensa como negocio. El nuevo periódico tiene su laboratorio fotográfico particular, así como linotipia, fotograbado y una rotativa innovadora.

En los años 70 se introduce la fotografía a color en diarios como *Meridiano* y *2001*, así como *El Globo* y *La Verdad*. *El Universal* y *El Nacional* también lo usarían en algunas oportunidades, en primera página y en sus revistas dominicales.

En los años 80 se haría más frecuente el uso de las fotos a color y en ese sentido constituye un gran aporte el *Diario de Caracas*, estrenado en 1979:

“Desde sus primeras ediciones, este periódico instauro en su primera plana una gran fotografía de opinión. Para ello contrata al veterano reportero gráfico Luigi Scotto quien, junto a Gustavo Beltrán, hace esas imágenes que constituyen una innovación en el periodismo venezolano”. (Abreu, 1992. p 311).

La Fotografía en el Periodismo Deportivo

La fotografía deportiva es especialmente difícil, porque los momentos claves para las imágenes se dan en fracciones de segundos. Por eso es elemental para el fotoperiodista deportivo conocer el deporte que está trabajando para poder adelantarse a los momentos decisivos. Es esencial que tenga capacidad de intuición.

Todo fotógrafo deportivo debe tener un conocimiento profundo de la actividad a la que da cobertura con su trabajo. Es necesario que desarrolle buenos reflejos, que sea capaz de resolver los problemas que se le presenten y aproveche las situaciones inesperadas.

El fotógrafo debe tener un fundamento profesional y conocer las técnicas y reglas que rigen el deporte que está fotografiando. Captar las expresiones de los deportistas y también de los espectadores para que así pueda obtener la fotografía espectacular que todos esperamos. Toda gráfica deportiva debe comunicar la idea de cómo se realiza la acción, por eso debe ser objetiva, obligando a quien la realice a estar pendiente del juego.

Todas las jugadas son fugaces y es muy importante tener experiencia para poder desarrollar este tipo de



imágenes. Una imagen dinámica es la que capta movimiento y acción y estas situaciones sólo las puede conseguir quien haga este tipo de fotografías, con destreza y conocimiento apropiado.

Desde hace mucho tiempo, el deporte ha sido un motivo muy especial y amplio y esas situaciones son las que el periodismo escrito y la televisión han tenido en cuenta para presentarla de forma profusa. Es por eso que los periódicos le dedican secciones completas ya que su grandiosa difusión, es siempre esperada con ansiedad por el público lector. De igual forma, los espacios de televisión son extensos: la acción deportiva genera una inmensa pasión entre el público en general.

El mercado más grande de esta actividad lo constituyen los periódicos y revistas que durante un acontecimiento deportivo de trascendencia mundial -como por ejemplo el Mundial de Fútbol- despliegan equipos humanos que puede llegar a estar conformado por hasta más de diez fotógrafos, los cuales tienen la obligación de cubrir hasta el más mínimo detalle de una contienda deportiva.

El diseño de la información

Si bien la fotografía tiene importancia capital dentro de la historia del periodismo en el mundo entero, al punto de convertirse en un género aparte, existe un protagonista silencioso que grita su presencia día tras día en los distintos medios impresos: el diseño. Es este, el que se encarga de darle forma, vida y dinamismo a los contenidos que producen los reporteros y fotoperiodistas y les otorga trascendencia a través de la puesta escena, aunque para ello es necesario que el diseñador sea también periodista, pues la importancia de un buen diseño, parte en primera instancia, de tener un buen concepto y para ello inevitablemente este profesional debe tener visión periodística y que entienda la noticia que transmitirá. Pues su aporte siempre debe ir más allá de simplemente montar un show con una página espectacular o bonita; este profesional

deberá siempre, comunicar una parte de ese mensaje que desarrollan el fotoperiodista y el reportero con su trabajo.

Se hace difícil tratar de determinar el momento justo en que surge la historia del diseño de los medios impresos, pues este se remonta indudablemente al nacimiento del primer intento por plasmar en formas abstractas aunque concretas, en la historia de la humanidad. Sin embargo, sí podríamos decir que el origen del diseño de medios impresos está en los carteles o anuncios publicitarios.

¿Qué es un cartel? Es un material gráfico que transmite un mensaje, está integrado en una unidad estética formada por imágenes que causan impacto y por textos breves. En general, consiste en un papel u otro material adecuado, normalmente de gran tamaño, impreso que suele exponerse en un lugar de gran tránsito de personas, bien colocado sobre una pared o sobre un soporte específico.

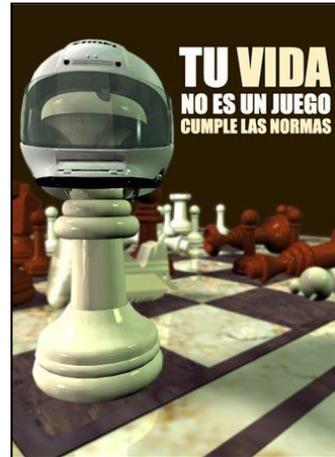
Ha sido definido por algunos estudiosos como "un grito en la pared", que atrapa la atención y obliga a percibir un mensaje. También puede definirse como un susurro que, ligado fuertemente a las motivaciones e intereses del individuo, penetra en su conciencia y le induce a adoptar la conducta sugerida por el cartel. En conclusión, es un material gráfico, cuya función es lanzar un mensaje al espectador con el propósito de que éste lo capte, lo recuerde y actúe en forma concordante a lo sugerido por el propio cartel. Existen dos tipos: los informativos y los formativos.

El Cartel Informativo es el que está planeado para comunicar eventos, conferencias, cursos, reuniones sociales, espectáculos, etc. Este tipo de carteles puede ser presentado sólo con texto, para lo cual se recomienda letras grandes sobre fondo de color contrastante. Los textos deberán proporcionar sólo la información indispensable. También pueden ser presentados con texto e imagen, para lo cual la información se proporciona acompañada de imagen que puede estar hecha a base de



tipografía de sujetos, objetos o formas que acompañan textos cortos, que den sólo la información necesaria.

El Cartel Formativo en cambio se utiliza como un medio para propiciar el establecimiento de hábitos de higiene, salud, limpieza, seguridad, orden, etc. También se usa para propiciar actitudes de confianza, actividad, esfuerzo, conciencia, etc., se podría decir que es un medio de denuncia social. En este, sin embargo, la imagen tiene preponderancia sobre el texto, el mensaje es expresado gráficamente en forma clara y sólo se apoya en un corto texto, que dé énfasis a la idea sugerida. Usado adecuadamente en la promoción de la salud, puede convertirse en un magnífico recurso para evitar las enfermedades, los accidentes y promover los hábitos higiénicos.



Ahora bien, ¿por qué al pretender ubicar históricamente el nacimiento del diseño de medios impresos, como otra vertiente del periodismo, nos remontamos a esto? Pues, la razón fundamental de ello, es que es importante dejar en claro que la misión fundamental del periodismo es comunicar un mensaje y en muchos casos ser mediador entre la información de interés común y el colectivo, pues es a través de esa mediación que el mensaje logrará su cometido de ser captado o no.

El diseño gráfico se ha convertido en la herramienta más utilizada por quienes han promovido sus estudios hacia esa área, quienes son autodidactas de la materia y quienes intentan comunicar en cualquier estilo sus necesidades prioritarias, es ineludible el estudio de las raíces del diseño en Venezuela, los promotores del mismo, y cómo han influido en esta nueva era de grafismo y diseño, todos están ligados en un solo fin y han dejado legados que algunos continúan con ellos y otros en la creencia de una nueva tecnología han abandonado las principales técnicas y fórmulas de un buen diseñador gráfico. Por esta razón el estudio es profundo y quizás confuso pero es para fortalecer las bases de

nuevos diseñadores que se desempeñarán en un futuro próximo, como grandes comunicadores visuales.

Un Poco de la historiografía del diseño gráfico en Venezuela

Desde que el hombre ha intentado comunicarse se podría decir que el diseño gráfico específicamente en este país, se ha desarrollado a paso lento pero con seguras bases con respecto a la comunicación, primeramente con la inserción de nuevas tecnologías, y segundo con técnicas que, aún a pesar del tiempo, tienen gran validez en cuanto a su uso.

Gerd Leufert como deductivo, metódico, alemán preocupado por la comunicación, logró intervenir en el proceso de desarrollo del diseño gráfico, el cual se podría decir que comienza meramente desde el deseo de expresar más allá que pictóricamente las necesidades de los venezolanos en sí, aproximadamente por el año de 1920 como una carrera, y antes del siglo XX ya como un movimiento en proceso de crecimiento.

Leufert, con sus metodologías, quizás extravagantes dio un giro al diseño gráfico, convirtiéndolo en una forma dinámica de comunicación vanguardista para la época, manejó las tipografías y las estructuras de diagramación y cajas tipográficas basadas en la geometría y la necesidad de claridad y entendimiento de lo que se quería expresar. Con el uso de psicologías y colores diferentes enfrentó a los venezolanos a la solución de mensajes codificados con características gráficas relevantes y de forma crucial e importante en el intercambio cultural entre los ciudadanos y las naciones del mundo entero.

Otro gran diseñador y precursor del diseño gráfico en Venezuela fue Nedo, plutónico, analógico, preocupado por expresar, quien fusionó lo abstracto y lo práctico con el mismo fin de Leufert, expresar y comunicar, transformó la propiedad del diseño en la ola creciente más grande que

podría enfrentar la cultura de una nación, en el aspecto gráfico, pictórico y artesanal.

Venezuela como país joven, ha tardado en la evolución tecnológica, pero no se ha dispersado en cuanto a tratar de llegar a ser un gran país desarrollado, desde tiempos remotos, los hallazgos indígenas han demostrado que las formas, los colores y los detalles han sido parte fundamental de las formas comunicacionales, y han servido como base para entender el verdadero desarrollo y punto de partida del diseño venezolano; en vasijas de barro, atavíos culturales, casas y otros elementos característicos el diseño se ha hecho presente y se demuestra hoy en día en la creciente transformación del entorno imaginario y dibujado de lo que es la publicidad y el diseño.

Los venezolanos mantenemos un contacto permanente con objetos de diseño altamente sofisticados, hoy por hoy, y quizás es esta la razón por la cual el legado de Nedo y Leufert ha sido tan claro que no ha dejado de crecer la historia del diseño venezolano y aún hoy está siendo historia, creciendo desde hace 60 años o más.

El Diseño en Venezuela

En 1964 se crea en Venezuela el Instituto de Diseño con el propósito de servir como centro de formación de profesionales al servicio de la industria. El diseño en función de la industria es relativamente nuevo en Venezuela, en donde el desarrollo de la producción atraviesa por una etapa de transformación por el deseo de autoabastecerse, y por una rápida transformación y modernización de la producción industrial.

Características del Diseño Gráfico en Venezuela

El cartel, al igual que las revistas, folletos y otros, son punto de partida del desarrollo del Diseño Gráfico en Venezuela, donde el verdadero campo de esta forma de comunicación se ha desarrollado en estas áreas específicamente, basándose en excelentes criterios de

conformación gráfica, como lo son esta serie de elementos que nunca han faltado en los diseños venezolanos:

- 1 **Simplicidad:** los buenos carteles deben ser esencialmente simples, ya que el observador no tiene tiempo para analizarlo detalladamente.
- 2 **Adecuado:** debe tenerse el cuidado de que defina el término y el propósito, evitando así decepciones psicológicas que hundan el propósito del cartel.
- 3 **Texto:** el texto debe ser breve. Deben utilizarse pocas palabras, procurando que transmitan al lector el sentido de lo que queremos anunciar.
- 4 **Atractivo:** los carteles agradables tienen eficacia; aún cuando el tema no sea agradable, debe procurarse que el dibujo, las letras y el color estén bien distribuidos y bien hechos.
- 5 **Diseño y Color:** la buena composición, el color y la técnica son los elementos principales en la preparación de carteles eficaces.

En Venezuela la necesidad del diseñador gráfico por el aprendizaje viene dado por las mismas necesidades de las industrias, quienes al principio buscaban por medios impresos intercambiar la cultura dando impulso a las litografías, empresas del papel y los diseñadores en sí. Entre estas empresas que buscan nuevas imágenes, a nivel corporativo y de identidad, en el país estuvieron y algunas aún continúan en este proceso, Maraven, Fundación Polar, Bigott, Shell, y otras quienes hoy en día aún permanecen en la idealización de una verdadera identidad gráfica venezolana.

Muestras y principales aportes

Las extraordinarias revistas *El Cojo Ilustrado*, *El Zulia Ilustrado*, que son un ejemplo excepcional para la época, no tanto por su calidad literaria sino por su avanzada e impecable técnica de impresión, no eran diseñadas como hoy lo concebimos, eran llevadas a la imprenta, y el

emplane lo hacia el tipógrafo con las indicaciones de prioridad que daba el editor.

Si se busca una revista de “Biliken” del poeta Lucas Manzano, o una “Elite” de Juan Guruceaga, la diferencia es enorme; técnicamente la impresión era de calidad, pero el problema estético, las normas de lectura y todo lo que significaba diseño no estaba contemplado en esa época.

Sin lugar a dudas, a partir de los años 40 las revistas corporativas han contribuido fundamentalmente a la divulgación de la cultura en Venezuela. No solamente le dieron la oportunidad a escritores y artistas para publicar su producción, sino que establecieron un nivel de calidad y diseño en el país. El diseño Gráfico comienza prácticamente con las revistas *Tópicos*, *Shell*, *El Farol* y *Nosotros*.

Era el mismo esquema para todas las revistas. Cuando “Elite” comienza con offset, Guruceaga solicitó la asistencia de dibujantes para montar las páginas. Esto lo hacia Teodoro Arriens-Churucuto- y más tarde el mismo Carlos Cruz Diez. Fue la revista *El Farol* la que llamaría a un diseñador por primera vez. Lo mismo sucedió con la revista *Shell*, que trajo de Inglaterra a un joven tipógrafo, Jimmy Teale, para que diera las pautas y normas de diseño tipográfico de la nueva revista.

No existía un criterio tipográfico como el hoy utilizado. La tipografía tenía muchos tipos de familias (grupo de letras de características similares de diseño, y tamaños variados), pero están incompletas: de una Sanserif se tenía 10 puntos, 16 y 24 nada más, entonces de la Bodoni se tenía 6 puntos, 10 puntos y no había más (los tamaños de las letras en tipografía se miden en sistemas cuya unidad es el punto), había una inmensa muestra, pero sin la continuidad que se requiere para diseñar.

Las revistas que antes existían eran revistas españolas o las que se recibían de Argentina o Chile. Pero después de la guerra mundial se presto más atención al desarrollo de la presentación. Se consideró entonces una publicación, no solamente como un hecho cultural o de información sino como un producto al cual hay que darle una imagen.

Hoy en día, se venden publicaciones impresas no por su contenido sino también por su belleza, son objetos de gran atractivo visual aunque, muchas veces lamentablemente, su contenido sea prácticamente nulo. Los vemos en las grandes editoriales que hacen libros que entran por la vista, es el diseño el que vende esas publicaciones.

Actualmente existe una gran preocupación por el hecho estético; y la estética en el diseño es un mecanismo de venta y de éxito de cualquier publicación. Hacer una ilustración en tipografía era complicado. Era necesario hacer un cliché; además, el sistema estructural de la tipografía limitaba, lo horizontal y lo vertical predominaba. Cuando aparece la litografía entonces hay libertad de poner ilustraciones por doquier.

Anteriormente no existían los conceptos y los diseños de hoy. En el diseño de hoy existen normas estéticas, hay un conocimiento. El diseñador es una persona formada estéticamente y técnicamente. La estética surge en cada época en función de la claridad del propósito que se quiere comunicar. Esto ha sido constante en la historia. La estética es una dinámica de la eficacia a todos los niveles de la comunicación: artística, intelectual y filosófica. Lo que se quiere decir debe tener un nivel de eficiencia y comprensión.

Elementos Compositivos y Soportes

Este mecanismo de comprensión es lo que genera la estética. *Time Magazine*, por ejemplo, generó una estética no porque fuera bella sino eficaz; la revista *Life* no se hizo para ser bella, se hizo para que las fotos fueran mejores, los textos del tamaño justo, para que la lectura fuera más agradable; el esteticismo, el hacer bonito y adornar, termina en una degeneración del diseño, en una mitificación. Como ya dijimos, la función y la eficacia son las que genera la belleza.

