



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

Grada Caraqueña

**Diseño y producción de una revista dirigida al público aficionado a los
equipos deportivos de la ciudad de Caracas**

Trabajo especial de grado para optar al título de Licenciado en Comunicación Social

Autora:

Roca, Yamileth

Tutor:

Terenzani, Alejandro

Caracas, diciembre de 2013

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a Dios haberme dado el ingenio y la curiosidad para escoger esta hermosa carrera y haberme iluminado y dado la capacidad para estudiarla de la mejor manera posible: en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, lo que representa un sentimiento, un orgullo y una felicidad indescriptible.

En segundo lugar agradezco a mi madre por el apoyo incondicional que ha sabido otorgarme en todas las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida, no fue fácil llegar hasta este punto, pero sé que sin ella no lo hubiese podido lograr.

También quiero agradecer a Marco Berrios, por estar pendiente de mi tesis, apoyarme, acompañarme a los juegos, involucrarse en la logística de fotografía y hasta por las chucherías para escribir sin que tuviera que levantarme mucho.

Un agradecimiento especial a mi tutor de tesis profesor Alejandro Terenzani, quien me ayudó a ir dándole forma a esta idea, me apoyó en mis momentos de dudas y me dio claridad cuando más la necesitaba.

A todos mis familiares que estuvieron pendientes, a mis amigos quienes incluso desde lejos me preguntaban cómo iba todo. En fin, a todos aquellos que incluso con una palabra de aliento hicieron su aporte para que todo este proyecto pudiera materializarse y hoy fuera posible. De corazón y como diría Cerati: “Gracias totales”.

RESUMEN

El crecimiento del deporte en la región capital de Venezuela, ha sido notorio desde la década de los noventa, cuando se expande de manera seria hacia otras disciplinas, más allá del Béisbol, todo lo concerniente al deporte en la ciudad de Caracas. Desde ese momento hasta ahora se evidencia como el deporte es cada vez más importante y como cada vez atrae a mayor cantidad de personas.

Por todo esto, este proyecto busca la creación de un medio impreso, específicamente una revista llamada Grada Caraqueña, que presente contenidos de interés para el fanático del béisbol, del fútbol, del baloncesto y/o del voleibol caraqueño, a fin de cubrir el vacío informativo que existe en cuanto a la cobertura de esta información.

Palabras claves: Caracas, béisbol, fútbol, baloncesto, voleibol, audiencia, afición, información, revista.

ABSTRACT

The growth of the sport in the capital region of Venezuela, has been known since the early nineties, when seriously expands to other disciplines, beyond baseball, everything about the sport in the city of Caracas. From then until now has been seen as the sport is becoming increasingly important as more and attracts more people.

For all these reasons, this project seeks to create a print medium, specifically a magazine called "Grada Caraqueña" submit content of interest to the baseball fan, football, basketball and / or volleyball from Caracas, to cover the information gap that exists in terms of coverage of this information.

Keywords: Caracas, baseball, football, basketball, volleyball, audience, fans, fanatic, information, magazine.

ÍNDICE

CONTENIDO	pp.
Introducción	8
Planteamiento del problema	11
Justificación	14
Objetivo general y objetivos específicos	16
Esquema conceptual	17
Marco teórico	
Capítulo I: Caracas, sucursal del “deporte”	18
1.1. Ciudad de Caracas	18
1.2. Definición del espacio geográfico, territorio y espacio físico	18
1.3. El Deporte en Caracas	19
1.4. Opciones de los aficionados: Medios impresos deportivos que circulan en la ciudad de Caracas	21
Capítulo II: El deporte colectivo en la ciudad de Caracas	23
2.1. Definición de deporte	23
2.2. Definición de deportes colectivos	25
2.3. Reseña del béisbol	27
2.3.1. Reseña de Leones del Caracas	28
2.4. Reseña del fútbol	30
2.4.1 Reseña del Caracas Fútbol Club	30

2.5. Reseña del baloncesto	33
2.5.1. Reseña de Cocodrilos de Caracas	36
2.6. Reseña del voleibol	38
2.6.1. Reseña de Mágicos del Caracas	38
Capitulo III: Diseño de una revista	40
3.1. Definición de diseño	40
3.2 Diseño de comunicación visual	41
3.3 Diseño de una revista	43
3.3.1 Definición de revista	44
Metodología	51
El proyecto: Diseño, producción y mercadeo de la revista “Grada Caraqueña”	52
El nombre	53
Slogan	54
Publicación	54
Público objetivo	56
Misión de “Grada Caraqueña”	58
Objetivos de “Grada Caraqueña”	58
Lenguaje	60
Contenidos	60
Ficha técnica de la revista “Grada Caraqueña”	60
Especificaciones de diseño	61
Distribución de contenidos de la revista “Grada Caraqueña”	70

Propuesta para el tratamiento de la información en los contenidos de la revista “Grada Caraqueña”	73
Elaboración de un plan de mercadeo para comercializar la Revista “Grada Caraqueña como medio impreso especializado”	80
Conclusiones	92
Referencias	98
Glosario	104
Anexos	107
Anexo 1	108

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas ha sido notorio el crecimiento del deporte en Venezuela, tanto a nivel individual como colectivo, pues los atletas criollos brillan cada vez más en distintos equipos deportivos en el extranjero, principalmente en las disciplinas deportivas de béisbol y fútbol, aunque también se presentan casos en otros tipos de deportes colectivos y esto se debe a la importancia que ha adquirido el deporte en el país, sobre todo a nivel social.

Esta evolución se observa también, de manera más específica, en la ciudad de Caracas, la capital de Venezuela, donde diferentes equipos de deportes colectivos que representan a la ciudad, han sabido alzarse como campeones en distintos torneos nacionales y aunque es bien sabido que la mayoría de estos equipos remontan su fundación a los años cuarenta es justamente en estas dos últimas décadas donde estos equipos se han destacado notablemente.

Este proyecto busca precisamente enfocarse en estos equipos caraqueños que, con base en su trabajo y en su crecimiento atlético y deportivo, han sabido ganarse la simpatía de cada vez más personas, en su mayoría habitantes de la ciudad de Caracas. La intención al realizar este trabajo, es destacar ese impacto social que ha realizado el deporte caraqueño en las personas que se han vuelto fanáticos de estos equipos.

Por todo esto, este trabajo especial busca mostrar la creación de un medio impreso, específicamente de una revista llamada “Grada Caraqueña” que está dirigida al público que apoya a al menos uno de los equipos deportivos de la ciudad de Caracas y por supuesto busca también destacar las diferentes actuaciones de los equipos en las distintas disciplinas en las que se desempeñan.

Así pues, “Grada Caraqueña” abarcará contenidos informativos, noticiosos y de entretenimiento para los fanáticos del deporte colectivo caraqueño, es decir el béisbol con la representación del equipo Leones del Caracas, el fútbol donde se hablará del Caracas Fútbol Club, el baloncesto con contenidos de Cocodrilos de Caracas y de voleibol donde se reseñará todo lo concerniente a los Mágicos del Caracas.

La idea fundamental de la revista “Grada Caraqueña” es que exista un medio de comunicación que englobe información de estos equipos que sea reseñada con profundidad y donde se le garantice a esos fanáticos que en cada tiraje habrá alguna información de interés concerniente a su equipo capitalino favorito, pues actualmente no se cuenta con un medio de comunicación que abarque información deportiva de la región capital y muchas veces es complicado, sobre todo para el fanático de dos o más equipos caraqueños, encontrar en un mismo medio toda la información que desea acerca de los equipos de la ciudad.

A pesar del crecimiento indiscutible en materia deportiva, como se dijo anteriormente, no existe un medio de comunicación impreso dirigido al público fanático de uno o más equipos de la ciudad, pues la información impresa se consigue a través de diarios que reseñan cualquier tipo de información deportiva tanto nacional como internacional, sin garantizar al aficionado a los equipos caraqueños que a través de estos medios pueda obtener la información que desea.

Se escogen estos deportes colectivos pues se trata de los que más afición tienen en la ciudad y justamente el medio va dirigido a complacer a esta afición; con contenido de interés de estos equipos caraqueños, con noticias, artículos, curiosidades y demás entretenimientos claves para quienes siguen a alguno o a varios de estos equipos deportivos.

“Grada Caraqueña”, se presentará de una manera fresca, con un formato práctico, fácil de transportar, sin que esto afecte la profundidad de su contenido. Además este proyecto busca en conjunto, explicar más a fondo la situación actual del abordaje de este tipo de fuente y al mismo tiempo ofrecer un medio alternativo que tratará esta fuente de una manera distinta. Este proyecto de crear un medio impreso, tipo revista, partirá de un marco teórico y metodológico cuyos resultados se desdoblaron en lo que será un medio físico, que se realiza además en un intento por responder a la demanda de un medio impreso dedicado al aficionado a los equipos deportivos de la ciudad de Caracas.

Además, se busca captar la atención del público que siente alguna simpatía por aunque sea uno de los equipos y que tal vez al encontrarse con un artículo interesante de otro equipo de la ciudad pueda sentirse atraído y así podría aumentar el número de seguidores hacia los demás equipos caraqueños. Lo que se quiere es que no existan barreras de ningún tipo, pues el deporte, en cualquiera de sus disciplinas une a todas las personas que pertenecen a una misma sociedad, el mejor ejemplo de esto es lo que ha hecho la selección nacional de fútbol, mejor conocida como la Vinotinto en la sociedad venezolana, pues sin distinción de clases, todos se unen cada vez que estos once jugadores saltan al campo de juego para disputar un partido sin importar el rival o la naturaleza del juego y justamente la creación de este medio busca que ocurra un hecho similar a éste, específicamente dentro de la sociedad caraqueña.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El crecimiento del deporte nacional venezolano es indiscutible, el país se ha vuelto más competitivo en muchas disciplinas y los atletas venezolanos han sabido representar a la nación en todo el mundo tanto individualmente, como de manera colectiva, pues las selecciones nacionales y los deportistas destacados han sabido dejar un buen sabor de boca a todos los venezolanos que se han vuelto fanáticos de sus distintas selecciones.

Lo mismo ocurre en la ciudad de Caracas, donde distintos equipos deportivos de corte colectivo han sabido abrirse paso hasta obtener un gran reconocimiento y admiración por parte de gran cantidad de personas, que no sólo forman parte geográficamente de la ciudad de Caracas, sino personas de otras regiones del país que dado el trabajo y la actuación de estos equipos han desarrollado una empatía y una admiración que desencadena una fanaticada enardecida que corea una y otra vez el nombre de algún equipo capitalino con el fin de brindarles el más grande apoyo.

Justamente se piensa en estas personas caraqueñas de nacimiento y sobre todo de corazón y también en aquellos que se encuentran residenciados en esta ciudad y que de alguna manera sienten esa afinidad por los equipos de la ciudad capital de Venezuela, para proponer el diseño y la creación de un medio de comunicación impreso, específicamente una revista, llamada “Grada Caraqueña”, que vaya dirigida a estas personas que se sienten identificadas y son seguidores fieles de estos equipos y muchas veces no pueden enterarse de datos de interés y mucho menos en un mismo medio de comunicación.

“Grada Caraqueña” reseñará información, datos importantes, artículos, galerías de fotos, curiosidades y demás temas de interés para ese fanático caraqueño de

nacimiento y/o de corazón, bien si es un fanático de béisbol, de fútbol, de baloncesto o de voleibol, de todos estos deportes o de algunos de ellos, para todos estará dirigido este medio que busca esa integración de la fanaticada caraqueña en un solo medio y que busca destacar que a pesar de sus diferencias deportivas pueden compartir todos en un mismo medio de comunicación.

Principalmente la revista abarcará contenidos cargados de béisbol caraqueño, representado por los Leones del Caracas, mucho fútbol con información del Caracas Fútbol Club, datos del buen baloncesto de Cocodrilos de Caracas y de voleibol con los recientes pero no menos importantes Mágicos del Caracas.

La idea principalmente es dar acceso a toda la información de interés en un solo medio de comunicación, es decir que el fanático de los equipos caraqueños no tenga la necesidad de consultar más de un medio para enterarse de todo el acontecer y datos de interés de sus equipos favoritos. Además, la idea es que al integrar toda esta información se pueda incluso despertar el interés de algún fanático por otro equipo deportivo de la ciudad de Caracas y por supuesto por otra disciplina por la que anteriormente no se sentía tan atraído.

Todo esto se piensa porque en la actualidad sólo existen medios impresos que tienen un esquema global de cualquier disciplina y de todos los deportes tanto en las ligas nacionales, como en las internacionales, sin que se le ponga especial atención a ninguna región, ni siquiera a la caraqueña que es donde más ha crecido el deporte, lo que puede evidenciarse en el hecho de que el Caracas Fútbol Club sea el equipo más veces campeón en las ligas nacionales de fútbol, con once títulos. El mismo título de más veces ganador, pero en béisbol lo tienen los Leones del Caracas con veinte títulos obtenidos de manera local desde su fundación y dos títulos de la serie del Caribe.

A pesar de estos logros y de posicionarse como líderes en Caracas, Venezuela y el mundo, los fanáticos sólo cuentan con información generada a través de los portales web de cada uno de estos equipos deportivos y de manera impresa sólo reciben información de los diarios deportivos tradicionales como Meridiano o Líder que sólo aportan información básica de estos equipos y que en cada publicación no hay garantía alguna de que se reseñe algún dato de interés para estos fanáticos.

Según todo esto, se plantea: ¿cómo se puede diseñar y producir una revista dirigida a los fanáticos de los equipos deportivos de la ciudad de Caracas, que ofrezca información de interés presentada al público de manera entretenida, dada la inexistencia de una publicación impresa que posea un tratamiento similar para este tipo de información?

JUSTIFICACIÓN

Actualmente en la ciudad de Caracas y en Venezuela, sólo circulan diarios deportivos impresos que poseen contenidos de cualquier deporte, muchas veces no se reseña de algún equipo sino hay una noticia realmente impactante o a veces por la cantidad de contenidos se hacen reseñas breves y sin mucho detalle. Por esta razón, aquellos seguidores de algún equipo se ven en la necesidad de recurrir a sitios web y redes sociales específicas de cada equipo para tener alguna información, sin que esta sea muchas veces oficial o confirmada.

Toda esta situación evidencia el vacío informativo que tiene el lector aficionado de los deportes, sobre todo en la ciudad de Caracas, donde todo tiende a llevarse a cabo con mucho trajín, pues no hay mucho tiempo para detenerse y revisar diario por diario, portal web por portal web, hasta encontrar la información deseada.

En todo esto y mucho más se basa la razón de realizar este proyecto, es decir el porqué de este proyecto responde a la necesidad del público fanático de los equipos de la ciudad de Caracas de tener acceso a la información concerniente a sus equipos deportivos favoritos de béisbol, fútbol, baloncesto y voleibol, en un solo lugar, en un mismo medio, sin necesidad de tener que buscar en varios medios de diferente naturaleza, incluso.

La idea es que se tenga toda la información en un solo lugar y que además pueda ser fácilmente trasladada con el lector, es decir que sea portable y fácil de movilizar y que además sea algo directo, palpable, que no dependa de conexiones a internet o de un aparato, por eso se pensó en una revista impresa con un formato práctico, porque ésta es fácil de llevar, no se deteriora tan rápido y se convertirá en el medio a través del cual el lector podrá encontrar información acerca del béisbol de los Leones del

Caracas, el fútbol del Caracas Fútbol Club, del baloncesto de Cocodrilos de Caracas y del Voleibol de Mágicos de Caracas.

En cuanto al para qué crear este medio, éste se realizará con la finalidad de dar al público fanático de todos los equipos caraqueños o de alguno de ellos, la posibilidad de acceder de manera cómoda, fácil, fresca y directa a los contenidos informativos de estos equipos deportivos. Todo esto, para que el aficionado no tenga que recurrir a los portales web, pues muchas veces no se tiene un fácil acceso a éstos o tenga que comprar un diario deportivo, donde muchas veces encontrará noticias de cualquier equipo nacional e internacional de cualquier disciplina y tal vez no encuentre información de los equipos que sigue y de los que desea informarse.

