

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social



**PERIODISMO DEPORTIVO DIGITAL
VS
PERIODISMO DEPORTIVO TRADICIONAL**

Tesis de Grado para optar por
el título de Licenciado en Comunicación Social

Tutor:
Rubén García Navarro

Tesista:
Allan Rafael Bernal Castellón

Caracas, octubre 2006

Dedicatoria:

A Dios por la compañía en cada etapa de mi vida
Mi familia por ser ayuda importante en este tiempo
A mis compañeros de clases, y a la Universidad por
Permitirme vivir momentos importantes...

Resumen

Con Internet ya consolidado como un nuevo medio de comunicación en el mundo, el periodismo tradicional ha sufrido una suerte de evolución que ha generado nuevos cambios en la profesión del comunicador social. Cambios que se evidencian con la aparición de nuevas maneras de emitir información, redactar contenidos y hasta en el ajuste de la dinámica laboral del reportero de la prensa tradicional y, por supuesto, del llamado nuevo Periodismo Digital.

Por estas razones, el presente trabajo de grado analizará estos cambios desde la perspectiva de la fuente deportiva, área que encuentra en Internet el apoyo ideal para ser cubierta y llevada a sus seguidores bajo una nueva metodología que se ajusta perfectamente al trabajo del comunicador actual.

Palabras Claves:

Periodismo Digital, Periodismo Tradicional, Periodismo Deportivo, Internet, Cambios, Rutinas, Red, Fuente, Información.

Abstract:

With Internet already consolidated as a new way of communication in the world, the traditional journalism has suffered an evolution that has generated new changes in the social communicator work. Changes that are demonstrated by the appearance of new ways of expressing information, writing contents and even in journalist dynamic, traditional press and, certainly, in the new Digital Journalism.

For these reasons, the present work will analyse these changes from the perspective of the sport source, area that finds in Internet the ideal support to be covered and taken to his/her followers under a new methodology that adjusts perfectly to the work of the current communicator.

Key words:

Digital journalism, Traditional Journalism, Sport's Journalism, Internet, Changes, Routines, Net, Source, Information.

Índice

Introducción.....	7
Planteamiento del Problema.....	10
Capítulo I: Marco Teórico.....	14
Con Internet nace otra manera de hacer periodismo.....	14
Cambios en el nuevo formato.....	15
Interactividad.....	17
Hipertexto, lectura no lineal.....	21
Multimedia.....	23
La rutinas del periodista.....	25
Cambios con respecto al medio.....	26
Cambios con respecto a los contenidos.....	28
Capítulo II: Periodismo deportivo.....	29
Periodismo y deportes, fórmula mágica.....	29
Una especialización para el periodismo.....	30
¿Cómo es su cobertura?.....	31
Noticia.....	33
Reportaje.....	34
Análisis.....	34
Entrevista.....	35
El Artículo.....	35

Capítulo III: Transformación del periodismo deportivo.....	36
Comparación entre los puntocom y los impresos.....	36
El periodismo deportivo cobra fuerza en la red.....	38
Inmediatez, un valor agregado.....	45
El hipertexto, más y mejor información.....	48
Cómo trabajar en la red.....	51
Los retos en la red.....	54
Retos.....	55
Oportunidades.....	56
Los impresos deben diferenciarse.....	57
Conclusiones.....	60
Entrevistas.....	63
Referencias bibliográficas.....	82
Glosario.....	84

Introducción

El surgimiento de la red Internet, como medio de comunicación, ha afectado los diversos ámbitos de la vida contemporánea, y de esta realidad no podía escapar el periodismo. Tratando de adaptarse a las características del medio, nuevas formas de pensar la información y nuevos formatos periodísticos se han venido desarrollando.

La información producida en los nuevos medios digitales ha significado un reto para los profesionales del periodismo, que se traducen en sus habilidades para adaptarse a un nuevo público conocedor del lenguaje informático. Es decir, un periodista que sepa cuál es el nuevo formato que se maneja en el área digital, ya no limitado a la producción de contenido, sino también al diseño de presentación.

El periodista digital debe adaptarse y aprender las tecnologías de información y comunicación, y aumentar su capacidad de trabajo hacia otras áreas a las que, quizás, antes no se había adentrado: diseño, organización de los temas de información e investigación on-line. Esto evidencia los importantes desafíos que deben enfrentar todos aquellos que deseen ejercer el periodismo.

Sin embargo, según la opinión de algunos expertos, Internet no cambia la esencia del periodismo, por ende, el rol del periodista en su función de informar y analizar los hechos, tampoco cambiará. Pero sí es un hecho que habrá una transformación en los conocimientos en cuanto a elementos o

recursos que han de adaptarse para un mejor desarrollo de la función periodística en el nuevo formato. Es decir, ante una audiencia acostumbrada cada vez más a lo digital, con posibilidades de interactuar constantemente, el periodista no sólo se ajustará a lo que tradicionalmente se enseña en las universidades, sino también al uso de herramientas y recursos tecnológicos que permitan agilizar la capacidad de respuesta de dicha audiencia. Y no sólo en cuanto a inmediatez, también en calidad y profundidad en el manejo informativo.

Por lo tanto, podemos puntualizar que el periodismo digital, como nueva tendencia, introduce una serie de desafíos que requieren de un profesional versátil en su área comunicativa, que tenga la capacidad de analizar, contextualizar y jerarquizar la sobrecarga de contenidos en la red, gracias a las grandes posibilidades que propician los recursos digitales. Se necesita que se especialice en las nuevas tecnologías de información: programas, lenguajes de transmisión y programación, diseño de páginas web, producción de contenidos para la red, estructuración de bases de datos, textos, gráficos, sonidos y multimedia en general, para asegurar imágenes de alta calidad, y toda la tecnología en general que permita profundizar el conocimiento de un periodista digital sobre su herramienta de trabajo.

Por último, hay que considerar al Periodismo Digital como un fenómeno dentro del campo de la comunicación que tiene características propias, y a la que el trabajo periodístico, como el de deportes, debe adaptarse y actuar sin perder sus metas y objetivos, pero aprovechando el nuevo caudal de ventajas

digitales que aporta a nivel informativo y comunicacional. Es entonces, cuando se hace imprescindible especificar cuáles son estos retos y cambios que debe afrontar el periodista y, sobre todo, qué diferencias hay entre uno y otro formato de periodismo.

En mi trabajo de grado expondré los cambios que han surgido en el periodismo con la creación de Internet y cómo transforma las maneras de afrontar las fuentes de la información periodística, específicamente la deportiva, por su naturaleza dinámica y veloz.

Planteamiento del Problema

Con el paso de los años, la información ha transitado por un largo proceso de evolución constante en cuanto a la manera de proyectarse y a los formatos en que ésta es recibida. Por tradición, la noticia se ha desplazado a través de los periódicos impresos dejando espacio, por supuesto, a medios radioeléctricos como la radio y la televisión que gracias a sus características han ganado gran popularidad dentro de la población. Sin embargo, nos encontramos hoy en medio de una revolución tecnológica que transforma muchas actividades del hombre, principalmente, la comunicación.

Es así como la llamada “superautopista de la información” interviene en nuestros procesos comunicativos notoriamente desde hace aproximadamente una década. La utilización de Internet como vía libre y directa de la información viene a redimensionar los modelos ya establecidos de la comunicación y proporcionar un nuevo instrumento para tal fin.

El tiempo que ha transcurrido desde que los primeros medios digitales llegaron a la “superautopista de la información”, convirtió a Internet en una red de comunicación realmente popular y global, lo que permite, aunque queda mucho camino por recorrer, tener una cierta distancia histórica para discernir hasta qué punto el periodismo digital está suponiendo una revolución en la historia de la comunicación.

Latinoamérica es una prueba auténtica de la relevancia que han adquirido los medios digitales en el creciente mundo de hoy, dado que en los últimos años han logrado ubicarse en los primeros lugares dentro de los medios de comunicación en países como: Argentina, México, Chile, Colombia y Venezuela¹. Los pioneros en esta área, han sido los diarios El Clarín de Argentina y El tiempo de Bogotá, que no solamente dedican su tiempo a la labor periodística, sino también a la investigación y al desarrollo de los medios digitales. En Venezuela contamos con la experiencia de El-nacional.com, como el más antiguo diario digital con más nueve años de labor.

En este sentido los responsables del contenido del Clarín.com afirman que la importancia de los sites informativos llega al punto de convertirse en “parte esencial de las sociedades en que vivimos y que los periodistas desarrollados en el área digital pueden realizar el trabajo de hasta 2 o más personas en los medios convencionales”.

En estas primeras experiencias (Argentina, Colombia) el medio tuvo que adaptarse a las características propias del periodismo digital: la instantaneidad (actualizaciones constantes, lo que incide en la periodicidad de los periódicos), hipertextualidad y la interactividad. Sin embargo, en la búsqueda de nuevos caminos y formas de adaptarse a la nueva realidad, en este momento existen algunos periódicos con otras características. Es decir, en este momento conviven los periódicos que tienen su versión digital idéntica a la que es

¹ Castellón Bernal, Miguel: Tesis de grado: “Reestructuración del periódico web Pauta Libre Digital. UCV. Caracas, 2005

publicada en el impreso y aquellas que utilizan de mejor forma las ventajas del medio.

Es aquí donde encontramos las grandes diferencias entre el “viejo” formato del periodismo y el digital, que se viene imponiendo. La especialista venezolana, Norah Shallymar, nos explica que “las posibilidades de ampliar el contexto de la información en Internet son infinitas. Lo que cambia es la relación con su entorno, la noticia en Internet puede ser mejor contextualizada. Es posible explorar las relaciones con el pasado ofreciendo informaciones de fondo o links con reportajes sobre el mismo tema”².

Si a esta explicación le añadimos la particularidad que tiene la información hoy en día, en el sentido, de que puede ser especializada y dedicada a una materia específica nos damos cuenta que el Periodismo Digital abre un campo magnífico e introduce cambios importantes en comparación con el periodismo tradicional.

Si nos ubicamos dentro del periodismo deportivo nos encontramos que es un mundo muy movido y que produce mucha noticia, ya que el deporte tiene una gran gama de actividades que se desarrollan en distintos lugares y en diferentes momentos.

² Nora Shallymar profesora de periodismo en la Universidad Bolivariana y responsable de la cátedra de periodismo digital.

En consecuencia, seguir el acontecer deportivo diario es un problema para la prensa tradicional. Es entonces cuando el periodismo digital, gracias a la amplitud del deporte, se ha convertido en un gran apoyo para poder seguir de cerca las informaciones que se producen.

Por eso, vale la pena preguntarnos ¿Cuáles son las diferencias que introduce el Periodismo Digital con respecto al Periodismo Tradicional en materia deportiva? ¿Cuáles son las nuevas funciones que debe cumplir un periodista deportivo digital? ¿Cuáles son los nuevos retos que debe afrontar el periodista deportivo digital? Estas son las interrogantes que se intentarán responder en el trabajo.

Capítulo I: Marco Teórico

Con Internet nace otra manera de hacer periodismo

Así como en su momento sucedió con la prensa, la radio y la televisión, Internet trajo consigo una nueva manera de hacer periodismo. Una vía que, como definió el periodista español Quim Gil³, rompe la manera unidireccional de la comunicación (emisor-receptor) y que establece una serie de cambios en el ejercicio del periodismo tradicional.

Cambios que inciden en las rutinas del periodista dentro y fuera de las redacciones; así como en sus conocimientos, que ahora deben expandirse a los nuevos códigos y lenguajes multimedia. En fin, a las nuevas posibilidades que abre Internet para el periodismo.

Y es que el impacto que ha tenido la red en los medios de comunicación masivos es evidente. Cada día vemos más a diarios impresos adentrándose a los dominios de las tres W, a los noticiarios de televisión, a emisoras de radios que ahora pasan a ser digitales y otras tantas formas de comunicación que se suman a Internet.

En consecuencia, el periodismo se está sumergiendo en la llamada era digital y que, probablemente, conlleve a un gran número de periodistas a traspasar la frontera y convertirse en “digitales”.

³ Periodista español y consultor de postgrados de Periodismo Digital de la Universidad de Oberta en Catalunya, España.

Y así se puede reflexionar dada la afirmación hecha por el catedrático Fernando Navia⁴: “El ámbito laboral de los comunicadores, periodistas, diseñadores gráficos, publicistas y otros, se redefine con las nuevas formas de comunicación que están en ascenso a partir de la evolución de las tecnologías”.

Somos entonces, testigos afortunados y, en muchos casos, precursores de lo que se ha denominado Periodismo Digital, que se abre paso en los distintos medios de comunicación por la creciente evolución y utilización de las tecnologías y Internet.