Hoy vivimos en una época de hiperinformación visual. Antes, la costumbre era encontrar el contenido en el texto porque los elementos gráficos eran precarios. El desciframiento del texto era lo importante.

Cuando comenzó el uso de la información visual de la forma tan colosal como la tenemos hoy, se presentaron varios niveles de información con diferentes niveles de lectura: uno es a nivel primario del desciframiento del texto, otro el de las leyendas de las fotos. Algunas personas sólo leen títulos o subtítulos, hay como 4 ó 5 niveles de captar la atención del público.

La hiperinformación y sus paradojas

Mientras más información, más desinformación. La juventud no lee sino que ve las imágenes presentadas en el texto. Aquí está el reto del diseñador gráfico, que debe luchar, contraponerse a la cultura de las imágenes en movimiento. No tanto como en la gráfica, pero ya hay un gran desarrollo en el medio audiovisual. Llama la atención que los canales de televisión ya están diseñando la tipografías de sus presentaciones; claro, esto ayudado por la cantidad de recursos técnicos existen.

Muchos artistas entre los que podríamos mencionar: Alirio Palacios, Álvaro Sotillo, Andrés Salazar, Argenis Madrid, Carlos Cruz Diez, Carlos Gil, Carlos Zepa, Efraín González, Elías Toro, Emiro Lobo, Federico Reina, Francisco Vellorí, Gerd Leufert, Guevara Moreno, Horacio Guía, Ibrain Negrera, Jesús Emilio Franco, John Lange, Jorge Castillo, Mateo Manaure, Nedo, Nela Ochoa Rafael León, Santiago Pol y Sigfrido Chacón, pasaron 20 años de sus vidas con una tijera y un frasquito de goma pegando texto; haciendo óvalos pasaron 2 días, y hoy en segundos, con solo una tecla, se hace el ovalo que se quería. Indudablemente que ha pasado mucho tiempo entre una época y otra, sin embargo el diseño apenas comienza.

La revolución digital ahora es grande y permite el uso de nuevos soportes y nuevas formas de diseño, diseño digital, diseño creativo.

El diseño gráfico tiene su importancia inmersa en el impacto logrado por la tecnificación, elaboración y estudio, este permitirá el progreso visual y la formación necesaria para los observadores del

exterior e usuarios de los elementos creados, evitando la contaminación gráfica y poco sustancial hoy en día.

Venezuela ha estado en una constante lucha por el cambio, previniendo que este cambio sea meramente tecnológico y no en las bases de los elementos compositivos del diseño, la diagramación, color, disposición, forma y muchos otros que son de vital importancia en el proceso comunicacional en el que esta involucrado todo profesional, el diseñador está en el deber y el derecho de respetar la naturaleza de las cosas, y como parte de la naturaleza está la de informar de manera clara y limpia todo aquello que sea necesario sin perturbar la psicología de los lectores venezolanos.

Dos décadas de evolución
página a página

12/7^_~#¿...“
“’,,ch0123456
789 012345678
r BsAs Stgo
Ben o gspft
ABCDEFGHIJ
LMNOPQRSTU
vwxyzffilliy
NCo ttd Ñ.c

33

Capítulo 3



Cambios en la forma gráfica de los cuatro diarios en estudio

A finales de la década de los 80 y al principio de los 90, no se vislumbraron grandes cambios en la manera de diseñar día a día el cuerpo o la sección deportiva de los medios impresos.

El Nacional

Para 1987 este diario presentaba las páginas de su sección deportiva con mayor simpleza, grandes textos, fotografías (la mayoría de ellas en la primera página siempre). Pero pese a su naturaleza conservadora, con el nacimiento de Meridiano; “*El Nacional* fue uno de los primeros en replantearse, hecho que con el tiempo se difuminó.” (José Visconti en entrevista personal 2007)

Durante gran parte del período de estudio, año tras año se observó la misma mecánica en las páginas. Ya para los años 90 se empieza a ver un poco más de dinamismo representado por el uso de las fotografías, pero manteniendo el mismo esquema simple.



1987



1998



2006

A finales de los años 90, este diario contrata a Mario García, pero los planes de rediseñar el periódico no se concretan y sólo se logra un pequeño refrescamiento de la imagen para aquel entonces.

Cuando se rediseña *Últimas Noticias*, a principios del año 2000, como un primer intento de este medio para acaparar a ese gran mercado que constituye hoy día el deporte, hace un relanzamiento total de lo que históricamente fuera su *Cuerpo Alegre* con nuevo nombre, nuevo diseño y sobretodo un nuevo concepto; es así, que nace *El Deportivo* que es un coleccionable de fines de semana que le otorga al periodismo deportivo, una mayor relevancia y un protagonismo total.

Posteriormente, comienza a circular un nuevo diario deportivo también de la Cadena Capriles: *Líder* que ente otras cosas viene a ser el competidor directo de *Meridano*, hasta entonces único diario de circulación nacional con contenido básicamente deportivo. Y podría decirse que a partir de ese momento *El Nacional* entiende la necesidad de cambiar y dejar de brindarle al lector más de lo mismo y es cuando le imprimen, de nuevo, color a su primera página, e incluyen el uso de la infografía, aunque esta herramienta aún no tiene el aprovechamiento máximo ni la atención requerida dentro de este diario y su presencia y utilización son poco frecuentes.



En el año 2006 *El Nacional* vuelve a coquetear con la posibilidad de hacer un rediseño, intento al que bautizaron con el nombre de “visión 360” en la cual la primera página de cada cuerpo sería impresa a color y además su información deportiva quedaría completamente independizada de la información de arte y espectáculos que tras este replanteamiento pasa a llamarse “Escenas”. Sin embargo, es en 2007 que entra en circulación este concepto de “visión 360” donde los cuerpos de deportes y ciudadanos publican en tamaño tabloide, mientras que el resto del periódico continua en formato Standard.

Al parecer, la idea con este proyecto de “visión 360” era ir acostumbrando al lector asiduo de El Nacional al cambio de tamaños pues lo que realmente se pretendía era rediseñar este diario y dejarlo definitivamente en formato tabloide, pero pese a los esfuerzos por brindar un producto innovador y diferente El Nacional en visión 360 circuló en el país aproximadamente por seis meses solamente, pues al parecer, esta idea no tuvo buena acogida en las preferencias de sus lectores.

Actualmente y con formato Standard, ya de modo unificado, a la información deportiva, diariamente se le dedican entre 6 y 8 páginas, prevaleciendo en ellas, la difusión de los deportes tradicionalmente comerciales.

Últimas Noticias

Para 1987 la información deportiva dentro de este periódico estaba contenida en un separable de circulación diaria conocido como el **Cuerpo Alegre** donde compartía espacio con la información de farándula o espectáculos y la poca información de carácter cultural, lo cual ha sido una práctica tradicional en casi todos los medios impresos venezolanos.

Sin embargo, aún compartiendo espacio con farándula, cultura y otros. La información deportiva era el plato fuerte de este separable.

No obstante a nivel de diseño gráfico era bastante desordenado, era fácil encontrar textos entramados (cruzados unos con otros) juegos tipográficos sin ningún sentido específico y por su puesto mal uso de las familias de las fuentes. Por otra parte, se dedicaba demasiado espacio a los textos provenientes de las agencias y las fotografías se presentaban casi minúsculas y ausencia total de color.



Últimas Noticias, quizá, por ser conocido desde siempre como un diario popular, se ha preocupado un poco más que los otros medios impresos de circulación nacional y que constituyen su competencia directa e inmediata como los son *El Nacional* y *El Universal* e incluso *Meridiano* por darle más cobertura a los deportes tradicionalmente no comerciales y mayor relevancia a los deportistas nacionales.

Ya a finales de los 90 la directiva de *La Cadena Capriles* se planteaba la posibilidad de rediseñar el diario, que visualmente era un completo desastre por todas las características mencionadas anteriormente, además de que salvo para el entretenimiento (deporte y farándula) no había un espacio delimitado dentro del periódico, es decir, todas las secciones estaban mezcladas. De hecho no existían, de modo que podíamos encontrar una información de política junto a una de economía y una de ciudad en la misma página, entre otras cosas.

El primer rediseño cambió la fisonomía del diario con la finalidad de brindarles un diario más organizado y mejor en calidad de contenido a los lectores, sin que para ello perdiera su esencia y de hecho, hoy día a pesar de contar ya con 1 rediseño radical, un refrescamiento y la utilización de color, entre otras innovaciones en su haber. Se puede decir sin lugar a dudas que *Últimas Noticias* sigue siendo el mismo de siempre, pero repotenciado. *El Cuerpo Alegre* fue sustituido por *El Deportivo* (que circula domingo y lunes) e incluso farándula y cultura tienen su propio espacio en el separable *Más Chévere* que circula los domingos. E incluso de lunes a viernes estas secciones se incorporan al diario bajo los nombres de *El Deporte* y *Chévere*.



Últimas Noticias ha mantenido su línea editorial deportiva desde sus inicios, dando apoyo constante a los deportistas venezolanos en el exterior, al deporte nacional y al deporte menor, sobretodo desde el año 2002 con la llegada de Eleazar Díaz Rangel a la dirección general de este medio de comunicación impreso.

En la actualidad se están haciendo grandes esfuerzos por presentar un diario adaptado a las necesidades del lector. Atrás quedaron esos diseños carnavalescos, con variados tipos de letras en una misma información, los textos entramados o interrumpidos por fotografías y lo que se busca es cultivar el uso de las infografías porque en pleno siglo XXI la tendencia es cada vez más gráfica.

Meridiano

Ninguno de los diarios nace con el fin de mostrar un excelente diseño; incluso hasta podría pensarse que este tema cobra importancia dentro de los medios venezolanos a partir del año 2000.

Meridiano fue un diario que llegó definitivamente, para marcar un hito, para cambiar la forma como se venía trabajando el deporte en el campo periodístico. Incluso, para crear el concepto real de periodismo deportivo en Venezuela, y esto siempre será importante destacar.

Las razones ya fueron explicadas en el capítulo anterior, pero así como innovó con el uso de la foto del día, con los temas en caliente, así como puso de moda la caricatura y la mancheta deportiva, el editorial y un sin fin de recursos, de la misma manera, cayó en la simplicidad de la reseña, y la monotonía gráfica de otros medios, dejó de difundir información nacional y se centró en el deporte espectáculo consentido del país: el béisbol de grandes ligas y por su puesto; presentó fallas en su diseño, detalle que aún se observa pero no tan evidente como en los años 90 pero sí con el tiempo se durmieron en los laureles y fueron presentando, todos el mismo patrón.



Pero como este diario lleva casi 40 años en el mercado e históricamente no ha tenido competencia real como diario exclusivamente deportivo o especializado. Quizá valiéndose de esa ventaja descuidó su presentación dando paso así a que con la llegada de *Líder* una importante porción de ese público lector que lo seguía porque no había alternativas, lo abandonase sin contemplación alguna.

Líder

Luego del rediseño del *Últimas Noticias* y de la aparición del suplemento encartado *el Deportivo*, cuyo propósito era aumentar las ventas de este diario para atrapar una porción del público que seguía a *Meridiano* sobre todo los fines de semana, la directiva de la Cadena Capriles, conjuntamente con su Editora Gráfica Carmen Riera, se planteó la necesidad de crear un diario completamente deportivo; el cual más que hacerle competencia directa a *Meridiano* lo que se buscaba era asistir a ese público tan abandonado por el periódico del Bloque de Armas, quien seguro por tanta trayectoria nacional en solitario, comenzó a dejar grandes vacíos, en primer lugar a nivel de diseño que poco a poco también se generaron en los contenidos que presentaba a su público, en primera instancia con escasa presencia de trabajos de investigación nacionales ya que casi el 95% provenía de agencias de noticias, así como también se ignoraba el deporte menor, o amateur y no se observaba la presencia de columnistas especializados que le permitiesen a los fanáticos del deporte seguirlo o entenderlo más de cerca.

Es así, como en el año 2004 sale a la luz pública el primer ejemplar de *Líder*, con un diseño fresco, legible, muy bien diseñado e innovador en el uso y despliegue de infografías y sobre todo dándole cobertura a unas de las parcelas que se encontraban desasistidas por otros medios impresos como lo son: el deporte amateur, el deporte menor y los atletas nacionales.



Pero quizá este hecho hizo que *Meridiano* se diera cuenta de todas las fallas que tenía, así como de todos los vacíos que había dejado en el público que lo seguía, lo cual generó una reacción en ese diario que motivó el cambio progresivo de imagen que ha tenido en los últimos 3 años, y es válido preguntarse: ¿y si no hubiese aparecido *Líder*? ¿Estaría *Meridiano* aún sumergido en la mediocridad que vivía desde hace tanto tiempo? Porque si bien es cierto que *Meridiano* es un producto posicionado en la sociedad venezolana por la trayectoria y el momento histórico que significó para el periodismo nacional, también es muy cierto que muchos de los lectores que lo seguían desde su aparición lo abandonaron por la monotonía que se apoderó del diario y se mudaron, casi sin dudar a la innovación y la frescura que representó *Líder*.

Protagonismo del diseño

Los diarios mejor diseñados del mundo tienen en común la consistencia, aunque definitivamente cada uno es distinto tanto en la forma en que se percibe como en la que se siente



y cada uno debe demostrar, permanentemente su voluntad de ir más allá visualmente sin perder la excelencia editorial que los ha distinguido a lo largo de su propia historia, pues los periódicos como medios de comunicación visual que mezclan imágenes con palabras deben entender y entenderse como un concepto en que se permitan completar ante el lector niveles cada vez más elevados en calidad de los dos tipos de narración que los construyen día a día: la narración escrita y la narración visual.

Sus páginas, todo el tiempo deben estar llenas de sentido de urgencia y apertura para poder transmitirle al público lector el verdadero contenido de la información. Un diario bien diseñado no sacrifica contenido por preciosismo y al mismo tiempo no abandona el grandioso espectáculo que pueda brindar una página bien concebida por extensos contenidos de texto. De hecho, debe aventurarse cuando la circunstancia noticiosa lo amerite y romper el formato tradicional que lo caracteriza demostrando y asumiendo una actitud continua de riesgo, a través de la toma de decisiones bien pensadas, de líneas de edición bien cuidadas con puestas en páginas bien conceptualizadas con jerarquías bien claras dentro de las mismas.



El diseño de los medios de comunicación impresos obtiene protagonismo cuando los diseñadores de los mismos como periodistas especializados en la transmisión visual de contenidos, se ubican en el lado del lector frente a una página y se hace a sí mismo estas interrogantes: ▼ ¿qué es lo interesante? ▼ ¿por qué me debería interesar? ▼ ¿Realmente quiero leer más allá de esta página? Cuando la respuesta sinceramente sea: sí y el contenido ofrezca consistencia que sustente a ese buen diseño, entonces sabrá que las expectativas en cuanto a comunicar el mensaje se cumplieron y que la página y por tanto, el medio que la contiene sabe como enfrentar el enorme desafío que representa hoy día sobre todo la narrativa visual, y sabe cómo enfrentarlo

porque asume que es un medio, un interlocutor y que lo realmente importante es el mensaje que tiene a bien, como tarea diaria transmitir.

Diseño es todo, todo es diseño

Este fue el nombre de una ponencia dentro del quinto seminario **6 Visionarios de la comunicación** organizado por el centro cultural Corp. Group y que presentó la diseñadora venezolana Anita Reyna en octubre del 2007 y que utilizo como introducción para este sub capítulo, porque siento que es la mejor manera de hablar sobre el diseño: dándonos cuenta que está en todas partes y que nada escapa de él, porque todo cuanto nos rodea, fue creado, pensado, concebido, conceptualizado y encaja perfecto dentro de una creación mucho más grande.

Al comprender esta realidad, nos topamos inmediatamente con el hecho indiscutible de que la comunicación, incluso como el concepto más abstracto fue concebida, diseñada con una finalidad: la interrelación.

Cuando nos referimos a la comunicación visual, y más particularmente a esa parte importantísima que constituye el proceso mediante el cual se diseña la información, hay que partir de un punto vital: El mensaje.

Tanto para aquellos que se dedican al diseño gráfico como para aquellos que lo hacen en el diseño de medios impresos queda claro que lo principal, es el mensaje, o lo que es lo mismo, esa información que se quiere transmitir, esa necesidad que se quiere crear.