Por último y no menos importante, la creación de esta revista tiene una finalidad social, pues se busca que el fanático se acerque aún más a sus equipos deportivos favoritos y al deporte caraqueño en general, lo que tendría una repercusión positiva para la sociedad de la ciudad capital de Venezuela. Para lograr esto se buscará la participación activa del fanático en el contenido de la revista a través de distintas secciones.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar y producir una revista dirigida al público fanático de los equipos deportivos de la ciudad de Caracas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar a cada uno de los equipos de las ligas de la ciudad de Caracas.
- Determinar los contenidos de interés del público fanático de los equipos caraqueños.
- Establecer los grupos de seguidores de los diferentes equipos deportivos de la capital venezolana. (Público objetivo de la revista).
- Diseñar un plan de mercadeo para la posible comercialización y promoción de la revista.

ESQUEMA CONCEPTUAL

1. Caracas, sucursal del “deporte”

1.1 Ciudad de Caracas

1.2 Definición del espacio geográfico, territorio y espacio físico

1.3 El deporte en Caracas

1.4 Opciones de los aficionados: Medios impresos deportivos que circulan en la ciudad de Caracas

2. El deporte colectivo en la ciudad de Caracas

2.1. Definición de deporte

2.2. Definición de deportes colectivos

2.3. Reseña del béisbol.

2.3.1 Reseña de Leones del Caracas

2.4. Reseña del fútbol

2.4.1 Reseña del Caracas Fútbol Club

2.5. Reseña del baloncesto

2.5.1 Reseña de Cocodrilos de Caracas

2.6. Reseña del voleibol

2.6.1 Reseña de Mágicos del Caracas

3. Diseño de una revista

3.1 Definición de diseño

3.2 Diseño de comunicación visual

3.3 Diseño de una revista

3.3.1 Definición de revista

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

CARACAS, SUCURSAL DEL “DEPORTE”

1.1 Ciudad de Caracas

Caracas, es el nombre de la capital de la República Bolivariana de Venezuela, que además es la principal ciudad de la nación, pues en donde se encuentran ubicados la mayoría de las instituciones del gobierno y de la administración tanto pública como privada. Fue fundada por el conquistador español Diego de Losada el 25 de julio 1567, con el nombre de Santiago de León de Caracas.

“Caracas era el nombre de la tribu que habitaba el Valle de Los Caracas, uno de los valles costeros contiguos a la actual ciudad por el norte” (Noticias historiales de Venezuela, 1987) pues es justamente la zona donde se ubica la ciudad y varias teorías señalan que el “Santiago” se adquiere por el nombre del apóstol Santiago, cuya celebración es justamente el día en que se fundó la ciudad y es que Santiago era el apóstol tradicional de la reconquista española, pues era el santo militar de España. (Boletín de la Academia Nacional de la Historia, 1961)

1.2 Definición del espacio geográfico, territorio y espacio físico

Según la bibliografía mencionada anteriormente “Caracas era el nombre de la tribu que habitaba el Valle de Los Caracas, uno de los valles costeros contiguos a la actual ciudad por el norte”, que es justamente donde se ubica la ciudad, es decir en la zona centro norte costera del país.

“Caracas está enmarcada dentro de un valle del sistema de la cordillera de la Costa, separada del mar Caribe a unos 15 km por el Parque Nacional Waraira Repano, una formación montañosa considerada por los caraqueños como un emblema y pulmón vegetal de la ciudad, así como uno de sus principales atractivos.

El valle es relativamente pequeño y bastante irregular. La ciudad cuenta con una superficie de 845 km². La altitud respecto al nivel del mar varía de un punto a otro de la ciudad, entre los 870 y los 1.043 msnm en el área urbana, con 900 m en su centro histórico. El punto más elevado es el Pico Naiguatá, con 2765 msnm de altura, al que les siguen en orden decreciente el pico Oriental (2640 msnm), Galindo (2600), Las Llaves (2480), pico Occidental (2478), Goering (2460), cerro El Ávila o pico Humboldt (2159) y Santa Rosa (2150)”. (Noticias historiales de Venezuela, 1987)

1.3 El deporte en Caracas

En la ciudad siempre se ha tomado en cuenta el deporte, como un factor muy importante tanto social como económico y esto se ha ido incrementando a lo largo de los años. Por esta razón Caracas ha sido sede de los III Juegos Bolivarianos en 1951, de los VIII Juegos Centroamericanos y del Caribe en 1959, de los IX Juegos Panamericanos en 1983, de la Copa América 2007 (fútbol), de la Copa Libertadores de América, de la Copa Merconorte, de la Copa Sudamericana y de la primera edición de la Copa América de Béisbol en 2008. Éste último fue el máximo torneo de selecciones de ese deporte, organizado por la Confederación Panamericana de Béisbol (COPABE). Esta primera edición del torneo sirvió como clasificación para la Copa Mundial de Béisbol de 2009. El 4 de julio de 2008 se confirmó la celebración del primer torneo en Venezuela, sin que se haya ratificado su periodicidad. (Noticia en *La Voz del Sandinismo. Confirman celebración de Copa América de Béisbol en Venezuela.2008*)

Por si fuera poco, la ciudad fue anfitriona de la Serie del Caribe en siete ocasiones, del Campeonato FIBA Américas de 2013, del Torneo Preolímpico FIBA 2012, del Campeonato Mundial de Softbol Femenino de 2010, del Campeonato Mundial de béisbol en tres ocasiones (1944, 1945, 1953), de la Liga Mundial de Voleibol en los años: 2001, 2002, 2003, 2005, 2008, de numerosos torneos sudamericanos de baloncesto, voleibol, golf, tenis, squash y pelota vasca.

Aunado a esto, en Caracas se encuentran las sedes del Instituto Nacional de Deportes y del Comité Olímpico Venezolano, también la de las de clubes y federaciones nacionales de diversas disciplinas. Específicamente en la Avenida Rómulo Gallegos de Sebucán, en Los Dos Caminos, Municipio Sucre, se ubica el Complejo Deportivo Parque Miranda, que es una propiedad pública administrada por el Gobierno del Estado Miranda, a través del Instituto de Deportes Regional Mirandino (Idermi; en este complejo deportivo se practican numerosas disciplinas y cuenta con una capacidad para recibir a 3.500 espectadores. Así mismo en el sector oeste de la ciudad, se encuentra el Estadio Nacional "Brígido Iriarte", el más antiguo de la capital, que es considerado la cuna del atletismo y se ubica también el Complejo Deportivo Cocodrilos Sports Park donde se practican varias disciplinas para niños y adultos. (Venbaloncesto, 2010).

En este mismo orden, se debe nombrar el destacado Gimnasio José Beracasa del Parque Naciones Unidas, mejor conocido simplemente como "Parque Naciones Unidas", es un pabellón o arena de baloncesto cubierto ubicado en la Parroquia El Paraíso del Municipio Libertador de la ciudad de Caracas, en Venezuela. Es una instalación de propiedad pública administrada por el estado venezolano a través del Instituto Nacional de Deportes de Venezuela (IND), posee una capacidad aproximada para recibir a 5.000 espectadores. (Diario El Tiempo, 2010).

El Parque Naciones Unidad sirve de sede para el equipo local venezolano de baloncesto Cocodrilos de Caracas, para el equipo local de voleibol Mágicos de Caracas y para el Caracas Futsal. Todo el complejo deportivo de Naciones Unidas fue construido con motivo de la celebración en Caracas de los Juegos Panamericanos de 1983. El recinto fue bautizado en 1983 con ese nombre, en honor de José Beracasa Amrán, un reconocido deportista y dirigente venezolano que se destacó en varias disciplinas, siendo la principal el Baloncesto, presidente de la ODEPA. Antes de eso a la cancha se le conocía solo como Parque Naciones Unidas del Paraíso (Venezuelatuya, 2010).

Es bien sabido que el fútbol y el béisbol son los deportes más populares de la ciudad. por ende el equipo de béisbol de la ciudad, los Leones del Caracas, cuenta con un estadio donde se llevan a cabo los juegos del equipo como home club, éste es el Estadio Universitario de Béisbol, ubicado en las instalaciones de la Ciudad Universitaria de Caracas, el cual puede albergar hasta 25 000 espectadores.

Así mismo el equipo de fútbol de Primera División que representa a la ciudad, el Caracas Fútbol Club, juega en el Estadio Olímpico de la Universidad Central de Venezuela que contaba con una capacidad para 30.000 espectadores, pero esta fue reducida a 22.000 por la colocación de sillas con motivo de la Copa América 2007.

1.4 Opciones de los aficionados: Medios impresos deportivos que circulan en la ciudad de Caracas

Actualmente los aficionados de los equipos deportivos de la ciudad de Caracas cuentan con una limitada gama de opciones para acceder a la información concerniente a estos equipos, al menos en cuanto a medios impresos se refiere, pues sólo se encuentran los medios de circulación nacional que cuentan con un suplemento

deportivo, como es el caso de El Universal y El Nacional. Por otra parte, el Últimas Noticias, que circula específicamente en la ciudad de Caracas también cuenta con un suplemento, que aunque el periódico especifica que circula en Caracas, no cuenta sólo con información deportiva de la región capital. Igual es el caso del diario 2001 y El Mundo, que cuentan con suplementos deportivos acerca del acontecer nacional e internacional de esta fuente.

Por otro lado, se encuentran los diarios especializados en deporte como es el caso de Meridiano y Líder, ambos dedicados a cubrir única y exclusivamente la fuente de información deportiva, no sólo deportes colectivos como el béisbol, el fútbol, el baloncesto y el voleibol, los más relevantes en la ciudad de Caracas, sino de todas las disciplinas deportivas tanto individuales como colectivas, que se practican alrededor del mundo. Además reseñan información nacional de todos los equipos y atletas venezolanos e internacional con equipos deportivos de todo el mundo que sean noticia e igualmente atletas extranjeros.

Esta manera de cubrir la fuente deportiva, tan extensa, no garantiza al fanático de algún deporte de origen caraqueño, que haya información concerniente y de interés acerca de su (s) equipo (s) favorito (s), es fundamentalmente por esta razón que se decide crear Grada Caraqueña, pues hay una inexistencia notoria de un medio impreso, mucho menos una revista, práctica, fácil de movilizar que ofrezca al fanático de los equipos deportivos de la ciudad de Caracas información acerca de algún tema de interés y este es un asunto de suma importancia pues estos equipos cuentan con grandes aficiones, dadas sus distintas evoluciones, que están desatendidas en cuanto al tema de información en un medio de comunicación.

CAPÍTULO II

EL DEPORTE COLECTIVO EN LA CIUDAD DE CARACAS

2.1 Definición de deporte

Para hablar de deportes colectivos en la ciudad de Caracas, es necesario empezar hablando acerca del deporte como tal que, “según los filólogos hacen provenir la palabra “deporte”, que aparece en textos castellanos y catalanes de finales del siglo XIV y de principios del XV, del vocablo “deportarse”, divertirse, y éste a su vez, del latino “deportare”, voz que originariamente expresaba la acción de pasar la puerta de la ciudad, salir al campo y entregarse a la acción. Otros le atribuyen un origen provenzal y la derivan de la expresión estar “de portu”, utilizada por los marineros, y con la que se referían a las temporadas libres que pasaban en el puerto y en que se entregaban a la diversión, con lo que se explica que viniera a significar diversión con carácter ruidoso. Sea como fuere, la palabra cae en desuso en España a principios del siglo XVIII, y no reaparece hasta principios del XX, como traducción del vocablo inglés “sport”, hijo a su vez del “déport” francés, de origen latino este último, como el “deporte” español. Adquiere entonces el significado moderno que le relaciona con una actividad física realizada con fines recreativos”, (todo esto según una publicación en el año 2007 del sitio web Mundo Deporte).

Más allá de los diferentes orígenes que puedan atribuirse al vocablo, es importante enfocarse en el significado del Deporte, como actividad, por esto se recurre a la Enciclopedia del Deporte, de Antonio Alcoba López, que hace referencias a distintos pensamientos relevantes para definir el deporte, estos son: “Giradoux: ‘El deporte es el esperanto de todas las razas’; ‘El deporte es una carrera hacia la limpieza’ y ‘El deporte delega en el cuerpo algunas de las virtudes más fuertes del alma: la energía, la audacia, la paciencia’. Pío Baroja, refiriéndose a los hijos de la Gran Bretaña,

señaló: ‘... tomar el ‘sport’ como una cosa seria, importante y divertida’, o como expresó Papini: ‘El deporte es la adoración del cuerpo.’ ”.

En todos estos pensamientos se evidencia como en distintas partes del mundo el deporte, manifiesta significados diferentes, pero positivos para cualquier sociedad, todos referidos a educación, a la evolución de la sociedad y del ser humano como una persona sana, llena de energía y que conserva su cuerpo tanto física como espiritualmente. Por su parte, Pio Baroja en su pensamiento sugiere que se trata de algo con connotación “divertida” pues más allá de que el deporte sea algo que conlleva responsabilidades y cuya función principal es la conservación del cuerpo, también puede verse como algo para el disfrute y el bienestar del cuerpo, se puede concluir entonces que se trata de una actividad completa que otorga salud tanto física como mental.

Ahora bien, Antonio Alcoba en su publicación Enciclopedia del Deporte apuesta a darle un giro más actual a la definición de deporte, que se adecúe aún más a la situación presente en cuanto a lo que significa el vocablo deporte como tal, por esto sugiere que el “Deporte es la actividad física individual o colectiva, practicada en forma competitiva” (Alcoba, A. 2001). En esta definición se introduce una frase más que le da forma a lo que es el deporte en sí actualmente, “practicada en forma competitiva” y es que el deporte en este momento es sinónimo de competencia también, pues los atletas hacen un gran esfuerzo para ser exitosos y llegar a ser los mejores en las disciplinas que practiquen.

2.2 Definición de deportes colectivos

El autor Alcoba también destaca otra palabra de interés en su intento por definir el deporte tal como se aprecia en el siglo presente y es cuando dice “colectiva” y aquí vale la pena detenerse, pues de esto justamente se trata este proyecto, de hablar acerca de los equipos de deporte colectivo. Ahora bien, antes de adentrarse más en detalle en este tema, es requerido definir ahora lo que es el deporte colectivo.

Para esto, es necesario observar con detenimiento el fragmento extraído del documento elaborado por la UNESCO, titulado “**Recomendaciones a favor del deporte para todos**”, que expone: “El deporte para todos es uno de los aspectos y a la vez uno de los elementos del desarrollo sociocultural. Es un medio de ocupación de los tiempos de ocio. Asegura a cada uno su desarrollo físico y mental, le procura un equilibrio dinámico y satisfactorio, la salud. Le ayuda a satisfacer sus necesidades de participación (*integración en el medio, ejercicio de responsabilidad*), de comunicación (*relaciones humanas*) y de expresión. Le permite, finalmente, asumir mejor sus obligaciones profesionales y su tarea social”. (*Recomendaciones a favor del deporte para todos*, UNESCO 1999).

Este fragmento de dicho documento, refleja de manera clara los beneficios de la práctica del deporte, en cuanto a salud física y mental, responsabilidad y demás beneficios que desencadenan una mejora para la sociedad. Además, es importante resaltar como la actividad deportiva en colectivo también beneficia el estado físico y la interrelación entre los atletas participantes, pues se toma el deporte más como un juego y como una actividad recreacional. Además, hay otro aspecto a resaltar y es que siempre se practica de manera competitiva y genera la unión y el apego entre los miembros de un mismo equipo, pues es necesario que se consoliden y se entiendan armoniosamente para competir contra otro equipo conformado de igual manera, con el mismo número de integrantes, que será su contrincante.

Así pues, “La actividad física colectiva no puede practicarse sin la existencia de dos equipos, por requerir, para que el juego pueda producirse, la confrontación de dos grupos por la disputa de la victoria, dentro de las reglas que delimitan el desarrollo del juego o deporte. Esta situación aporta nuevos aspectos positivos, ya que el deportista no puede desatender su responsabilidad de ser parte del juego y dejar que sean sus compañeros de equipo quienes realicen todo el esfuerzo” esto también lo señala Antonio Alcoba en su Enciclopedia del Deporte.