Allanando el camino para los nuevos profesionales que ejercerán el periodismo a partir de un nuevo medio que comienza desarrollar nuevas maneras para la información.

Cambios en el nuevo formato

Si bien el Periodismo Digital no compromete la esencia del periodista, por sus características, sí genera cambios importantes para ser tomados en cuenta cuando se habla de periodismo en Internet.

⁴ Fernando Navia: diseñador gráfico y profesor de la Universidad Católica Boliviana. Consultar su artículo en la revista Doc Comunicación: “Del ser analógico al ser digital”. Nro. 2. Segundo Semestre 2002. pág: 49

Entre los más importantes y como primeros en la lista se mencionan la interactividad, la hipertextualidad de los contenidos, la inmediatez y el carácter multimedia que debe poseer el medio digital.

Sin dejar afuera otros aspectos, que muchos expertos también citan como rasgos de igual importancia. Por ejemplo:

- Contenidos actualizables: se refiere a la capacidad de llevar minuto a minuto determinados sucesos noticiosos. En especial, los eventos deportivos requieren de una actualización al momento por su dinámica activa y siempre en movimiento.

- Instantaneidad: el anterior punto da paso a la instantaneidad. Un medio digital se hace más atractivo cuando cubre un suceso al instante. El lector y el periodista deportivo se nutren cuando un evento es llevado jugada por jugada, inning por inning, set por set, etc.

- Contenidos personales: aprovechando las bondades de Internet un medio digital puede abrir espacios dedicados exclusivamente para que el usuario o el periodista tenga la información que más necesita, como los blogs o bitácoras.

- Accesibilidad: la disponibilidad de Internet sólo depende de un computador con acceso a la red, si bien el lugar y el momento no resultan mayor problema⁵.

Sin embargo, son los primeros los que destacan cuando se habla de Periodismo Digital, por su innovación y la nueva dinámica que le imprimen a la profesión del periodista. Por eso vale la pena revisarlos uno por uno más detalladamente.

Interactividad

Los estudiosos de las relaciones interpersonales siempre han afirmado que la interacción es el ideal de la comunicación, el fin hacia donde tiende la comunicación humana (Berlo K., David, 1969), y con la llegada de Internet esta visión se extiende un poco más.

Por esto la idea de la interactividad es, quizás, la que más seduce a quien busca información a través de los nuevos medios digitales. Como bien explicaba Quim Gil, este es el punto donde se rompe la fórmula lineal de la comunicación y da paso a un receptor ya no pasivo, sino dispuesto a interactuar con el periodista que los está informando.

⁵ Sobre este punto vale la pena destacar los esfuerzos internacionales que se realizan para la masificación de Internet. En la última Cumbre Mundial de la Sociedad de Información a finales de 2005, se llegó a un acuerdo para que sean los gobiernos los encargados de expandir Internet en sus países. Consultar artículo en la revista: Hora de Cierre: “Internet seguirá en manos privadas”. Nro. 62. Enero/Marzo 2006. pág. 18

Es la principal carta que presenta el Periodismo en red. Actualmente muchos portales de información están dando cabida a espacios de interacción entre emisor y receptor: foros, encuestas, espacios de opinión, sala de chat y, más recientemente, los blogs.

Hasta ahora la mayor interacción que ofrecían los diarios impresos eran los mensajes o cartas al editor, que tienen la misión de opinar sobre determinado artículo escrito, realizar denuncias y, en algunas ocasiones, para pedir un derecho a réplica.

También otorgan la posibilidad de que lector elija su ruta a seguir a la hora de leer el contenido de los periódicos. Característica que es apreciado como interacción entre usuario y la información, y que se ratifica en Internet con mucha más profundidad.

En el periodismo Digital esto va más allá. Afirman algunos expertos como el español Javier Díaz Noci, que la clave más importante en la noción de interactividad reside en que el lector pueda decidir en qué cantidad y forma recibirá cierto tipo de información de interés para él.

Y así lo subraya Quim Gil: “en la gestión de interactividad el periodista digital debe buena parte de su existencia a su eficiencia ante esta nueva capacidad de la "audiencia", inviable en el periodismo de las masas”.⁶

⁶ Gil, Quim (1999:a): “Diseñando el periodista digital (I)”. Eb Sala de Prensa, Año II, Vol.. 2, noviembre de 1999.

En consecuencia, se abren nuevas posibilidades para que el lector construya su propia información e interactúe directamente con quienes la produzcan, cosa que seguramente agradecerán los usuarios de la fuente deportiva dado la adaptabilidad que tiene para este punto en específico.

Asimismo, Internet presta otros canales de interacción que amplían mucho más las ventajas del nuevo medio.

El uso del correo electrónico tal vez sea la manera más frontal de comunicación entre periodista y usuario, en donde la opinión del lector llega de manera inmediata al medio.

Sin embargo, las que gozan de más popularidad son aquellas en las que el lector pueda participar de manera activa en la construcción de la noticia, bien sea aportando datos u opinando, y en donde ellos tengan un espacio abierto para manifestar sus ideas.

Un par de ejemplos de ello, en el campo deportivo, lo realizan las páginas web del béisbol de Grandes Ligas (<http://www.mlb.com>) y de la revista norteamericana *Sports Illustrated* (<http://www.si.com>), ambas han dedicado espacios importantes para la interacción con sus usuarios.

En el caso de la liga profesional de béisbol de los Estados Unidos (*Major League Baseball*), crearon para los fanáticos de este deporte la denominada *Fantasy League* (Liga de fantasía), en donde los usuarios de la página pueden

conformar sus propios equipos de béisbol utilizando un sofisticado *software* que se actualiza automáticamente mientras se desarrolla la temporada.

Durante este tiempo los usuarios de esta liga de fantasía pueden conversar con expertos, periodistas e, inclusive, con los propios peloteros a través de sala de chat que son abiertas regularmente.

Por su parte, la tradicional revista deportiva *Sports Illustrated* ha abierto en su sitio oficial la posibilidad de que sus lectores creen su “propio espacio”, así denominado en inglés *My Own Space*.

Aquí la página presta a sus asiduos internautas un sitio, totalmente personal y con diferente diseño, en donde podrán colocar comentarios, fotos y opiniones sobre determinados eventos deportivos. Adicionalmente, añaden la oportunidad de recibir por correo electrónico avances de las noticias más importantes sólo en los deportes de mayor interés para el lector.

En ambos casos se eleva la participación e interacción entre los usuarios dentro de una página web, aprovechando al máximo los beneficios que otorga Internet al periodismo, además, de representar una innovación con respecto a los diarios impresos.

En conclusión, el periodismo podrá ver, gracias a esta interactividad, como el receptor del mensaje podrá refutarlo, aportarle nuevos datos, y en gran medida será él quien a la postre proponga las pautas del contenido que desea leer⁷.

Hipertexto, lectura no lineal

El hipertexto es el otro gancho que introduce el Periodismo Digital y que otorga mayor libertad de información al lector, pues en la prensa escrita debe limitarse a una estructura ya diseñada y que pocas veces cambia.

Varios autores identifican y concuerdan que la base principal del Hipertexto son los llamados links, enlaces o hipervínculos, asimismo, se encuentran muchas definiciones que intentan explicar, según el contexto en que fueron dichas, esta característica primordial del Periodismo Digital.

Pero la definición más orientada hacia la idea de la hipertextualidad de los contenidos en medios digitales nos la da Dominique Wolton⁸ (2000) cuando dice que: “es un texto en soporte informático compuesto por palabras, algunas de las cuales pueden estar vinculadas con otros textos o documentos –que complementan la información- con una estructura de éstos no lineal y con los vínculos indicados sobre la pantalla por medio de colores, subrayados, notas o imágenes que permiten pasar de un texto a otro”.

⁷ Abreu Sojo, Carlos. El Periodismo en Internet, Caracas, 2003, pág. 97

⁸ Se puede profundizar más sobre ésta y otras definiciones en: Abreu Sojo, Carlos. El Periodismo en Internet. Fondo Editorial Humanidades y Educación. UCV. Caracas, 2003

Esto conlleva a que el lector se pasee por una estructura no fija y pueda pasar de un texto a otro sin mayor complicación. Por lo cual, se convierte en una lectura activa en donde él escoge la ruta que seguirá dentro de una vertiente de posibilidades.

Y no sólo eso, también gozará del beneficio de dar marcha atrás al tiempo en una noticia y encontrar nuevas actualizaciones en la misma. Podrá buscar los antecedentes de un suceso y contextualizar mejor la noticia en pro de una mejor información.

En este sentido, el periodismo deportivo se muestra altamente agradecido por las facilidades que otorga a la fuente. Pues, en estas actividades deportivas el periodista y el lector requieren de una mayor información en cuanto a las estadísticas que rodean al béisbol, fútbol, baloncesto o tenis, por dar un ejemplo.

Debemos tener en cuenta que el lector de deportes tiene la particularidad, en la mayoría de los casos, de ser personas instruidas en la materia, que no se conforman con una descripción somera de cómo transcurrió un duelo entre Caracas y Magallanes, sino que necesitan de una profunda información de la extensa historia de enfrentamientos entre ambos equipos.

En conclusión esta característica aporta al periodista una “capacidad de memoria sin límites, que resulta una ventaja para que el periodista ofrezca *background*, utilice archivos, y haga público el acceso a bases de datos”.⁹

Multimedia

Mucho se ha hablado de las magníficas posibilidades que abre Internet para tener todo junto en un mismo lugar: texto, imagen, video y audio. Una combinación soñada por mucho tiempo en el entorno comunicacional, y que es ahora cuando se puede lograr de manera práctica y satisfactoria.

Algunos autores lo pueden definir también como hipermedia, pero lo cierto es que estos recursos reunidos en un medio de comunicación conforman una poderosa herramienta para la información periodística, más concreta y completa.

En un concepto resumido, de varios autores, se diría que es la suma de la radio, televisión y prensa escrita, con la ventaja de cada uno, un medio de comunicación que reúne la profundidad de la prensa escrita, la simultaneidad de la radio y la imagen de la televisión. Es la suma del texto, la voz, la música, la imagen fija, el vídeo y los recursos de la infografía¹⁰.

⁹ Abreu Sojo, Carlos: El periodismo en Internet, pág. 74

¹⁰ Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier y Meso, Koldo: El periodismo electrónico. Barcelona: Editorial Ariel, 1996., pág. 127.

Un ejemplo casi perfecto de contenidos multimedia lo representa el site danés www.nordjyske.dk, en donde los proyectos multimedia han conseguido la consolidación de un nuevo lenguaje en un medio periodístico. Al ingresar en esta página el usuario tiene la posibilidad de escoger el formato en el cual quiere informarse, desde video o audio hasta *el podcasting*¹¹.

Un estudio realizado por la Universidad Central de *Lancashire* en Gran Bretaña, consideró sobre esta página, como una de las pocas en el mundo, en donde el periodismo se convierte en algo realmente gratificante¹².

Pero este concepto de lo multimedia, trae consigo una implicación directa con los conocimientos del periodista, dado lo opuesto que son entre sí el lenguaje escrito, el de audio y video. Por lo cual, ya se mencionan algunos cambios en las actitudes del nuevo profesional detrás del computador.

Así encontramos que la característica más significativa se remite al perfil del periodista multimedia, observando que el cambio primordial para éste radica en el adiestramiento integral en los diferentes medios de comunicación (prensa, radio, televisión e Internet), así como en la comprensión del Internet como un nuevo medio ya establecido y con características propias.

¹¹ Son archivos de sonidos (formato mp3) que son distribuidos mediante un archivo RSS (formato usado en la web para compartir información) de manera que permita suscribir y usar un programa que los descargue para que el usuario lo escuche a través de un reproductor de audio. El término fue acuñado por el periodista inglés Ben Hammersley, del diario The Guardian en 2004, como una manera de describir la posibilidad de escuchar audio en reproductores portátiles en Internet.

¹² Hora de Cierre: “Internet seguirá en manos privadas”. Nro. 62. Enero/Marzo 2006. pág. 23

La rutinas del periodista

El cambio más sustancial que se observa en el periodista digital radica en el momento de buscar la noticia y el contacto con las fuentes. En el periodismo deportivo, como veremos más adelante, se hace imprescindible una búsqueda detallada por la masiva información que se puede encontrar, así como su respectiva confirmación.