Sin embargo, debemos dejar bien claro que diseño y comunicación no son nociones intercambiables; en todo caso se trata de conceptualizaciones equivalentes, es decir, tienen problemática, objeto y vertientes teóricas comunes. Ambos pueden ser planteados como campos del conocimiento social y subjetivo; ambos podrían considerarse dentro del campo de las ciencias humanísticas.

Tanto el diseño como la comunicación, estudian, operan, se desarrollan, con signos y los signos son aquello que los seres humanos intercambiamos ponemos en común, en comunicación: un mensaje.

Importancia del diseño en los medios impresos

Sin lugar a dudas, ese lugar que tiene el diseño actualmente, y ya no sólo en los medios impresos sino también el medios audiovisuales, entre los que incluso se encuentra Internet, es algo que ha venido cobrando importancia en la historia paulatinamente; porque al mismo tiempo ha sido poco a poco y más o menos desde mediados de la década del setenta que el diseño parte de un paradigma el *quehacer*. Pues diseñar un medio impreso no es decorar, diseñar no es “intervenir” el mensaje, diseñar no puede quedar reducido a operaciones.



Diseñar es, hoy el modo de hacer. El diseñador de la información, (porque hablamos ya que no sólo se limita a los medios de comunicación impresos debe ser un profesional crítico que sea capaz de interpelar el objeto de su tarea, el objeto que produce y el objeto de su articulación social. Pues el diseño es un proceso; el diseñador debe procurar acercarse siempre al mejor resultado y debe tener claro que lo hará estando inmerso dentro de una cultura determinada y en un orden social específico.

Sin embargo, el diseñador de hoy, el que va cambiando la actualidad debe tomar en consideración que un diseño crítico supone

riesgos, contemplando la sensibilidad específica que supone diseñar, pues se trata de “ver signos donde antes no había”.

Cuando se diseñan medios de comunicación impresos

El diseño, como lo señala Martín Aguado (1986) es el resultado de una acertada combinación de elementos subjetivos y objetivos. Entre los primeros se deben destacar el gusto artístico y la sensibilidad del diseñador para combinar armoniosamente los recursos tipográficos. Como elementos objetivos, debemos señalar la organización, la simplicidad y la armonía.

Se podría hablar de un sinnúmero de principios aplicables al diseño de periódicos, pero vamos a resumirlos en los que resultan fundamentales: contraste, equilibrio, sencillez y continuidad gráfica.

El contraste viene dado por la acentuación de diferencias dentro de los elementos de una misma página y su función primordial es la de atraer la atención del lector. Una falta de contraste puede ser el desencadenante del aburrimiento del lector, por el contrario la profusión de recursos gráficos podría aturdir al receptor

El equilibrio de una página se consigue a través del uso de determinados recursos, el más es aquel que compensa los elementos gráficos dominantes (titulares y fotos) con espacios en blanco a su alrededor y con bloques de texto de una longitud adecuada a

la superficie utilizada por esos elementos dominantes. El diseño no debería apoyarse demasiado hacia la izquierda o hacia la derecha, o ser muy pesado en la cabecera o en el pie de la página. El peso de los titulares influye en el equilibrio de las páginas al igual que la longitud de la composición del texto.



La sencillez es la supresión de todo lo superfluo de todo aquello que pudiese distraer la atención del lector y que no aporta nada significativo en la función de comunicar que tiene el diseño, y esto sólo se consigue utilizando la sencillez como recurso del diseño de periódicos. Un buen diseño es un diseño sencillo.

Con respecto a la continuidad gráfica, García (1984) se plantea una pregunta que resulta fundamental: “Si el personal de un periódico no es capaz de mantener una continuidad en la presentación de los elementos gráficos, ¿qué razones tiene el lector para creer que los redactores serán consecuentes en el mantenimiento del contenido y la línea editorial?”

Canga (1994) por su parte afirma que la homogeneidad es un concepto básico del diseño. Mientras una sensación de confianza acompaña al lector por todo el periódico, el interés y el estímulo visual del lector se producen por la adecuada maquetación y el uso hábil de fotos y otras ilustraciones. Es tarea del diseñador y del redactor garantizar esta familiaridad al público del periódico.

Definitivamente, los lectores piden inconscientemente un sentido de continuidad en la forma como se presentan sus periódicos todos los días. Al lector común no le parece importante que un titular vaya centrado o no, que exista juego tipográfico dentro de este o no, pero percibirá de inmediato si se mantiene o no un estilo a lo largo de las páginas del periódico. Este mismo sentido de continuidad se aplica a los filetes, a las leyendas de las fotos, firmas fijas, formatos de columnas fijas, etc.

Todo lo anteriormente descrito no se estableció como un paradigma fijo del diseño y de aceptación general desde el principio de la historia del periodismo, sobretudo impreso, el cambio en la apariencia de los periódicos, durante los últimos cien años, nos dice mucho sobre las transformaciones producidas en la sociedad: los efectos de la guerra se ven reflejados en el diseño periodístico. La presentación visual de los periódicos refleja de igual modo los cambios en la economía de los países, los gustos y las tendencias de la sociedad y el advenimiento de nuevas tecnologías.

La revisión de los hechos históricos es de gran utilidad para que los actuales periodistas diseñadores alcancen la comprensión de la evolución de la prensa escrita. El diseño aplicado a la prensa escrita no está ajeno a los constantes cambios en la sociedad, y no podría ser de otra manera, pues de ello depende su supervivencia.

Los principios del diseño gráfico pueden y tienen que ser aplicados al diseño de periódicos,

pero este último posee elementos y principio específicos que lo diferencian del diseño que se aplica para comunicar otro tipo de mensajes. Un periódico es un medio, un vehículo de comunicación. Transmite ideas, puntos de vista y noticias. En el proceso de transmisión a los receptores, el diseño juega un papel fundamental. La forma en que se les presenta la información a los lectores es tan importante como el contenido de la misma.

El profesional de los medios impresos que crea que el diseño es un elemento puramente decorativo, está condenado al fracaso. El periodista de estos tiempos que transcurren tiene que poseer un pensamiento visual y comprender que el diseño es parte de la comunicación, porque compone la narrativa visual de aquello que quiere transmitir, hacer llegar. Un periódico mal diseñado transmite la idea de que las noticias también están mal estructuradas.



Incremento en la importancia del diseño página a página

En las últimas décadas del siglo XX, con el vertiginoso desarrollo de las tecnologías de las comunicaciones, surgió dentro de los periódicos un marcado interés por el diseño y por la forma en que presenta la noticia. Dejar de ser “aburridos” parecía ser a salida para captar nuevamente la atención del lector que buscaba la información en otras fuentes que le resultaban más atractivas.

Muchos periódicos han incluido secciones dentro de la compaginación dedicadas a temas que se prestan para un despliegue y tratamiento gráfico atractivo, donde el color, las grandes gráficas y tipografía distintas la de las secciones tradicionales, tienen un peso importante. Indiscutiblemente el tema más favorecido por todos esos atributos propios del quehacer diario en sus hechos noticiosos es el deporte. El cual, tal y como hemos venido mostrando a lo largo de esta investigación, sobre todo en los cuatro periódicos que conforman nuestro universo de estudio, no solamente en las ediciones a diario sino que cobran un mayor protagonismo en la ediciones dominicales, como es el caso de *el Deportivo* en Últimas Noticias.



Para llamar la atención de los lectores y presentar una imagen originales necesario utilizar elementos del diseño; no solamente para la adecuada distribución de elementos en la página, sino porque el lenguaje verbal del periodismo es, al mismo tiempo, un conjunto de símbolo e imágenes cuya naturaleza es la misma del diseño gráfico.

En muchas salas de redacción, en periódicos de todo el mundo, hay un director gráfico cuya misión consiste en saber combinar las palabras y las imágenes visuales de manera que el mensaje resulte más claro y más atractivo. Estos directores gráficos no se encuentran ya aislados, formando parte del personal de publicidad que entraba en la denominación de "los artistas". Ahora, el director del departamento de arte y diagramación está totalmente incorporado al trabajo diario de la redacción, es una especie de traductor que convierte las noticias en manifestaciones visuales.



La relación entre el periodismo impreso y el diseño no es difícil de establecer; pero generalmente, entre periodistas, editores y diseñadores ha sido lento el proceso de comprensión de esta vinculación. El desarrollo del periodismo industrial, la competencia entre diversos medios y la lucha por aumentar la circulación y las ventas han estimulado la búsqueda de un lenguaje gráfico llamativo y característico que le asigne su propia identidad gráfica a cada periódico, incluso a cada site o página web. Este hecho ha obligado a los editores a comprender la importancia del buen diseño de sus publicaciones y ha estimulado a los periodistas a desarrollarse profesionalmente en este campo.

Debe existir un dialogo permanente entre diseñador y periodista (cada vez haciendo más énfasis en los periodistas diseñadores, que entiendan la noticia, porque tienen formación para generar el mensaje que la transmite al público), así como debe existir también entre periodista e investigador. Pues definitivamente, las ideas sobre forma y contenido deben interactuar entre sí.

Avance de los medios electrónicos: ¿principio del fin para los impresos?

El avance creciente de los medios electrónicos hace infructuosos los intentos de la prensa por ofrecer las noticias “en caliente”. Definitivamente la inmediatez es un privilegio que ostentan hoy día sólo los medios audiovisuales y en algunos casos, como lo son las páginas deportivas, la internet. Es tanto así que incluso habría que reflejar aquí algo muy interesante que reveló una de las ponencias del **Seminario Diseño de la Información** que organizó la Cadena Capriles en julio del 2007 en el que se confrontaba la definición del periodismo consigo misma partiendo de dos momentos históricos distintos. Es así que para 1918 el periodismo era “Algo de lo que me entero hoy, pero que no sabía ayer” mientras que ya en el 2006 el concepto de periodismo había cambiado a “Algo que entiendo hoy pero de lo que me enteré ayer”. Por lo tanto

queda cada vez más claro que los periódicos y en general los medios impresos tienen que procurar ofrecer y dar al lector algo que ni la radio ni la televisión y ni siquiera internet puedan ofrecer.



Una nueva forma de tratar la noticia y la presentación gráfica de esa noticia tienen que ser las premisas de quienes dirigen los medios impresos. Los periódicos, en la actualidad deben tomar la noticia en el momento preciso en que la radio y la televisión la abandonan y retomarla como reportaje, como historia, como relato que irá más allá del momento actual. Igualmente es vital para la supervivencia de los impresos que los que llevan las riendas adquieran nuevo sentido del hecho gráfico. La presentación monótona y gris de las noticias sólo hará que los potenciales lectores prefieran seguir en la búsqueda de medios más atractivos.

En resumen, los medios impresos deben entender al lector, y permanecer vinculados con la realidad que los circunda para cambiar con ella y mantener la vigencia, interactuar con los lectores a través de un discurso gráfico coherente tanto como interactúan los redactores con los lectores estableciendo el feedback que conlleva la retroalimentación que mejora la calidad de sus trabajos.

Desde luego, en cuanto a los diseñadores, es importante tener sumo cuidado con esta premisa, pues no se trata para nada de ofrecer al lector cada día una vitrina atiborrada de decoración superflua, se trata, en todo caso, de ofrecer una identidad gráfica bien establecida que deberá estar presente a lo largo de toda la edición, y que al mismo tiempo le permita tomar ciertos riesgos en cuanto a propuestas de página, cuando la noticia, lo amerite y en muchos casos hasta lo exija.

La narrativa visual de este nuevo milenio

¿Serán las infografías el nuevo periodismo?

La infografía es un género periodístico que trasciende a los ya conocidos, pues es una unidad de información en si misma, y aunque puede servir de apoyo y soporte a un texto, indiscutiblemente ella misma puede ser la puesta en página completa. ¿Por qué? Pues porque da sentido y revela lo que esta detrás de la información, porque además es una herramienta que llega donde no llega la fotografía.

A través de una infografía, se pueden describir procesos y reconstruir paso a paso algún suceso para que de esta manera sea realmente comprendido por el lector, tal y como ocurrió durante los ataques a la torres gemelas del World Trade Center de Nueva York el 11 de septiembre del 2001. Pues muchos de los diarios norteamericanos tuvieron puestas en páginas de infografías asombrosas pues muchos de

estos gráficos llevaron a los lectores de periódicos como *The New York Times* (ganador indiscutible de muchos de los premios de la SND de ese año) dentro de las torres gemelas y bajo la zona destruida, en donde por razones obvias de seguridad fue imposible tomar fotos y las palabras se quedaron cortas.



Muchas de esas majestuosas infografías explicaron entre otras cosas, la razón del colapso de las torres; así como también, el porqué de la gran dificultad de la excavación en el lugar e incluso hasta permitieron entender el porqué un edificio del sector se pudo mantener en pie mientras su vecino de desplomaba.

Siendo así, que la infografía ha logrado constituirse en quizá la unidad informativa más completa de los últimos tiempos, el equipo de

En el periodismo deportivo, el uso de la infografía le imprime dinamismo, incluso más allá de la foto, pues permite presentarle a los lectores alineaciones de los partidos de fútbol, reproducciones de jugadas históricas, explicaciones de colisiones en los circuitos de formula 1 e inclusive la comprensión científica de hechos lamentables como el accidente del pitcher Flener de los navegantes del Magallanes que perdió un ojo como consecuencia de un batazo en la temporada 2001-2002 del béisbol profesional.

Por todo lo anterior, así como también por el surgimiento de generaciones de lectores cada vez más audiovisuales, con cada vez menos tiempo y hasta gusto por la lectura de grandes unidades de información escritas, podría decirse que la infografía, está cada vez más perfilada a convertirse en el nuevo periodismo, sin que ello conlleve, de ninguna manera a la desaparición de los géneros ya existentes.

Periodismo al ritmo de la tecnología

Del jeroglífico a la Internet

La constante búsqueda del hombre de satisfacer cada vez más su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos poderosos y veloces en el proceso comunicativo.

Basta una mirada al pasado para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación: desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, hasta la llegada de la imprenta, y brincando a la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todos estos instrumentos han sido, ciertamente, un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

Un factor que debemos tomar en cuenta es esta creciente ola, por ende este acontecimiento ha influido en el desarrollo de los medios de comunicación, cada día existen menos fronteras y las personas tienen un campo más amplio en el acceso de la información, hay más variedad a la disposición de todos pero la calidad y la veracidad de la misma se ha visto en juego por este hecho.

Cordeiro (1998) señala que “La historia de la humanidad ha sido un proceso largo y complejo a través de muchos miles de años. Dicho proceso no ha sido lineal sino que, por el contrario, ha pasado por grandes revoluciones que han transformado completamente la forma en que los seres humanos se relacionan con el universo, cuya historia es muchísimo más larga.” (pág.43)

La tecnología unida a la comunicación abrió paso a la comunicación de masas, que tiene por función y principal objetivo llevar información a grandes grupos de gente, a través de los medios masivos.

La tecnología informativa con el devenir del tiempo ha tenido sus altos y bajos. No se debemos calificarla de positiva o negativa para la sociedad puesto que su utilidad social va a depender en gran parte del poder que las supervise. Por citar una de las grandes “intervenciones” tecnológicas, que la telegrafía sin hilos supuso un importante elemento tecnológico cuando el hundimiento del Titanic, ya que de no ser por ello, el resto del mundo tardaría semanas en enterarse de la tragedia ocurrida; sin embargo la utilización nazi (y en cualquier proceso bélico) de los medios de comunicación de masas (radio, televisión, prensa...) ha tenido un carácter asimilatorio de la ciudadanía, que lejos está del carácter informativo como ocurrió en el primer ejemplo.

Dicho lo anterior, se puede concluir que la tecnología supone para la comunicación de masas un soporte “natural” que modifica las sociedades, cambiando dentro de ellas hábitos, valores e instituciones.

Feedback entre lector y periodista

El sueño añorado del lector

Dicho lo anterior, con el nacimiento del fax, la televisión por cable y con los años la Internet, definitivamente, el mundo periodístico dio un giro, y la fuente deportiva no quedó exenta de este hecho.

Con el fax, el periodista deja de asistir a los eventos deportivos porque se suma a la facilidad de que le envíen los resultados vía telefónica, con la televisión por cable, el lector deja de esperar por los resultados que serán publicados al siguiente día, de los campeonatos o competencias que se disputan en el exterior y pasan a ser transmitidos en vivo y directo, razón que le exige más delicadeza y compromiso al periodista porque el seguidor del evento deportivo, al día siguiente no quiere que le repitan la misma historia, y con la Internet es un híbrido de las dos razones ya explicadas.