Esto justifica lo dicho anteriormente de la hermandad que reina en un equipo de deporte colectivo, pues es necesario que estén completamente engranados todos los participantes, para que cada uno tenga claro su función en el equipo y se trabaje en completa armonía y de la mejor manera posible, para así asegurar la mayor cantidad de triunfos posibles en cada partido disputado, sin importar que deporte colectivo sea el que se practique.

“El origen de los juegos deportivos colectivos se encuentra en las sociedades primitivas. Numerosos juegos de balón forman parte del patrimonio cultural de cada civilización y constituyen la prehistoria de los actuales juegos deportivos colectivos. En el siglo XIX a. de C. los chinos jugaban al *tsu-chu*; los árabes jugaban al *koura*; en el norte de América jugaban al *skinny*; los abisinios practicaban un juego con el mazo (antepasado de la *crosse* de la Edad Media y del hockey moderno). En el siglo X a. de C., en Japón, el *kemari* constituye el antepasado del fútbol moderno. Los incas, en el siglo VII a. de C., practicaban un juego semejante al baloncesto, el *pok a pok*; los helenos y romanos poseían diferentes juegos como el *epyskiros*, el *harpastum* y el *follis* (que recuerda al *rugby*). Todos estos juegos que han sido practicados por las civilizaciones primitivas, han ido evolucionando hasta constituir los juegos deportivos modernos que practicamos en la actualidad.” Así se expone en la obra *Metodología de la enseñanza del fútbol*, (Ardá, A. y Casal, C. 2007).

Existen numerosos deportes colectivos, sin embargo en este proyecto se tomará en cuenta el béisbol, el fútbol, el baloncesto y el voleibol, pues son estos los deportes colectivos más relevantes en la región capital, que es la de interés en la presente monografía y en el proyecto en sí.

2.3 Reseña del béisbol.

Se comenzará hablando de béisbol, pues éste fue el primer deporte colectivo nacido y practicado en la ciudad de Caracas, de los que se mencionaron anteriormente. Una leyenda popular cuenta que Abner Doubleday, quien llegó a ser oficial del Ejército de la Unión durante la Guerra Civil estadounidense (1861-1865), inventó el béisbol en Cooperstown (Nueva York) en 1839. Aunque no existe en la actualidad ningún apoyo para este mito; el Salón de la Fama y Museo Nacional de Béisbol se encuentran ubicados en Cooperstown.

Está claro que el béisbol moderno se desarrolló en Estados Unidos, aunque el origen exacto del juego es difícil de determinar, lo que se sabe es que se jugó principalmente en la ciudad de Nueva York, pues incluso llegó a llamarse el “New York game” o en español “el juego de Nueva York”, éste se popularizó durante la guerra civil estadounidense, cuando los miles de soldados de la Unión, que venían de la ciudad de Nueva York, lo practicaban en los lugares por donde viajaban. Al finalizar la guerra en 1865, el juego se había convertido en la variedad más popular de béisbol en todo el país. Poco después, el nombre de “New York Game” desapareció y se llamó simplemente béisbol. (Todo esto según el sitio sobre los orígenes del béisbol: www.origenesdelbeisbol.com)

2.3.1 Reseña de Leones del Caracas

Por otro lado, en Venezuela no hay extensa documentación respecto al origen del béisbol para esta región, sin embargo la mayoría de las versiones afirman que en la década de 1890, llegaron al país algunos estudiantes venezolanos provenientes de universidades en los Estados Unidos, que volvieron con bates, guantes, pelotas y otros implementos, para la práctica del deporte, iniciando en la actividad a sus conocidos entre las clases sociales altas de Caracas. En mayo de 1895 los hermanos Amenodoro, Emilio, Gustavo y Augusto Franklin, establecieron el primer club de béisbol organizado del país, el "Caracas B.B.C.". El club se formó entre aquellos que practicaban en un campo abierto frente a la antigua estación de tren de Quebrada Honda que posteriormente fue bautizado "Campo de Ejercicios del Caracas Baseball Club". (Todo esto según el blog: www.beisblog.net).

El primer juego oficial de béisbol en Venezuela se realizó el 23 de mayo de 1895 siendo el evento reseñado en el diario El Tiempo. Se enfrentaron para el evento de exhibición los dos equipos del Caracas B.B.C., "Rojos" y "Azules"; éste último, dirigido por Amenodoro Franklin, ganó con marcador de 28 carreras contra 19. Entre los jugadores se encontraban algunos venezolanos que habían estudiado en los Estados Unidos, y Emilio Gramer junto con los hermanos Manuel y Joaquín González, quienes eran cubanos residentes en Venezuela.

Posteriormente comenzaron a aparecer otros clubes, principalmente en Caracas, que se denominaban de acuerdo a la urbanización o barrio del que provenían, tales fueron los casos de los equipos San Bernardino, Los Samanes y Vargas. (Según el blog: www.beisblog.net).

Sin embargo, no fue sino hasta 1942 que Caracas que vio nacer su primer equipo de Béisbol, bajo el nombre de Cervecería Caracas BBC: "El domingo 10 de mayo,

hizo su estreno el equipo Cervecería Caracas en el campeonato nacional de segunda división. Esa mañana vencieron 7 a 3 en el parque de San Agustín a Los Criollos de Puerto Cabello” (sitio web oficial del equipo: www.leones.com)

En el mismo sitio web se encuentra información detallada acerca de la crisis económica que vive el equipo en los años cincuenta, que impulsa a su directiva a venderlo “con franquicia y todo”. Además se habla del cambio de nombre o mejor dicho de la supresión de la palabra Cervecería y dejar el equipo sólo como Caracas BBC, que pasa a ser el nombre legal que aún conserva el equipo. Este nombre lo adquiere a partir de 1952, cuando comienza a conocerse mejor como Leones del Caracas. A partir de allí han ido cosechando una cantidad de victorias en la Liga Venezolana de Béisbol Profesional, popularmente conocida como la LVBP y en instancias internacionales, han llegado a obtener a través de estos setenta y un años de fundación una cantidad de veinte títulos locales en la LVBP, dos títulos en la Serie del Caribe y un título en la Serie Interamericana, lo que lo convierte en el equipo de béisbol de la LVBP con más títulos acumulados a lo largo de todos estos años.

El hablar de este equipo será una base para el primer número de la revista “Grada Caraqueña”, pues actualmente se desarrolla la temporada de Béisbol profesional en Venezuela, por ende es uno de los que brinda mayor cantidad de información y le otorga novedad a la revista, esto no quiere decir que no habrá información de los demás equipos considerados para el proyecto, sólo que el concepto de la revista es que cada mes sea publicado un número especial dedicado a uno de los equipos, con suplementos de los demás equipos caraqueños, esto se hará para buscar justamente que cada afición se sienta especial, tomada en cuenta e identificada con la revista y además vayan poco a poco adquiriendo información y conocimientos concernientes a los demás equipos, la idea es despertar poco a poco el interés de cada fanático por el resto de los equipos de Caracas, si es que aún no lo posee.

2.4 Reseña del fútbol

Es pertinente en un principio hablar brevemente acerca del origen de lo que hoy se conoce como fútbol

“El fútbol, tal y como se conoce actualmente, inicia su desarrollo en Inglaterra. Las primeras ‘Leyes del fútbol en la forma en que se juega en la Escuela de Rugby’, (un primer bosquejo de reglas en las que se permitían a ciertos jugadores, bajo ciertas condiciones concretas, llevar el balón con las manos) fueron resultado de una asamblea de los chicos de sexto año en 1845, y que fueron posteriormente sancionadas en 1846 por una asamblea de toda la escuela (Barbero, 1993). Los alumnos de la Rugby School llevaron consigo este recién constituido juego a Oxford y Cambridge; fue en el Trinity College de esta última universidad, en el año 1846 y después de largas discusiones, donde un conjunto de directivos y estudiantes de diversos centros educativos de la nación elaboraron el ‘primer código de fútbol’ (*Enciclopedia Mundial del Fútbol*, 1981). Este código deslindaba los dos posibles tipos de juego: el de manos-pies por una parte, fomentado fundamentalmente por Rugby, y el de sólo pies –denominado soccer- por otra, perfilando así la escisión entre los grandes juegos herederos de la vieja tradición de perseguir un balón (Polo del Barrio, 1985)”. Todo esto se expresa en la obra *Metodología de la enseñanza del fútbol*, (Ardá, A. y Casal, C. 2007).

2.4.1 Reseña del Caracas Fútbol Club

El fútbol llegó a Venezuela, al igual como a muchos países del mundo con los ingleses, quienes con el deseo de explotar la minería y el caucho por los altos del río Orinoco se entretenían jugando con un balón, en los peladeros de la zona, en los pocos ratos libres de su dura existencia, sobre finales del siglo XIX.

Esa información fue ratificada en 1876 por "El Correo del Yuruari", publicación semanal del estado Bolívar, que el 16 julio de publicó una nota periodística en la cual daba cuenta de una exhibición de "un sport llamado foot-ball" con motivo de la celebración del Día de la Virgen del Carmen, en el Caratal, ubicada muy cerca de la mina "Perú" en El Callao. (<http://forovintinto.forospanish.com/>)

Este primer encuentro de fútbol del cual se tiene noticia, hasta la fecha, en Venezuela, fue organizado por un maestro galés de nombre A.W. Simpson, quien trabajaba para las compañías explotadoras del oro en la región con la participación de trabajadores ingleses, franceses y trinitarios. El resultado no se supo nunca, lo importante es que para la historia, ese fue el primer encuentro de fútbol en Venezuela.

Posteriormente, el fútbol se radicó en la ciudad de Caracas donde comenzaron a conformarse los primeros equipos en 1902, posteriormente, inmigrantes de diversas naciones europeas, principalmente Portugal, España e Italia, crearon el primer torneo profesional de fútbol venezolano con seis equipos: Universidad, La Salle, Banco Obrero, Deportivo Español, Catalonia y Deportivo Vasco.

A partir de 1920 se empezaron a organizar los primeros campeonatos en Caracas con una gran cantidad de equipos de poca duración, como el Arizona, Nacional City, Filadelfia, New Orleans, Centro Atlético, Caracas SC, Olímpico y el América. . (Todo esto según el artículo *Historia del Fútbol Venezolano* disponible en: <http://forovintinto.forospanish.com/>)

Para el año 1922 se une el Venezoleo que fue fundado en 1920 y para 1923 se incorporan oncenas de La Guaira y Los Teques, tales como el Vargas (Maiquetía), el Royal (La Guaira) y el colegio San José de Los Teques. El crecimiento de equipos sin nivel de categoría y la dificultad para organizar los encuentros oficiales conlleva a crear el "Alto Tribunal de Foot Ball". (www.federacionvenezolanadefutbol.org)

El auge del fútbol en Caracas motivó a los dirigentes del “Alto Tribunal de Honor” y de los equipos capitalinos a la conformación de la Federación Nacional de Fútbol en 1925, pero la falta de una estructura organizativa llevó a desaparecer a la Federación Nacional y esta dio paso a la Liga Venezolana de fútbol en 1932, la cual funcionó hasta finales de 1938. Para 1939 se nombra la Asociación Nacional de Fútbol. En 1951 se inicia el nuevo cambio organizativo del balompié nacional y se constituye la actual Federación Venezolana de Fútbol la cual recibe el reconocimiento de la FIFA y el Comité Olímpico Venezolano a finales del mes de noviembre. (Historia, Federación Venezolana de Fútbol, disponible en: www.federacionvenezolanadefutbol.org).

Así pues, luego de numerosos intentos y de la creación de muchos equipos no profesionales, también en la ciudad de Caracas, se crea un equipo oficial en el año 1984, según el portal web oficial del Caracas Fútbol Club, este primer equipo se crea con el nombre de “Yamaha”, sin embargo ese mismo año pasa a llamarse “Caracas-Yamaha” y se procede a su ingreso en la segunda división del fútbol profesional venezolano, al igual que el Caracas BBC, luego de su cambio de nombre, fueron campeones en su primera temporada como Caracas-Yamaha. (Sitio web oficial del Caracas Fútbol Club, disponible en: <http://www.caracasfutbolclub.com/>).

En 1987, luego de su ascenso a primera división, el equipo pasa a llamarse “Caracas Fútbol Club”, nombre con el que es conocido actualmente. Para el comienzo de los noventa, el Caracas enfrentó distintas vicisitudes que terminaron con la negociación que permitió que la Organización Cocodrilos de Caracas, asumiera la responsabilidad del plantel, lo que marcó el inicio de la “Nueva Era” del Caracas, a partir de allí se habla incluso de la “época dorada” de Caracas Fútbol Club, pues desde 1991 empezaron a conquistar campeonatos profesionales.

“Hasta la fecha, el Caracas FC ha conquistado once campeonatos en el Torneo Local, además de haber participado en 10 Copas Libertadores, la más exitosa la del año 2009, en la que el Caracas FC logró llegar hasta los cuartos de final. Además, tiene dos participaciones en pre-libertadores, dos en Copa Merconorte, una Conmebol y Copa Nissan Suramericana; un currículum que avala su exitosa trayectoria y lo ratifica como el club más grande en la historia de nuestro balompié”. (Sitio web oficial del Caracas Fútbol Club, disponible en: <http://www.caracasfutbolclub.com/>).

Toda esta información mencionada anteriormente, deja claro lo que significa este equipo deportivo para el fútbol nacional y por supuesto para la ciudad de Caracas y toda su particular fanaticada que han apoyado a este, su equipo, desde sus inicios y que han crecido tanto como lo ha hecho el equipo en cuanto a logros y reconocimientos por su trabajo.

Este es justamente el tema que se quiere resaltar en el proyecto de la creación de la revista “Grada Caraqueña”, el crecimiento del apoyo hacia los Rojos del Ávila, como se conoce también al equipo de fútbol de la capital y por supuesto los logros del mismo. Este será el segundo equipo más reseñado dentro de la revista, pues también actualmente se disputa tanto el Torneo Apertura como la Copa Venezuela, ambos torneos nacionales.

2.5. Reseña del baloncesto

El periodista argentino Estanislao Villanueva dijo: “El Básquetbol es el hijo del frío, pues Naismith lo modeló para que sus muchachos escapasen de las nevadas refugiándose en algo que debía ser dinámico, fluido, atrayente, original y equipista. Entonces surgió la idea de las cestas de manzanas en las que se embocase la pelota; la

pelota, ese utensilio que mueve y conmueve a todos los seres del mundo, especialmente cuando son niños”.

Según el texto *El básquetbol de ayer, de hoy y de siempre. Un aporte para el conocimiento del deporte* de Gustavo A. Viglione, este deporte “hijo del frío” nace en 1891, cuando el profesor canadiense James Naismith elaboró un juego para ocupar la atención de los estudiantes del colegio de Springfield, que eran tildados de incorregibles, por su comportamiento. Además, el decano del colegio, el Dr. Gulick, le sugirió, que estudiara la creación de un deporte, juego u otra actividad que modificara la situación de la falta de interés que amenazaba a todo el campo de la educación física durante los meses de invierno.

Así pues el esquema de alternativas de Naismith, lo llevaron a crear un deporte que se diferenciara de algunos rasgos que tenían otros deportes. De esta manera, Naismith pensó que era imprescindible eliminar no sólo los goles y las líneas de gol, sino también el correr con la pelota en la mano y los tacklets, entre otras características que observaba en otros deportes ya establecidos.

Luego de esas consideraciones, se puede decir sin lugar a duda que el canadiense lo consiguió, pues el Baloncesto es un deporte que se diferencia bastante de lo que es el fútbol y el béisbol, de los que ya se ha hablado. Este deporte continuó evolucionando a medida que se iba practicando alrededor del mundo, ejemplo de esto es que en 1898 se prohibió que el jugador pudiera dar más de un paso con el balón agarrado con ambas manos. Esto provocó una mejoría en la técnica individual, surgiendo así el drible o regate, por la naturaleza del balón que hacía posible el rebote y además se impuso como regla el hecho de que sólo fueran cinco jugadores en cancha por equipo.