Los periodistas digitales, recomienda Quim Gil, deben adaptar su rutina a la dinámica veloz que imprime Internet al trabajo periodístico, de allí que el mismo Gil, sea quien exponga una serie de cambios importantes en la rutina periodística:

- 1- El periodismo clásico parte de la base de que la información es un bien escaso que hay que buscar. El periodista digital se encuentra justo en el entorno opuesto. Debe localizar todas las fuentes que le interesen, debe procesar la información que le ofrecen, las debe contextualizar y las debe clasificar por unos criterios de prioridad.

- 2- El periodista digital no debe contentarse con las fuentes que puede encontraren la red, sino que también debe buscar fuera de ella.

- 3- El periodista digital debe ofrecer a su clientela el acceso a todas las fuentes originales que muestren públicamente sus contenidos, dándoles pie a que amplíen la información si lo desean. No hay motivos para escatimar un enlace

si éste corresponde a una fuente original y aporta contenidos. No hay limitaciones de tiempo ni espacio que nos lo impidan.

4- En medio de tanta información, un valor del periodista digital se encuentra en su propia valoración de cada fuente.

5- Dado el propio carácter de la Red, cada vez será más importante que el periodista digital compruebe que las fuentes son en realidad quienes dicen ser. Su selección de fuentes será una garantía para su clientela.

Cambios con respecto al medio:

1- Internet es medio Multimedia por naturaleza, por lo que los periodistas digitales deben concebir su trabajo desde la misma perspectiva, atendiendo a elementos como el diseño del interfaz y de la estructura de contenidos, así como la integración de textos, imágenes, sonido, bases de datos, programas, etc.

2- La naturaleza instantánea y regeneradora del nuevo medio, conduce al periodista a olvidarse de la hora de cierre de una edición, a la que estaba acostumbrada en el impreso. Lo importante es el ahora.

3- Asimismo, en Internet la identidad del medio y el periodista adquiere gran valor. Se debe procurar una credibilidad e imagen seria de la página web.

4- La interacción es la palabra clave en Internet. La Red es interactiva, y el periodista digital debe buena parte de su existencia a su eficiencia ante esta nueva capacidad de la "audiencia".

5- El periodista digital debe poseer la habilidad de adaptar sus contenidos a esa estructura multilineal que impera en Internet, con el propósito de hacerlos más personalizables, flexibles, ampliables, actualizables, interactivos.

6- Aprovechar la oportunidad que ofrece Internet para contextualizar los contenidos a través de archivos informativos para que el usuario acceda libremente.

7- El periodista digital debe apreciar la capacidad de traspasar las fronteras con Internet, aunque tiene libertad plena de escoger a su audiencia, debería presentar sus contenidos pensando en otras cultura, incluso, en otras lenguas. Es decir, romper con las barreras culturales debe ser siempre una opción dentro de Internet.

Cambios con respecto a los contenidos

- 1- La Red constituye un flujo continuo de información, no precisa esperar a la mañana siguiente para ver publicados los contenidos. Pero a diferencia del flujo informativo de la radio y la televisión, que es sustitutivo de las informaciones previas, el flujo de la Red es acumulativo. Publicar una información no implica necesariamente la eliminación de la información desfasada o su clasificación en un archivo aparte.
- 2- El diseño de las informaciones digitales tiende a formatos abiertos, en los que sea posible modificar y ampliar la información. El periodista digital debe ser capaz de trabajar con este tipo de informaciones abiertas.
- 3- En muchos casos la información deberá ser diseñada en base a diversas capas de profundidad. Es decir, ofrecer una entrada, tal vez un pequeño *lead*, para que el usuario pueda conocer parte de la noticia, y si desea ahondar en ella ofrecer el servicio por medio de un pago.
- 4- Las ganancias que recibe un periodista digital no dependen de un coste de producción o publicación, más bien depende del gusto de la audiencia por determinado autor, por lo que convendrá pedir un pago a sus lectores por cierta información.

Capítulo II: Periodismo Deportivo

Periodismo y deportes, fórmula mágica

El deporte se ha ganado dentro del periodismo un espacio muy importante que ocupa, cada día más, mayor centímetros y minutos en los diferentes medios de comunicación.

Los medios, como afirma el periodista español Antonio Alcoba, han comprobado como el deporte se ha convertido para las masas en una información necesaria, por lo cual, los periodistas se han visto en la obligación de otorgarle un lugar exclusivo por la creciente audiencia que exige mayor información deportiva.

Es esa capacidad del deporte, de atraer a las masas, que lo hace llegar hasta diferentes extractos sociales, desde los más humildes hasta los más elevados. Se puede decir, que es punto de unión en la sociedad actual en donde el conocimiento de la actividad no determina el nivel cultural.

Por tal motivo, es que los beneficios que obtiene la empresa periodística por el deporte son cuantiosos, ya que las ganancias sólo por concepto de publicidad durante un Mundial de Fútbol o unos Juegos Olímpicos son realmente impresionante.

Una especialización para el periodismo

Si bien en las otras fuentes de información (política, economía, cultura o espectáculo) se hace factible una especialización, en la deportiva es más necesaria por la gran cantidad de actividades deportivas, diversas entre sí, que fácilmente sobrepasan el centenar contando únicamente las tradicionales.

De allí que la especialización represente para el periodista una necesidad, debido a la importancia de conocer adecuadamente los reglamentos y, sobre todo, los antecedentes que en materia deportiva se hacen imprescindibles¹³.

Del mismo modo, en los deportes se hace indispensable conocer las características de sus receptores, para tener un mayor grado de dominio sobre los aspectos en los cuales hacer mayor hincapié. Con el periodismo deportivo sucede la particularidad que su lector, en muchas ocasiones, conoce y maneja la materia deportiva igual o mejor que el propio periodista.

Es, entonces, cuando debe prevalecer la mayor información que posee el periodista por ser un especialista en la materia y conocedor de algunos datos que sólo le son revelados a él por su posición privilegiada.

Y así lo confirma el reconocido periodista del diario El Nacional, Humberto Acosta, quien aconseja que el deber y parte fundamental de la

¹³ Gargurevich, Juan: Géneros Periodísticos. Editorial Ciespal. Quito, 2004. pág. 59

profesión de periodista deportivo está en “acercarse hasta el estadio, hablar con el deportista y conocer todo desde allí”¹⁴. Se trata de asumir la responsabilidad que se tienen con el lector.

Aunque, claro está, no se niega el dominio de muchos aficionados al deporte, hasta el punto de parecer eruditos en las estadísticas, historias, fechas o nombres de las estrellas. Pero les falta ese trato directo con los protagonistas, además de la profesionalidad e imparcialidad de la que carece el fanático.¹⁵

¿Cómo es su cobertura?

Normalmente, cuando se revisa una sección deportiva escrita, es fácil encontrar casi todos los géneros periodísticos: una noticia simple, una entrevista, una crónica de recuerdo, una opinión y algunos reportajes acompañados por sus respectivas gráficas o imágenes que ilustran mejor la nota.

Así que no hay mucha diferencia en cuanto a la utilización de los géneros periodísticos en el deporte, y se aplica de igual forma en él. Aunque bien vale la pena destacar que existe una diferencia en el lenguaje, ya que en muchas actividades como el béisbol, golf, tenis o baloncesto se hace muy técnico y, generalmente, de origen anglosajón.

¹⁴ Entrevista completa a Humberto Acosta a partir de la página Nro. 64

¹⁵ Alcoba Lopez, Antonio: Cómo se hace periodismo deportivo. Editorial Paraninfo. Madrid, 1993.

De allí que para escribir sobre deportes, se haga especial hincapié en la sencillez y lo concreto del relato. Se procura que la noticia, reseña o crónica pueda ser leída por un público variado, y con la característica de poder conocer en el lead de la nota informativa lo más relevante del evento, el resultado.

De igual manera se recomienda utilizar los términos apropiados para cada deporte, más las estadísticas necesarias para profundizar los comentarios ya hechos.

En tal sentido, varios expertos proponen una fórmula o esquema básico que se debe tener en cuenta para escribir sobre deportes. Escogemos el del periodista deportivo ecuatoriano, Juan Gargurevich (2004), que nos da siete pasos a seguir:

1.- Tener en cuenta siempre que lo más importante de un evento deportivo es el resultado.

2.- Competidores o Equipos, hacer una previa antes del evento con antecedentes para refrescar la memoria de los lectores.

3.-Hacer énfasis en los deportistas más destacados de la competencia o juego.

4.- Hacer un relato detallado de los sucesos más relevantes durante el evento (en el caso del fútbol especificar momento y jugador).

5.- Interpretación del resultado definitivo del evento. Qué consecuencias traerá para el ganador (es) y perdedor (es) .

6.- Reseña de los detalles que rodearon el evento: cómo estuvo el escenario, cuánto público asistió, recaudación por concepto de entradas, etc.

7.- Apreciación de la actuación de los árbitro o jueces del evento.

Del mismo modo, Antonio Alcoba (1993), nos explica las características más importantes, distintas por su naturaleza, para los géneros que más utilizados son en el Periodismo Deportivo escrito:

Noticia:

Como ocurre en otras fuentes, aunque de manera muy especial, la noticia es el alimento principal del periodismo deportivo, y gira entorno a ella.

Por lo general, no proviene luego de un suceso sino antes. Tanto para el periodista como para el lector, la noticia puede también llegar antes del gran evento: una lesión inesperada de un atleta, un cambio importante en la alineación de un equipo, una contratación de último minuto o un positivo en el control antidopaje.

En este punto se hace de nuevo importante la especialización del periodista, dado las diferentes procedencias en las que puede llegar dicha información (nota de prensa, vía telefónica, correspondentes, etc). En consecuencia, es vital comprobar la veracidad de la misma antes de dar el paso importante de la publicación.

Reportaje

Seguidamente de haber publicado la noticia viene la estela dejada por ésta, datos importantes que en el deporte suelen abundar y pueden dar vida a un reportaje, que requiere de un mayor seguimiento del hecho.

Es ahí cuando el periodista debe estar más atento que nunca y tener la visión clara de cuáles son los sucesos relevantes para la redacción del reportaje. Por lo general, la historia es siempre un punto a destacar y enriquecedor antes de un acontecimiento deportivo, allí vienen incluido las estadísticas, anécdotas, y declaraciones de los protagonistas.

Análisis

Dado que los acontecimientos deportivos consiguen atraer a un gran número de personas que son testigos de los eventos, se requiere de un análisis u opinión calificada que explique con más claridad determinada jugada.

Se trata de una interpretación, cargada de subjetividad, que en el deporte se hace necesaria e imprime un factor psicológico a la labor del periodista deportivo. Esto para no convertirse en un simple crítico del espectáculo que ya muchos han visto.

Por el contrario, el tiempo y el espacio serán los mejores aliados para una buen análisis, luego de haber recogido los comentarios de los deportistas, colegas e incluso de fanáticos.

Entrevista

En el deporte la entrevista es una herramienta más de la información, con el atractivo de conocer de los protagonistas sus opiniones sobre diversos aspectos de su vida personal o atlética. Representa también una oportunidad de mostrar, no sólo a través de las palabras, sino de las imágenes una forma distinta de mostrar al deportista en otras facetas.

De igual manera que en otras fuentes, la redacción suele ser adornada con una presentación detallada del lugar, datos de interés en la personalidad del entrevistado, etc. Sin embargo, muchas veces los argumentos en los diálogos son muy limitados y abundan las preguntas y respuestas constantemente.

Por otra parte, la entrevista es para los deportista un espacio único y exclusivo que presta el medio para ellos, en donde no es necesario compartir la primera página con otro personaje.

El artículo

Es la vía interpretativa que utiliza el periodista deportivo para desarrollar una determinada idea ya acontecida, de mostrarse crítico ante un hecho específico o, incluso, de adelantarse a los acontecimientos y dar sus pronósticos acerca de un gran evento próximo a ocurrir, es la gran oportunidad del periodista de mostrar sus conocimientos sobre el tema deportivo y su capacidad literaria.

Sin embargo, y por ser un género éste en el cual no existe un espacio delimitado y abierto a la total creatividad del periodista, no suele aparecer mucho en la sección deportiva de los periódicos y sólo se produce para una ocasión especial y bajo la pluma del redactor con más experiencia.

Capítulo III: Transformación del periodismo deportivo

Comparación entre los puntocom y los impresos

El momento previo para que un diario impreso de el gran salto hacia la superautopista de la información puede ser crítico, siempre habrá quienes en una visión pesimista hablen de la extinción de los periódicos, gracias a la influencia de las nuevas tecnologías en los noveles periodistas.

El propio Bill Gates, creador de la compañía Microsoft, vaticinó de forma errada, en 1998, el final de los periódicos en papel para el año 2000 a causa de la abrumadora influencia de la tecnología sobre los medios de comunicación.