Sabemos que por medio de la Internet podemos acceder a los resultados de los partidos, estadísticas, encuestas, datos históricos, un sinfín de información de gran nutrición deportiva. Actualmente, hasta se pueden sintonizar los programas radiales y televisivos. Pero con el nacimiento de este fenómeno para muchos seguidores, también sale a flote algo nunca antes visto y que está muy de moda en los últimos tiempos: el e-mail.

Antes, la única vía de comunicación que existía entre el periodista y el lector era el telegrama a la sala de redacción del periodista, el teléfono luego de valerse de muchas artimañas para así establecer comunicación directa con él, y era una ventaja que unos aventurados tenían sobre otros.

El periodista y profesor Cándido Pérez explica *“la Internet ha ayudado muchísimo a la profesión, pero se debe reconocer que hubo un cambio abrupto de la noche a la mañana. Antes el periodista tenía que estar detrás de la fuente, en constante contacto y seguimiento, teníamos que estar vinculado con el hecho deportivo, la presencia jugaba un factor*

imprescindible, hoy sigue siendo así igual, pero con menos profundidad. Desde el nacimiento del fax empezó a escucharse “mándamelo por fax y nació el periodista de escritorio”.

Con este hecho se ha perdido el contacto con el deportista y se ha perdido el compromiso con la fuente, con el seguimiento de cada disciplina, se ha ido evaporando en el tiempo, y por ende el avance de la tecnología ha creado una involución y ha sido contraproducente en la profesión periodística.

Muchas veces, estos fanáticos tienen la necesidad de manifestar su acuerdo o desacuerdo con las publicaciones de los diarios, o en ocasiones, desean hacer aportes o plantear trabajos interesantes sobre alguna disciplina. Hoy día, el periodista deportivo cuenta con la herramienta comunicacional del e-mail para que los lectores manifiesten sus opiniones a través de él.

Es un medio de comunicación que sólo pueden utilizar las personas que acceden a la web, pero que cada día cobra más auge por la incipiente necesidad de manifestar criterios.

La periodista Eumar Esaá opina *“si hay gente que tiene cosas válidas que aportar, así como hay personas que te escriben cualquier barbaridad. Si me escriben, quizá no con la frecuencia que le pueden escribir a un periodista especializado en béisbol o fútbol, pero si hay ese contacto lector – periodista”.*

Tal ha sido el avance, que todos los medios de comunicación hoy día cuentan con intranet¹⁴ e Internet y mientras el tiempo pase, con este, la tecnología avanzará porque cuenta con un ritmo de cambios tan

¹⁴ Intranet es una red de computadoras dentro de una red de área local (LAN) privada empresarial o educativa que proporciona herramientas de Internet. Tiene como función principal proveer lógica de negocios para aplicaciones de captura, reportes y consultas con el fin de facilitar la producción de dichos grupos de trabajo; es también un importante medio de difusión de información interna a nivel de grupo de trabajo.

apresurado y, aparentemente, sin obstáculos. Internet ha logrado imponerse con mayor rapidez en comparación con la revolución que formó la escritura y la imprenta en su momento.

Pero la oleada tecnológica no le pone punto y fin a la historia de los medios de comunicación tradicionales, mejor conocidos como radio, prensa y televisión. Estos deben adaptarse a las nuevas formas de la red, de hecho hoy día podemos ver como algunos medios impresos cuentan con el servicio de “suscripción” para vender sus ejemplares vía Internet, igualmente se puede escuchar radio y hasta ver un juego bien sea de fútbol o baloncesto o béisbol en vivo y directo. Se trata de un nuevo formato de supervivencia.

Con la llegada del e mail es importante resaltar que a través de este medio de comunicación, se le da inicio a la comunicación directa entre periodista y lector, detalle que aprecia el mismo lector por sentirse involucrado y participe en el hecho deportivo.

Las particularidades de Internet son tan infinitas como sus capacidades y sería un atrevimiento afirmar que hemos llegado al límite del poder del desarrollo tecnológico, porque lo mismo se pudo pensar desde el surgimiento del fax, es muy cierto que hay muchas características que lo diferencian de los medios comunes pero la particularidad más resaltante es la interactividad. En Internet, el público que accede a está información o los lectores que tienen acceso al uso del e mail, puede llegar a tener atención personalizada y directa y se trata de un medio que puede ser utilizado por el emisor y receptor, hecho nunca antes visto y que demuestra hasta dónde hemos llegado y da pie para pensar: ¿Hasta dónde llegaremos?

Nuevos retos del periodismo deportivo en Venezuela

¿Dónde estamos?

Si tomamos un ejemplar actual de cada medio impreso que se tomé como análisis para esta investigación (*El Nacional, Meridiano, Últimas Noticias y Líder*) sin mediar mucha palabra podemos observar qué se está haciendo en el periodismo deportivo venezolano.

Últimas Noticias, a partir del año 2000 como se dijo en el capítulo anterior, en la búsqueda de aumentar la venta de ejemplares, crea el Deportivo los días domingo y lunes, Carmen Riera se coloca al mando del rediseño del periódico y Eleazar Díaz Rangel, asigna una pagina semanal a la fuente del deporte menor y se empiezan a hacerle seguimiento a los atletas nacionales.

Con este acontecimiento, *El Nacional* y *Meridiano* caen en cuenta de la realidad que se está viviendo por el aumento de ejemplares de UN, también empiezan a darle cobertura al deporte menor pero sin tomar en cuenta el campo gráfico, dentro de sus planes aún no estaba el cambio, así lo afirmo la profesora Riera:

“... allá (El Nacional) las cosas como se llevaron en el año 1997 no fueron los mejores, es decir, no hubo información para todo el mundo, con respecto al rediseño que se tenía planteado hacer, se mantenía todo el tiempo en secreto. Los que íbamos a participar en el rediseño no teníamos la información necesaria....

“...fue muy mal llevado y a la final nadie creyó en ese proyecto, y no se realizaron los cambios esperados sino que fue más de lo mismo, lo que se hizo fue un cambio tipográfico, más un cambio en la manera de concebir la noticia, en el caso de El Nacional, situación que no se vivió en UN en su momento”.

Cuando entra *Líder* en el mercado de los medios impresos venezolanos, a *Meridiano* no le quedó otra alternativa qué replantear todo el trabajo que se venia haciendo tanto periodística como gráficamente, y

valdría la pena pensar ¿qué sería de uno sin el nacimiento de otro, o qué sería de los medios en general si uno no da el paso hacia el mejoramiento? ¿Será que la única preocupación de los dueños de medios de comunicación es vender, sin importarle el trabajo que se les debe presentar a los lectores deportivos? Porque a lo largo de la investigación queda claro, que tanto este lector, como el de política, farándula, economía, el lector de todas las secciones merece un mínimo de respeto.

¿Hacia dónde vamos?

Esa es la gran interrogante que muchos deseamos despejar, ¿Hacia donde vamos los periodistas que constituimos la generación de relevo? Por poner un ejemplo, en España, específicamente, en las Universidades más importantes como lo son la Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Cantabria, Universidad de Oviedo, Universidad de Valladolid, por nombrar unas pocas, no escatiman esfuerzos, por desarrollar desde donde se supone que debe impulsarse el desarrollo integral del periodista deportivo, desde años anteriores, inclusive, desde mucho antes del periodo de estudio se realizan, congresos y cursos de verano en donde involucran y cultivan al estudiante de comunicación social con la fuente deportiva.

¿Y Venezuela?.. ¿Detrás de la ambulancia?

Mientras en latitudes como Europa, e incluso dentro de los Estados Unidos, el periodismo es una profesión que cuenta con posibilidades de desarrollo y especialización en todas sus áreas, incluso en diseño gráfico. En las universidades venezolanas, donde se supone que se debería sembrar la semilla de la especialización deportiva y donde se deberían incentivar y adiestrar a los futuros profesionales no existe una preocupación real por alcanzar académicamente la especialización en

absolutamente nada, aunque no podamos dejar de reconocer la labor de algunos académicos preocupados por la profesión quienes han venido cultivando esfuerzos y a través de seminarios y congresos, buscan promover en el estudiantado la sana inquietud por no quedarse en el aparato y apuntar hacia la especialización en el área de desarrollo profesional que más se adecue a sus propios intereses profesionales.

Así como en la Escuela de Comunicación Social de la UCV, después de un largo periodo de ausencia dentro de la oferta de materias electivas, se han vuelto a retomar la tradición de ofertar la materia de periodismo deportivo, que una vez la hicieron muy famosa y atractiva para el alumnado los profesores Eleazar Díaz Rangel y José Fernández Freites. Y que hoy día está bajo la tutela del profesor Cándido Pérez.

Entender el mensaje más allá de la noticia

En el periodismo actual y es lo que se debe enseñar en las instituciones, en los seminarios y en el ejercicio de la carrera es poner en práctica la llamada vinculación. Debemos vincular al lector, al receptor del mensaje con nuestra realidad y decirles que lo más importante no es Barry Bonds con su home run 756 o Lewis Hamilton en la Fórmula 1, la vinculación es con los deportistas nacionales, el deporte menor que debe tener una mayor cobertura e importancia en el cuerpo deportivo, esos atletas que nos representaran el día de mañana fuera del país, en los juegos olímpicos, los que practican deportes extremos, pero que a la final son nuestros deportistas, y es una de las carencias más profundas que existe hoy día, sin embargo en los medios observamos los grandes esfuerzos que se están haciendo.

Eumar Esaá explica *“el compromiso es con Rubén Limardo, Silvia Fernández, Alejandra Benítez, es con los deportistas que salen a sudarse la camiseta tricolor, pero tampoco sin endiosar, porque debo reconocer que hay atletas éticos y antitéticos y el hecho de que sean venezolanos*

no los voy a ocultar. Otro factor es que la especialización es la fuente olímpica, el doping se trata de una manera totalmente burda, también es importante la investigación es hacia aquí donde debemos apuntar porque aquí es más importante el ganó, perdió y empató”.

Otro aporte importante lo hace Cándido Pérez, *“el reto en los nuevos tiempos, es tener la media, entre la ayuda tecnológica y no desvincularse del hecho deportivo nacional –in situ- y otra cosa; debemos mantener la posibilidad de que los periodistas se den cuenta de que hay que tener respeto por el lector, sobre todo el lector de la provincia y no enviarles un diario mediocre porque la segunda edición que es para la capital y ciudades aledañas le dan lo mejor de la información”.*

Debemos mejorar desde la academia hasta el ejercicio de la profesión, como ha venido ocurriendo a través de los años, hay muchas cosas que aún se pueden hacer, como la creación de otro canal exclusivamente deportivo y como competencia a Meridiano Televisión, por ejemplo, u otro medio impreso especializado porque queda demostrado que con la competencia los medios, radiales, impresos y televisivos tienden a fortalecerse. Aparte de que se brinda una mayor variedad de información.

El compromiso es tratar de llegar a la mayor cantidad de hogares posibles y tratar de brindar más información y hacerla parte del día a día de los venezolanos, seguir con este ritmo y debido a la situación tan tensa que vive el país, quizás se convierta en una vía de escape para todos.

“Ser más humano, es muy importante el resultado, la clasificación y la proyección que suele hacer el deportista en determinado evento deportivo pero la afición suele valorar más el concepto de humanidad que en ocasiones se pierde. Para mí tienen mucha importancia los rasgos positivos, yo muy raro me ocupo, al menos que sea muy escandaloso, sobre a quien se tiene que juzgar o evaluar o emitir un criterio, a mi no me interesa el atleta que se droga, me interesa el atleta ejemplar, el que

lucha por la mejor vía para llegar a la cima, yo venero a las personas tal y como son pero sin idealizarlas, debemos entender que primero que nada son seres humanos y lo principal es transmitir esos valores positivos” finaliza José Visconti.

Los hechos hablan por sí solos

No debemos olvidar que tanto la fotografía periodística como el diseño en la información, han sido los principales factores que han marcado la evolución en los medios impresos. Podemos ver como han cambiado los cuerpos deportivos de los periódicos en estudio, pasamos de tener una prensa caótica, desorganizada, simple a ver como los tiempos han obligados a los encargados de hacer el diarismo a adaptarse a una serie de exigencias del lector y a brindarle nuevas visiones para hacer de la prensa cada día más atractiva para los lectores.

Pasamos de hacer fotografías frías y posadas a captar el deporte in situ, el otro lado de la historia, lo que siente el deportista con la derrota y o la victoria, hoy día podemos captar lo que está viviendo el atleta en plena competencia, partido o torneo y eso a llevado al lector a sentirse presente en el acontecimiento deportivo, un gran paso.

Antes el texto hablaba de la foto, cuando tenia porque muchas veces no utilizaban fotografías, en la actualidad la foto habla del texto y se han invertido los papeles, ha sido como consecuencia de los continuos avances tecnológicos, en pleno siglo XXI vivimos en la era de lo visual, la imagen prevalece. Una buena foto atrapa mucho al lector y hasta se ha llegado a decir que el departamento de fotografía es la columna vertebral del periódico.

El reportero grafico de Últimas Noticias, Héctor Castillo comenta *“los nuevos retos que enfrenta el fotoperiodismo, parten de la preparación y de la especialización, no sólo es tener la mejor cámara o el lente más caro y aunque el equipo fotográfico es muy valedero debe existir una preparación académica, ver como se está haciendo fotografía en otros*

países, chequear a los otros medios de comunicación. Yo veo mucha fotografía de afuera, y el discurso que yo le doy al atletismo no está lejos del discurso de la IAAF¹⁵ por ejemplo, lo malo es que en competencias internacionales las grandes empresas comprar los mejores espacios y nosotros quedamos por fuera. Pero es eso, buscar la manera de instruirse, ser mejor e innovar, tomar otros ángulos y ser creativos al momento de tomar la foto”¹⁶

Si revisamos el periódico Últimas Noticias del año 1987 y hasta incluso 1995, podemos notar que el cuerpo deportivo era todo un carnaval, diversos tamaños de fuentes, diversos tamaños de titulares, fotos en casos particulares, textos en escaleras, interrumpidos por una fotografía, los avisos determinaban el tamaño de la información.

Con el tiempo y quizá también con los avances tecnológicos, todo cambió. Como se dijo, ya para el año 2000 empezó la reorganización de los cuerpos y de las informaciones, punto positivo para este diario, más adelante se inserta el color, y el concepto de periodismo deportivo cambia y hace cambiar, definitivamente a los otros medios impresos. Pero aquí no se termina la historia, aún falta mucho camino que recorrer y como estamos en la era de lo visual, tenemos que ir pensando en avanzar, en mantener a los lectores de siempre y enganchar a la nueva generación.

En este sentido, Carmen Riera explica *“Debemos tomar más en cuenta el uso de las infografías, debe difundirse más información sobre la importancia del diseño en la información. No se debe pensar en hacer un diseño para que tenga fuegos artificiales, todo tiene que provenir de la noticia, lo que tiene es que crearse el escenario propicio, para que l*

¹⁵ La Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo y en inglés, **I**nternational **A**ssociation of **A**thletics **F**ederations, o IAAF) es el órgano de gobierno del atletismo en todo el mundo. Fue fundada en 1912 bajo el nombre de Federación Internacional de Atletismo Amateur (en inglés, International Amateur Athletics Federation) por representantes de 17 federaciones nacionales de atletismo, en su primer congreso celebrado en Estocolmo (Suecia). La sede central de la IAAF se encuentra en Mónaco desde octubre de 1993.

¹⁶ Héctor Castillo. Periodista. Reportero Gráfico de Últimas Noticias y El Mundo. Entrevista personal. Septiembre 2007.

noticia resalte y hacerla atractiva, llamativa. Esa es nuestra idea. Todo indica que la tendencia actual es que se lea menos y se vea más y que cuando se vea la noticia ya se sepa de qué se está hablando.

Todo debe ser infografiado porque es la mezcla perfecta entre información y diseño, es una manera más fácil y rápida que la del mismo texto simple. Pero se debe tener claro que no todo es infografiable, pero al menos debería ser más tomada en cuenta”.