Así pues, se puede decir que con el paso de los años las reglas del baloncesto han sufrido sustanciales innovaciones con objeto de dar mayor espectacularidad y agilidad al juego. Sus fundamentos, no obstante, permanecen invariables; el objetivo de cada equipo, compuesto de cinco jugadores en el campo, es introducir el balón en el cesto del equipo contrario y evitar que el otro equipo obtenga la posesión del balón o marque.

Luego del año 1898, el juego se extendió rápidamente por Estados Unidos, Canadá y otras partes del mundo, jugado tanto por hombres como por mujeres; también llegó a ser un popular deporte informal al aire libre. Los soldados estadounidenses participantes en la II Guerra Mundial popularizaron el deporte en muchos otros países. (Encarta, 2007)

Además, un gran número de colegios universitarios estadounidenses adoptaron el juego entre 1893 y 1895. La primera liga profesional, la National Basketball League, se formó en 1898 para proteger de la explotación a los jugadores y promover un juego menos duro. Aunque sólo estuvo vigente durante cinco años su desaparición propició un número de ligas inconexas en el noreste de Estados Unidos. Uno de los primeros y más grandes equipos profesionales fue el Original Celtics, organizado en 1915 en la ciudad de Nueva York; jugaron 150 partidos por temporada y dominaron hasta 1936. Los Harlem Globetrotters, grupo que se fundó en 1927, un notable equipo de exhibición, se especializó en juegos divertidos y malabarismos en el manejo de la pelota. En 1949 dos ligas profesionales posteriores, la National Basketball League (formada en 1937) y la Basketball Association of America (1946) se unieron para crear la tan conocida actualmente: National Basketball Association (NBA) que es la máxima exponente de este deporte a nivel mundial. (Encarta 2007).

2.5.1 Reseña de Cocodrilos de Caracas

Por su parte en Venezuela, ya para el año 1920 se practicaba baloncesto, aunque no de manera profesional. Para los años 30, ya el baloncesto abarcaba casi en su totalidad la zona centro-occidental del país y con la formación de equipos, le dio paso a los primeros intercambios amistosos, hasta que en 1935, se fundó en Caracas la Asociación de Basketball Amateur, a pesar que el campeonato fue nombrado inicialmente como “Nacional” por la inclusión de conjuntos provenientes del interior, se conformaba en su mayoría equipos Caraqueños como: Beverly Hills, Maccabi, Montañeses, Silka y Ávila.

Don José Beracasa, nombre que lleva actualmente el parque de las Naciones Unidas en su honor, había participado con el equipo Alacranes de Maccabi en los campeonatos nacionales de esa época y fundó la Federación Venezolana de Baloncesto (FVB), ejerciendo además el cargo de presidente de la institución durante varios años. Sin embargo, no fue sino hasta el año de 1948 cuando se organiza en Caracas un verdadero Campeonato Nacional, con la participación de 8 estados venezolanos, a partir de ese momento cada año se continuó realizando estas competencias alrededor de todo el país. Para el año de 1961, bajo la organización del Instituto Nacional de Deportes (IND), se llevan a cabo en Caracas los I Juegos Deportivos Nacionales, llegando a ser más aplaudido el Baloncesto que otras disciplinas que eran más populares para la época como el Béisbol y el Boxeo. (*Historia del Baloncesto en Venezuela*, Vigi, P. 2011, disponible en: <http://es.scribd.com/>)

Sin embargo, aunque se siguió practicando el baloncesto, tuvo un bajón sobre todo en la década de los setenta, esta baja de popularidad ocurrió directamente en la NBA, lo que afectó un poco a Venezuela. Luego de esta etapa, el baloncesto alcanzó revuelo, se cree que por las estrellas de la NBA que empezaron a hacer brillar este

deporte hasta incrementar su popularidad, algunos de estos jugadores emblemáticos fueron: Larry Bird de los Boston Celtics y a Earvin Magic Johnson, de Los Angeles Lakers, a ellos se les atribuye haber transmitido emoción en la liga gracias a su gran habilidad y a su rivalidad durante la década. A finales de la década de 1980, Michael Jordan de los Chicago Bulls ascendió a la categoría de estrella y ayudó a su equipo a dominar la NBA a comienzos de la década de los 1990. (*Historia del Baloncesto en Venezuela*, Vigi, P. 2011, disponible en: <http://es.scribd.com/>)

Todo este talento deslumbró y le dio un mayor atractivo al deporte no sólo en Estados Unidos, ni en la NBA, sino en todo el mundo y Venezuela no fue una excepción, tanto así que en 1990, luego de muchos tropiezos, se establece formalmente el equipo Cocodrilos de Caracas, que forma parte a partir de ese año de la Organización Cocodrilos de Caracas y que desde ese momento comienza a representar a la capital de Venezuela en diversos torneos.

Desde el mismo año de su creación Cocodrilos, el equipo saurio, como también se le conoce, comienza a formar parte de la Liga Profesional de Baloncesto (LPB) y desde ese momento hasta ahora han conseguido acumular cinco campeonatos, seis sub-campeonatos y en cuanto a torneos internacionales, han representado a la ciudad diez veces en el Suramericano de Clubes y dos veces en la Liga de las Américas.

Este será en “Grada Caraqueña” el tercer equipo más destacado, pues uno de esos campeonatos logrados, fue en el año en curso (2013), después de tener tres años sin alzarse como los campeones absolutos. Esto será ampliamente reconocido dentro de la revista, dada la relevancia de obtener el máximo título en la Liga Profesional de Baloncesto, aun cuando actualmente no se encuentren activos en alguna competencia.

2.6 Reseña del voleibol

“Vóleibol” –del vocablo inglés *volley-ball*- significa literalmente “pelota de voleo” o “pelota que vuela”

“Una indicación común, que se encuentra expresada en todos los deportes de equipo, es el alto grado de tensión psíquica de la “lucha competitiva” que, en condiciones de fuerza diversa de los adversarios, se manifiesta con particular dramatismo en los momentos culminantes. A este respecto el voleibol, aunque se caracterice por un alto grado de intensidad, excluye casi continuamente las exigencias de la carrera de alta intensidad, que es característica del fútbol y del básquetbol. En nuestro caso, los desplazamientos se verifican sobre todo en el cuadrado del campo de juego, de nueve metros por nueve metros, y más raramente fuera”. (*Voleibol: técnica, táctica y entrenamiento*, Andrei V. Ivoilov, 1986)

El fragmento citado anteriormente expresa de manera clara una diferencia notoria del Voleibol con respecto a los demás equipos de los que se ha hablado anteriormente a lo largo de este capítulo, sin embargo todos estas disciplinas de deportes colectivos han sabido hacer vida en la misma ciudad, en Caracas y el Voleibol no se quedó atrás, aunque es el equipo de más reciente fundación los “Mágicos del Caracas” han sabido ganarse un lugar en la ciudad y en la Liga Venezolana de Voleibol.

2.6.1 Reseña de Mágicos del Caracas

Mágicos de Caracas fue fundado en 2011 y desde este mismo año forma parte de la Liga Venezolana de Voleibol, a pesar de no poseer larga data, dado su poco tiempo de fundación y su poca acumulación de triunfos, éste es el vivo ejemplo de como el deporte sigue calando en la sociedad caraqueña, pues la reciente creación de un nuevo

equipo deportivo evidencia esa importancia que ha adquirido el deporte colectivo en la ciudad de Caracas.

El contenido de “Grada Caraqueña” buscará resaltar justamente la importancia, relevancia y vigencia que Mágicos del Caracas le otorga al deporte de equipo en la ciudad capital de Venezuela, a través de su creación y evolución, a pesar de no encontrarse, al igual que Cocodrilos de Caracas, actualmente en competencia.

En general el contenido de la revista “Grada Caraqueña” se enfocará en los cuatro deportes y equipos que se reseñaron anteriormente, además contará con información sobre los jugadores de los equipos, datos históricos, curiosidades e información que los mismos lectores generarán. Todo esto con el fin de captar el interés de todo aquel aficionado a al menos uno de estos deportes.

Esto no significa que “Grada Caraqueña” se limitará por siempre a estos cuatro equipos, pues la idea es crecer a medida que crezca el deporte en la ciudad, por esto en un futuro próximo existe la posibilidad de que “Grada Caraqueña” reseñe otros equipos de carácter deportivo caraqueño, como por ejemplo: el fútbol sala, equipos deportivos femeninos caraqueños, e incluso atletas oriundos de la ciudad de Caracas que se destaquen en cualquier disciplina deportiva.

Esto se realizará con el propósito de que cada persona aficionada a algún deporte caraqueño, se identifique con la revista y haga de éste su medio por excelencia para informarse acerca de sus equipos o atletas favoritos y tener una especie de vínculo que le permita ser partícipe directo y activo en la fanaticada de su equipo. La intención es que el aficionado se sienta tomado en cuenta y éste es justamente el escenario que “Grada Caraqueña” busca ser para su público. Además el incorporar progresivamente en su contenido otros equipos y atletas caraqueños le da vigencia, dinamismo y permite que la revista no se estanque, se vuelva pesada o monótona.

CAPÍTULO III

DISEÑO DE UNA REVISTA

3.1 Definición de Diseño

“El diseño es el método de juntar la forma y el contenido. El diseño es simple, por eso es tan complicado” (Paul Rand disponible en: <http://www.paul-rand.com>)

En este capítulo se hará mención al diseño de la revista “Grada Caraqueña”, esto es muy importante pues forma parte del objetivo principal para desarrollar el proyecto, se comenzará entonces a hablar de Diseño de Comunicación Visual:

“El significado del término ‘diseño de comunicación visual’ está sujeto a una larga serie de interpretaciones. Las diversas definiciones que el término ‘diseño’ tiene en nuestro lenguaje cotidiano han contribuido a la falta de precisión con que se percibe el perfil del diseñador de comunicación visual. El diseño en general es entendido como el producto físico derivado de la actividad, pero la actividad misma es ignorada” esto se expone en la obra *El diseño de comunicación*, (Frascara J. 2006).

Asimismo, Frascara dice que: “Diseñar es coordinar una larga lista de factores humanos y técnicos, trasladar lo invisibles en visible, y comunicar. Diseñar implica evaluar, implementar conocimientos, generar nuevos conocimientos, y usar la experiencia para guiar la toma de decisiones. En este libro la palabra ‘diseño’ se usará para referirse al proceso de concebir, programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos –normalmente textuales y visuales- con miras a la realización de productos destinados a producir comunicaciones visuales. La palabra ‘diseño’ se usará también en relación con los objetos creados por esa actividad. Diseñar implica planificar para obtener un propósito específico perseguido”

Luego de leer estos fragmentos de la obra del autor Jorge Frascara y la frase Paul Rand, con la que se inició el capítulo, se puede inferir entonces que el diseño actualmente, significa más para el diseñador, que para el público, pues el público sólo aprecia la obra final como tal, mientras que para el diseñador, la sola actividad de diseñar va ligada al producto, es decir el diseño es lo que permite el producto final. Además gracias al diseño se puede analizar cada paso posible para la concepción de un producto que logre la comunicación como resultado final.

3.2 Diseño de Comunicación Visual

Ahora bien, al hablar de comunicación visual es necesario revisar lo que dice Bruno Munari en su texto *Diseño de Comunicación Visual*: “la comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos, desde una planta hasta las nubes que se mueven en el cielo. Cada una de estas imágenes tiene un valor distinto, según el contexto en que están insertadas”. Munari también nos dice que la comunicación visual puede ser casual o intencional. Una comunicación casual es toda aquella que se nos presenta sin ninguna intención, es decir todo lo que sucede de manera espontánea y que no tiene un mensaje concreto dado por un emisor específico. Por ejemplo el movimiento de las ramas de un árbol a causa del viento; esto nos puede mandar una infinidad de mensajes sin embargo esta acción no sucedió para darnos un mensaje concreto, ni tampoco fue manipulada por un emisor para que sucediera. Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe. (Munari, B. 1985)

Al contrario de la comunicación casual, la comunicación intencional puede, a su vez, ser examinada por dos aspectos: El de la información estética y el de la información práctica.

Una información práctica puede decirse que no toma en cuenta la estética sino la funcionalidad, como una señal de tránsito, un dibujo técnico, etc.

Por información estética se entiende que está estructurada por líneas armónicas que nos dan una forma adecuada y hace que el mensaje funcional, también sea agradable a la vista.

Se puede decir que un mensaje que busque comunicar, que sea funcional y estético al mismo tiempo, será mejor captado por el receptor.

La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de todos los mensajes a los que estamos expuestos por medio de nuestros sentidos (sonoros, térmicos, dinámicos, entre otros). (Munari, B. 1985)

Un emisor emite mensajes y un receptor los recibe, pero hay que tener en cuenta que el receptor se encuentra en un ambiente lleno de interferencias, que pueden alterar o incluso anular el mensaje.

Si por el contrario el mensaje llega correctamente al receptor, este se va a encontrar con otros obstáculos. Cada receptor tiene lo que puede llamarse filtros a través de los cuales pasa el mensaje para que sea recibido. Estos filtros son: Sensoriales, Operativo o dependiente de las características constitucionales del receptor y el Cultural. (Munari, B. 1985).

La obra de Munari de Diseño y Comunicación visual, citada anteriormente aclara un poco más lo necesario para realizar un diseño de comunicación visual eficiente, que es uno de los objetivos principales de este proyecto, ahora se sabe que hay que elaborar el mensaje con funcionalidad, es decir que se exprese claramente lo que se desea transmitir, pero sin dejar de lado la estética, que es vital en la efectividad del

diseño de comunicación visual, sobre todo en el caso de este proyecto que busca producir un medio de comunicación impreso, específicamente una revista.

En este mismo orden, en la obra *El diseño de comunicación*, el autor destaca que: “Todo diseño de comunicación visual incluye una fuente (el cliente), un productor (el diseñador), un medio (impreso, electrónico, fotográfico), un código (visual y lingüístico), una forma (estilo/estética), un tema (el contenido), un contexto (múltiple, donde el público se encuentra con el mensaje) y un intérprete (el público, que construye un contenido o significado y desarrolla una conducta visible o interna como reacción al mensaje)”. (Frascara J. 2006).

Por ende, es necesario para la producción de la revista “Grada Caraqueña”, que es la aspiración final de este proyecto, como ya se dijo, tomar en cuenta que se requiere de un diseño de comunicación visual que permita desarrollar mediante ese medio impreso una cantidad de temas de la manera más adecuada, con el fin de que el público interprete de forma correcta el mensaje que se quiere comunicar con esta revista.

3.3 Diseño de una revista

Como se dijo en el párrafo anterior la idea principal del proyecto, es decir lo que se desea obtener como resultado final, luego de todo este proceso, es el diseño y producción de un medio de comunicación impreso, específicamente se trata de una revista deportiva, de publicación mensual. Para lograr realizar este medio de comunicación, es necesario definir lo que es el diseño de una revista y los elementos que entran en juego a la hora de ejecutar este diseño, para luego implementar esta teoría como herramienta para construir poco a poco el diseño propio de la revista, lo cual es la aspiración que se tiene con la elaboración de este proyecto.

3.3.1 Definición de Revista: Antes de hablar del diseño de una revista se debe definir lo que es una revista como tal: La revista: según Enrique Castejón Lara en su obra *Revistas*, ésta es “un almacén especial en donde los artículos de consumo son exhibidos de manera atractiva. La revista hace alarde de inventiva en la presentación integral de su contenido. Por eso es que muchas veces en el medio profesional se dice que la revista tiende a convertir la información en un espectáculo de variedades” (Castejón, 1986, p.79).

La obra de Castejón (1986) expone una clasificación de las revistas según las características de cada publicación, estas son:

Por temática: las revistas podrán ser de información general, cuando abordan cualquier tipo de tema, o especializadas, si se enfocan en una fuente bien definida; por ejemplo ciencia, deporte, mecánica, decoración, etc.

Por periodicidad: existen publicaciones de este corte que son de frecuencia semanal, otras mensuales, trimestrales o hasta anuales.

Todo depende mucho del punto anterior, de la temática que aborden y otras consideraciones que van desde sus objetivos hasta la sustentabilidad de la revista.