Sin embargo, la irrupción de Internet en el periodismo ha traído como consecuencia una interrogante sobre el futuro de los diarios impresos, ¿Su dinámica seguirá siendo la misma? En algunos periódicos, por ejemplo, ya empiezan a ofrecer correos electrónicos para incentivar la interactividad entre periodistas y lectores, a la vez que otros se arriesgan a cambiar su rutina de cierre de edición con la misión de dar informaciones más actualizadas.

Pero los medios digitales parecieran llevar la delantera en varios aspectos, porque al igual que un diario impreso, un periódico en Internet maneja su nota principal de primera plana. La diferencia radica en que durante el día se actualiza constantemente la portada. Y lo que fue noticia en la mañana pasa a ser nota de interiores en menos de cuatro horas (García, Hilda 2002).

Por lo tanto, se podría esperar que la digitalización de una gran parte de los medios impresos sea un hecho, al menos así lo afirma Radamés Soto, director gerente de The Wall Street Journal Interactive, en el texto de Carlos Abreu, El periodismo en Internet:

“Al haber más generaciones que crecen en un mundo digital, los medios impresos tendrán que evolucionar inevitablemente hacia ese ambiente”

Una confirmación de esto se encuentra en el informe presentado por la Asociación Mundial de Periódicos (WAN, siglas en inglés) en mayo de 2006, en la ciudad de Moscú, en donde quedó evidenciado un auge de diarios informativos en Internet durante el último año.

El estudio confirmó el creciente ritmo de público en la red a nivel mundial, con un aumento de 8,71% en 2005 y de un 200% desde el 2001 hasta el presente año. Por otra parte, los ingresos publicitarios en Internet también subieron un 25% en 2005, el porcentaje más elevado de los últimos cinco años,

mientras que el número de sitios web periodísticos durante el mismo tiempo aumentó un 20%.

Asimismo, también quedó demostrado que a pesar del crecimiento en Internet de páginas informativas, la supervivencia de estos medios digitales dependen, en buena medida, de la imagen que puedan tomar prestada de sus hermanos impresos, por el cual el lector logrará reconocer la marca que le dará cierto prestigio a la versión online.

Esto representa una ventaja que los periódicos pueden explotar en la red frente a los nacidos en la propia web, que no cuentan con una historia editorial consolidada y respaldada por sus años de credibilidad profesional. En este sentido, los medios de comunicación tradicionales se esfuerzan por respetar la identidad de las marcas, como elemento fundamental para que tengan éxito en Internet¹⁶.

El periodismo deportivo cobra fuerza en la red

Este debate entre los impresos y los puntocom adquiere en el periodismo deportivo características especiales, pues ya no se trata únicamente de si uno superará al otro, más bien recae en la capacidad que tenga el periódico de no repetir la información que ya se suministró primero a través de la web.

¹⁶ Frascaroli, Manuel: La Sociedad de la Información y el futuro de los diarios en Internet: hacia el establecimiento de las características como medio, en Revista Latina de Comunicación Social, Nro. 48, marzo de 2002, La Laguna (Tenerife), en el (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina48marzo/4809frascaroli.htm>

Porque ocurre que hoy en día el deporte lleva un ritmo vertiginoso en su desarrollo, lo que cae muy bien en las filas de los digitales por su facilidad de llevar en tiempo real¹⁷ y con exacta precisión los grandes eventos deportivos.

Así lo confirma el coordinador de contenido de la página web del diario Líder, Willmar Tarazona: “nosotros podemos informar al momento, lo que llamamos en ‘Tiempo Real’. Por ejemplo, durante el mundial de fútbol realizamos una cobertura de cada juego, de cada uno de los goles y una breve descripción de cada jugada instantáneamente y, por supuesto, al final se ponía la reseña con su respectiva foto, y todo esto se logra gracias a la misma naturaleza de Internet”.

Tal afirmación evidencia un campo ganado por parte de los medios digitales con respecto a los impresos: “la noticia ahora se puede leer primero en Internet”, sentencia Tarazona, explicando además que esto debe ser tomado como una ayuda hacia el periodismo impreso.

Como ejemplos, se puede ingresar a la página web de la versión digital del diario brasileño O'globo (<http://www.globoesporte.com>), mientras que aquí en Venezuela, se puede observar al site de Líder (<http://www.liderendeportes.com>).

¹⁷ El concepto de tiempo real viene del procesamiento digital de señales. En una descripción muy corta un sistema de tiempo real es aquel capaz de procesar una muestra de señal antes de que ingrese al sistema la siguiente muestra. En el ámbito del periodismo digital se utiliza la expresión para los eventos que son seguidos al momento de su desarrollo: unas elecciones presidenciales o un juego de fútbol.

Gráfico 1:

The screenshot shows a news article titled "Barcelona vuelve a sonreír" (Barcelona returns to smile) with a photo of Ronaldinho. The main navigation bar includes "Lo Último", "Ajax y PSV siguen su lucha por la cima", "Fútbol", "Béisbol", "Más Deporte", "Chicas Líder", and "Columnistas". A sidebar on the right features a login form ("Regístrate", "Usuario:", "Password:", "Entrar", "Nuevo usuario"), a "Blogs" section with links to "Caracas-Magallanes, una pasión" and "Beisbol con sabor criollo", and a banner for "www.onlyformen.com.ve". The central content area displays a "Calendario y Resultados" table for the LVBP (Venezuelan Baseball League) showing various games and their outcomes.

Descripción: En su página web, Líder, lleva en Tiempo Real una serie de eventos deportivos que se desarrollan simultáneamente como el fútbol español y el béisbol venezolano. En el gráfico se puede observar resaltado la zona destinada para ello. Mostrando como información principal el resultado del evento y el momento en el cual se desarrolla.

Gráfico 2:

The screenshot shows a sports news website with a navigation bar for "NOTÍCIAS", "ESPORTES", "ENTRETENIMENTO", "VÍDEOS", "ASSINE JÁ", and "TODOS OS SITES". The main content features a tennis player (Anna Chavkatadze) and a headline about Corinthians' Leão. On the right, there's a "Tempo Real" section with live match results from the Brasileirão 2006, Campeonato Espanhol, and Serie B 2006.

Descripción: En la sección deportiva del O'Globo, se puede observar como se abre un espacio en el site para la cobertura de eventos en Tiempo Real (resaltado en la columna derecha *Tempo Real*, en portugués).

Entonces, surge la posibilidad de preguntarse ¿Cuál será el objetivo de la prensa deportiva impresa? El periodista José Visconti, Subdirector del diario Meridiano, responde que “la prensa tiene su propia función, sus propios roles, sus propios menesteres y que, aunque igualmente está el informar, en ella siempre se encontrará la reflexión y el juicio”.

Además, agrega que en ambos casos se requiere de un esfuerzo importante por parte de los periodistas que allí laboran, que debe ser respetado y valorado, y en algunos casos, uno alimentará al otro y ambos podrán convivir en perfecta armonía.

Lo cierto, es que el mundo deportivo ya no precisa del papel para estar informado y encuentra en el computador una vía más rápida y más completa por los nuevos aportes que inyecta el nuevo medio.

Como muestra, se puede realizar una comparación en la cobertura realizada por un medio digital y uno impreso, del juego de la selección venezolana de fútbol ante su similar de Austria el día 6 de septiembre de 2006, a través de los siguientes gráficos:

Gráficos 3:

The screenshot shows the Meridiano website homepage. At the top, there is a navigation bar with links like 'SERVICIOS', 'EDICIÓN IMPRESA', 'DISCIPLINA', 'PROGRAMAS', and 'COLUMNAS'. The main content area features a large headline: 'VENEZUELA DERROTA A AUSTRIA' (Venezuela Defeats Austria). Below the headline is a photograph of a Venezuelan football player celebrating with his arms raised. To the left of the headline is a text summary of the match. To the right, there is a sidebar with a poll question: '¿Cuál equipo crees que terminará campeón este Mundial?' (Which team do you think will win this World Cup?). The sidebar also includes sections for 'EVENTOS DEPORTIVOS' (Sports Events) and 'ENTRETENIMIENTO' (Entertainment), along with various advertisements for electronic devices.

Descripción: Este gráfico fue tomado de la página web de Meridiano (<http://www.meridiano.com.ve>) y muestra la reseña del juego publicada el mismo día (06/09/2006 a las 5:51 pm), a los pocos minutos de haber finalizado.

Gráficos 4:

This screenshot shows a more detailed view of the Meridiano website. It includes a sidebar with categories like 'Categorías' (Consolas, Electrónica, Audio y Vídeo, Computación) and 'Búsquedas relacionadas' (Beisbol, Celular, Computación, Celulares). The main content area contains a long news article with several paragraphs of text and some numbered lists. To the right of the article, there is a sidebar with various product advertisements, including a 'X-Box-360 I' for \$1,299.99, a 'Guante Para Rawlings 12' for \$180.00, a 'Bluetooth 1f' for \$19.99, and a 'Celular Noki'.

Descripción: Es la continuación de la nota, con más detalles acerca del juego y las alineaciones de ambos equipos.

La naturaleza de Internet permitió que el resultado de este evento deportivo se conociera una vez acabado el mismo, sin duda, una ventaja que tiene el periodismo deportivo digital ante sus colegas del impreso.

Pero cómo fue la cobertura de este mismo juego, al día siguiente, en los diarios impresos dedicado a la fuente deportiva, a saber Meridiano y Líder:

Gráfico 5:

FÚTBOL

Jueves 7 de Septiembre de 2006 | Meridiano | 03

www.meridiano.com.ve

La Vinotinto derrotó a Austria 1-0

Llegó el gol... y fue brillante

El equipo que dirige el estratega Richard Páez finalizó su travesía por suelo europeo con una apretada victoria gracias a un gol del versátil Fernando de Ornelas

Basilea (Suiza)
EFE

La selección de Venezuela se reencontró hoy con la victoria después de

un año, tras derrotar a su similar de Austria, por 0-1, en partido correspondiente a un cuadrangular internacional de preparación para ambos países, que completan Suiza y Costa Rica.

Los venezolanos, con algunas variaciones, imponieron el estilo suramericano que tienen hoy en el estadio St. Jakob-Park de Basilea, que siguen sin obtener la victoria bajo las órdenes de Josef Hicklersberger.

Sin los delanteros José Torrealba, que regresó a Sudáfrica y Giancarlo Maldonado, que no pudo viajar desde Chile, el técnico Richard Páez apostó por Fernando De Ornelas, jugador del Odd Grenland de Noruega, quien le resolvió la papleta muy temprano.

Apenas a los ocho minutos, De Ornelas logró anotar el único gol del partido frente al arquero Jürgen Macho.

El equipo austriaco sintió el golpe anímico y estuvo buscando la igualdad en gran parte del encuentro, pero la defensa venezolana trabajó muy bien, mientras el jugador del Mallorca de España, Juan Arango, no tuvo gran parte del peso ofensivo de los nuestros.

Casi al final, Austria sufrió la expulsión de su arquero Jürgen Macho que los dejó en inferioridad numérica y favoreció en el cierre a la labor defensiva del equipo visitante.

Venezuela, que se prepara para ser la sede de la Copa América en 2007, fue su primera victoria en territorio europeo tras caer el pasado sábado 0-1 ante Suiza, mientras Austria sigue sin conocer la victoria en sus últimos cinco amistosos.

Ficha técnica

Austria (0): Jürgen Macho, Johannes Ertl (m.46, Junuzovic), Martin Strand, Ferdinand Felhofer (m.46, Martin Hilden), Emanuel Pogatetz (m.74, Orthecneel), Joachim Standfest, Christian Fuchs, Michael Gspurning, Christopher Leitgeb, Andreas Nanowitz (m.63, Morz); Roland Linz (m.88, Schranz). DT: Josef Hicklersberger.	Venezuela (1): Jhonny Vegas, Luis Valenzuela, Jhon Márquez, Jey Daviño Vizcaíno, Jorge Rojas; Miguel Mea Vitali (m.82, Alejandro Cícerón), Alain Girotti, Ricardo David Páez (m.67, Jesús Gómez), Juan Arango; Fernando De Ornelas (m.46, Alejandro Guerra), Nicolás Fedor "Miku" (m.73, Leonel Vielma). DT: Richard Páez.	Portero: Fernando De Ornelas.
Amonestados: Austria: Ertl; Venezuela: Valenzuela.	Expulsado: Jürgen Macho.	Árbitro: Carlo Bertoni (St. Gallen).
Partido correspondiente a un cuadrangular internacional que completan Suiza y Costa Rica, disputado en el estadio St. Jakob-Park de Basilea, ante unos 1.400 espectadores.		