El cuerpo o la sección deportiva, sin duda, es la que está cobrando más importancia dentro de la prensa escrita, quizá ha sido así siempre o tal vez es un fenómeno que está ocurriendo desde un tiempo para acá pero sea cual sea el factor determinante, lo más importante es seguir haciendo el trabajo lo más eficaz, veraz y objetivo posible dándole cabida a todas las ramas del deporte y sobre todo a nuestros deportistas venezolanos.

Y por último...

La creciente demanda que tienen las máximas casas de estudio en las carreras de comunicación social, los dueños de medios, los actuales periodistas que cubren la fuente deportiva y las futuras generaciones que entrarán en el campo periodístico deberían empezar a cultivar la conciencia en los siguientes aspectos:

- a. Reflejar los hechos más allá de las pasiones individuales.
- b. Informar también sobre los aspectos positivos de la actividad deportiva.
- c. Valorar los aspectos positivos de una práctica adecuada.
- d. Destacar la incidencia en la salud y en el entendimiento de las personas.
- e. No limitar el espacio disponible única y exclusivamente al espectáculo deportivo.

Es una utopía, o un comentario aventurado decir que estos cambios se darán de la noche a la mañana, va a requerir de un gran esfuerzo de los periodistas y más en los nuevos tiempos, debemos elevar nuestro nivel de preparación científica, mantener activa la formación mediante la constante lectura, y tener la capacidad de defender los textos que nos parecen importantes y favorables para la sociedad.

Es el momento de terminar con las críticas fáciles, y mirar hacia delante con la esperanza y la certeza de que el entorno informativo del deporte ha avanzado más de un siglo de vida que otras actividades que suelen merecer mayor atención o prestigio.

El periodismo deportivo debe tener tres consignas: informar, formar y divertir, deberíamos empezar a pensar de esta manera y romper con los esquemas del siglo pasado, antiguos además, que entienden el deporte como una mera expansión lucrativa.

Este es el principal reto que enfrentamos los profesionales del periodismo hoy día, especializarnos, interactuar con el lector, vibrar con la noticia y generar inquietudes que promuevan formación de criterios en quienes nos leen, debemos volver a tener a la verdad como principio irrenunciable y dignificar nuestra labor social como vínculo que somos entre la noticia y el mundo. Sólo de esta manera estaremos haciendo realmente algo por nuestra profesión, nuestro país y el mundo. ■

Las páginas cuentan la historia de la evolución gráfica de estos 4 periódicos

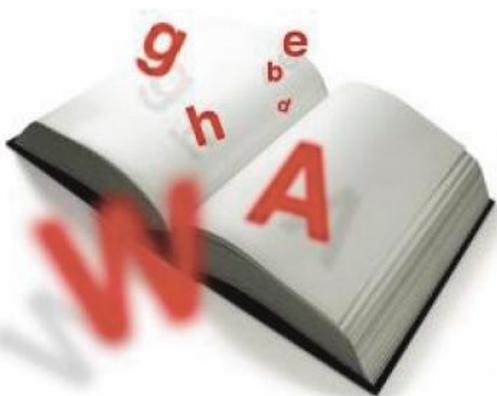


Capítulo

4

4

4



Hablan las de Meridiano ...



4 Estas páginas centrales del año 1987, son un completo desastre gráfico. Pues, si bien es cierto, que no hay ninguna regla que impida el uso mixto de ilustraciones y fotografías, también es cierto que el valor noticioso lo tienen precisamente las fotos y nunca, nunca deben competir por la atención del lector. Por otra parte, no hay ningún orden, el texto hace escaleras, y las gráficas rompen el texto de manera tal, que prácticamente imposibilitan su lectura lineal.

5 Página interna de año 1987. Una de las cosas más preocupantes, que se observan en la manera de diseñar la noticia en *Meridiano* durante toda su historia gráfica es la falta de jerarquización, no existe orden visual para la puesta en página de las notas, no hay unidad tipográfica, no hay respeto por la foto. Le presentan al lector 3 columnas de notas con quizá una nota principal al pie de la página, lo cual le resta importancia visual.

Hablan las de Meridiano...



- 6** En esta página del año 1990, puede verse claramente el desorden con el cual se presentan las notas. En la noticia principal una columna completa de texto se interpone entre sus 2 fotos. Las tres notas secundarias se entran unas a otras.
- 7** En esta página del año 1995. Nuevamente hay elementos que se interviene unos a otros. No existe el más mínimo orden para la publicidad, la cual entrama los textos de maneras, grotescas algunas veces.
- 8** Esta página es del año 1987. Se observa entre las fallas ya mencionadas en las 7 páginas anteriores, un carnaval tipográfico y textos muy largos. Aquí, quizá modulan un poco mejor la página, pero igualmente, no existen elementos que delimiten los espacios, entre las notas y no hay ninguna información que le diga al lector: "Epa!, empieza por aquí yo soy la nota principal, yo abro la página".

Y ahora las de Últimas Noticias...



14 Centro del año 87, un gran texto con dos grandes fotos pero muy mal organizado. En la página izquierda el texto está en L invertida y lo hace de difícil lectura, hecho que manifiesta la poca preocupación que existía hacia el lector deportivo. Las dos fotos compiten entre si y luego en la página derecha hay un gran bloque de texto que quizás con los intertítulos no se aprecia tan pesada la lectura.

15 En esta página se puede observar tres fotos que compiten entre si, no se aprecia cual la principal de la nota y el texto está entramado, se pierde el recorrido de la lectura. El título principal tiene letras altas y bajas lo cual indica que no existía respeto por la titulación.

Y ahora las de Últimas Noticias...

Entre novatos y leyendas

Varios jóvenes jugadores se destacan entre los líderes del campeonato 2010-11

La temporada regular comenzó ayer para la Liga de Béisbol Profesional. Entre los líderes del campeonato destacan jugadores novatos como el lanzador de los Leones de Pinar del Río, Ángel López, y el receptor de los Tigres, Ángel Sánchez.

El receptor de los Tigres, Ángel Sánchez, se destacó por su habilidad en el campo, logrando varias bases por bolas y anotaciones. El lanzador de los Leones, Ángel López, mostró una gran capacidad para controlar la pelota y evitar bases por bolas.

El receptor de los Tigres, Ángel Sánchez, se destacó por su habilidad en el campo, logrando varias bases por bolas y anotaciones. El lanzador de los Leones, Ángel López, mostró una gran capacidad para controlar la pelota y evitar bases por bolas.

Paul Tergat ganó por quinta ocasión el San Silvestre

El maratón de la ciudad de Valencia

Paul Tergat, el maratonista keniano, ganó por quinta ocasión el San Silvestre, el maratón de la ciudad de Valencia. Tergat completó la carrera en un tiempo de 2 horas y 12 minutos, superando a los demás participantes.

El maratón de la ciudad de Valencia es uno de los eventos deportivos más importantes de la ciudad. Este año, Paul Tergat volvió a demostrar su gran capacidad para correr largas distancias.

22 Las leyendas dejan de ser grandes párrafos, hay modulación en los textos. La utilización del recuadro cobra cada vez más importancia. El box score queda separado de la nota y no confunde al lector.

23 En el 2001, el cuerpo deportivo de UN era completamente distinto, se empieza a enmarcar distancia entre noticia y noticia, y no todas revueltas como la presentaban en años anteriores.

Y ahora las de Últimas Noticias...

8 BEISBOL • GRANDES LIGAS
GRANDES LIGAS • BEISBOL 9
24

Las Mayores echan chispas

Entró la etapa decisiva para los equipos que aspiran a pasar a la postemporada

“ *son más felices y felices hoy que nunca* **”** *prometen al...*

El primer duelo de la temporada se disputó el día de ayer en el estadio de los Yankees. Los Yankees derrotaron a los Red Sox por un marcador de 5-1. El juego estuvo dominado por los Yankees, quienes lograron tres hits y tres carreras. Los Red Sox, por su parte, solo lograron un hit y una carrera. El juego estuvo dominado por los Yankees, quienes lograron tres hits y tres carreras. Los Red Sox, por su parte, solo lograron un hit y una carrera.

El primer duelo de la temporada se disputó el día de ayer en el estadio de los Yankees. Los Yankees derrotaron a los Red Sox por un marcador de 5-1. El juego estuvo dominado por los Yankees, quienes lograron tres hits y tres carreras. Los Red Sox, por su parte, solo lograron un hit y una carrera. El juego estuvo dominado por los Yankees, quienes lograron tres hits y tres carreras. Los Red Sox, por su parte, solo lograron un hit y una carrera.

El primer duelo de la temporada se disputó el día de ayer en el estadio de los Yankees. Los Yankees derrotaron a los Red Sox por un marcador de 5-1. El juego estuvo dominado por los Yankees, quienes lograron tres hits y tres carreras. Los Red Sox, por su parte, solo lograron un hit y una carrera. El juego estuvo dominado por los Yankees, quienes lograron tres hits y tres carreras. Los Red Sox, por su parte, solo lograron un hit y una carrera.

El primer duelo de la temporada se disputó el día de ayer en el estadio de los Yankees. Los Yankees derrotaron a los Red Sox por un marcador de 5-1. El juego estuvo dominado por los Yankees, quienes lograron tres hits y tres carreras. Los Red Sox, por su parte, solo lograron un hit y una carrera. El juego estuvo dominado por los Yankees, quienes lograron tres hits y tres carreras. Los Red Sox, por su parte, solo lograron un hit y una carrera.

NO LEVISTAS QUE NO VAG

Las Mayores echan chispas. Entró la etapa decisiva para los equipos que aspiran a pasar a la postemporada. El juego estuvo dominado por los Yankees, quienes lograron tres hits y tres carreras. Los Red Sox, por su parte, solo lograron un hit y una carrera. El juego estuvo dominado por los Yankees, quienes lograron tres hits y tres carreras. Los Red Sox, por su parte, solo lograron un hit y una carrera.

17 Yankees ganaron

16 Red Sox perdieron

4 Yankees ganaron

3 Red Sox perdieron

30 Yankees ganaron

8 Red Sox perdieron

162 Yankees ganaron

28 Red Sox perdieron

e deportivo
25

Zancadillas a 300 Kph

Hamilton y Alonso son unos "compañeros" que ni siquiera se dirigen la palabra

Los pilotos de Fórmula 1 se disputaron el día de ayer el Gran Premio de España. Lewis Hamilton y Fernando Alonso fueron los protagonistas del día. Hamilton ganó el carrera por delante de Alonso. Los dos pilotos se disputaron el liderato durante gran parte del día. Hamilton y Alonso son unos "compañeros" que ni siquiera se dirigen la palabra.

Los pilotos de Fórmula 1 se disputaron el día de ayer el Gran Premio de España. Lewis Hamilton y Fernando Alonso fueron los protagonistas del día. Hamilton ganó el carrera por delante de Alonso. Los dos pilotos se disputaron el liderato durante gran parte del día. Hamilton y Alonso son unos "compañeros" que ni siquiera se dirigen la palabra.

- 24** En la actualidad, podemos observar el gran despliegue de creatividad, sin perder el carácter noticioso y periodístico que debe prevalecer, pero si existe mucha más preocupación por ofrecerle al lector un trabajo atractivo y libre de vicios. Información bien organizada y fotografías silueteadas que hablan por sí solas.
- 25** Vivimos en la era de lo visual y más que grandes textos, lo que se busca es brindarle al lector una imagen que lo lleve a leer el trabajo periodístico, el título juega un papel importante y lo sigue jugando, cortos pero llamativos, y este periódico se ha preocupado por estos valores agregados.

Y ahora las de Últimas Noticias...

26 2 ENTREVISTA

“Crecí entre los caballos”

Luis Enrique Fontes Vizquel es el jinete profesional más joven



El jinete profesional más joven del mundo, Luis Enrique Fontes Vizquel, nació en la ciudad de Caracas, Venezuela, el 15 de febrero de 1995. Desde muy joven se dedicó a montar caballos y a competir en eventos de jinetería. Fontes Vizquel es el hijo de un jinete profesional y comenzó a montar a los tres años de edad. Su padre, Luis Fontes, es un jinete profesional que ha ganado varias veces el Campeonato Nacional de Jinetería. Fontes Vizquel comenzó a competir en eventos de jinetería a los cinco años de edad y ganó su primer campeonato a los siete años. Él es el jinete más joven que ha ganado el Campeonato Nacional de Jinetería y el Campeonato Mundial de Jinetería. Fontes Vizquel es un jinete profesional que trabaja en un club de caballos en Caracas. Él es un jinete profesional que ha ganado varias veces el Campeonato Nacional de Jinetería y el Campeonato Mundial de Jinetería. Fontes Vizquel es un jinete profesional que trabaja en un club de caballos en Caracas. Él es un jinete profesional que ha ganado varias veces el Campeonato Nacional de Jinetería y el Campeonato Mundial de Jinetería.

27

el deportivo

27



Roger Federer verdugo en Nueva York
El suizo venció a Nikolay Pietrangeli y hoy por el título frente al serbio Novak Djokovic.



Gil Cordovés se creció en Maracay
El cubano ganó ayer la etapa 13ª y 14ª del Saltafina saltó el mallor de líder.

DOS CLAVOS suben a la lomita

Johan Santana por la victoria 15 del año frente a Medias Blancas y Félix Hernández por triunfo 12 ante los Tigres de Magglio.

28

Esperanzas y dudas creó la selección

En su presentación en sociedad el nuevo grupo dejó sentir diversos



El nuevo grupo de la selección nacional de baloncesto se presentó en sociedad en un partido amistoso que se disputó en la ciudad de Maracay. El partido fue muy disputado y se jugó con mucha intensidad. El nuevo grupo dejó sentir diversos sentimientos en la afición. Algunos jugadores fueron muy bien recibidos, mientras que otros fueron recibidos con reservas. El partido terminó con un resultado que dejó a la afición con muchas dudas sobre el futuro de la selección. El nuevo grupo de la selección nacional de baloncesto se presentó en sociedad en un partido amistoso que se disputó en la ciudad de Maracay. El partido fue muy disputado y se jugó con mucha intensidad. El nuevo grupo dejó sentir diversos sentimientos en la afición. Algunos jugadores fueron muy bien recibidos, mientras que otros fueron recibidos con reservas. El partido terminó con un resultado que dejó a la afición con muchas dudas sobre el futuro de la selección.

26 Los días domingo y lunes circula el suplemento *El Deportivo*. Se observa unidad tipográfica y se utiliza el recuadro de la cita textual, elemento que cada día cobra más importancia dentro de los trabajos periodísticos.

27 Las fotos ya no son tan estáticas y simples, ahora cobran más realismo y hasta protagonismo dentro de los textos y se presenta una mejor modulación en la tapa del cuerpo.

28 Las páginas pasaron de ser un completo desastre visual y periodístico a ser organizadas y con un estilo distinto. Las fotografías juegan un papel importante dentro de las mismas y la manera de titular es más atractiva.

Y siguen las de El Nacional...



29 Esta página de 1987 se observa abundancia de información y escasez de otros elementos informativos como la fotografía o el recuadro. El título principal se mezcla con la nota del lado izquierdo y la única foto está metida dentro de la columna Triple Play de Humberto Acosta.

30 A pesar de que no hay textos entramados, hay innumerables informaciones que casan al lector por ser un periódico de tamaño estándar.

31 El Nacional siempre se ha preocupado por la redacción de sus textos pero poco en la manera gráfica de cómo lo presentan. Una foto, y mucho texto, y en la parte inferior un recuadro interrumpe el recorrido de esa nota.



Y siguen las de El Nacional...

32

Deportes

Equador trabaja desde el lunes y Venezuela aún no lanza ni un balón

Si van los juvines 2000

Rivaldo quiere adoptar nacionalidad española

RESULTADOS DE SANTA RITA



33

DEPORTES

Toro al ruedo

Por los 1.000 hits

Jerry Manuel, Manager del Año

PEREZA ERICSON

Takero escapó a Bixazos 09-08 en fondo de la TMS

Melero derrotó a M. de San Madrid



34

Deportes

ADRIANO Y NEDVED ANIMARÁN EL INTER VS JUVENTU

Barcelona logra en Getafe su triunfo más sufrido

RESULTADOS DE LA RIBERADA

Karina Paz dictó la pauta por los jinetes C en la Copa Banco Mercantil

Hipódromo de Santa Rita anuncia el comienzo de la temporada



32 Esta página está ordenada pero el título principal está muy largo y el localizador (Análisis) se confunde con una letra capital y el sumario está muy largo, parece un primer párrafo.

33 El localizador se confunde con una letra capital, la foto leyenda está muy larga y tiende a confundirse con una notas más de la primera página.