Por su orientación: cualquier publicación va a tener un objeto por el cual se publica que bien puede ser periodístico (informar), comercial (publicitar), gremial (para un sector) o institucional (para consumo interno). Este punto va directamente relacionado con la naturaleza de la revista.

Por su circulación: este aspecto guarda relación con el alcance de la distribución de la publicación. Puede hablarse de revistas locales, regionales, nacionales y hasta internacionales. De hecho, buena parte de las revistas que se ofertan en el mercado venezolano son extranjeras.

Por el tratamiento de la información: se puede hablar de publicaciones informativas, interpretativas, de opinión o mixtas.

Por su presentación: esta clasificación va más directamente relacionada con el aspecto gráfico de la publicación. Así, hay revistas ilustradas, de texto o balanceadas.

Luego de revisar la obra del autor Castejón, en la que se basaron los puntos anteriores y tener claro la definición del medio impreso a diseñar, se procede a hablar acerca del **diseño de una revista** como tal, para esto se utilizará como base la obra Introducción al Diseño Editorial de David Zanón Andrés que expone lo siguiente:

“Los diseños de las revistas son cada vez más novedosos y gráficos, la imagen tiene un papel muy importante y se cuida la ubicación del texto, para que la armonía y el equilibrio estético no se pierdan. Eso quiere decir en términos publicitarios que el anuncio entra en directa competencia con el nivel gráfico de la propia revista”. (Zanón, D. 2008)

“Las revistas como medio de comunicación cambian de manera rápida y dinámica. Al contrario de lo que algunos piensan, las revistas son y tienen que ser activas. El lector tiene la posibilidad de elegir los temas que va a leer, cómo y dónde lo va a hacer; es decir, la revista debe estar al servicio del comprador y esto no se puede olvidar”. (Zanón, D. 2008).

La ventaja de que exista variedad de posibles compradores es que dan la posibilidad de hacer muchas clases de revistas; para niños/as, para adultos, para escolares, para mujeres, para hombres, para familias, para solteros/as o para cualquier persona que quiera comprar una revista.

Una ventaja que tienen las revistas frente a los libros es que los lectores se comprometen profundamente con ellas, su periodicidad provoca una fuerte relación,

una obligación de ir a comprarlas y cuanto más se de esta circunstancia, la confianza entre el lector y la revista aumenta.

Un diseño claro y funcional otorga a la revista una posibilidad de compromiso con el lector. El hecho de que el contenido sea muy legible y visible facilita la atención que presta el lector hacia la revista, así como el tiempo que pierde con ellas. Algunas revistas gracias a la relación diseño-contenido consiguen que se lea más de una vez, y durante más de un día. (Zanón, D. 2008)

Los formatos innovadores y creativos, como texturas, papeles, anuncios especiales, etc., pueden crear un impacto adicional y fomentar mayor atención. La distribución de la información de una forma ordenada y adaptada a las necesidades del lector hace de las revistas, en comparación con otros medios, el soporte ideal para la publicidad, con el consiguiente beneficio para el editor.

En la obra *Introducción al Diseño Editorial* de David Zanón Andrés, el autor señala que para diseñar revistas es interesante tener algunas ideas sobre normas básicas:

- El diseño no debe ser ornamentación, debe transmitir sensaciones, información y entretenimiento.
- Nadie lee todo. Las personas pasan las páginas rápidamente. Por eso es fundamental que haya contenido en todas las páginas.
- El primer color es el blanco, el segundo es el negro y el tercero, el rojo. Blanco para el fondo, negro para el texto y rojo para resaltar y estimular. El resto de los colores hay que utilizarlos con mucho cuidado.
- No se manipula la tipografía para causar efectos de moda, no se aumenta o disminuye el espacio entre las letras en minúsculas, cansa y la revista pierde

legibilidad. El hecho de utilizar tipografías y recursos gráficos de moda lo único que garantiza es que cuando pasa la moda, es antiguo, obsoleto y cansa.

- Nunca se debe utilizar la mayúscula para el texto continuo, el lector se cansará al poco de empezar a leer y lo único que se consigue es que tire la revista a la papelera.

- La portada es el escaparate y el mejor reclamo de la revista. La sola imagen impactante de algo o alguien puede vender más revistas que muchas imágenes o todo el texto.

- Se utilizarán no más de tres tipografías, se recomienda dos con muchos estilos. Hay que evitar el todo vale, el uso de muchas tipografías y muchos colores. No se quiere diseñar una revista igual que una publicidad de artículos de un centro comercial, sino algo selecto, diferenciador y selectivo, que el lector al tener en sus manos esa revista se sienta diferente, único e inalcanzable.

- El problema con la mayoría de los diseños es que no tienen sorpresa. Hay que conseguir que las personas normales presten atención, se debe poner ritmos diversos en los diseños, la clave está en sorprenderles. Hay que huir de la monotonía y repetición de elementos, acelerar el ritmo y de vez en cuando parar, crear tensiones y relajaciones.

Asimismo, al igual que un libro, las revistas se dividen en partes, a continuación se procederá a explicar las más importantes:

Portada: principal página de una revista, es la que hace de escaparate de la publicación, dependiendo del tipo, aparecerá un tema único en grande, y con apoyos en pequeño de otros temas. Está demostrado que mucha gente compra las revistas por

sus portadas, independientemente del contenido. Los diseños cada vez tienen que ser más sorprendentes y atractivos.

La portada lleva la cabecera de la revista, el precio, la fecha, el número y si es un suplemento de prensa, el nombre del periódico. Alguna revista en casos puntuales cede parte o comparte espacio con la publicidad. . (Guzmán y Quilarque, 2009)

Contraportada: es la última página de la revista, normalmente se coloca publicidad en ella y es la más cara o también suele utilizarse para la autopromoción. . (Guzmán y Quilarque, 2009)

Lomo: es otra parte externa de la revista y allí van fijadas las páginas de la publicación y suele aprovecharse para informaciones puntuales sobre la misma o el número específico de la revista. (Guzmán y Quilarque, 2009)

Foliatura: esto es la paginación, es un elemento indispensable para un posterior registro hemerográfico de cualquier contenido publicado en la misma. Además, del número de página, puede aportar datos adicionales, como sección, fecha, etc. La foliatura será de los elementos gráficos que le dará unidad al producto, comprendida la unidad como un elemento de composición que se logra cuando se combinan adecuadamente los elementos, sin que exista contradicción que afecte la proyección de una personalidad definida ante el público. (Fernandes y Sousa 2011)

Formato: esto se trata del tamaño en que se presenta la revista, que debe ser constante en cada número de la misma publicación, pero esto no quiere decir que cada revista debe poseer un único formato. El formato clásico de la revista es de 1/8 de pliego de papel, sin embargo cada revista puede poseer el formato que mejor se adapte tanto a su estilo propio, como a las necesidades de su público lector. Además el formato no tiene nada que ver con el área de impresión o “mancha” como se

conoce comúnmente, este término tiene que ver con el hecho de que ésta es el área que se impregnará de tinta. (Fernandes y Sousa 2011)

En estos momentos entran en juego otros elementos, que son los del diseño gráfico como tal de la revista, se habla entonces de la diagramación de la revista, entendiéndose **diagramación** como “hacer el boceto de una publicación para ver e indicar el flujo de la información gráfica y escrita y las distintas posiciones que deben ocupar los elementos en cada página” (Sánchez M., 2009, glosariografico.com).

Estos elementos de diagramación son:

Retícula: esto es “un sistema ortogonal de planificación que parcela la información en fragmentos manejables”. “La retícula sitúa los elementos en un área espacial dotada de regularidad, lo que los hace accesible; los lectores saben dónde encontrar la información que busca, porque las uniones entre las divisiones verticales y las horizontales actúan como señales indicativas para su localización” esta es la definición de Timothy Samara, en su libro *Diseñar con y sin retícula*. (Sánchez, M. 2009). Esto quiere decir que la retícula permite distribuir los elementos, en base a rectángulos que dividen el formato en espacios que generan un orden en la composición gráfica.

Columnas: es la distribución vertical de las líneas de texto, separadas entre sí por un corondel. (según glosariografico.com).

Corondel: línea vertical que se coloca para ayudar a separar columnas de texto (según glosariografico.com).

Despieces: se trata de “un pequeño artículo que acompaña a uno mayor sobre el mismo tema. Los despieces se usan para tratar aparte un punto específico del

reportaje general y su tamaño no debe aproximarse al de éste” (según glosariografico.com).

Tipografía: se trata de las diferentes categorías de letras y recursos tipográficos y la manera en la que influye todo esto en la legibilidad de un texto. (según glosariografico.com).

Por esto, no todas las publicaciones poseen la misma letra o tipografía en general. La tipografía se clasifica en: con serif o romana, sin serif o paloseco y egipcia. Por lo general para publicaciones impresas se utiliza letras con remates o serif.

Una vez definidos todos estos elementos concernientes al diseño de una revista, es que se puede proceder al diseño como tal, pues es muy importante conocer y utilizar muy bien estos recursos a fin de crear un medio impreso efectivo, atractivo a la vista y con alta legibilidad.

METODOLOGÍA

El diseño y producción de la revista que se llamará “Grada Caraqueña” se basa en la metodología de proyecto factible, pues a partir de la investigación y la inversión de recursos, con los que se cuenta, se llegará a la creación de un medio de comunicación como producto final. Primeramente se realizará el diseño de un medio impreso, específicamente una revista, éste se realizará, con la aplicación de los conocimientos adquiridos durante los estudios de Comunicación Social en cuanto al tema de diseño y creación de un medio y será complementado con una investigación previa acerca de todo lo relacionado con la elaboración de los medios de comunicación, específicamente medios impresos, tipo revista.

Además del diseño se llevará a cabo la producción de la revista, cuyo contenido estará cargado de noticias, artículos, curiosidades, galerías y diferentes datos concernientes a los Leones del Caracas, Caracas Fútbol Club, Cocodrilos de Caracas y Mágicos de Caracas, que son la representación de la ciudad de Caracas en materia deportiva en béisbol, fútbol, básquet y voleibol, respectivamente.

Por todo esto, se puede decir con seguridad que se trata de un proyecto factible de alcanzar y realizar, pues se cuenta con las herramientas necesarias para esto, en cuanto a los recursos materiales, humanos y académicos, este último se compone de conocimientos previos y de los elementos que se obtendrán de investigaciones que se realizarán para concebir con claridad y de manera correcta el proyecto.

EL PROYECTO

DISEÑO, PRODUCCIÓN Y MERCADEO DE LA REVISTA “GRADA CARAQUEÑA”

Principalmente se busca que “Grada Caraqueña” sea una revista hecha para el público fanático del béisbol, fútbol, baloncesto y/o voleibol caraqueño y que además sea hecha por esta afición, es decir que el público participe, que genere contenidos y se vea reflejado en cada publicación. Con todo esto, se busca resaltar el protagonismo de la afición y lo que representan para los distintos equipos, pues ha sido muchas veces olvidada en los distintos medios que reseñan únicamente información de los equipos. La idea de incorporar a los fanáticos en el contenido de la revista, es justamente acercarlos aún más a cada equipo y al deporte que hace vida en la ciudad, lo que contribuye directamente a la mejora de la sociedad caraqueña.

Además “Grada Caraqueña” se presenta en respuesta a la inexistencia de medios especializados en información deportiva de la ciudad de Caracas, este medio otorga al fanático caraqueño la posibilidad de mantenerse informado y seguir el acontecer de sus equipos favoritos de una manera práctica, cómoda y todo en un mismo lugar. Conjuntamente el tener la posibilidad de participar directamente como generador de contenidos, le da un atractivo mayor a la revista y acerca al fanático de un equipo hacia los demás equipos y a la revista como tal, lo que le da un realce al deporte en general y esto es altamente beneficioso para la sociedad caraqueña.

A continuación se presentan y explican los distintos elementos y factores que serán parte de la publicación, desde la ficha técnica hasta el diseño, pasando claro está, por todo lo que es el manejo de la información y los diferentes aspectos que estarán presentes en el primer número de la revista.

El nombre

Se escogió “Grada Caraqueña” como el nombre de la revista principalmente porque tiene que ver directamente con el contenido de la publicación y a quien va dirigido; es decir la revista va dirigida a la afición de los equipos deportivos de la ciudad de Caracas, por ende se escogió la palabra “Grada” pues en cada estadio, campo, cancha o gimnasio, existe una grada desde la cual los aficionados apoyan a su equipo. Grada es la palabra de enganche de unión pues cualquier aficionado puede sentirse identificado sin importar cual sea su disciplina favorita, por lo que este nombre es como una unión sin diferencias deportivas de la afición.

Ahora bien, se habla de afición pero no de cualquier afición, aquí entra en relevancia la segunda palabra del nombre “Caraqueña” con esto lo que se busca es especificar que se habla de la afición de la ciudad capital de Venezuela, sin distingo de deporte, pero sí con la aclaratoria que se trata de aquellos que apoyan a los equipos caraqueños únicamente.

Se trata de un nombre sencillo, lo más corto posible, para que sea fácil de recordar, que evoca regionalismo, por lo tanto cree un sentido de pertenencia en todo aquel que se sienta identificado, bien sea porque nació en la ciudad de Caracas o porque simplemente apoya a algún equipo representante de la ciudad. Se quiso utilizar el término grada, porque es desde ésta que el público cumple con su rol de apoyar y aupar a los equipos de su preferencia.

Además “Grada Caraqueña” evoca bastante bien la manera como se hará el tratamiento y el abordaje de la información en los contenidos de la revista, pues esto irá dirigido al fanático de los equipos de la ciudad de Caracas y además será un portal para esta afición, por lo que el público será el verdadero protagonista. Al leer este nombre el lector puede imaginarse que se trata de una revista de fanáticos, donde se

le habla a un aficionado que ve y apoya a su equipo desde la grada. Además sabe que se trata de información concerniente al deporte en la ciudad de Caracas, lo que le da ese contexto regional y exclusivo de Caracas.

Slogan

“Hecha por y para fanáticos del deporte capitalino” este es el slogan de la publicación y se encontrará en la portada, justo debajo del nombre de la revista, que se describió anteriormente. Se decide hacer uso de este slogan porque de esto justamente se trata la revista, de un medio impreso que va dirigido a los fanáticos del deporte de la ciudad de Caracas y que también los toma en cuenta como generadores de contenidos que se publicarán en la revista y esto es lo que se quiere dejar claro desde un principio, ese protagonismo que “Grada Caraqueña” le otorgará a su público lector, que le permitirá participar activamente en la publicación a través de distintas secciones de la revista que se describirán detalladamente más adelante.

Publicación

Se decidió que la revista “Grada Caraqueña” sea una publicación mensual. Esto se dispone porque es el tiempo suficiente para recopilar información de los cuatro equipos (Leones del Caracas, Caracas Fútbol Club, Cocodrilos de Caracas y Mágicos del Caracas), así pues se le garantiza al lector que dentro de las páginas de la revista habrá alguna información, reseña o artículo relacionado con su equipo favorito. Asimismo la idea es hacer aún más atractivo a cada uno de los equipos, a fin de despertar interés en aquellos fanáticos que apoyan sólo a uno o no a todos los equipos señalados, que son los que manejará la revista por ahora como ya se determinó. Más

adelante, a medida que se creen o crezcan más equipos estos también serán tomados en cuenta para tratarse dentro de la revista como se hace ahora con los cuatro equipos previstos.

Así pues, se maneja la opción de que cada mes se realice un especial de cada equipo, en el que se contará con una mayor cantidad de información de este equipo, conjugada en un trabajo de investigación especial, sin que esto signifique que no se reseñará información de los demás. Esto se realizará con el fin de que cada afición según el deporte se sienta especial y atendida por la revista y así satisfacer su necesidad de información. Además, es una buena oportunidad para atraer más fanáticos al equipo homenajeado.