El portero de Austria no pudo detener el remate de De Ornelas (EFE)

Descripción: La imagen muestra la reseña publicada en el diario Meridiano al día siguiente del juego (07/09/2006), la cual recoge exactamente la misma información que fue anunciada el día anterior a través de su página web, evidenciando un punto a favor del periodismo digital en cuanto al tiempo de publicación de una nota.

Por su parte, el diario Líder también realizó su cobertura del evento en el impreso, como lo muestra el siguiente ejemplo:

Gráfico 6:



Descripción: Al igual que en Meridiano, Líder utilizó la misma reseña de la agencia internacional de noticias EFE, que fue la publicada por la página web meridiano.com.ve el día anterior. Sin embargo, se puede observar en la siguiente hoja del periódico algunas reacciones después del juego por parte de

los jugadores. Una nota redactada por periodistas del diario y que sólo se pudo leer por medio del impreso.

En estos ejemplos se demuestra que las características de Internet se adecuan a la dinámica del periodismo deportivo, redimensionando el valor de la fuente deportiva y proponiendo cambios en los diarios impresos, como se verá más adelante.

Inmediatez, un valor agregado

Un aspecto sobresaliente a considerar como uno de los atributos que viene a marcar una diferencia a favor de los diarios en Internet, frente a la prensa, es la inmediatez. Con la incorporación de actualizaciones durante el día, la versión web, hace frente a la instantaneidad de la radio y los canales de televisión que compiten directamente en la cobertura en tiempo real.

De esta forma mucho de los diarios superaron su estado original como sitio web, que se limitaba a la trascipción exacta del contenido del papel al soporte digital sin variaciones, bien sea por medio del lenguaje multimedia o por la incorporación de diferentes servicios que representan un valor agregado.

La rapidez a la hora de informar fue para muchos periodistas la cumbre nunca alcanzada por los diarios impresos. En cambio, cuando nos conectamos en la red es la característica que mejor se adapta al periodismo deportivo,

porque consigue llevar un ritmo compaginado con la dinámica de la fuente deportiva.

Humberto Acosta, periodista de larga trayectoria en el diario El Nacional, reconoce que el mayor impacto que puede causar el Periodismo Digital en el deportes es la inmediatez: “yo creo que la instantaneidad de la noticia en el deporte dentro de Internet es sencillamente espectacular. Tu te imaginas que reviva un periodista de los años setentas, que tenía que esperar que la información le llegara en la noche a través del *telex* sin saber que había pasado, y hoy en día pueda ver todo al momento, es magnífico”.

Aunque advierte que esta “facilidad” que generosamente otorga Internet al periodista, no debe acabar con la responsabilidad de acercarse hasta el estadio para interactuar con los protagonistas como se hace en los impresos, porque “al final las páginas web son los mismo que un periódico, tienes que asistir igualmente a los eventos para tener mejor información”.

Como vemos la publicación inmediata de los contenidos y el desarrollo dinámico de los eventos deportivos constituyen una combinación perfecta para la cobertura en el periodismo deportivo digital.

A saber, la página web del diario español Marca (<http://www.marca.com>), que se especializa en la cobertura de la vibrante y extensa liga del fútbol español, en simultáneo, a veces con más de 10 juegos al día, y con una breve

descripción de cada acción del juego llevada minuto a minuto, a medida que se desarrollan los acontecimientos.

Así al revisar este site ibérico al momento en el que se desarrolla un evento del balompié de este país se puede observar su cobertura, cómo informan y cada cuanto tiempo actualizan dicha información:

Gráfico 7:



Descripción: En esta imagen se muestra la manera en que el diario Marca hace el seguimiento del juego de fútbol entre los equipos Real Madrid y Getafe. En lo que podríamos llamar el titular principal se lee: “Un mal Madrid se va vivo al descaso”, en donde informa a sus lectores como se desenvuelve el partido mientras éste se desarrolla.

Gráfico 8:



Descripción: En esta siguiente imagen se observa como, minutos después, la página ha sido actualizada con nueva información que detalla las incidencias del juego. Se puede conocer cuál equipo aventaja en el resultado y quién fue el protagonista de la jugada.

De esta manera, Marca muestra un ejemplo de lo que significa la inmediatez en el Periodismo Deportivo Digital como una de sus características principales, que logra llevar al unísono cualquier evento deportivo a sus usuarios.

El hipertexto, más y mejor información

Como ya se explicó en el capítulo anterior, el hipertexto cambia la estructura lineal de la comunicación por una no lineal. Esto llevado al periodismo deportivo establece una mejor vía para la contextualización de las

noticias, recordar la historia, recoger declaraciones antes y después de un evento deportivo, en fin, ayuda a completar el trabajo periodístico dentro de una página web.

Es importante destacar que el hipertexto es el “arma” de excelencia de los medios digitales deportivos, y conjuntamente con la inmediatez, son las características de más uso por los periodistas. A continuación se analizará el uso del hipertexto en dos sites deportivos, una nacional y otro internacional: <http://www.meridiano.com.ve> y <http://www.espndeportes.com.ve>.

Gráfico 9:

The screenshot shows the homepage of the Meridiano website. On the left, there's a sidebar with links for 'SERVICIOS' (Regístrate), 'EDICIÓN IMPRESA' (Ediciones anteriores, Portada, Tarifas, Titulares), 'DISCIPLINA' (Baloncesto, Béisbol Grandes Ligas, Béisbol Venezolano, Fútbol, Hipismo, Tenis, Ajedrez, Béisbol del Caribe, Extremos, Motores, Otros Deportes), and 'TARIFAS'. The main content area features a large image of a baseball player (Andy Pettitte) with his hand to his mouth. Above the image, the text reads 'Chicago arriba en la serie' and 'BATEO EXPLOSIVO'. Below the image, it says 'De momento, ni el gran trabajo del abridor, Andy Pettitte fueron suficientes'. To the right, there's a sidebar titled 'TITULARES DEL DÍA' with links to other news stories like 'Hermann Maier vuelve a ser "Herminator"', 'Adriano sólo sufre subluxación en el hombro', 'Davenport recupera liderato mundial', 'LVBP: Kevin Henthorne afianza a los Leones', 'James cortó racha de triunfos de los Raptors', and 'Más Noticias'. At the bottom right, there's a small thumbnail image of a soccer player.

Descripción: En esta imagen tomada de la versión online de Meridiano, observamos la utilización de hipertextos en su noticia principal. Se puede ver en el texto de la misma, las siguientes palabras subrayadas: *Astros de Houston*

y *Medias Blancas de Chicago*; como un indicativo de que hacen un enlace¹⁸ a otra información referente a la noticia.

Igualmente, debajo de esta nota se consiguen otros enlaces, en una modalidad diferente de hipertexto: “Inning x inning del segundo juego de la Serie Mundial” y “Vizcaíno y Uribe fueron las dos caras de la moneda”, como complemento a la primera información.

Gráfico 10:

The screenshot shows a football game in progress on the left, with players from the Indianapolis Colts and Denver Broncos. The main headline reads "Un error estratégico". Below the headline is a caption: "Con tiempo para operar, Manning exhibió sus habilidades de cirujano". A sidebar on the right contains a link to Roger Federer's Masters Series withdrawal, a live match link, and a chat link. The bottom of the page features a "Titulares" section with several news items and an "XML RSS" button.

Descripción: De igual manera se puede notar que en la página de la cadena estadounidense ESPN, manejan el hipertexto al final de la noticia principal del site, en donde se hace un enlace a un artículo de opinión y a la crónica final del juego. Seguidamente se encuentran otros que hacen llamados distintos, como a un Chat en vivo.

¹⁸ El enlace o link (en inglés), también llamado vínculo, es una referencia en un documento con hipertexto a otro documento o recurso. Combinado con una red de datos y un protocolo de acceso, se puede utilizar para acceder al recurso referenciado.

Entonces, el hipertexto es una herramienta importante en el periodismo digital que contribuye a la mejor información de la materia deportiva, facilita el tratamiento de las noticias, las complementa y contextualiza cuando se hace un buen uso de ellas.

Al mismo tiempo, el hipertexto consigue el camino para una mejor utilización de espacio en la web, porque el cúmulo excesivo de texto en un mismo lugar no favorece a la parte estética de la página.

Cómo trabajar en la red

Como ya sabemos, Internet requiere del conocimiento de ciertas habilidades que se deben aprender, así como también que la lectura ya no es lineal. En lo que se refiera a la escritura, en Internet se debe tener en cuenta que no existen las fronteras, por lo tanto el lenguaje debe manejarse con cuidado para ser entendido en diferentes lugares.

Algunos teóricos como el profesor colombiano de la Universidad de la Sabana, César Velásquez, recomiendan desarrollar la capacidad de síntesis para escribir mucha información en poco espacio, dado que se pueden utilizar otros recursos, como el hipertexto, para profundizar mejor las informaciones.

Como ya se explicaba en el anterior capítulo, la noticia en el periodismo deportivo debe intentar resumir lo mejor posible los sucesos del evento.

Característica ésta que se mantiene en Internet, sobre todo, cuando el resultado es lo primero que tiene que salir publicado.

Asimismo, se le otorga gran importancia a la jerarquización de las noticias que debe hacer el periodista digital para poder captar la atención de los lectores, se aconseja que la contextualización se haga para ayudar con este propósito, pues el periodismo deportivo encuentra herramientas perfectas en Internet para recordar resultados, declaraciones o historias de determinado evento o deportista.

Por otra parte, a diferencia de los impresos, en Internet no existe un orden específico en cuanto a la cantidad de noticias en cada página (par e impar), como tampoco existe el número de columnas, por lo que se pierde el concepto de jerarquización por este formato.

No obstante, sí se continúa con la misma línea de un titular principal, como lo explica Willmar Tarazona: “En algunas ocasiones las actividades deportivas en un día llevan a refrescar lo que es nuestra noticia principal, por eso como en la mayorías de las páginas web de deportes, dejamos un espacio para informaciones secundarias que siguen siendo de importancia y actualidad en el momento. Es decir, en toda ocasión el lugar de las informaciones están muy bien definidas”.

De igual manera, se puede extraer nuevamente una recomendación hecha por el profesor Velásquez acerca de este punto: “Puesto que el nuevo

canal de comunicación afecta en el plano textual, estilístico y formal, sería preciso que los periodistas digitales se acomodaran a este nuevo formato de hacer periodismo, en vez de seguir aplicando las fórmulas tradicionales del periodismo escrito al periodismo digital”.

En este punto es bueno recordar que señalamientos hace Quim Gil como aspectos básicos que debe conocer el periodista digital:

1. La información ya no es un bien escaso, de hecho abunda.
2. La información que está fuera de la Red es muy importante y valiosa.
Mediante ésta el periodista digital puede ofrecer un gran servicio a la comunidad.
3. El periodista digital puede y debe dar el acceso a las fuentes originales.
4. El periodista digital ha de valorar la información.
5. El periodista digital ha de contextualizar y actualizar los contenidos.
6. Siempre se debe tener en cuenta que Internet es interactivo, por lo tanto, todo el mundo puede contactar con todo el mundo; si es que está en la Red, todo es evidente y alcanzable; cualquiera que sea que esté frente a un computador con conexión a Internet es un potencial informador, informante y editor.

Los retos en la red

Asimismo, afirma Quim Gil, que el periodista digital está rodeado de un universo infinito de informaciones que pudieran convertirse eventualmente en noticia, que genera un cambio sustancial en las rutinas periodísticas y, en ocasiones, ni se asoman a la de sus colegas convencionales que trabajan y publican en un soporte digital.

Se puede prever, entonces, que los profesionales acaben apoyándose en herramientas digitales que contribuyan al buen uso del carácter multimedia del periodismo digital para el manejo de las informaciones. Nada parecido a lo que se hace en prensa, pues se debe aprender a combinar los elementos visuales y auditivos para una misma noticia, y cuando se habla de deportes, el desafío puede ser interesante.

Humberto Acosta piensa que para los nuevos profesionales “el reto será asimilar el cambio. Aunque para un muchacho, tal vez no, porque de alguna manera las Universidades ya los están preparando para esto”.

Sin embargo, existe un gran número de periodista que se ven en la incertidumbre de dar el gran salto, “Yo me puedo plantear eso mismo. Así que cuando analizo esa posibilidad, observo que la manera de buscar la noticia es la misma, así que sería cuestión de que uno se pueda adaptar a la tecnología. El problema está en atreverse a cambiar”, concluye Acosta.

Por su parte, los periodistas que iniciaron su carrera en la era digital como Willmar Tarazona, sentecian rápidamente que "es probable que no todos estén listos, pero deberían estarlo. Porque el andar de la tecnología es sin pausa y veloz, y al final de cuentas, no debe ser un enemigo, sino el mejor aliado".