34 Por mucho tiempo este medio impreso no tomó en cuenta otros elementos, sino sólo la gran fotografía que va en compañía del texto.

Y siguen las de El Nacional...



34 Merdiano a color, UN a color y el nacimiento de Lider hicieron que la primera página de este diario, también se pusiera a tono. Para el 2005 *El Nacional* también pasa a siluetear las fotografías. Nada de iniciativa propia.

35 La foto leyenda se pone de moda en la primera página del cuerpo deportivo pero estas alcanzan casi la extensión de un párrafo.

36 La infografía y las fotos más dinámicas empiezan a aparecer en el diario, otros valores importantes como los recuadros y datos extras hacen menos monótonas a sus páginas.



Y siguen las de El Nacional...



40 De nuevo en estandar, por fin entendieron que hay un sinfin de elementos que hacen la página atractiva para el lector. Más fotos, datos. Pero en la parte inferior, Los textos están mal organizados.

41 El localizador en las páginas juega un papel importante, le refleja al lector sobre la disciplina que se está reseñando. Todas las notas tienen un localizador claro.

42 Luego de darle más vida a las notas con fotos más interesantes, incluyen los breves informativos, la cifra y el dato. Elementos que hacen a la página más atractiva.



Y el último grito: Líder...

Líder EN DEPORTES **43**
¡SE VUELVE!
NBA, vuelve en Caracas
PP JONHÁN SÁNTANA VA, POR LA RESIGNANCIA
ABRE CONTRA LOS YANQUIS
¿Y el Rey David?
Arango en exclusiva desde Malterra
Castellón se lesiona y queda fuera de la Vinotinto
“Fue mi último año en Cleveland”

43 Líder llegó ofreciendo de todo, color, modulación en la información, unificó la tipografía, estadísticas, recuadros, infografías, elementos que carecían en los demás medios impresos.

44 En esta página completamente organizada vemos un sinfín de información que no le cansa al lector, más bien lo atrapa.

45 Sin necesidad de crear un show visual, el diseño y las fotos que utiliza Líder juegan un papel importante. Los títulos hablan por sí solos.

13
BEISBOL • GRANDES LIGAS
¿Y el Rey David?
¿Sobran otros jugadores de la liga? 15 años, casi todo su tiempo en la gran liga, pero ¿qué hay de su futuro? ¿Se quedará en las grandes ligas o se irá a jugar a otro país?
¿Se quedará en las grandes ligas o se irá a jugar a otro país?
Votantes y elegibles
La Liga
El jugador más caro de la historia
El jugador más caro de la historia

Equipo	Partidos	Victorias	Derrotas	Puntos	Porcentaje
Los Angeles	141	74	67	1,261	0.525
San Diego	141	74	67	1,261	0.525
San Francisco	141	74	67	1,261	0.525
Oakland	141	74	67	1,261	0.525
Los Angeles	141	74	67	1,261	0.525
San Diego	141	74	67	1,261	0.525
San Francisco	141	74	67	1,261	0.525
Oakland	141	74	67	1,261	0.525

25
MÁS DEPORTES • BALONCESTO
JAN SESSION Pasa su mirada en el país y discute transmisión de la 2006-2007
NBA prende a Venezuela
Una asociación entre la NBA y la organización de fútbol trasciende de lo que se ve en el Canal. Toda la acción de la NBA en Venezuela se verá en el Canal.
La Liga Nacional
Los Reyes
Defensores con vía libre en el centro
Cancela juego de Estrellas
Castellón arrolla a Colombia

Y el último grito: Líder...

46

beisbol

BOX SCORES

NACIONAL

Equipo	Partido	Resultado
ARI	vs MIL	1-0
ATL	vs NYG	1-0
BOS	vs WSH	1-0
BRN	vs CIN	1-0
CHC	vs PIT	1-0
CLE	vs DET	1-0
COL	vs SDP	1-0
DET	vs MIL	1-0
HOU	vs TEX	1-0
KCR	vs MIN	1-0
LAD	vs SFG	1-0
LAA	vs OAK	1-0
MIA	vs FLA	1-0
MIL	vs CHC	1-0
MONT	vs COL	1-0
NYY	vs BOS	1-0
PHI	vs NYG	1-0
PIT	vs CHC	1-0
SDP	vs COL	1-0
SEA	vs OAK	1-0
SFG	vs LAD	1-0
TEX	vs HOU	1-0
WAS	vs BOS	1-0
WSD	vs MIL	1-0
WWS	vs CHC	1-0

AMERICANA

Equipo	Partido	Resultado
ARI	vs MIL	1-0
ATL	vs NYG	1-0
BOS	vs WSH	1-0
BRN	vs CIN	1-0
CHC	vs PIT	1-0
CLE	vs DET	1-0
COL	vs SDP	1-0
DET	vs MIL	1-0
HOU	vs TEX	1-0
KCR	vs MIN	1-0
LAD	vs SFG	1-0
LAA	vs OAK	1-0
MIA	vs FLA	1-0
MIL	vs CHC	1-0
MONT	vs COL	1-0
NYY	vs BOS	1-0
PHI	vs NYG	1-0
PIT	vs CHC	1-0
SDP	vs COL	1-0
SEA	vs OAK	1-0
SFG	vs LAD	1-0
TEX	vs HOU	1-0
WAS	vs BOS	1-0
WSD	vs MIL	1-0
WWS	vs CHC	1-0



© 2010 ESPN. Todos los derechos reservados. Se permite la reproducción de este contenido en su totalidad para uso personal. No se permite la redistribución o el uso comercial. El uso de esta información en cualquier otro medio es estrictamente prohibido.

47

fútbol

Pocos cupos por definir

SELECCIÓN Podría llevar 25 a Costa Rica

La hora para la decisión es ahora, y Richard Páez toma un tiempo para definir a Costa Rica podrá ver a los que necesitan jugar.

BOCA llegó al país

Este domingo llegó al país el delantero argentino Richard Páez, quien se encuentra en el país para definir si jugará con la Selección. Páez, quien tiene 34 años, es un jugador experimentado que ha jugado en varios equipos europeos y latinoamericanos. Su llegada a Costa Rica es una noticia importante para el entrenador Luis Fernando Suárez, quien busca reforzar el ataque de la Selección para el próximo mundial.

Ayer a Pedro

El delantero colombiano Pedro Pablo Kuczajski fue el protagonista del partido de ayer. Con un gol y una asistencia, demostró su calidad y su capacidad para jugar en un equipo de alto nivel. Su actuación fue clave para el triunfo de su equipo.



Cadeca

Comunicación y Marketing

Lider

Comunicación y Marketing

Comunicación

Comunicación y Marketing

46 Al igual que el deportivo de UN, Líder le dedica una página a las estadísticas y las presenta de forma organizada.

47 En esta página observaciones el buen uso del localizador, antetítulo, título y sumario, recuadros, una buena fotografía y un texto ordenado.

48 La infografía pasa a jugar un papel determinante importante en los medios impresos y Líder no queda exento de este hecho.

4

18

FUTBOL • NACIONAL

Castellín ausente 2 meses

De lesión en el partido 0-1 ante el balcánico, Suárez se ve obligado a buscar por los reforzamientos ante Brasil y Ecuador

La Selección nacional tendrá que esperar dos meses para volver a jugar con el delantero colombiano Castellín. El jugador sufrió una lesión grave durante el partido ante el equipo de Serbia, lo que lo dejó fuera de juego por un período prolongado. Este es un golpe importante para el entrenador Luis Fernando Suárez, quien necesita contar con todos sus jugadores para afrontar los próximos partidos ante Brasil y Ecuador.

¿Qué pasa?

Castellín, de 28 años, es un jugador clave para la Selección. Su ausencia durante dos meses representa un desafío para Suárez, quien deberá buscar alternativas para cubrir su posición en el ataque. El entrenador deberá evaluar a los jugadores que están en el banco y considerar la posibilidad de traer nuevos jugadores si es necesario.



Comunicación

Comunicación y Marketing

Comunicación

Comunicación y Marketing

Comunicación

Comunicación y Marketing

Y el último grito: Líder...

reportaje

44

LICOR Supresión de venta de alcohol en los estadios es para

Asamblea exige más control

Bericio Uribearena, diputado del Movimiento Quinta República, propone circunscribir el consumo de bebidas espirituosas a espacios cerrados dentro de los parques deportivos

LEY SECA EN LAS GRADAS • HABLA EL GOBIERNO

El diputado Bericio Uribearena del Movimiento Quinta República (MQR) exige que se suprima la venta de alcohol en los estadios de fútbol y se permita el consumo de bebidas espirituosas en espacios cerrados dentro de los parques deportivos. Uribearena, quien es también diputado por el MQR, dijo que la ley de licor que se aprobó en 2008, que permite la venta de alcohol en los estadios, es una ley que no tiene sentido y que debe ser derogada. Uribearena dijo que la ley de licor que se aprobó en 2008, que permite la venta de alcohol en los estadios, es una ley que no tiene sentido y que debe ser derogada. Uribearena dijo que la ley de licor que se aprobó en 2008, que permite la venta de alcohol en los estadios, es una ley que no tiene sentido y que debe ser derogada.

reportaje

49

proteger a niños y a adolescentes del vicio

más control

Los enlatados de las cervezas para que haya espacios cerrados en los que los adultos consuman alcohol lejos de niños y adolescentes

LEY SECA EN LAS GRADAS • HABLA EL GOBIERNO

El ministro del Interior, Juan Luis Rodríguez, dijo que el gobierno va a implementar una ley que prohíba la venta de alcohol en los estadios de fútbol y que permita el consumo de bebidas espirituosas en espacios cerrados dentro de los parques deportivos. Rodríguez dijo que la ley de licor que se aprobó en 2008, que permite la venta de alcohol en los estadios, es una ley que no tiene sentido y que debe ser derogada. Rodríguez dijo que la ley de licor que se aprobó en 2008, que permite la venta de alcohol en los estadios, es una ley que no tiene sentido y que debe ser derogada.

45

El ministro

El ministro del Interior, Juan Luis Rodríguez, dijo que el gobierno va a implementar una ley que prohíba la venta de alcohol en los estadios de fútbol y que permita el consumo de bebidas espirituosas en espacios cerrados dentro de los parques deportivos.

46

Los enlatados

Los enlatados de las cervezas para que haya espacios cerrados en los que los adultos consuman alcohol lejos de niños y adolescentes.

47

El diputado

El diputado Bericio Uribearena del Movimiento Quinta República (MQR) exige que se suprima la venta de alcohol en los estadios de fútbol y se permita el consumo de bebidas espirituosas en espacios cerrados dentro de los parques deportivos.

48

El ministro

El ministro del Interior, Juan Luis Rodríguez, dijo que el gobierno va a implementar una ley que prohíba la venta de alcohol en los estadios de fútbol y que permita el consumo de bebidas espirituosas en espacios cerrados dentro de los parques deportivos.

49

Rescata géneros periodísticos como la entrevista, el reportaje, la crónica, abandonados por la mayoría de los medios impresos en los años 90. Y este hecho llevó a esos mismos medios a revisarse.

50

No sólo le dan cobertura a los deportes tradicionalmente comerciales como el fútbol y el beisbol, también llegaron para preocuparse por los tradicionalmente no comerciales como el ciclismo, judo, karate, esgrima, entre muchos otros.

201

más deportes

CICLISMO

CRÓNICA Los jueces resguardan al pelotón

PLANO GRANDE

Notas de la Vuelta

El juez de carrera de la Vuelta Ciclista de España, Juan José Martínez, dijo que los jueces resguardan al pelotón y que no se permitirá que los ciclistas se salgan de la vía. Martínez dijo que los jueces resguardan al pelotón y que no se permitirá que los ciclistas se salgan de la vía.

50

Peligro en la vía

Supresión de la venta de alcohol en los estadios de fútbol y se permite el consumo de bebidas espirituosas en espacios cerrados dentro de los parques deportivos.

Y el último grito: Líder...

fútbol mundial
fútbol mundial
51

Clubes como Sao Paulo y Corinthians amenazan con prolongar yugo brasileño

Lucha contra la opresión

Amazónicos, argentinos y uruguayos han ganado 40 de 46 ediciones previas de la Libertadores. ¿Podrá alzarse por primera vez un club de Venezuela, Ecuador, Bolivia, Perú o México? Para ello necesitan verdaderas próceres



GRUPO 1 Sao Paulo FC, Boca Juniors, River Plate, Flamengo, Palmeiras

GRUPO 2 Internacional, Cruzeiro, Santos, Fluminense, Athletico Paranaense

GRUPO 3 Flamengo, Palmeiras, Santos, Cruzeiro, Internacional

GRUPO 4 Sao Paulo FC, Boca Juniors, River Plate, Flamengo, Palmeiras

GRUPO 5 Internacional, Cruzeiro, Santos, Fluminense, Athletico Paranaense

GRUPO 6 Flamengo, Palmeiras, Santos, Cruzeiro, Internacional

GRUPO 7 Sao Paulo FC, Boca Juniors, River Plate, Flamengo, Palmeiras

GRUPO 8 Internacional, Cruzeiro, Santos, Fluminense, Athletico Paranaense

GRUPO 9 Flamengo, Palmeiras, Santos, Cruzeiro, Internacional

GRUPO 10 Sao Paulo FC, Boca Juniors, River Plate, Flamengo, Palmeiras

GRUPO 11 Internacional, Cruzeiro, Santos, Fluminense, Athletico Paranaense

GRUPO 12 Flamengo, Palmeiras, Santos, Cruzeiro, Internacional

DIRECTV TIPS

El campeonato de la Libertadores 2016 se disputará en un formato de grupos de cuatro equipos cada uno. Los equipos que terminen en primer lugar de cada grupo avanzarán a la fase de cuartos de final. Los equipos que terminen en segundo lugar de cada grupo jugarán los partidos de repechaje. Los equipos que terminen en tercer y cuarto lugar de cada grupo serán eliminados.

Los equipos que participarán en el torneo son: Sao Paulo FC, Boca Juniors, River Plate, Flamengo, Palmeiras, Internacional, Cruzeiro, Santos, Fluminense, Athletico Paranaense, Corinthians, Grêmio, Botafogo, Vasco da Gama, Chapecoense, Atlético Mineiro, Goiás, Ceará, Fortaleza, Vitória, Bahia, Atlético Goianiense, Paraná, Sport Recife, Ceará, Fortaleza, Vitória, Bahia, Atlético Goianiense, Paraná, Sport Recife.

El torneo se disputará en un formato de grupos de cuatro equipos cada uno. Los equipos que terminen en primer lugar de cada grupo avanzarán a la fase de cuartos de final. Los equipos que terminen en segundo lugar de cada grupo jugarán los partidos de repechaje. Los equipos que terminen en tercer y cuarto lugar de cada grupo serán eliminados.

51 Más infografías, páginas pensadas en satisfacer las necesidades del lector, ubicarlos y no sólo brindarle una información simple. *Líder* llegó y rompió esquemas.

52 Cancha Adentro es un suplemento dedicado al deporte menor que circula semanalmente. Una parcela completamente desasistida por los medios de comunicación venezolanos.

CANCHA ADENTRO
52



¡Con Garra!

El Centro Comunal Cajas es ejemplo de la cosecha positiva que se hacen en nuestra localidad.

Y el último grito: Líder...

EXTRABASE

58



19 ponches en 13 actos

En enero de 1961, Bob Gibson cumplió excepcional desempeño con el Oriente, al abanicar a 19 toleteros del Valencia

Durante la temporada 1961-62, el club de Valencia consiguió un excepcional desempeño con el Oriente, al abanicar a 19 toleteros del Valencia. El jugador que más ponches le hizo fue Bob Gibson, quien en 13 actos le abanicó a 19 toleteros.

El momento: Un pitcher cardenal muy valioso

El entrenamiento: Los toreros buscarán un receptor


Bob Gibson
 En enero de 1961, el jugador de los Cardenales de St. Louis abanicó a 19 toleteros del Valencia en 13 actos.