El criterio de escogencia se realizará según la actividad del equipo, frecuencia de los partidos y desempeño. Además, es bien sabido que las temporadas de las diferentes ligas, no se solapan, pues en lo posible cada organización deportiva busca el protagonismo y la atención de la mayor cantidad de público, todo esto se aprovechará en beneficio de la publicación, pues según la época del año, se dedicará más contenidos y trabajos especiales al equipo más activo en ese momento, es decir a principios de año se trabajará mayormente con Cocodrilos de Caracas, a mediados de años se realizarán mayor cantidad de trabajos especiales del Caracas Fútbol club y a finales de año se hablará mayormente de Leones del Caracas, debido a que la temporada de béisbol empieza siempre en el mes de octubre y también de Voleibol pues la liga empieza en noviembre, aunque este año 2013, la liga no cuenta con Mágicos del caracas, es por esto que no se habló de este equipo en el trabajo especial de investigación, del número uno de la revista, sin embargo se espera que para el próximo año se reincorpore y se puedan realizar investigaciones y reseñas especiales de este equipo de voleibol caraqueño.

Así pues, este primer número será dedicado al béisbol con Leones del Caracas, como principal protagonista, por ser el equipo que disputa partidos con más frecuencia en esta temporada del año, es importante destacar que de ninguna manera se excluirán a los demás equipos, ni esto significa que no habrá información concerniente a ellos. Pues se reseñará información de todos los equipos con la relevancia y la pertinencia necesaria en cada caso, sin embargo sí existirá una mayor cantidad de información del béisbol de Leones del Caracas, también por ser este el único periodo del año en el que juegan y que justo coincidiera con la primera publicación.

Todo esto, le da aún más relevancia a la escogencia de una publicación mensual, pues la idea es brindar al lector una información completa del desempeño de cada equipo durante el mes, si es que está activo y sería atractivo para el lector saber que cada mes el equipo principal es otro y que puede ser el suyo. No se considera una publicación bimensual, ni de más tiempo pues esto le quitaría dinamismo, frescura y la retroalimentación con el público que es lo que se desea. Por ende un mes es suficiente tiempo entre un número y otro para brindar información completa y compartir con el fanático, porque menos induce a una información escueta, sin mucha determinación y más tiempo hace que pierda vigencia y hasta se pierda el interés del lector, ya que el deporte es dinámico y exige una renovación constante de la información.

Público objetivo

En términos generales “Grada Caraqueña” va dirigida a todo aquel que siga de manera constante a alguno de los equipos de deporte colectivo que representan a la ciudad de Caracas; es decir todo aquel interesado en el deporte local. Si se toma en

cuenta la fecha de fundación de cada equipo, el margen de edades que comprende cada afición es bastante amplio, pues desde personas de edad avanzada hasta los más jóvenes son incluidos entre estos seguidores a los que hacemos referencia.

En cuanto a estratos sociales se refiere, el público objetivo es de distintas clases, pues si se pone como punto de partida los que asisten a los estadios, se observa que en éstos coexisten y hacen vida distintos estratos sociales, desde aquellos que ocupan las áreas V.I.P de las tribunas, la clase que asiste a tribuna pero no a las zonas más costosas y aquellos que asisten por gradas, por ende esta revista no se regirá por este punto, pues el público objetivo de “Grada Caraqueña” es fundamentalmente todo aquel que asiste al estadio a apoyar a su equipo. Sin embargo, la palabra “Grada” nos hace alusión a un entorno popular, por lo que se manejará un texto y un lenguaje sencillo fácilmente entendido y comprendido por una persona que pertenezca a cualquier estrato social.

En fin, se puede decir que la audiencia objetivo de la revista “Grada Caraqueña” puede tener estas características:

Ubicación geográfica: Caracas (no limitante)

Edad: De 15 a 70 años.

Educación: Bachilleres, estudiantes universitarios, trabajadores en general, profesionales, tanto hombres como mujeres, sin distinción de sexo.

Estrato social: B y C (no limitante)

Personas interesadas y seguidores asiduos de alguno, de varios o de todos los equipos de deporte colectivo de la ciudad de Caracas, reseñados en la revista.

Misión de “Grada Caraqueña”

“Grada Caraqueña” busca dar al público interesado en el deporte caraqueño una alternativa que ofrezca un tratamiento de la información diferente fresco, donde se reseñe información de los equipos deportivos de la ciudad de Caracas y también se reconozca a los fanáticos, como protagonistas, es decir como generadores de contenidos.

“Grada Caraqueña” busca ser un espacio que el fanático sienta como propio, donde pueda y quiera expresarse y por supuesto también busca convertirse en esa primera opción, en cuanto a medios de comunicación, que busque el aficionado a la hora de querer enterarse del acontecer de su (s) equipo (s) caraqueños favoritos.

Objetivos de “Grada Caraqueña”

- Ofrecer un contenido de interés para los aficionados a los deportes colectivos caraqueños. Con un tratamiento de la información de análisis, comentarios de los aficionados, que se plasme de una manera fresca, dirigible pero con profundidad.
- Hacer ver al lector que se trata de una revista que le brinda protagonismo a la afición como el principal generador de contenidos.
- Ofrecer al público lector la posibilidad de interactuar entre ellos y que la revista sea el medio para interactuar con sus equipos, esto con el fin de acercar al público a sus equipos favoritos y a todos los equipos deportivos de los que se habla en la revista, pues al sentirse reflejados en la revista, se identifican con el medio y aún más con los equipos.

- Comunicarse realmente con la audiencia y que se pueda obtener una retroalimentación por parte de ésta.
- Utilizar las redes sociales como complemento de la revista, lo que le otorgará expansión y aumento de los lectores.
- Tratar temas complejos, de los que no se habla normalmente y que afectan a los equipos y a la afición.
- Contar con la afición para que señalen sus propias experiencias que han vivido desde que apoyan a sus equipos favoritos.
- Presentar la información de acuerdo a las tendencias actuales y a las preferencias del público.
- Darse a conocer como la revista deportiva de los equipos de la ciudad de Caracas.
- Darle validez al nombre de “Grada Caraqueña” y que sea realmente un medio donde se tome en cuenta a la afición como principal protagonista, que sea el núcleo de la publicación y se le dé la importancia que se le niega u omite en otros medios de comunicación.
- Lograr comunicar y calar en todos los aficionados sin importar si sólo apoyan a uno de los equipos, a algunos o a todos los equipos que se reseñarán en la revista.

Lenguaje

En la revista “Grada Caraqueña” se manejará un lenguaje sencillo, coloquial, lo cual es muy común en el deporte, pero sin rayar jamás en lo coloquial vulgar. Se buscará manejar un lenguaje limpio, claro, que sea un texto de fácil comprensión para cualquier lector. Además, se respetará el uso de términos propios de la fuente deportiva, sin que esto limite el entendimiento del lector, pues se asume que se está ante un público lector familiarizado con distintos términos y vocablos técnicos propios de las distintas disciplinas deportivas y por esta razón podrá asimilar los distintos contenidos de la revista.

Contenidos

“Grada Caraqueña” se dedicará a reseñar información en general acerca de los equipos de deporte colectivo de la ciudad de Caracas, es decir se tratará de un medio especializado en el deporte exclusivamente de la ciudad de Caracas, por ende el lector podrá disfrutar de informaciones concernientes al béisbol de los Leones del Caracas, al fútbol del Caracas Fútbol Club; al baloncesto de Cocodrilos de Caracas y al Voleibol de Mágicos del Caracas. Este contenido se reflejará con entrevistas, investigaciones, perfiles, datos históricos, curiosidades, contenidos de análisis, de opinión y de interés para los aficionados de los equipos ya mencionados.

Ficha técnica de la revista “Grada Caraqueña”

Nombre: Grada Caraqueña

Publicación: Mensual

Tipo de publicación: Revista especializada

Formato: 21x10cm

Mancha: 20x9

Paginación: 40

Engrapada a doble grapa

Fecha de fundación: 2013

Idioma: Español

Especificaciones de diseño

Ahora se describirá detalle a detalle todo lo relacionado al diseño de “Grada Caraqueña” y cómo se creará la unidad gráfica del producto, todo esto permite y facilita el trabajo del diagramador. Básicamente se trata de una revista con un formato de 21x10 cm., la impresión de la tapa será en glasé 200 g/m² con barniz UV y la tripa será impresa en glasé 150g/m², engrapado a dos grapas y con una paginación de 40 páginas, como ya se mencionó en la ficha técnica.

Foliatura

“Grada Caraqueña” tendrá foliatura en la parte inferior de cada página, donde se encontrará el número de la misma y también en un lateral de la página, puede ser izquierdo o derecho según convenga, donde se encontrará el nombre de la sección o

apartado, según sea el caso. A continuación se presenta de manera resaltada como se realizará la foliatura en la revista:



Tipografía

Las tipografías usadas son:

- Billboard en títulos, algunos textos: en una fuerte Truetype, es gruesa por lo tanto es bastante visible en títulos y algunos textos que sean de mucha importancia.
- Century Gothic en títulos y en algunos textos: fuente Truetype, ella es una fuente muy comercial ya que es estilizada y tiene una forma que denota bien a la letra.
- Arial en textos y párrafos, fuente Truetype, ella es la fuente más común, que denota algo de elegancia y simplicidad a la vez en sus textos.

- CivicBlack en títulos para las secciones, fuente que es usada mucho en situaciones deportivas ya que es gruesa de por sí.

Paleta de colores

“El color es un elemento básico a la hora de elaborar un mensaje visual. Muchas veces, el color no es un simple atributo que recubre la forma de las cosas en busca de la fidelidad reproducida. El color puede llegar a ser la traducción visual de nuestros sentidos, o despertar estos mediante la gama de colores utilizados. Podremos dar la sensación de frío, de apetecible, de riguroso, de limpio...” texto extraído de la obra *Diseño gráfico en el aula* (Ricupero, S. 2007).

El color psicológico

Son las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia... la psicología de los colores fue ampliamente estudiada por Goethe, que examinó el efecto del color sobre los individuos. (Ricupero, S. 2007).

Con base en esta psicología del color, para el diseño de la revista “Grada Caraqueña”, se utilizaron:

Títulos en color amarillo

La razón es que el color amarillo suave inspira: Calidez, felicidad, dulzura, tranquilidad y suavidad.

Títulos en color Rojo

Pues el color rojo brillante inspira: Excitación, energía, sexualidad, pasión, calor, dinamismo, estímulo, provocación, dramatismo, poder, coraje, magnetismo, asertividad, impulsividad, aventura, demanda, inspiración y espontaneidad.

A continuación ejemplos donde se resalta el uso de estos colores dentro de la revista:



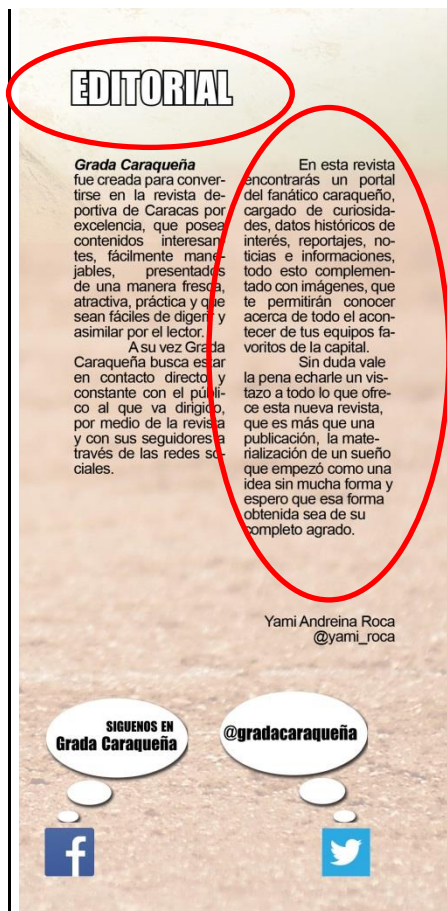
Texto en color negro

El color negro inspira: Poder, elegancia, sofisticación, misterio, fuerza, sobriedad, prestigio, estilo, modernidad

Títulos y textos en Blanco

El color blanco inspira: Pureza, pulcritud, inocencia, silencio y claridad.

A continuación ejemplos resaltados de donde se presenta estos textos en la revista:



Por otro lado al escogerse un formato de 21x10cms poco convencional, para las revistas, pero ideal para "Grada Caraqueña", dado que se pensó en el fanático que va al estadio que requiere un formato práctico, fácil de llevar y de almacenar sin que ocupe mucho espacio, se estará presentando la información en páginas maestras de una y dos columnas, no más de dos, porque el contenido se haría ilegible, tal como se muestra a continuación:

ESPECIAL

La fiesta del BÉISBOL

El pasado mes de octubre comenzó la fiesta del béisbol que se celebra cada año durante el último trimestre del mismo y a su vez enmarca la época navideña desde su inicio. Este año como siempre, arrancó la pelota enrolla con la Liga Venezolana de Béisbol Profesional donde ocho equipos disputan un total de 63 equipos cada uno, durante la ronda regular, donde buscarán un pase a la jornada que se disputará en enero, mejor conocida como Round Robin y de allí del Caribe que se disputará en la isla de Margarita del 02 al 07 de febrero del año 2014.

Leones del Caracas comenzó su temporada número 71, bajo el slogan: "Vamos por el 21" y es que los capitalinos cuentan con 20 títulos locales y esperan conquistar este año su título número 21, los encargados de guiar al equipo a este triunfo son el manager Dave Hudgens y Rick Sweet como coach de banca. Para lograr el cometido del 21, los Leones empezaron su entrenamiento desde el pasado 13 de septiembre en las instalaciones de Venoco, Guacara, estado Carabobo y llegaron a casa el 02 de octubre donde siguieron entrenando en el

saldrán los dos finalistas, que en un máximo de 7 juegos disputados uno de ellos será el nuevo campeón local, quien representará a Venezuela en la serie



20

Los aficionados negocian por MERCADO LIBRE

Por tan sólo 5 Bs. Luis "Cariaco" González joven, mediocampista del conjunto capitalino puede ser tuyo, o al menos eso es lo que pretenden algunos hinchas del equipo del Caracas Fútbol Club, los cuales intentan conseguir la venta del juvenil poniendo en el anuncio: "Jugador de fútbol, remates, centros, pero pierde el balón fácilmente".



Siempre la afición del Caracas Fútbol Club se ha caracterizado por esa originalidad y ese protagonismo que ejerce dentro de la plantilla, esto aunque jocoso es una manera de protestar y pedir que este jugador sea sacado de la plantilla del equipo por no tener el rendimiento que esperaba la fanalcarida

Electrodomésticos Hogar y Muebles Autos y Vehículos Animales

Jugador de fútbol, regates, centros, se apodera de las bandas pero pierde el balón fácilmente.

Precio a convenir con el futuro comprador.

Propuestas al vendedor

- ¿Escribo anuncio?
- ¿Me gustaría comprar este producto por un precio menor? (0/00000)
- ¿Puedo hacer preguntas al vendedor por el producto, como precio y cantidad, pero desde este espacio de ayuda. (0/0)
- ¿Ya hice una oferta?
- ¿Puedo hacer un seguimiento de la oferta?
- ¿Puedo hacer un seguimiento de la oferta? (0/00000)
- ¿Puedo hacer un seguimiento de la oferta? (0/00000)

21

CARAOQUENADA

Se utilizarán esas opciones específicas de diseño, pues se trata de una revista deportiva, por ende se buscarán colores cálidos que ofrezcan el dinamismo propio que debe tener este tipo de publicación. Por otro lado, la tipografía corresponde a la que se utiliza en esta fuente, una tipografía que otorgue legibilidad de cada texto y no la sobrecargue, esto es muy tomado en cuenta pues se trata de un formato pequeño y esto exige que el contenido sea legible, a pesar de su tamaño.

Los colores y familias tipográficas se utilizarán de manera que la revista no se vea monótona y que cause una buena impresión visual al lector. Aunado a esto, se utilizarán páginas maestras de dos y tres columnas, no más por el formato que tiene la revista, como ya se dijo anteriormente y se mostró, estas estarán alternadas también según las secciones de la revista para darle ese toque de dinamismo y dar al lector la

impresión de innovación con cada página que ojee, con el fin de que la lectura no se haga pesada, sino que sea amena y cambiante, por supuesto conservando parámetros de uniformidad que hagan de la revista una publicación armoniosa y de fácil y agradable lectura.