Los más resaltante de este aspecto, es que mientras unos podrán trabajar siguiendo unas rutinas periodísticas clásicas, otros se adaptarán y evolucionarán hacia el medio digital. Otros, los periodistas en red, estarán creando y consolidando unas nuevas rutinas propias de un proceso de comunicación multimedia, multilienal e interactivo.

Como explica, Quim Gil, adelanta una serie de retos y oportunidades de las Nuevas Tecnologías para el Periodista Digital:

Retos:

1. Aprender el uso y los beneficios de las nuevas tecnologías y los recursos de Internet.
2. Ser cada vez más preciso, directo y sintético en nuestros trabajos.
3. Proporcionar el contexto mediante la propia investigación directa y el resultado de nuestras búsquedas en Internet, respetando el derecho de autor.

4. Valorar, aprender y aplicar los conocimientos de los diseñadores gráficos, en beneficio de nuestra información, pero sobre todo, en beneficio del correcto acceso a ella del usuario.

5. Respetar a nuestros lectores. El gran reto es aprender que toda persona que sepa comunicar y tenga una noticia interesante que ofrecer a la audiencia es potencialmente un informador y ejerce su derecho a informar aunque no trabaje en ningún medio. Porque Internet permite que cualquiera, desde cualquier punto, ejerza su poder informativo.

6. Dada la imposibilidad de controlar y certificar la veracidad de los trabajos que se publican en la Red, es primordial aprender a reconocer en ella aquellas fuentes fidedignas y serias, y separarlas de lo que es información no contrastada, imprecisa, no consecuente o falsa.

Oportunidades:

1. Internet simplifica nuestra tarea, en términos de la cantidad de posibilidades que nos brinda: documentación, verificar noticias, recibir convocatorias de prensa, comunicarnos con nuestros pares en el mundo, capturar imágenes y sonidos, entrevistar, etc.

2. Dada su filosofía integradora, Internet ha impulsado la combinación de múltiples formatos en la entrega informativa de los medios.

3. Enorme aumento del número de las fuentes de información accesibles.

4. A mayor globalización, mayor necesidad de contacto con lo local. Este escenario abre un nuevo horizonte de competencia para el ejercicio periodístico digital, en la medida de que éste abra a través de la Red y de su rigor profesional informativo, nuevas oportunidades de desarrollo local y comunitario.

5. La inmediatez e interactividad permiten una relación más directa con el público, tanto es así que en el caso de recibir correos de los "usuarios" la relación se personaliza de tú a tú y se establece cierto grado de intimidad.

Los impresos deben diferenciarse

La influencia de Internet en los medios de comunicación social y, en especial, en el periodismo escrito ha dejado muy en claro que este nuevo formato está obligando a mejorar a los medios impresos que, quizás, por primera vez en la historia se ven presionados.

Debido a la dinámica acelerada y versátil del periodismo digital, el periodismo hecho en papel observa como su terreno ganado durante años es amenazado por la novedad del nuevo medio. Hasta los lectores se han encontrado con una bifurcación en su camino noticioso: continuar con los impresos o avanzar hacia las bondades de Internet.

Ya para el año 2004 un estudio realizado por Datanalisis revelaba que el número de internautas en el país ascendía progresivamente a un millón cuatrocientos mil (1.400.000) aproximadamente, lo que equivalía a 5.43% del total de la población venezolana.

Cifras éstas que demuestran que cada año la penetración de Internet como nuevo medio para la información se hace más profunda, lo que pudiera significar una perdida de lectores por parte de los periódicos.

Por este motivo, es que algunos profesionales del medio se han concientizado en el hecho de que deben hacer a la prensa más atractiva y con un contenido que permita diferenciarlos de su contraparte digital.

José Visconti, como parte esencial de la directiva de Meridiano, el diario deportivo más antiguo de Venezuela, resalta la capacidad de análisis que dan los impresos: “La prensa representa un esfuerzo más reflexivo y analítico, que lleva al lector a la anécdota, las reacciones y un contenido mucho más pensado”.

Por su parte, Humberto Acosta, en representación de otro impreso como El Nacional, acepta que “en general la prensa escrita está muy rezagada, al igual que los noticiarios de televisión, porque no te dan nunca buena información deportiva. Aunque debemos admitir que no es justo comparar nuestro periodismo con el de países desarrollados económica, social y culturalmente”.

Pero refiriéndose específicamente al periodismo deportivo hace la siguiente observación: “en el mundo del deporte hay que tener en cuenta una cosa, todo se sabe. Hoy en día la información deportiva llega a todos lados, más que en cualquier otra época. Por eso si tu pretendes que alguien te lea debes dar un dato que no se sepa”.

Es así como el “nuevo” periodismo deportivo se propone utilizar a los diarios impresos como el puente para dar un vuelco radical a sus informaciones, de acuerdo a lo planteado por los mismo periodistas.

Todos coinciden en que efectivamente el cambio debe producirse por el bien del periodismo deportivo, toda vez que asumen la llegada de Internet como un impulso que facilita un poco más el trabajo del comunicador social en general.

Conclusiones:

Una vez comparado y estudiado el Periodismo Deportivo impreso con el digital, se evidencian los cambios que introduce Internet al seguimiento de los deportes como fuente de información periodística, además de corroborar gracias a la opinión de los profesionales la perfecta convivencia que existe entre ambos medios.

Este enfrentamiento entre el impreso y el digital dejó claro que existen cambios importantes en la cobertura de eventos deportivos, y que se adaptan fácilmente a las características de la fuente: la interactividad, la instantaneidad el hipertexto, y los contenidos multimedia confieren al Periodismo Deportivo Digital un poder extraordinario que no se tenía con los impresos.

Así encontramos que estas características hacen del medio digital más atractivo para los lectores. Servicios como video, audio, y la cobertura de eventos en tiempo real son los recursos más importantes para complementar las informaciones en las páginas web deportivas.

Al mismo tiempo, estos rasgos significan un reto para el periodista deportivo, pues debe instruirse en el manejo de distintos lenguajes que se mezclan en Internet. Ahora en el medio digital, y así se comprende tanto en las redacciones tradicionales como en las digitales, es una responsabilidad más la buena utilización de las imágenes, los sonidos y las palabras como un todo, combinado en la misma noticia.

Otro cambio sustancial para el periodista digital está en la redacción de los contenidos, los cuales, deben ser resumidos y concretos, con la información más importante del evento deportivo destacada, generalmente, se trata del resultado. Asimismo, la capacidad de jerarquización de la noticia debe ser muy aguda, así como también el uso de los recursos de Internet como el hipertexto, para contextualizarlas.

Sin embargo, los periódicos impresos no pierden su valor ante los digitales, por el contrario, ganan en cuanto a mayor flujo de información por las facilidades de la web, lo que permite una mejor profundización de sus contenidos: estadísticas exactas, más análisis, más entrevistas, etc.

En consecuencia, dentro de las redacciones de los periódicos impresos la palabra cambio se deja escuchar, y desde ya se instala como premisa la necesidad de diferenciarse ante su competencia digital, queda claro que su contenido debe dar un vuelco total.

Y esto es una afirmación constante, incluso, hecha por los mismos periodistas jóvenes nacidos en la era digital. La prensa impresa sigue teniendo en su capacidad de “reflexión y juicio”, como apunta José Visconti, su mejor gancho para garantizar su permanencia en el tiempo.

No obstante, la penetración de las nuevas tecnologías como Internet en las sociedades del mundo es tan frenética, que cada año aumenta el número

de sitios web dedicados a la información, dentro de los cuales el deporte es piedra angular.

No se puede ocultar, entonces, que el Periodismo Digital gana adeptos conforme pasa el tiempo, y los lectores se debaten entre el computador y el papel, aun así, hasta los momentos ambos medios logran entenderse en el mismo campo informativo.

En síntesis, el tema deportivo cobra cada vez mayor importancia dentro de los medios de comunicación, a la vez que genera excelentes resultados en las ganancias de la empresa periodística. Por eso, Internet descubre un horizonte más amplio en el Periodismo Deportivo que multiplica el valor de una fuente tan dinámica dentro del periodismo actual.

Por su parte, los impresos no deben caer en estancamientos, sino que deben aprovechar las ventajas del gran caudal de información que significa Internet en estos momentos.

Frente a las páginas web, los impresos deben buscar la manera más creativa de no dejarse pasar por la rapidez de Internet: más datos, análisis, entrevistas, pronósticos y todo cuanto ayude a mantener la vigencia de los periódicos de papel, ante una generación que comienza a ser digital.

ENTREVISTAS

(a modo de chat)

Humberto Acosta

Periodista deportivo con más de 25 años de experiencia, escribe para el diario El Nacional desde 1978 con su columna *Triple play*. Es comentarista de radio para el circuito de los Leones del Caracas. Egresado de la Universidad Central de Venezuela.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Cómo ve el Periodismo Digital Deportivo en Venezuela?

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

Yo pienso que no hay. Ni siquiera chequeo periodismo digital en Venezuela.

Pero debemos ser justos porque aquí todos los equipos de béisbol tienen su página digital y de por sí eso ya significa un adelanto... Si bien uno como periodista de la fuente tiene otras maneras de entrarse de las cosas, eso no deja de ser un apoyo útil.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Qué ventajas o desventajas tiene el Periodismo Digital, tomando en cuenta la dinámica de la fuente deportiva?

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

Ventaja tiene siempre y cuando uno lo utilice como fuente de apoyo para complementar tu información, es decir, uno no puede desechar ninguna fuente realmente. Porque cualquier cosa puede producirse y no todo el mundo sabe todo y no en todas partes está todo, quien quita que información en particular, en un día determinado, que te interese está en una página web.

El problema que yo le veo, no tanto como desventaja, sino como hecho negativo, está en que uno se convierta en dependiente de las páginas digitales.

Es como si tu te apoltronaras, si cabe la expresión... El Internet después de la

televisión es el gran invento del hombre... Creo que nosotros los periodistas buscamos hoy todo por Internet, y eso crea un gran dependencia. Tal vez el periodista del siglo XXI, se uno completamente diferente al de mediados del siglo XX, generación a la cual yo pertenezco.

El problema está que yo trabajé cuando ni siquiera las computadoras habían llegado. Así que yo me inicié con la máquinas de escribir mecánicas. Cuando uno tenía que salir a buscar la información, pero quien quita que sea esa la nueva manera de hacer periodismo. Lo mismo sucedió con el teléfono, si puede llamarte para que moverme. Entonces, eso hay que verlo como parte del adelanto, no se le puede dar la espalda... Fíjate que muchos periodistas de los setentas fracasaron porque no se atrevían a usar la computadora. Hubo una generación que no lo hizo y tiró la toalla.

Allan, Internet es la vía dice:

Tuvo que haber sido un cambio radical... ¿no?

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

Sí, es correcto. Por eso es más justo hablar de cambios... Tu te puedes imaginar que pasó cuando apareció la imprenta, que se escribía todo a mano. Es igual es un cambio brutal, pero es lo mismo.

Allan, Internet es la vía dice:

¿El Periodismo Deportivo se adapta fácilmente a las características del Periodismo Digital?

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

Sí, definitivamente. A mí me da la impresión, aunque no creo que sea nada más en la parte deportiva, pero en este caso, en el periodismo deportivo hay

todo un Boom. Tu te sientas en la computadora y te enteras de todo, porque es una información que está cambiando rápidamente. Tu debes saber que ahora uno ve por Internet los juegos inning por inning de una forma extraordinaria.

Se puede decir, entonces, que el deporte es el que mejor se ha adaptado y mejor está aprovechando Internet. Te doy un ejemplo, el *no hit no run* que consiguió Aníbal Sánchez no fue transmitido ni por televisión ni por radio, al menos aquí en Venezuela, e Internet fue la manera de enterarse del juego que marcó historia en la pelota venezolana.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Qué impacto causa Internet en el deporte, como fuente de información periodística?

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

Yo creo que es la inmediatez de la noticia, y en el deporte es sencillamente espectacular. Tu te imaginas que reviva un periodista de los años setentas, que tenía que esperar que la información le llegara en la noche a través del telex sin saber que había pasado, y hoy en día pueda ver todo al momento... Magnífico... Ojo, aunque en el fondo lo que no me gusta, es que este tipo de adelantos, han limitado la capacidad de soñar cosas, y eso empezó a cambiar también con la llegada de la televisión. Porque cuando uno escuchaba los juegos de pelota por radio se imaginaba todo: cómo eran los uniformes, cómo fue la jugada, el bateador será pequeño, gordo, blanco, etc. Entonces eso alimentaba la imaginación y eso era muy bonito, obviamente con la transmisión de los juegos en vivo eso se acabó.