58 Otro suplemento de *Lider* "Extra Base", dedicado al beisbol. Una manera distinta de tratar la fotografía.

59 Antes el texto hablaba por la foto, ahora la fotografía habla por el texto y lo hace más atractivo para el lector.

60 Un texto organizado, con aportes interesantes más allá de la nota simple y sencilla que solía hacerse hace 20 años.

EXTRABASE

59



Tres décadas de libertad

¿Cuál? Hanter fue el primer pelotero en usar este tipo de... 1971, pero lo usó un año después que se restaron por siempre

El momento: Un jugador de los Yankees se cubre los ojos con las manos

El entrenamiento: Los toreros buscarán un receptor


Manter
 En 1971, el jugador de los Yankees, Tom Seaver, fue el primer pelotero en usar este tipo de...

59 Antes el texto hablaba por la foto, ahora la fotografía habla por el texto y lo hace más atractivo para el lector.

EXTRABASE

60

RECTA AFUERA DE LA CURVA ADENTRO

El caso de los Yankees
 El jugador de los Yankees, Tom Seaver, fue el primer pelotero en usar este tipo de...

Otro ve... heroidal

El momento: Un jugador de los Yankees se cubre los ojos con las manos
El entrenamiento: Los toreros buscarán un receptor

El momento: Un jugador de los Yankees se cubre los ojos con las manos

El entrenamiento: Los toreros buscarán un receptor


Tom Seaver
 En 1971, el jugador de los Yankees, Tom Seaver, fue el primer pelotero en usar este tipo de...

59 60 Otro suplemento de Lider "Extra Base", dedicado al beisbol. Una manera distinta de tratar la fotografía.

Conclusiones

En los últimos tiempos el diseño en los medios impresos ha jugado un papel vital para el posicionamiento y la permanencia de los mismos en el mercado. A mediados del siglo XX en las salas de redacción de los diarios venezolanos, se observaban grandes esfuerzos por brindar muchas noticias pero, prácticamente ninguno por realizar diseños que por lo menos lograran el equilibrio entre el binomio diseño-información. De hecho, el diseño no se tomaba en cuenta, ni tenía el carácter de valor agregado para la información que presenta la prensa escrita, que posee actualmente.

Quizá, la primera vez que en Venezuela se le da un peso importante al diseño dentro de un medio impreso, fue cuando entre finales de los 70 y principios de los 80 aparece el Diario de Caracas, fundado por Diego Arria, y en Venezuela comenzó a hablarse, y también a hacerse “el nuevo periodismo”, el cual no sólo replanteaba la redacción de las noticias, el nivel de las investigaciones y hasta la interacción con el lector, sino que, por primera vez, se presentaba un periódico cuyo diseño, estaba a tono con la redacción y le otorgaba una personalidad clave que lo convirtió en un paradigma.

Hoy, en pleno siglo XXI, diseñar la información se ha convertido en una necesidad inminente de los profesionales del periodismo dedicados al área del diseño, todo con el fin de ofrecerle al lector un trabajo bien presentado, además de bien sustentado a nivel de los textos. Sobretudo al lector deportivo, que es uno de los más exigentes en este sentido.

En los últimos 20 años, hemos notado que las páginas deportivas de los diarios venezolanos han presentado cambios importantes y, en algunos casos, hasta podría decirse que drásticos; y quedó demostrado a lo largo de ésta investigación (quizá en unos diarios más que en otros), que aquellas empresas periodísticas que sí se atrevieron a dar ese gran paso de replantearse gráficamente, como la Cadena Capriles, con el

Últimas Noticias, se convirtieron en la fuente de inspiración o el ejemplo a seguir para otros medios más conservadores y menos arriesgados.

Indudablemente, *Meridiano* le dio otro sentido y otro concepto al periodismo deportivo venezolano cuando apareció en 1969 marcando un hito en la manera como éste se venía haciendo en el país, pero también es cierto que cuando la administración de La Cadena Capriles pasó a manos de Miguel Ángel Capriles López, hombre joven y con visión de negocios, cambia de nuevo la manera de hacer periodismo, sobre todo deportivo, en el país.

Este joven empresario heredó un *Últimas Noticias* que era un completo desastre, sin identidad gráfica, ni orden, ni color, aunque indiscutiblemente popular y muy leído y lo transforma en el diario que es hoy día sin cambiar su esencia como “diario del pueblo”.

No obstante y pese al hecho, de que este cambio drástico de imagen para *Últimas Noticias* tuvo repercusión favorable en el resto de los diarios del país, en algunos medios aún existe el apego por los viejos esquemas como las grandes informaciones, las escasez de fotografías, o la típica fotografía del hecho deportivo, que no busca acción que no trasmite la efervescencia del momento deportivo y la poca utilización de un elemento gráfico que cada día cobra mayor fuerza no sólo para el diseño sino como género nuevo para el periodismo del siglo XXI como lo es la infografía.

Es importante destacar que con el tiempo se han ido formando nuevas generaciones de periodistas deportivos, cada vez más vinculados y comprometidos con la fuente, que plantean la necesidad imperante de que se abran los caminos hacia la especialización, acotando casi al unísono que especializarse en una fuente o disciplina deportiva, no debe significar desvincularse del resto. No, el buen periodista debe seguir siendo un profesional integral. Pues con la especialización lo que se busca es brindar una información más fidedigna y detallada del campo deportivo y no hacerla tan dispersa y monótona, como se hacía en los orígenes.

Otro factor importante que se debe tomar en cuenta tanto la actual generación como las venideras que se encuentran en plena formación, es que existen múltiples géneros periodísticos como la crónica, la entrevista, el reportaje, etc. que le pueden dar vida y fogosidad al acontecimiento deportivo y romper con el paradigma de la reseña simple. Si bien es importante tener claros: *el qué, el cuándo, el cómo, el por qué y el dónde*, también es importante brindarle al lector otros detalles, más minuciosos que capten su atención y amplíen sus conocimientos sobre el tema de modo efectivo.

Las universidades deben seguir impulsando las actividades como foros, seminarios, talleres y postgrados que incentiven y guíen al profesional de la comunicación a desarrollar una labor más óptima y útil dentro ella.

A su vez, también debería plantearse la creación dentro de los medios de departamentos de investigación, que permitan incentivar en los profesionales de hoy el hacer aportes a todas las fuentes incluyendo la deportiva para enriquecer la oferta de trabajos serio de análisis y seguimiento a los lectores.

Actualmente, en los cuatro diarios que fueron seleccionados para este trabajo de investigación (*Últimas Noticias, El Nacional, Meridiano y Líder*) se observan ciertos esfuerzos para brindarle una mayor cobertura al deporte menor, tradición que se había perdido desde años atrás. Este hecho se tiene que aplaudir; pero, además, esos grandes medios deben entender que no se le debe perder el paso a esos niños que sueñan con ser grandes estrellas el día de mañana, y que tampoco es bueno que la producción en la fuente sea destinada a los pasantes de la redacción, pues su carácter itinerante no da espacio al necesario seguimiento. Así como se trabaja con seriedad y compromiso para cubrir los grandes eventos deportivos, debería también existir un grado mayor de seriedad y compromiso para dedicárselo tanto al deporte menor, como al universitario y al deporte extremo.

A modo personal

La realización de este reportaje de investigación para poder obtener mi título de Licenciada en Comunicación Social, me dio como resultado un sinfín de anécdotas dignas de ser contadas a todos los futuros profesionales de esta carrera:

En el mes de septiembre cuando me dirigí a *El Nacional* a realizarle la entrevista al Jefe de la sección deportiva de ese diario, Cristóbal Guerra, que por cierto estuvo llena de datos importantes e interesantes para el desarrollo de este tema, me fue ofrecida una pasantía por 3 meses en la fuente, la cual acepté.

Con este hecho pude conocer más de cerca el trabajo periodístico que realizaban los que ahí hasta hoy laboran y cuáles son los niveles de compromiso y vinculación con la profesión.

Las tareas que se me asignaron eran bastante simples. Durante los tres meses me encargué de sacar adelante dos páginas semanales que se le dedica al deporte menor y universitario. Esta experiencia en partícula fue bien gratificante, porque me permitió conocer esa otra cara de la moneda. Ese espacio deshabitado por noticias donde subyacen tantos deportistas, tan jóvenes, pero al mismo tiempo tan talentosos que luchan por abrirse paso en todas las disciplinas y mantenerse en niveles de buen rendimiento y que pese a la poca difusión que se les da en los cuerpos deportivos, se desenvuelven de la mejor manera posible para consagrarse como los mejores y dejar en alto el nombre del país.

Lo curioso y triste para mí de esa vivencia, fue notar el hecho de que a pesar del nivel de ese equipo de periodistas con tanta trayectoria y tanto renombre, el compromiso de estos se circunscribe solamente a cubrir con toda su energía los deportes grandes, los fuertes los que resultan tradicionalmente comerciales: béisbol y fútbol, básicamente. Y es indudable que en este medio impreso hay gente con la capacidad y nivel profesional suficientes para cubrir con la misma excelencia aquellos deportes que de verdad necesitan ser difundidos y apoyados. O, ver que sólo lo hacen cuando es estrictamente necesario, quizá para competir en

ventas con el ritmo que ha marcado el profe Eleazar desde Últimas Noticias con la cobertura del ciclo olímpico a través de eventos como: los juegos nacionales, panamericanos, suramericanos, bolivarianos centroamericanos y por su puesto, el magno evento de cada 4 años: los juegos olímpicos.

Todo esto sea así, quizá porque el fuerte de este diario no es el deporte precisamente, sino otras áreas del acontecer nacional como la política o la economía y a pesar de que cada cuerpo es independiente, es al deportivo al que se le asigna el menor número de páginas.

Cronología paso a paso de la evolución gráfica del periodismo deportivo en estos periódicos

Anexo





1987

las páginas presentadas por los diarios capitalinos: *El Nacional*, *Últimas Noticias* y *Meridiano* (pues *Líder* no existía para el momento). Estaban caracterizadas básicamente por la desorganización de los textos, una escasa jerarquización y un pésimo tratamiento al trabajo fotográfico. Básicamente, imperaban los textos largos. La poca identidad gráfica que tenían nuestros diarios para la época estaba centrada básicamente en su formato, a saber, tabloide y Standard y por sus logotipos en las portadas.



2001

A partir de 2001 *Últimas Noticias* experimentó el primer rediseño o cambio de imagen bajo la tutela del grupo "Mediacion" de España y genera un gran impacto en los demás diarios.



2002

A partir del 2002 -2007 comienza a tener un rol un poco más protagonista la infografía. En todos los diarios mencionados. Es importante tener claro que no se pretende comparar los diarios entre ellos; si no más bien mostrar la evolución de cada uno de ellos y también de la manera como se jerarquiza la información deportiva.



2007

El Nacional intentó cambiar de formato (visión 360°) el experimento duró poco. También se observó un cambio bastante aceptable en la diagramación de Meridiano pues poco a poco este diario fue ordenando sus páginas, desplegando mejor los trabajos centrales e inclusive utilizando las siluetas especiales que popularizó el deportivo desde sus inicios en las cuales partiendo de una fotografía cuadrada normal se siluetea un detalle de la foto, por ejemplo: un pie, una mano, la cabeza de algún jugador, un bate, un balón. En fin, cualquier detalle que le otorgue a la foto tridimensionalidad, pues genera la sensación de movimiento fuera de la foto estática tradicional. Otro elemento nuevo en el Meridiano es la utilización en la primera página de los logos de nuestros equipos del béisbol profesional

El Nacional
1998



Últimas Noticias
1988



Meridiano
1995



Líder
2006



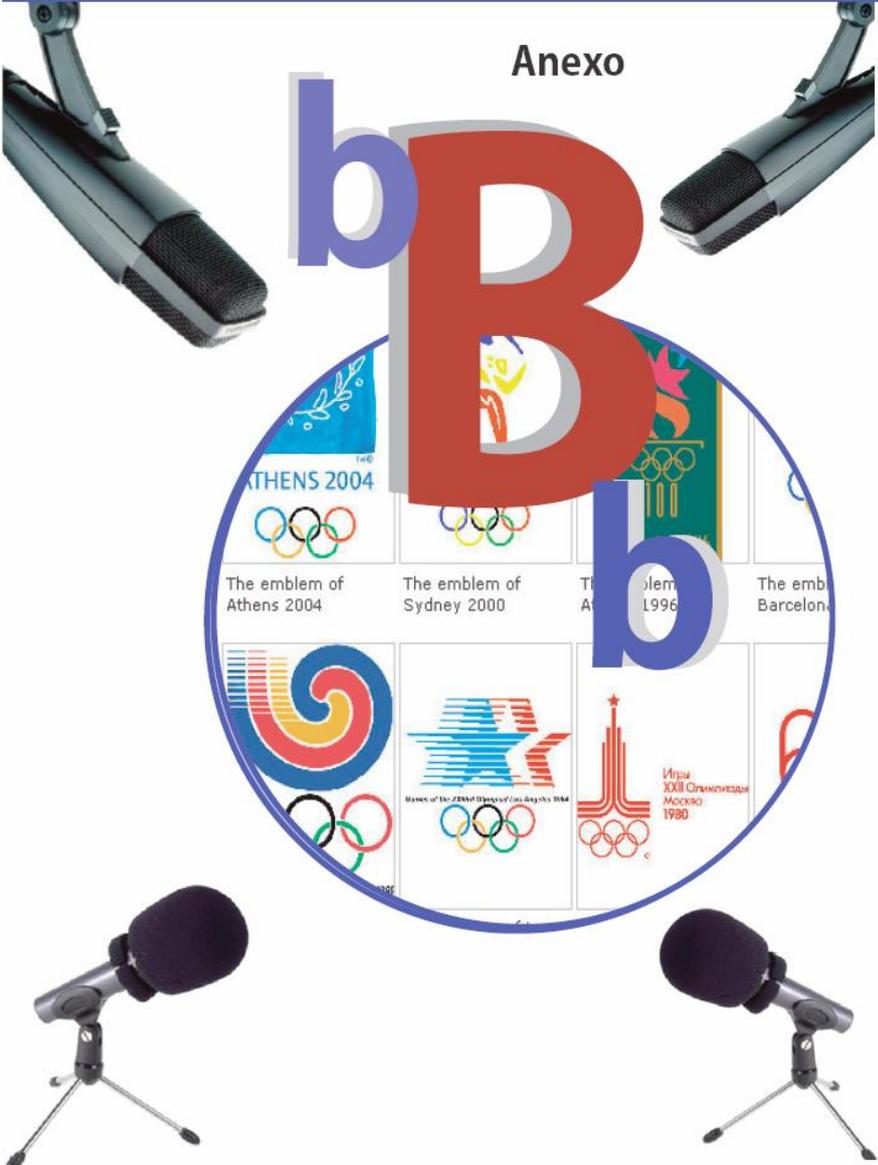
Últimas Noticias
2001

Los 90

Durante los años 90s, podría decirse que estos cuatro periódicos se mantuvieron en una especie de "hora menguada" o tiempo muerto, durante el cual no presentaron, ningún tipo de cambios, ni en cuanto al diseño de sus páginas deportivas, ni tampoco en la forma de hacer las noticias. Este letargo fue roto, de una manera bien importante para la historia gráfica del país, en el año 2000 con el primer rediseño del diario más importante de la Cadena Capriles: Últimas Noticias. Y finalmente, se marca un hito, se escribe un antes y un después con Líder.

Olimpismo y Medios de Comunicación ponencia de Eumar Esaá ante el COV

Anexo



Olimpismo y Medios de Comunicación

Autora: Periodista Eumar Esaá

Expuesto en la ponencia de la sesión de la Academia Olímpica del Comité Olímpico Venezolano. 2006.

Hablar de Olimpismo y medios de comunicación es hablar de una simbiosis que cada día perfecciona los métodos para el mejor aprovechamiento de los beneficios que cada socio proporciona al otro.

La proyección a gran escala y el impacto que los medios imprimen a la difusión del mensaje de los Juegos, sean de invierno o de verano, permiten al Movimiento Olímpico cumplir uno de sus objetivos fundamentales: la promoción masiva.

Pero además la participación de los medios en el fenómeno olímpico es vital para la supervivencia misma de éste, pues garantiza enormes ingresos por la vía de la venta de los derechos de transmisión de los Juegos, por una parte, y por otra proporciona una tribuna de ilimitada penetración para la otra gran fuente de ganancias del COI y del movimiento olímpico en general: la comercialización.

En estos tiempos en los que el deporte está más cerca del entretenimiento que de la mera información, por la cualidad de espectáculo que entraña, los beneficios para los medios no son de menor escala. ¿Qué mejor espectáculo para presentar, y así garantizar audiencia y por ende anunciantes, que reunir durante dos semanas a las mayores figuras mundiales de todos los deportes, compitiendo de manera casi simultánea y luchando por un botín que sólo se entrega cada cuatro años: el oro olímpico?