Más allá de la psicología del color mencionada anteriormente, es pertinente destacar lo que son las tendencias cromáticas, así pues: en los campos del diseño aplicado, las opciones cromáticas están muy influidas por las exigencias del mercado. Hasta cierto punto las tendencias en las inclinaciones del público por los colores están manipuladas por las empresas comerciales; el cambio es orquestado en aras del incremento de las ventas. Las tendencias en las paletas de color quedan orientadas habitualmente por la industria de la moda, siguiendo algo después a menudo los colores de moda locales. (Este es un fragmento extraído del libro *Color* de Zelanski, P. y Fisher M. 2007).

Vale la pena destacar el punto descrito anteriormente, pues la revista “Grada Caraqueña” busca justamente ese equilibrio para crear una imagen versátil, entre las tendencias predeterminadas y las que marcan tanto la moda como el mercadeo y la parte comercial. Todo esto, con el fin de que sea agradable a la mayoría de las personas que lleguen a tener esta publicación en sus manos.

“Muchos diarios y revistas emplean ahora el color con profusión, se colorean antiguas películas en blanco y negro destinadas a audiencias modernas e incluso las sillas de ruedas llegan ya con colores vivaces” (Zelanski, P. y Fisher M. 2007). Esta cita justifica aún más la escogencia de los colores que se utilizarán en la revista “Grada Caraqueña”, pues se trata de llamar la atención de todo aquel que esté medianamente interesado en el deporte caraqueño, pues el público objetivo de la revista es bastante amplio, por ende se usa el color en abundancia para que sea atractivo visualmente a la mayoría de las personas.

“Al margen de estos altibajos en las preferencias, el público se ha habituado a un grado elevado en el uso del color en el entorno diseñado” (Zelanski, P. y Fisher M. 2007). esta cita complementa y ratifica que el los colores escogidos y la forma en que se utilizaron fue bastante acertado, pues según el autor, el público se sentirá atraído por una publicación colorida que por una monocromática, que además repercutirá en una lectura pesada, donde se digerirán difícilmente los contenidos.

La mancha de la revista y el sangrado serán uniformes y se conservarán casi igual en todas las páginas, para que la revista luzca desordenada y sea agradable a la vista, pues por el formato puede tender al desorden y al que no se entiendan los contenidos, previendo esto se realizará de esta forma para conservar orden y pulcritud en el contenido, de igual modo se utilizarán fondos suaves, muy tenues con el fin de no sobrecargar la revista, dándole un equilibrio entre orden y color y facilitando la legibilidad, sin que por esto, pierda el dinamismo que debe tener por ser una publicación deportiva, en donde como ya se ha dicho se utilizó en gran medida colores llamativos . A continuación un ejemplo claro del uso de fondos suaves y de la mancha y márgenes regulares de la revista:

PROXIMOS JUEGOS
Caracas Fútbol Club:
Torneo Apertura 2013-2014
 Domingo 08 de Diciembre de 2013 - 03:00pm - Caracas
 Caracas FC vs Deportivo Anzoátegui
Copa Venezuela (Final)
 Jueves 05 de Diciembre de 2013 - 03:00pm - Caracas

Leones del Caracas
DICEMBRE

DOM	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

@gradacaraguena
 Grada Caraguena

PROXIMOS JUEGOS

TABLA DE POSICIONES Leones

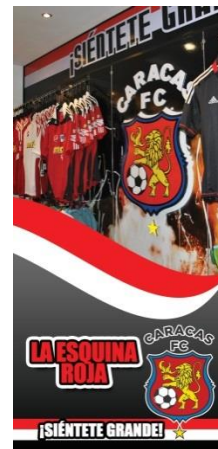
	J	G	P	A	VE	DE	MO	UNO	CASA	AFU
1	45	28	17	422	0	G1	4-4	16-7	12-10	
2	44	24	20	345	33	P5	4-4	13-10	11-10	
3	44	24	20	345	33	G6	4-2	14-8	10-12	
4	44	22	22	400	45	P1	4-4	13-9	9-13	
5	43	21	22	486	4	G1	6-4	11-9	10-13	
6	46	21	25	487	75	G1	4-4	10-13	11-12	
7	42	18	24	429	85	P1	4-4	9-13	9-11	
8	44	18	26	409	63	P1	1-9	9-12	9-14	

CARACAS FC

	P	V	E	D	C	G	P	G	P
1	16	10	3	1	1	23	19	11	19
2	16	9	4	1	1	23	19	13	20
3	16	10	3	1	1	20	18	7	20
4	16	9	3	1	1	17	14	3	22
5	16	8	4	1	1	19	13	28	
6	16	8	3	1	1	19	10	17	
7	16	4	7	3	1	18	11	26	
8	16	5	7	4	1	21	26	16	
9	16	3	11	2	1	18	16	20	
10	16	5	4	7	3	22	11	19	
11	16	4	4	8	2	17	16	18	
12	16	3	7	6	1	17	22	16	
13	16	4	4	6	1	19	25	16	
14	16	2	9	5	1	19	17	18	
15	16	4	3	9	1	18	18	18	
16	16	4	3	9	2	24	11	19	
17	16	2	7	7	1	18	18	13	
18	16	1	2	13	1	17	18	9	

TABLA DE POSICIONES

También debe tomarse en cuenta que la revista contará con páginas de publicidad, esto debido a que será por los momentos una revista sin costo alguno, que se mantendrá con el intercambio publicitario, de igual modo se utilizará publicidad referente al deporte colectivo de la ciudad de Caracas, es decir previamente se visitó los diferentes estadios y se comprobó las marcas y productos que se promocionan en estos recintos y serán los colocados en la revista “Grada Caraqueña”. Un ejemplo claro de esto se presenta a continuación:



Cabe destacar que la mayoría de la publicidad utilizada en la revista, con fines académicos por los momentos, guarda relación con aquella publicidad que está presente en el deporte caraqueño. Además, en cuanto al uso de colores también guarda armonía con los colores escogidos para la publicación “Grada Caraqueña”, todo esto con el fin de hacer agradable visualmente la revista en todas sus páginas.

Distribución de contenidos de la revista “Grada Caraqueña” (machote)

Pág. 1 (volteada) Portada	Pág. 40 (volteada) Publicidad Banesco
Pág. 2 (derecha) Publicidad Triple play	Pág. 39 (derecha) Publicidad Regional

Pág. 3 (volteada) Editorial Directorio	Pág. 38 (volteada) “Próximos juegos”
Pág. 4 (derecha) Publicidad Coca-Cola	Pág. 37 (derecha) Publicidad Esquina Roja

Pág. 5 (volteada) Publicidad Coca-Cola	Pág. 36 (volteada) “Tabla de Posiciones”
Pág. 6 (derecha) “Deporte y Sociedad”	Pág. 35 (derecha) Publicidad diseñador gráf.

Pág. 7 (volteada) “Deporte y Sociedad”	Pág. 34 (volteada) “Fair Play”
Pág. 8 (derecha) “Deporte y Sociedad”	Pág. 33 (derecha) Publicidad Tienda Leones

Pág. 9 (volteada) Publicidad Seguros Constitución	Pág. 32 (volteada) “Caraqueñada”
Pág. 10 (derecha) “Deporte y Sociedad”	pág. 31 (derecha) Publicidad Seguros La Vitalicia

Pág. 11 (volteada) “La jugada del día”	Pág. 30 (volteada) “Más allá de la taquilla”
Pág. 12 (derecha) “La jugada del día”	Pág. 29 (derecha) “Más allá de la taquilla”

Pág. 13 (volteada) “Lo que no sabías”	Pág. 28 (volteada) “Más allá de la taquilla”
Pág. 14 (derecha) “Desde las gradas”	Pág. 27 (derecha) “Caracas sucursal del deporte”

Pág. 15 (volteada) Publicidad de Glade autosport	Pág. 26 (volteada) “Caracas sucursal del deporte”
Pág. 16 (derecha) “El más valioso”	Pág. 25 (derecha) “Caracas sucursal del deporte”

Pág. 17 (volteada) Publicidad de Meridiano	Pág. 24 (volteada) “Se reencuentra la manada”
Pág. 18 (derecha) “El más valioso”	Pág. 23 (derecha) Publicidad de Movilnet

Pág. 19 (volteada) Publicidad de RS21	Pág. 22 (volteada) “Play ball!”
Pág. 20 (derecha) “Especial”	Pág. 21 (derecha) “Especial”

Propuesta para el tratamiento de la información en los contenidos de la revista “Grada Caraqueña”

La revista “Grada Caraqueña”, contará con una estructura básica de tres partes base, que consta en primer lugar de una sección de datos históricos de cada uno de los equipos; es decir de Leones del Caracas, Caracas Fútbol Club, Cocodrilos de Caracas y Mágicos del Caracas, esto se redactará de manera breve, concisa y se buscará que sea algo interesante, con el fin de despertar el interés del público y que no se trate de algo tedioso, que es como suele tomarse todo lo relacionado con la historia.

En segundo lugar, se tendrá el bloque de noticias y contenidos de interés, que pueden incluir tablas de posiciones, rendimientos de los jugadores y algún artículo relacionado con alguno de los equipos que serán el tema fundamental de la revista, también la publicación contará con una sección de curiosidades o datos que toquen la emoción del público lector bien sea de alguno de los jugadores o incluso de las distintas ligas caraqueñas. Por último, la revista se complementará con un segmento elaborado por los propios fanáticos con anécdotas, galería de fotos e incluso a través de concursos que preparará la revista para crear cercanía y empatía con el lector y que el mismo pueda interactuar un poco con cada uno de sus equipos favoritos y con la autora de la revista.

En los párrafos anteriores se describieron los pilares fundamentales del contenido de Grada Caraqueña, ahora se explicará más detalladamente la distribución de ese contenido. Así pues, la información se dividirá en secciones específicas con el fin de que la revista esté bien organizada y el público lector asimile la información más fácilmente y que a la vez que le sea visualmente agradable.

Primeramente Grada Caraqueña busca darle la importancia que merece al aficionado, es por esto que cada publicación será dedicada a uno de los equipos que

se han nombrado a lo largo de la descripción del proyecto. Esto no quiere decir que no habrá información de los demás equipos, pues si la habrá, sólo que del equipo escogido se hará un trabajo de investigación especial un poco más amplio, lo que atraerá a esa fanaticada específica y mantendrá alerta a la publicación a los demás fanáticos para obtener el ejemplar alusivo a su equipo.

A pesar de este trabajo especial se mantendrá un contenido informativo variado y que abarque a los otros equipos restantes, esto con el fin de ir despertando el interés de la afición “homenajeada” por así decirlo, hacia los demás equipos y que también se vuelva fanática de estos equipos y por su puesto adquiera los demás ejemplares con el trabajo especial acerca de cualquier otro deporte.

Así pues, este primer ejemplar se denominará “Fiesta del Béisbol” en alusión a la temporada que comenzó el pasado mes de octubre, se escogió el béisbol para comenzar pues se toma en cuenta que la Liga Venezolana de Béisbol Profesional sólo se juega en esta época, que corresponde al último trimestre del año y principios del año venidero y por eso se quiso empezar con el béisbol y todo lo concerniente a los Leones del Caracas, pues es el equipo que juega sólo en esta época y además es el que disputa más partidos actualmente, con una frecuencia casi diaria.

Con esto queda claro los parámetros de escogencia, pues básicamente se trata de aquel equipo que durante el mes, de más de que hablar, posea más actividad, dispute algún encuentro importante o sea protagonista de un hecho noticioso importante para la sociedad deportiva caraqueña. Sin que esto signifique, como ya se dijo que se excluirán de la publicación a los demás equipos, sólo que el equipo escogido tendrá dentro de la revista unas páginas concernientes a una investigación especial.

Más allá de la sección de “Investigación Especial” que se acaba de explicar, Grada Caraqueña contendrá una sección llamada “Más allá de la taquilla” donde se

expondrán temas que afectan al fanático y que muchas veces no se tratan abiertamente en los medios de comunicación; es decir las distintas problemáticas de los equipos o aquellos temas que generan polémica.

La idea de Grada Caraqueña es que el fanático se informe de una manera concisa y entretenida de lo que le interesa, por eso predominarán imágenes e incluso fotorreportajes y galerías que entretengan al fanático, por supuesto se utilizará el texto necesario para explicar las distintas informaciones reseñadas en la revista. En la sección donde más predominarán las imágenes y fotos será en “Desde las Gradas” en esta unidad se contarán las diferentes historias de los fanáticos que día a día van a los estadios a apoyar a sus equipos.

Así pues, habrá un segmento denominado “Fair play” donde se reseñarán artículos, entrevistas y análisis que ayudarán a mejorar la convivencia y el clima de armonía que debería reinar en cada juego de los equipos caraqueños y en general en todo lo concerniente al deporte. Esta sección se hace con el fin de crear conciencia en el fanático que asiste a cada partido en que se trata de algo más que gritos en apoyo a su equipo, que se trata de mantener un comportamiento adecuado para que sea posible el disfrute de todos los asistentes y hasta de los jugadores y que se tome en cuenta que el “juego limpio” no sólo corresponde a los jugadores sino también al público asistente.

“Así van los Caraqueños” esta será una sección dedicada a las estadísticas de cada equipo, los récords, tablas de posiciones, sus rendimientos en las distintas temporadas, pues se ofrecerá una información actual y una información comparativa de estos desempeños en relación a temporadas anteriores. Esto con el fin de informar a los fanáticos como van sus equipos en comparación a los demás equipos que conforman las diferentes ligas a donde pertenecen.

En la sección “El más valioso” se reseñará la ficha técnica y una breve descripción del jugador más exitoso durante el mes y del desempeño que lo llevó a ser el mejor para esa fecha. Así pues, se reseñará también al equipo más ganador de los cuatro que son de importancia para la revista. Todo esto con el fin de que los aficionados se enteren del desempeño de los jugadores y de sus equipos en general. Esto podría incluso causar una mayor admiración favorable para el aumento y el afianzamiento de la afición con el equipo.

Por otro lado, “Deporte y Sociedad” será una sección donde se expondrá todo aquello que el deporte aporta a la sociedad y como une a sus aficionados. Esta sección se manejará por medio de entrevistas, fotos, imágenes, investigaciones y demás recursos pertinentes para obtener una información de calidad y de interés para toda la afición caraqueña.

La parte jocosa de la revista la pondrá la sección “Caraqueñada” donde se reseñará aquella noticia o hecho noticioso insólito y cargado de humor, protagonizado bien sea por algún aficionado o jugador, esta sección responde a esa frescura que Grada Caraqueña quiere imprimir en sus páginas, a fin de que el lector se informe y a su vez se entretenga. La idea es que exista un texto alegre con el que el aficionado caraqueño, que es tan alegre, se identifique y sea de su agrado tanto el artículo como la revista en general.

Vuelve un poco la seriedad a la revista, todo lo que la fuente permite y se comienza a hablar de historia, de la trayectoria, bien sea de alguno de los jugadores, del equipo o de ambos, esta sección se denominará “Caracas de antaño” y está dispuesta justamente para documentar e informar al fanático de algún equipo de Caracas, acerca de algún aspecto histórico de interés o alguna curiosidad que haya quedado en el pasado y que vale la pena recordar.

La revista contará con dos secciones dedicadas a los aficionados directamente, como generadores de contenidos estas serán: “Habla el fanático” y el “Fanático del mes”. En la primera, se reseñará todo lo concerniente a lo que será el feed back del lector con la revista y sus equipos, pues en esta sección se dará a lugar foros de opinión, concursos y el manejo de las redes sociales, pues la revista contará en un primer momento con un twitter donde los fanáticos podrán seguir la publicación que será @gradacaraquena y en Facebook funcionará la página oficial de Grada Caraqueña. En este módulo se publicarán alguno de los comentarios que emitirán los fanáticos, a través de las redes sociales mencionadas anteriormente, a lo largo del mes acerca del equipo, obviamente serán publicados los de mayor relevancia y aquellos que valga la pena que lean todos los seguidores de los equipos caraqueños. La segunda sección, contará la historia de un fanático y se reseñará tipo ficha técnica de un jugador, con sus datos personales, foto y aspectos que el fanático cuente a través de una batería de preguntas que responderá a la publicación esto con el fin de reconocer ese protagonismo del fanático dentro de Grada Caraqueña y lograr esa interacción que se desea tener con el público lector.