Pero también estoy claro que añorar esas cosas y contárselo han muchacho de 15 años, que no la ha vivido, le puede parecer una tontería. Incluyéndote a ti mismo.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Son aprovechables las características del Periodismo Digital (inmediatez, interactividad, contenidos actualizables y multimedia) en el Periodismo Deportivo?

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

Claro un 100%. Una de las angustias del trabajo periodístico cuál es: el tener la noticia rápido, cuanto antes. Sobre todo cuando se trabaja en un periódico donde hay que cerrar la edición temprano. Te pongo el ejemplo nuevamente de la hazaña de Aníbal Sánchez, que salió en todos los diarios con una gran cobertura. Eso se debió porque se conoció rápido la noticia, lo que permite a uno como periodista buscar datos y recolectar la información. Por eso es magnífico....

Allan, Internet es la vía dice:

¿Qué retos debe afrontar el periodista deportivo con el uso de Internet?, tomando en cuenta que el formato ahora es totalmente distinto al impreso...

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

Yo creo que el reto es montarse en eso, asimilar el cambio. Aunque para un muchacho no, porque de alguna manera las Universidades ya los están preparando para esto.

Cuando llegaron las computadoras por primera vez aquí, uno sentía mucho miedo. Pero si tu te pones con calma, comienzas a descubrirlo y te das cuenta

que no es ningún coco. Así que, por un lado, hay que aprender a manejar las nuevas tecnologías, pero no dejarse absorber por las facilidades que da. Como periodista que cubre la fuente de béisbol te digo que tienes que estar en el estadio, hablar con el pelotero y conocer todo allí. Al final las páginas web son lo mismo que un periódico, tienes que asistir igualmente a los eventos para tener mejor información.

Allan, Internet es la vía dice:

Cómo hace usted cuando observa que gracias al Periodismo Digital la información, sobre todo la deportiva, llega primero ¿Cree que El Periodismo Tradicional debería cambiar su dinámica de trabajo: más análisis, más entrevistas, más pronósticos, tal vez?

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

Definitivamente sí. Y esto es un cambio que el periodismo impreso debe hacer. Eso es lo que en el medio se llama Agenda Propia, es decir, hacer lo posible para diferenciarse de los demás. Porque hay que tener en cuenta una cosa:, todo se sabe. Hoy en día todo el mundo está enterado de lo que pasa, más que en cualquier otra época. Por eso si tu pretendes que alguien te lea debes dar un dato que no se sepa.

En general la prensa escrita está muy rezagada, al igual que los noticiarios de televisión, que no te dan nunca buena información deportiva. Pero tampoco es justo comparar nuestro periodismo con el de países desarrollados económica, social y culturalmente.

Allan, Internet es la vía dice:

Por ejemplo, ustedes se han guiado por Internet para publicar en algún momento una información?...

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

El Periodismo impreso, al menos en Venezuela y según los estudios, que dicen que aquí no se lee mucho. No sé hasta qué punto eso será cierto. Ahora con el deporte da la impresión que la gente lee un poco más, por el tema que es atractivo... En el caso particular de El Nacional se está bailando por la pauta que les dicte las páginas web. Yo me imagino que cada día la gente se informa más rápido a través de ellas, porque se tiene el atenuante que siempre están cambiando y no hay que esperar al periódico del otro día. Eso de alguna manera a atentado contra el espacio, y volvemos a la pregunta anterior: esos es otro reto y hay que adaptarse al cambio.

Por eso es que se debe hacer algo con las informaciones de las cuales uno ya se enteró el día anterior por las páginas web. Darle un vuelco total...

Allan, Internet es la vía dice:

¿Internet Cambia la esencia del periodismo o es sólo una herramienta?

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

Podemos decir que es una herramienta. ¿Y si cambia la esencia del periodismo? Creo que es más bien la manera en cómo se va hacer periodismo.

Porque definitivamente lo cambia.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Están preparados los comunicadores tradicionales para convertirse en digitales?

Humberto Acosta, puro Triple play dice:

Yo me puedo plantear eso mismo. La manera de buscar la noticia es la misma, así sería cuestión de que uno se pueda adaptar a la tecnología. Aún no me han ofrecido trabajar para una página web, sin embargo, creo que me atrevería...

José Visconti

Periodista Deportivo de más de 30 años de labor profesional. Se desempeñó como director del diario La Religión y de la revista Universo Deportivo. Ha sido galardonado en 4 oportunidades con el Premio Nacional de Periodismo. Actualmente, es el subdirector de Meridiano y conductor del programa *Sacándola de jonrón* en Meridiano Televisión.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Cómo ve el Periodismo Digital Deportivo, o en general?

Visconti, a sacarla de jonrón... dice:

El periodismo digital es uno de los grandes avances de la comunicación por la instantaneidad y su capacidad de producir contenido. Trae el análisis, la información en cuestiones de segundo, y lo hace en medio de un espacio ilimitado, aunado a la variedad de los contenidos, sobre todo, la actualización. Es decir, es la concreción, que seguirá incrementándose y seguramente surgirán nuevas formas de hacer periodismo en Internet.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Qué ventajas o desventajas tiene el Periodismo Digital, tomando en cuenta la dinámica de la fuente deportiva?

Visconti, y a sacarla de jonrón... dice:

Todo lo que sea comunicación es ventaja, por una razón sustancial. El hombre necesita conocer al hombre, la palabra universalidad significa precisamente eso, conectarse con todo el mundo, borrando distancia y cualquier otra característica de diferencia, en el sentido, de que todo el mundo recibe gracias a Internet prácticamente lo mismo y en todas partes del mundo. Ahora uno puede enterarse de los problemas que hay en Alaska en fracciones de segundo y viceversa.

Eso, por otra parte, garantiza la realización de otra antiquísima aspiración, que el hombre participe en todos los problemas, angustias, realidades y de las soluciones a los problemas universales.

Y en términos más específicos garantiza la libertad, porque ya no se puede ocultar nada. El ojo que necesita expandir su visión y perspectiva, gracias a Internet, ya no hay rincones ocultos y cada vez es menos. Esos es una garantía para el ser humano un tránsito hacia la verdadera felicidad...

Allan, Internet es la vía dice:

Y haciendo una comparación entre Periodismo Digital y el Periodismo impreso, ¿Cuáles cambios observa usted que se producen?

Visconti, y a sacarla de jonrón... dice:

La prensa tiene su propia función, sus propios roles y menesteres. El fin es, claro, informar. Lo que sucede es que ahora la prensa no tiene esa capacidad instantánea de regenerarse en sí misma como la tiene Internet... Por ejemplo, tu en un periódico te enteras de los resultados del juego del día entre Boston y Yankees al día siguiente con todos los detalles y las perspectivas, y con la sustentación estadística, eso que hoy en día llaman el periodismo de precisión.

En cambio, Internet te permite participar directamente del hecho, mientras uno viendo la prensa, encuentra la reflexión y el juicio, en Internet encuentras el aquí y ahora, te permite ir contando los innings y los outs, por hablar de béisbol, y es esa actualización continua lo que le da ese encanto tan especial a

Internet, porque de otra manera las misma Internet hace su misma revista de medios impresos... uno lo ve, se puede saber como título El Nacional, El Clarín en Argentina o Meridiano, y eso otorga el privilegio de tener la permanencia del periodismo impreso de todas las latitudes, me explico, Internet te trae juego a medida como va sucediendo, eso está claro, y el periódico no puede hacer eso por su propia naturaleza, luego Internet al día siguiente te lleva a otras partes del mundo para buscar las reacciones, que se dijo en Angola, en EEUU que, incluso, salieron impresas. Así que de alguna manera Internet se nutre de esa permanencia del periodismo impreso, se puede buscar lo que se publicó hasta en ediciones anteriores. De modo, que en Internet se reconoce la permanencia de la palabra escrita.

Además, la prensa tiene un esfuerzo reflexivo que tiene mucho valor y hay que quitarse el sombrero ante ello, así que coexisten perfectamente, prensa e Internet...

Allan, Internet es la vía dice:

En ese sentido, cree que el Periodismo Deportivo se adapte fácilmente a las características del Periodismo Digital?....

Visconti, y a sacarla de jonrón... dice:

El periodismo deportivo necesita de Internet, por ese minuto a minuto, out por out o round por round que sólo se puede hacer ahí, es una ayuda magnífica para seguir el deporte en su instantaneidad. Sin embargo, y vuelvo al tema anterior, ese juicio de valor que es lo que le da carácter y cuerpo al periodismo

impreso, eso sólo lo tienen él. Porque Internet está provisto de ir en sentido de las agujas del reloj, siempre hacia delante.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Cuál es, entonces, el impacto que causa Internet en el deporte, como fuente de información periodística?

Visconti, y a sacarla de jonrón... dice:

Yo diría que otorga más facilidades, porque tienes a la mano el resumen de lo que ocurrió y lo que está pasando con precisión. Eso son elementos que sirven para cargar y nutrir el juicio de los analistas del periodismo impreso.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Considera que Internet es una herramienta más para el periodista, o es algo más?

Visconti, y a sacarla de jonrón... dice:

No, Internet es ya un medio establecido. Una herramienta, puede ser la entrevista, si se utiliza como tal. En el caso del periodismo hay dos modos de concebir la entrevista, como una mera herramienta: llegas al lugar de los acontecimientos y tienes que apelar a la entrevista para enterarte de lo sucedido el qué, cómo, dónde, etc, los factores primordiales del dinamismo interno de la información, y para ello necesitas la entrevista. Pero como género es diferente, en sus dos grandes vertientes, de tema o análisis y la de personalidad, en donde tiene sus propias leyes, contextos, reglas, consecuencias, porque la entrevista como género va de la mano con el periodismo de interpretación, y que ha dado paso a cosas como el nuevo

periodismo. Pero, en fin, No se puede decir que Internet es una herramienta únicamente porque sería degradarlo y eso es imposible, Internet no es un bolígrafo, un grabador, al contrario, tiene sus propia vida, dinamismo, y manifestación que lleva un gran esfuerzo. Eso que llaman los especialistas, decodificar la información. Internet no es un almacenador de datos, tiene, te repito, su propia concepción y su propia filosofía y visión.

Allan, Internet es la vía dice:

Y haciendo un ejercicio de imaginación, usted cree que en un futuro Internet cambie con la esencia del periodismo, lo pregunto por aquello de las facilidades y la comodidad...

Visconti, y a sacarla de jorón... dice:

La esencia del periodismo nunca va a cambiar, es como decir que fuera a cambiar la esencia de la medicina. Puede cambiar es la interpretación, el por qué y para qué del periodismo. Porque siempre hay que estar reflexionando sobre eso, para uno no convertirse en un periodista sin sentido, debe tener su propia razón de ser, yo no creo que el periodismo cambie su esencia. Recuerda que la esencia es precisamente la razón de ser de una determinada actividad, y lo esencial es ese motor que impulsa algo.

Willmar Tarazona Faneyth

Periodista deportivo egresado de la Universidad Santa María en el año 2000. Se ha desempeñado como redactor y reportero del noticario de Meridiano Televisión. En los últimos 4 años se ha especializado en el Periodismo Deportivo Digital, siendo productor de contenido de la página web de Meridiano (<http://www.meridiano.com.ve>) y, actualmente, como coordinador de contenido de la versión digital del diario Líder (<http://www.liderendeportes.com>).

Allan, Internet es la vía dice:

¿Cómo ve el Periodismo Digital Deportivo en Venezuela?

Willmar, el Líder en deportes dice:

En crecimiento. Cada día hay más páginas destinadas a difundir información deportiva, dando a los usuarios alternativas a la hora de buscarla en la Web. Esto acaba con los monopolios y abre el camino al razonamiento, a la interpretación y por ende al desarrollo del periodismo deportivo en Venezuela.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Qué ventajas o desventajas tiene el Periodismo Digital, tomando en cuenta la dinámica de la fuente deportiva?

Willmar, el Líder en deportes dice:

¿Ventajas?, muchas, más de las que podemos imaginar. La inmediatez es vital en Internet, además de la proyección y el posicionamiento de las marcas. Ha adquirido tal importancia, gracias a la globalización, que actualmente el periodismo, en cualquiera de sus otras facetas, sería prácticamente imposible de practicar en la actualidad. Imaginen por un momento un medio de comunicación sin acceso a Internet. ¿Desventajas?. La única, por lo pronto, es que no todos los ciudadanos tienen acceso a la Web.