El mundo entero se detiene por 10 segundos cada cuatro años para seguir el momento cumbre de la justa: la definición del monarca olímpico de los 100 m planos. Hasta el más inconsecuente con el deporte, espera intrigado la forma de encendido del pebetero y recordará para

siempre el arquero de Barcelona o las lágrimas de Misha en la despedida de Moscú '80. Incluso en Venezuela, donde la participación en los Juegos de Invierno ha sido producto de esfuerzos aislados e individuales de media docena de atletas, la cobertura es amplia y profusa, y no hay quien no se haya enterado del escándalo de la agresión de Tonya Harding a Nancy Kerrigan antes de Lillehammer '94.

Avanzando con los tiempos

El matrimonio entre olimpismo y medios de comunicación ha ido afianzándose con los años, dando lugar a nuevas formas de expresión y a nuevas pautas para hacer más atractivo el espectáculo.

Sólo 12 periodistas se acreditaron para cubrir los primeros Juegos de la Era Moderna, los de Atenas 1896, pero ya desde entonces se vislumbraba la importancia de los medios como agentes multiplicadores del fenómeno olímpico, pues en aquellos tiempos en los que no existían eventos clasificatorios, muchos atletas llegaron por sus propios medios a Grecia luego de haber leído en los diarios de sus países los anuncios sobre la justa.

La televisión hizo su ingreso en Berlín '36, cuando se acondicionaron 25 salas con circuitos cerrados que permitieron multiplicar a 160 mil personas la acción que hasta entonces estaba reservada a quienes asistían a los sitios de competencia.

Los primeros Juegos televisados de la historia fueron los de Melbourne '56 y desde entonces los avances de este medio radioeléctrico se sucedieron sin cesar. En Tokio '64 se vivió la primera transmisión vía satélite al mundo entero, y el impacto fue tan grande que los empresarios de la comunicación y la jerarquía olímpica no tardaron en vislumbrar un nuevo filón comercial: la venta de derechos de transmisión, que hace su aparición en México '68 de la mano del "Tigre" Emilio Azcárraga, dueño de Televisa y fundador de la Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanas, organismo (OTI) que aún hoy en día maneja los

derechos de transmisión en América, y que en esa oportunidad generó ganancias superiores a los 10 millones de dólares.

El impacto mediático de los Juegos ha avanzado de tal forma que los de Atlanta '96, por ejemplo, fueron televisados a 214 países y territorios, con una audiencia global acumulativa de casi 20 millones de espectadores. El COI maneja cifras que señalan que en los países desarrollados, que son precisamente los de mayor mercado potencial, 9 de cada 10 personas siguieron los Juegos por televisión.

Hasta 21 mil 500 acreditaciones de prensa son expedidas hoy en día, entre periodistas, fotógrafos, técnicos y demás personal de radio y televisión, con o sin derechos de transmisión, en cada edición de los Juegos Olímpicos.

Es por eso que el movimiento olímpico se ha impuesto como una de sus más caras obligaciones garantizar todas las facilidades para la cobertura de los Juegos, e incluso ha creado una Comisión de Prensa y otra de Radio y TV. Los Comités Organizadores deben hacer gastos ingentes a fin de asegurar las mejores condiciones para el seguimiento, y a cambio reciben un porcentaje de los derechos de transmisión vendidos. Incluso la Carta Olímpica contiene referencias expresas a la importancia de los medios para el desarrollo del movimiento.

“Con el fin de asegurar la información más completa a través de los diferentes medios de comunicación y la mayor audiencia posible para los Juegos Olímpicos, la Comisión Ejecutiva del COI decidirá todas las disposiciones necesarias, que serán aplicadas por el Comité Organizador de los Juegos (COJO)”, señala el artículo 59 del Capítulo 5.

Las raíces perdidas

Mucho antes de que estos fenómenos hicieran su aparición, la intensificación de la práctica deportiva había generado un mercado consumidor de indumentaria y artículos, pero también de información, que

incluso dio lugar al surgimiento de los primeros medios especializados, como el diario francés Le Velo o la revista italiana Guerin Sportivo.

Los medios tuvieron un valor tan preponderante sobre el hecho olímpico que incluso fueron palestra política en muchos casos. El diario francés L'Equipe financió el traslado del equipo húngaro a Melbourne '56, meses después de que una revuelta popular contra el marxismo-leninismo fuera brutalmente aplastada por las fuerzas soviéticas, y en México '68 el relevo 4x400 de Estados Unidos usó guantes negros para recibir el oro, y sus integrantes exhibieron sus puños levantados como señal de apoyo al "black power", la lucha reivindicadora de los derechos de los afroamericanos que llevaron adelante las llamadas Panteras Negras.

Pero no siempre la influencia de los medios sobre los Juegos ha sido tan inofensiva. Estos fueron evolucionando comercialmente precisamente a raíz de la difusión que los medios masivos les garantizaron, y a su vez los intereses comerciales fueron ganando terreno en el olimpismo, hasta el punto de que hoy en día se han descubierto manipulaciones económicas detrás del otorgamiento de sedes olímpicas, como los llamados "Juegos de la Coca Cola" en 1996 o los de Salt Lake City 2002.

El valor comercial de los Juegos se disparó a raíz de la abolición total del amateurismo en Barcelona '92, que ya se venía ensayando desde Los Ángeles '84.

Se dice que la industria del calzado deportivo de marcas reconocidas mueve anualmente unos 30 mil millones de dólares, y el mercado de marcas no reconocidas triplica esa cifra.

Hoy en día, para nadie es un secreto que la televisión influye incluso en la definición del programa de los Juegos, fijando horarios acordes con sus necesidades de transmisión, e incluso alterando pruebas, como el caso de los saltos ornamentales, donde se ha reducido el cupo de clasificación en las pruebas individuales, en beneficio de las modalidades sincronizadas, que han ganado terreno como espectáculo.

Rescatando los orígenes

Estas perversiones no son en ningún caso lo deseable. Sin limitar el beneficio que cada socio (movimiento olímpico, medios y patrocinantes) percibe por su participación en el fenómeno, es necesario alcanzar un punto de equilibrio que rescate los valores primigenios de los Juegos.

El deporte es la única institución humana basada en el idealismo. Su trascendencia social como entretenimiento, como herramienta de mejoramiento de la salud pública y como formador de ciudadanos, ha sido igualada por pocas manifestaciones del quehacer humano.

Por ello el seguimiento del deporte debe ir más allá de las leyes del mercado, y el periodismo tiene una responsabilidad fundamental en la recuperación de los orígenes del olimpismo, que renació de la mano de Pierre De Coubertin precisamente al amparo de los más excelsos valores humanos: la lealtad, el esfuerzo, la hermandad, la honestidad y la vocación por la paz, entre muchos otros.

“El Movimiento Olímpico tiene por objetivo contribuir a la construcción de un mundo mejor y más pacífico, educando a la juventud a través del deporte practicado sin discriminación de ninguna clase y dentro del espíritu olímpico, que exige comprensión mutua, espíritu de amistad, solidaridad y juego limpio”, reza la Carta Olímpica, que además fija entre las funciones del olimpismo oponerse “a toda utilización abusiva política y comercial de los atletas”.

Hugo Lencina, presidente de la Federación Argentina de Periodistas Deportivos, sostiene que el periodista tiene el deber de rescatar el carácter lúdico del deporte, por encima de las implicaciones políticas y comerciales, que son una realidad innegable pero no necesariamente lo más importante de la actividad física.

El compromiso es individual, más en nuestro país, donde el seguimiento del deporte olímpico está supeditado al espacio que las ligas profesionales propias y foráneas han ganado en los medios.

Es el periodista quien debe defender los valores en los que cree y proyectarlos, respetando siempre el derecho del público a formarse sus

propios criterios, hasta que el impacto de los medios masivos genere espontáneamente la necesidad de recibir información sobre nuestros auténticos valores nacionales: esos atletas que en los Bolivarianos inician una andadura cada vez más cuesta arriba, que termina en la cúspide de la pirámide, los Juegos Olímpicos.

Bibliografía Consultada

- ✓ **ABREU, Carlos.** (1990) *La fotografía en el periodismo deportivo*. UCV. Caracas, Venezuela.
- ✓ ----- (1992) *“La fotografía Periodística: Una aproximación Histórica”*. Caracas. Dirección de Cine, Fotografía y Video, CONAC. Melvin.
- ✓ ----- (2000) *La infografía periodística*. Fondo Editorial de Humanidades y Educación. UCV. Caracas, Venezuela.
- ✓ **AGUADO, Martín.** (1986) *Innovación tecnológica y nuevo diseño en la prensa*. Madrid, España.
- ✓ **AGUIRRE, Gustavo** (1996) *50 años del deporte en Venezuela. Cronología 1943-1993*. Circulo de Periodistas Deportivos. Caracas, Venezuela.
- ✓ **ALCOBA, Antonio.** (1993) *Cómo hacer Periodismo Deportivo?*. Editorial Paraninfo. Madrid, España.
- ✓ **CANGA, Jesús.** (1994) *El diseño periodístico en prensa diaria*. Barcelona, España.
- ✓ **CORDEIRO, José L.** (1998). *Benesuela Vs. Venezuela. El Combate Educativo del Siglo*. Ediciones CEDICE. Caracas, Venezuela.
- ✓ **GARCÍA, Mario.** (1984) *Diseño y remodelación de periódicos*. Eunsa, Madrid.
- ✓ **GÓMEZ PADILLA, Rafael.** (1995). *La fotografía deportiva en Venezuela* Universidad Central Venezuela. Caracas, Venezuela.
- ✓ **FUENMAYOR, Asdrúbal.** (2004) *“Babe Ruth”*. Colección Radio Deporte 1590 AM. Caracas, Venezuela.
- ✓ **KAUFMANN, M.** (1995) *Perfil del comunicador del futuro: generalista vs. especialista* In: Konrad Adenauer Stiftung. "Comunicación y formación: hacia nuevos perfiles". Lima. Konrad Adenauer.

- ✓ **MORLES, Víctor.** (1977) *Planeamientos y análisis de investigaciones*. Textos y manuales de enseñanzas VI. Ediciones de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.
- ✓ **OLIVER, Margot** (1982) *“Enciclopedia mundial del deporte”*. Uteha, Mexico.
- ✓ **ORTEGA, Félix y HUMANES, María.** (2000) *“Algo más que Periodistas. Sociología de una Profesión”*. Editorial Ariel S.A. Barcelona, España.
- ✓ **RUMAZO GONZALEZ, Alfonso.** (1959) *“Objeto y rumbo del Periodismo actual”*. UCV – FHE. Caracas, Venezuela.
- ✓ **SUSPERREGUI, J M (1998)** *“Fundamentos de la fotografía”*. Bilbao. Universidad del País Vasco.
- ✓ **UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA.** (1968) *El deporte en Venezuela*. Colección foros y seminarios. Dirección de Cultura UCV, Caracas, Venezuela.
- ✓ **WALKER, Shamus, MATLOCK, Marshall and others.** (2001) *“The best of newspaper design 23rd edition*. Society for News Design. Syracuse University, Syracuse, New York.

Tesis de Grado

- ✓ **BARROETA VELILLA, Sergio.** (1994). *Hacia una sociología del deporte*. Trabajo de Licenciatura en Comunicación Social. UCV. Caracas, Venezuela.
- ✓ **BOISSIERE, Luís.** (1980). *La situación deportiva y el diario El Nacional*. Trabajo de Licenciatura en Comunicación Social. UCV. Caracas, Venezuela.
- ✓ **CASTILLO, Héctor.** (2006). *Juan Agustín Avilán: pionero de la fotografía deportiva en Venezuela*. Trabajo de Licenciatura en Comunicación Social. UCV. Caracas, Venezuela

- ✓ **DEL NOGAL INFANTE, Adriana de los Ángeles.** (199X). *La edición gráfica en los medios impresos (Caso El Diario de Caracas.)* Trabajo de Licenciatura en Comunicación Social. UCV. Caracas, Venezuela
- ✓ **FINA, Valentín y MUÑOZ JÍMENEZ, Ángel.** (2004). *Periodismo Deportivo: Mitos, realidades y vicios durante el ejercicio de la profesión en la sociedad venezolana.* Trabajo de Licenciatura en Comunicación Social. UCV. Caracas, Venezuela
- ✓ **FLORES, Germán.** (1982). *Evolución e importancia del periodismo deportivo en Venezuela.* Trabajo de Licenciatura en Comunicación Social. UCV. Caracas, Venezuela.
- ✓ **LÓPEZ RUZ, José Luís.** (1984). *Procesamiento del Periodismo deportivo en el medio impreso venezolano.* Trabajo de Licenciatura en Comunicación Social. UCV. Caracas, Venezuela.
- ✓ **MENDOZA, Alexander.** (1993). *El tratamiento de la información deportiva en el diario El Nacional.* Trabajo de Licenciatura en Comunicación Social. UCV. Caracas, Venezuela.
- ✓ **OBREGÓN CUDEMUS, María Fabiola.** (1997). *El rol de la Mujer en el periodismo deportivo.* Trabajo de Licenciatura en Comunicación Social. UCV. Caracas, Venezuela.
- ✓ **PADILLA, Nelson.** (1986). *Diagramación de las paginas en tres periódicos de Caracas.* Trabajo de Licenciatura en Comunicación Social. UCV. Caracas, Venezuela.

Páginas Web

- ✓ Idiomaydeporte.com. Referencia en formato electrónico
Recuperado de la World Wide Web
<http://www.idiomaydeporte.com/libro4.htm>
- ✓ Lookandclick.com Referencia en formato electrónico Recuperado de la World Wide Web

Entrevistas realizadas

- ✓ Eumar Esaá. Periodista. Redactora. Últimas Noticias.
- ✓ Carmen Riera. Periodista. Editora Gráfica de la Cadena Capriles.
- ✓ Cándido Pérez. Periodista. Editor de la sección deportivo El Nacional.
- ✓ Pedro Ricardo Maio. Periodista. Redactor y Comentarista deportivo. Meridiano.
- ✓ Gerardo Blanco. Periodista. Ex jefe de información de Líder.
- ✓ Eleazar Díaz Rangel. Director de Últimas Noticias.
- ✓ Héctor Castillo. Periodista. Reportero Gráfico de Últimas Noticias y Líder.
- ✓ Cristóbal Guerra. Periodista. Jefe y Editor de la sección deportiva El Nacional.

Para el año 1982 se hablaba de que la especialización en el periodismo deportivo era una necesidad; hoy día en pleno siglo XXI y más de 20 años después, la especialización es considerada por muchos profesionales de la comunicación como: "el deber ser del ejercicio del periodista".

Este trabajo muestra una recopilación de los factores que han llevado a la fuente deportiva a ser una de las más importantes; y el destacado papel que ha tenido y seguirá desempeñando el diseño de la información dentro de las páginas deportivas en cuatro periódicos de circulación nacional: El Nacional por su larga trayectoria y renombre en la prensa venezolana; Últimas Noticias por ser el periódico que más circulación posee y porque en los últimos tiempos han reinventado el concepto de diseño de la información en el país; Meridiano por ser el primer diario deportivo en Venezuela; y Líder, que a pesar de ser el segundo especializado en materia deportiva, innovó la manera de hacer periodismo en el país.

Con el pasar del tiempo la población tiende a leer menos. En los periódicos de los años 80 podemos observar las páginas repletas de informaciones, grandes textos informativos, apenas acompañados de fotografías, hoy en día no. Actualmente, observamos grandes titulares, dos o tres palabras

que dan la información, relatan el hecho acompañado de grandes fotografías e infografías, dos elementos que cada día cobran más importancia y valor dentro de la puesta en página de la información en los medios impresos.

Gracias a la llegada de Internet, la cobertura de los deportes en el ámbito internacional pasó a ser abordada de forma inmediata por la prensa mundial. Y en el caso venezolano, se le empezó a dar más importancia a las disciplinas deportivas más comercializadas y predominó el abordaje informativo sobre deportistas extranjeros sobre los propios deportistas venezolanos.

La finalidad de este trabajo de grado no es mostrarle al lector la fealdad visual de la prensa venezolana, al contrario, lo que se busca es demostrar el cambio que se ha venido dando en los periódicos en estudio y la importancia de la fuente deportiva. ■