Allan, Internet es la vía dice:

Pero si uno se pone a observar en Caracas pareciera que sobraran los cibercafes...

Willmar, el Líder en deportes dice:

Sí, es verdad. Pero hay también un poco de falta de educación en cuanto a la utilización de Internet. Lo más se usa en eso sitios son el chat, los juegos y otras páginas de contenido reservado...

Allan, Internet es la vía dice:

Cierto, pero volviendo al tema ¿Cuáles cambios observas o piensas que introduce el Periodismo Digital en comparación con el Periodismo Tradicional?

Willmar, el Líder en deportes dice:

Bueno, empezando por que los periodistas digitales estamos un paso más adelantados que nuestros colegas del impreso, esto sin ánimos herir susceptibilidades... A lo que me refiero es que nosotros informamos al momento, lo que llamamos en “Tiempo Real”. Por ejemplo durante el mundial de fútbol transmitíamos los goles y una breve descripción de cada jugada y, por supuesto, al final se ponía la reseña con su respectiva foto, y lo hacíamos primero por la misma naturaleza de Internet, luego al día siguiente en los diarios aparecía casi la misma información que se puso en la web hacía doce horas atrás, por decirte algo...

Allan, Internet es la vía dice:

Y por eso mismo que me acabas de decir, crees que el Periodismo Deportivo se adapte fácilmente a las características del Periodismo Digital?....

Willmar, el Líder en deportes dice:

Absolutamente. Para muestra un botón. La cadena informativa ESPN es la quinta página Web más visitada del planeta, según las empresas destinadas a medir el alcance de Internet. Incluso, actualmente los periodistas deportivos la utilizan como una de sus principales herramientas de trabajo. Así se mantienen actualizados con las estadísticas, datos y hasta pueden observar en detalle un juego de cualquier disciplina en directo con sólo apretar un botón.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Cuál es, entonces, el impacto que causa Internet en el deporte, como fuente de información periodística?

Willmar, el Líder en deportes dice:

Mayor difusión en menor tiempo. Actualmente se puede estar enterado de todo lo que ocurre en el mundo de los deportes, en detalle, con un buen uso de esta útil herramienta.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Son aprovechables las características del Periodismo Digital (inmediatez, interactividad, contenidos actualizables y multimedia) en el Periodismo Deportivo?

Willmar, el Líder en deportes dice:

Estoy convencido de ello. En Venezuela ese concepto está en desarrollo y en Líder estamos bajo esa línea. Llegará el momento en que la página Web y la versión impresa serán prácticamente una sola, en beneficio de los usuarios.

Allan, Internet es la vía dice:

Ves algún reto que deba afrontar un periodista deportivo con el uso de Internet?

Willmar, el Líder en deportes dice:

El principal reto es saber dónde buscar la información. Una vez superado, debe saber utilizar la herramienta sin apartarse de los conceptos éticos que rigen la profesión, que aunque esto sea un nuevo medio conserva los mismos preceptos...

Allan, Internet es la vía dice:

Bueno, tomando en cuenta que a través del Periodismo Digital la información, sobre todo la deportiva, llega primero ¿ El Periodismo Tradicional debería cambiar su dinámica de trabajo: más análisis, más entrevistas, más pronósticos, etc?

Willmar, el Líder en deportes dice:

Exactamente y esa es la línea que seguimos en Líder. No tiene sentido escribir algo que la gente ya sabe. El ir más allá de la noticia hace la diferencia.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Cree usted que el Periodismo Digital favorece para romper con los “problemas” del Periodismo Tradicional como: espacio para los contenidos o el no tener tiempo determinado para entregar la información?

Willmar, el Líder en deportes dice:

Definitivamente acaba con los problemas de espacio, pero sí tiene tiempos determinados para entregar la información. Si no fuese así, no tendría sentido. La inmediatez es vital. Para que esperar para colocar el resultado de un Caracas-Magallanes si lo puedes hacer al instante, el mundo en Internet es rápido...

Allan, Internet es la vía dice:

¿Internet Cambia la esencia del periodismo o es sólo una herramienta?

Willmar, el Líder en deportes dice:

Es una herramienta que beneficia al ejercicio del periodismo en cualquiera de sus ramas.

Allan, Internet es la vía dice:

¿Están preparados los comunicadores tradicionales para convertirse en digitales?

Willmar, el Líder en deportes dice:

No todos, pero deberían estarlo. La tecnología no debe ser un enemigo, sino el mejor aliado.

Allan, Internet es la vía dice:

Bien, Willmar, gracias por tu tiempo...

Salu2...

Willmar, el Líder en deportes dice:

ok...

Referencias Bibliográficas

- **Abreu Sojo, Carlos:** "El periodismo en Internet". Caracas. UCV, 2004
- **Alcoba López, Antonio:** Cómo hacer Periodismo Deportivo. Editorial Paraninfo. Madrid, 1993.
- **Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier y Meso, Koldo:** El periodismo electrónico. Barcelona: Editorial Ariel, 1996., pág. 127.
- **Alcoba López, Antonio:** El Periodismo Deportivo en la Sociedad Moderna. Editorial Paraninfo. Madrid, 1980.
- **Colina, Carlos:** "¿Qué clase de cibernauta somos?. Internet, telemática y telecomunicaciones". Revista Miradas Nº 5 y 6. Caracas, 1998
- **Estudio realizado por el diario El Tiempo de Bogotá:** "Perfil del periodista digital latinoamericano". Bogotá, 2004
- **Flores Vivar, Jesús Miguel:** "Ciberperiodismo, nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital". Madrid. 2001
- **Fernández, Froilán:** "Las arcas abierta de World Wide Web (II)". Caracas Diario El Nacional, (12-02-99)
- **Frascaroli, Manuel:** La Sociedad de la Información y el futuro de los diarios en Internet: hacia el establecimiento de las características como medio, en Revista Latina de Comunicación Social, Nro. 48, marzo de 2002, La Laguna, Tenerife.
- **Gargurevich, Juan:** "Géneros periodísticos". Ciespal. Quito, 2004.
- **Joyanes, Luis:** "Cibersociedad: Los restos sociales ante un nuevo mundo digital". Mc Graw Hill. España, 2000
- **Mauricio Velásquez, César:** Géneros Periodísticos. Ediciones Universidad de La Sabana. Bogotá, 2005.
- **Negroponte, Nicholas:** "El Mundo Digital. Ediciones" B.S.A. España, 2000
- **Pasqualli, Antonio:** "Bienvenido Global Village". Monte Avila. Caracas, 1998
- **Rodríguez, Cynthia:** "Masificar acceso y optimizar conexión son las necesidades urgentes de Internet", Diario El Nacional, Caracas. 1997
- **Ramonet, Ignacio:** "Apocalypse Medias". Le Monde Diplomatique, Francia. 1997.

- **Soriano, José Ignacio;** "Informática e Internet: Oportunidades de Venezuela hacia la globalización". CONATEL/OCEI/PDVSA. Maracaibo, 1997.
- **Hora de Cierre:** "Internet seguirá en manos privadas". Nro. 62. Enero/Marzo 2006.

Referencias web:

- Asociacion Mundial de Periódicos:
http://www.elpais.es/articulo/sociedad/Asociacion/Mundial/Periodicos/constata/aida/ventas/Occidente/elpporintcor/20060606elpepisoc_14/Tes/
- Sala de prensa:
GIL, Quim: "Ética y deontología periodística en la Sociedad de la Información". Sala de Prensa, Año II, Vol. 2, 1999. <http://www.saladeprensa.org/art90.htm>
- Gil, Quim (1999:a): "Diseñando el periodista digital (I)". Eb Sala de Prensa, Año II, Vol.. 2, noviembre de 1999. <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
- International Telecommunication Union:
<http://www.itu.int/home/index.html>
- AGUADO, Juan Miguel y Zamora: "El debate sobre el Comunicador Digital", (Documento de trabajo).
<http://cibersociedad.rediris.es/congreso/g24.htm>
- BILBAO LORENTE, Enero; "Las comunidades virtuales de enseñanza-aprendizaje". <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num8/eneko.html>
- CAVECOM-e; (Cámara venezolana de comercio electrónico)
<http://www.cavecom-e.org.ve>
- ECHEVERRIA, Javier; "Internet y el periodismo electrónico"
<http://www.partal.com/periodistes/Echevarria.htm>.
- CANGA Larequi, J.; Cantalapiedra González, Mª.J. y Martínez Odriozola, L; "Un nuevo medio para un nuevo siglo". Sala de Prensa. Año III, Vol. 2, 2000.
<http://www.saladeprensa.org/art133.htm>.
- Bollón, Piedad: "La prensa frente a las nuevas tecnologías". Sala de prensa, 1999. <http://www.saladeprensa.org/art35.htm>

Glosario de términos:

Blog: Un blog o bitácora, es un sitio web actualizado periódicamente, que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, y donde el autor escoge libremente el tema de sus publicaciones. Por otra parte, un blog tiene la capacidad de agregar videos y audios, además de ofrecer interacción entre los usuarios y el escritor.

Correo electrónico: Llamado también e-mail, es la dirección electrónica de un usuario en Internet. Un e-mail se compone generalmente de nombre del usuario, separado por el símbolo @ que significa "en", luego el nombre del computador, el proveedor de acceso, el tipo de institución y por último el país. El Correo Electrónico es el servicio más conocido y el más utilizado por los usuarios de Internet.

Chat: También conocido como cibercharla, es un anglicismo que usualmente se refiere a una comunicación escrita a través de Internet entre dos o más personas que se realiza instantáneamente.

Enlace: El enlace o link (en inglés), también llamado vínculo, es una referencia en un documento con hipertexto a otro documento o recurso. Combinado con una red de datos y un protocolo de acceso, se puede utilizar para acceder al recurso referenciado.

Hipertextualidad: El concepto de documento de hipertexto trata de usar documentos electrónicos que incluyen zonas activas que actúan como enlaces hacia otros documentos con información más detallada sobre un particular.

Internet: Es "la red de redes del momento", visto como un grupo de computadores conectados, de cables programas y personas, que se comunican a través de un protocolo Internet denominado IP, que permite enviar vía correo electrónico, archivos de texto e imágenes, programas y comunicar a millones de personas de todas partes del mundo en un ambiente absolutamente electrónico digital, en el que la tecnología y la inventiva son los elementos fundamentales para que todo el proceso sea posible (Mansilla; 1998).

Internauta: Nombre que recibe el usuario de Internet, también llamado cibernauta.

Interfaz: Conexión entre dos componentes hardware, entre dos aplicaciones o entre un usuario y un programa. Se le conoce también como el punto, el área, o la superficie a lo largo de la cual dos cosas de naturaleza distinta convergen. Visto desde una perspectiva de tiempo, es el lugar de la interacción, el espacio donde se desarrollan los intercambios.

Página Web: Resultado en hipertexto o hipermedia que proporciona un navegador del WWW después de obtener la información solicitada.

Periodismo Digital: Es el nuevo formato en el cual puede ser difundida una noticia a través de Internet, y que supone algunos cambios en cuanto a las formas tradicionales de hacer periodismo. Este nuevo formato es interactivo y multimedia e integra diferentes recursos como el texto, imagen, video y sonido, aplicados al concepto o implementación del periodismo impreso.

Periodismo Deportivo: Es la rama del periodismo dedicada exclusivamente al seguimiento de cualquier actividad deportiva como fuente noticiosa para los medios de comunicación: Prensa, radio, televisión e Internet.

Portal: Conjunto de páginas de Internet reunidas bajo una marca, dirección, tema, asunto o interés.

Podcasting: Son archivos de sonidos (formato mp3) que son distribuidos mediante un archivo RSS (formato usado en la web para compartir información) de manera que permita suscribir y usar un programa que los descargue para que el usuario lo escuche a través de un reproductor de audio.

Site: Sitios o páginas creadas por usuarios de Internet con el propósito de prestar algún servicio o dar alguna información de cualquier tipo.

Software: Es el al conjunto de programas y procedimientos de un computador, necesarios para hacer posible la realización de una tarea específica, en contraposición a los componentes físicos del sistema.

World Wide Web (WWW): Es actualmente lo más publicado en Internet por su fácil uso y su rapidez para dirigir al navegante al objetivo. La gran particularidad de WWW es que permite transportar multimedia con una facilidad no sospechada en ninguna otra herramienta de búsqueda en Internet. Se llama WOLD WIDE WEB porque esta conformando con una arquitectura de malla telaraña, en la cual miles de computadoras con información en todo el mundo se comunican mediante la selección de palabras contenidas en un texto consideradas de nexo a otros documentos en otro lugar del mundo.