También Grada Caraqueña reseñará noticias, por supuesto, esta sección de gran importancia se denominará “Caracas, sucursal del Deporte” aquí se reseñarán las noticias acerca de Leones del Caracas, Caracas Fútbol Club, Cocodrilos de Caracas y Mágicos del Caracas, esto con la idea de mantener informado al fanático del acontecer de sus equipos favoritos, lo cual es sumamente importante en una fuente tan cambiante como la deportiva.

Asimismo Grada Caraqueña contará con “La Jugada del Día” en esta sección la revista se encargará de narrar el hecho más importante del mes, bien sea un partido ganado de una manera poco convencional, una jugada literalmente, un evento inusual o noticia concerniente con el contenido de la revista. Este espacio constará casi

siempre de una gran cantidad de imágenes, para recordar el momento y darle contexto al fanático y así generar distintas emociones con el tema que se reseñe.

Por último, pero no menos importante, Grada Caraqueña informará a su público lector acerca del calendario de los futuros partidos que disputarán los equipos caraqueños, esto con el fin de que la afición se mantenga pendiente y continúe siguiendo a sus equipos favoritos; además les permite poner en agenda con tiempo, aquellos partidos a los cuales desee ir a apoyar a su equipo en persona. Esta sección se llamará “Próximas Jornadas” y es la única con ubicación fija dentro de la revista, pues estará siempre colocada al final de ésta, con el fin de que sea lo último que lea el aficionado y en caso de no recordar alguna fecha pueda localizarla rápidamente en la publicación.

Al momento de crear toda esta propuesta para el tratamiento de la información dentro de la revista Grada Caraqueña se revisó y se tomó como base el manual de estilo del diario El País, pues a pesar de que la revista Grada Caraqueña no es una publicación diaria, sí existen aspectos que guardan similitud con el diario ya mencionado. Estas similitudes tienen que ver, sobre todo con la sección del manual que habla acerca del **tratamiento de la información**, donde dice específicamente que:

“El periodista transmite a los lectores noticias comprobadas, y se abstiene de incluir en ellas sus opiniones personales. Cuando un hecho no haya sido verificado suficientemente, el redactor evitará en las noticias expresiones como ‘al parecer’, ‘podría’, ‘no se descarta’ o similares. Estas fórmulas sólo sirven para añadir hechos no contrastados o rumores. En ese caso deberá aportar los datos ciertos que le inducen a creer que algo ‘podría’ ocurrir o que ha sucedido ‘al parecer’ ” (Manual de estilo, Diario El País).

Este punto es muy importante para la revista Grada Caraqueña, pues la idea es garantizar al lector que se encuentra ante una información fidedigna, con el fin de crear esa credibilidad con la que desea contar la publicación, a fin de convertirse en número uno en cuanto a las reseñas de las noticias del deporte caraqueño. Por otro lado, se contará con secciones de opinión pero para el fanático como tal y donde se incurra en una opinión del periodista, se dejará bien claro. Con el fin de no confundir a los lectores entre lo que se reseña como información y lo que se reseña a partir de una opinión del periodista, del fanático o de alguna persona entrevistada.

“Los rumores no son noticia. Cuando el rumor sea utilizado por alguna persona o grupo como arma arrojada contra otro, se podrá denunciar este hecho, pero sin citar las acusaciones difundidas mediante esa argucia” (Manual de estilo, Diario El País). Este punto también es tomado en cuenta en la publicación Grada Caraqueña, pues es bien sabido que en el deporte es muy común que se levanten rumores, sobre todo acerca de algún jugador bien sea por un cambio a otro equipo, de dopaje, en fin, por muchas razones siempre se crean rumores de jugadores, de directivos y hasta de equipos completos, por lo que, desde el principio se quiere dejar en claro que Grada Caraqueña no hará eco de rumores en sus contenidos, lo que si se hará es revisar con detenimiento el rumor y dirigirse a las fuentes que puedan aclarar el tema. Esto se hace con el fin de mantenerse como un medio poseedor de credibilidad y que respeta a sus lectores, pues les garantiza una información real, verdadera y fidedigna. Además, como se sabe la mayoría de los rumores son negativos y en Grada Caraqueña se cree también en el respeto a los jugadores, directivos, equipos y por supuesto respeto por el deporte que nunca debe verse envuelto en situaciones funestas.

Elaboración de un plan de mercadeo para comercializar la Revista Grada Caraqueña como medio impreso especializado

Para elaborar el plan de mercadeo partiremos de la definición de Mercadeo que realiza Víctor Hugo Vega en la primera edición de su libro *Mercadeo Básico*, donde manifiesta que: “El concepto de mercadeo es un término sumamente amplio y dinámico que incorpora principios fundamentales de la Economía, ciencia madre del mercadeo, y de otras ciencias tales como la Psicología, la Sociología, la Matemática y la Estadística. Además de la participación de ejecutivos, que coordinan las técnicas de estas ciencias, e integran su aplicación en esquema científicos los que son analizados en virtud de las experiencias de cada empresa y de la capacidad creadora de sus ejecutivos. En síntesis, el mercadeo es una ciencia que conjuga esquemas científicos sirviendo de base analítica en la toma de decisiones gerenciales y en la solución ágil que requieren los problemas que enfrentan las empresas. Dichas decisiones son de gran importancia, pues el resultado de ellas marca en gran medida el éxito o fracaso de las operaciones comerciales de una empresa. De aquí que cada día un número considerable de organizaciones adoptan esta ciencia y orientan sus actividades siguiendo las técnicas del mercadeo” (Vega, pág 19. *Mercadeo Básico*)

El autor Víctor Hugo Vega, habla del mercadeo como ciencia, sin embargo Jay C. Levinson en el libro titulado *Guerrilla Marketing* dice por su parte que: “Mercadeo es todo lo que se haga para promover una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular. Las palabras claves en esta definición son todo y base regular.”

Después de comparar estas definiciones de ambos autores, se puede decir que ambas se complementan y como resultado final se puede decir que el mercadeo es

una actividad que busca la promoción de un producto, no sólo promoción comercial, pues abarca todo lo concerniente al realce de un producto, una marca y hasta un estilo de vida. Todo aquello que se haga en pro de mejorar y aumentar el atractivo desde la primera idea que se concibe hasta el producto final.

Mercadeo para medios impresos

Andreas Schoo, gerente de Bauer Media Group, cree que “el medio impreso está más vivo que nunca”, oponiéndose a la opinión general expresada en el congreso de medios Deutscher Medienkongress 2010. Sus ideas sobre el futuro de este medio se condensan en seis tesis.

1. El impreso es medio de comunicación de masas y el medio número 1 para el público objetivo. Muchos medios impresos siguen llegando a grandes audiencias; y los medios especializados permiten acercarse a determinados grupos de lectores.
2. El vaporeo de las revistas como tendencia en los medios. En opinión de Schoo, Alemania se fija demasiado en Estados Unidos, donde la situación es realmente crítica pues el modelo de negocio de las editoriales se basa exclusivamente en los ingresos publicitarios. El mercado alemán de prensa y revistas funciona según otro modelo y la caída de esos ingresos no es tan determinante.
3. El futuro del medio impreso está en el medio impreso. Internet no basta para salvar al medio impreso. La batalla de los precios en la red es demasiado encarnizada para obtener suficientes ingresos. Por tanto “la solución para el problema del medio impreso está en el propio medio. Internet solo puede ayudar”.

4. Stay different and relevant. El mercado de los medios impresos está saturado y solo podrán sobrevivir las cabeceras con una clara USP (Unique Selling Proposition) y un público objetivo relevante.

5. Las necesidades de los anunciantes son decisivas. Schoo exige más transparencia y modelos de precios más sencillos. Considera necesario contar con medios para demostrar los resultados, con el fin de que el cliente comprenda mejor qué recibe a cambio de su dinero. Valora positivamente la iniciativa de la asociación alemana de editores de prensa (VDZ) Ad Impact Monitor, que debería hacerse realidad lo antes posible.

6. El medio impreso es un must para la planificación de medios. No hay medio alguno que se utilice de forma tan reflexiva, activa y personal como el medio impreso. Muchas personas hablan por teléfono o navegan por internet mientras ven la tele, pero ante el periódico prefieren renunciar a la multitarea. La publicidad impresa tiene un efecto más duradero que la de los medios online.

Todo este texto obtenido del blog Marca Digital, en su artículo *Opinión de un experto sobre el marketing* en medios impresos demuestra la vigencia de los medios impresos, pues la publicidad es uno de los factores más importantes para la creación y mantenimiento de un medio de comunicación, esto puede deberse a la perdurabilidad que brinda el medio impreso, pues internet y lo digital suele ser un poco más efímero dada su estructura y su contexto.

Esto hace que el medio impreso, que llega de manera más significativa a su público audiencia, pueda ser un soporte donde se realicen grandes cosas en cuanto a publicidad y mercadeo, pues su público objetivo está dispuesto a recibir el mensaje que le transmitan, queda entonces de los medios el enviar y transmitir el mensaje

correcto y de la mejor manera, pues también de esto depende el éxito del mensaje en sí.

Luego de este recuento de definiciones elementales para crear un plan de mercadeo, sobre todo si se trata del mercadeo de un medio impreso, se puede proceder a elaborar el plan como tal. Primero se partirá del análisis situacional del producto, en este caso se trata de una revista deportiva en fase de lanzamiento, por lo que el público no posee ningún conocimiento de ésta, por ende debe buscarse el posicionamiento de la misma en la mente del público lector.

Por todo esto, debe crearse un plan de marketing estratégico adaptado al target al que se dirige la revista y a la ciudad, pues la revista se distribuirá sólo en la ciudad de Caracas, donde reside la mayor cantidad de personas pertenecientes al target al que va dirigida la revista.

En este momento, bien vale la pena estudiar la viabilidad de la revista dentro del mercado:

FORTALEZAS

Grada Caraqueña es un medio pionero, único en su modalidad y tratamiento de la información, esa innovación un gran punto a su favor, pues no existe un medio impreso tipo revista que se especialice en los principales equipos deportivos de la ciudad Caracas.

La gran afición que sigue a los equipos caraqueños es una ventaja también para la revista pues esto podría traducirse en un posicionamiento rápido y efectivo en el mercado.

La mayoría de la publicación en cuanto a diseño y contenido estará a cargo de la propia realizadora de la revista, lo que abarataría costos de producción.

OPORTUNIDADES

Captar el mercado de cada persona que se interese aunque sea un poco en el tema del deporte y que reside en la ciudad de Caracas.

Poder crear una relación con el público lector a través de la revista y las redes sociales.

Opción de suscribir a los lectores.

Aprovechar las temporadas que se están jugando actualmente para hacer presencia en los estadios y dar a conocer la revista en estos espacios.

Aprovechar la conexión que brindan las redes sociales con el público seguidor.

DEBILIDADES

El hecho de ser un medio nuevo del cual el público no tiene conocimiento previo, ni referencias informativas.

Si bien no existe una competencia directa, existen diarios completos que cubren la fuente deportiva y circulan por la ciudad de Caracas desde hace muchos años y Grada Caraqueña ofrece en un pequeño espacio, con un formato práctico y de tamaño reducido contenidos de equipos de la ciudad de Caracas, que circulará por el mismo territorio de los diarios, pero por su formato el público puede asumir al diario como más completo y llegar a pensar que la revista tiene limitaciones de información.

Poco presupuesto para la campaña de comunicación, por ser un producto nuevo, académico, independiente y que no cuenta con ningún tipo de patrocinio.

AMENAZAS

La costumbre del público de consultar los mismos diarios deportivos que circulan hace gran cantidad de tiempo en la ciudad.

La existencia del sitio web de cada equipo deportivo de los que se habla en la revista.

Conclusiones del análisis FODA

En este caso las fortalezas son mayores que las amenazas, porque si bien se trata de un medio nuevo, no conocido, el hecho de que sea un medio especializado, exclusivo del deporte caraqueño atraerá a la gran cantidad de aficionados con los que cuentan los distintos equipos, pues se sentirán más identificados con este medio que con un diario tan generalizado.

Además el formato, de tamaño reducido se vuelve una fortaleza, si se toma en cuenta que el público fanático asiste a los estadios, que es donde adquirirá la revista en la mayoría de los casos y no es práctico un formato tabloide ni siquiera de 1/8 de pliego como el común de las revistas, pues a los estadios se asiste con atuendos cómodos, en el caso de los caballeros sin ningún bolso o sitio para guardar cosas y en el caso de las damas utilizan bolsos pequeños para mayor practicidad, por ende el tamaño de la revista es el ideal para mantener en un bolsillo o en la mano, sin que esto sea molesto. Además permite la movilidad y que el fanático pueda desplazarse de un lugar a otro con la revista, sin que sea tedioso.

Por otra parte, es importante destacar que la revista se imprimirá en papel glasé lo que la hará más atractiva al fanático y que permitirá que no se deteriore tan fácilmente con la manipulación del lector. Lo que también hace viable que la revista

se adquiriera en los estadios, pues la mayoría de los aficionados puede mantenerla en un bolsillo o guardarla en espacios reducidos para luego leerla en casa, sin que esta se deteriore tan rápidamente, pues esto sucedería si el material fuera más endeble como papel bond por ejemplo, lo que generaría que el fanático en vez de guardarla busque la forma de desecharla, descartarla o no adquirirla por su fácil deterioro, todo esto la haría mucho menos atractiva y además visualmente poco agradable y carente de vistosidad.

Si bien es verdad que una campaña comunicacional es altamente costosa y la revista no cuenta con patrocinio ni con muchos recursos económicos, el hecho de que la autora participe en gran parte de la realización de la revista, abarataría costos en cuanto a empleados, reporteros directos de la revista, diagramadores y diseñadores, etc. Al menos por ahora, pues una vez que la revista se posiciona se irá integrando más personal y colaboradores.

Por otro lado, se concluye que existen más oportunidades que debilidades, pues hasta ahora no existen medios competidores directos, lo que le otorga una carga de originalidad y además le brinda la posibilidad a la revista Grada Caraqueña de calar en el mercado pues al no existir un medio similar, se asume la existencia de un target desatendido que tal vez por esta situación pueda tomar como opción de medio informativo a la revista.

Asimismo el tratamiento de la información dentro de la revista, que es de acercamiento al público, de hacer lo posible porque el lector sea protagonista generador de contenido, se realiza con el fin de que la audiencia se identifique rápidamente con la revista, se sienta parte de ésta y la tome como primera opción a la hora de buscar una información deportiva de los equipos caraqueños, todo esto sin duda puede beneficiar al posicionamiento de la revista.

Además, el uso de las redes sociales para afianzar el vínculo de la publicación con el lector, le otorga aún más dinamismo a la interacción del aficionado con la publicación y de alguna manera también con sus equipos, que es uno de los objetivos principales de la revista. Estas redes sociales serán un mecanismo de complemento para lograr esa participación directa del público, pues allí podrán comentar alguna duda que tengan sobre sus equipos favoritos o sobre la publicación como tal, sugerir temas que quieren que se trate en futuros números de Grada Caraqueña o expresar cualquier inquietud relacionada claro está con todo lo concerniente a la revista y su contenido. Todo esto hará más llamativa a la publicación, sin contar con que a través de este medio se anunciarán adelantos de los siguientes números, próximos concursos, promociones, lanzamientos de la revista, eventos relacionados y demás datos de interés que mantendrán al público pendiente de la publicación y conectado con sus redes sociales.

Ahora bien, una vez que se comprueba la viabilidad del producto, a través del análisis FODA realizado anteriormente, se procede a fijar la estrategia del producto, en primer lugar se debe dar a conocer el producto, con publicidad, promociones y presencia en los lugares donde habitualmente se encuentra la afición, aquí entra lo que sería la distribución de la revista, en primer lugar la idea es que la revista pueda ser adquirida en los estadios/gimnasios/canchas donde los equipos disputan partidos como locales. En segundo lugar se cree que la revista al no ser competencia de los diarios que circulan en la ciudad de Caracas, puede incluirse como un suplemento en éstos, lo que garantizaría una gran distribución y que se posicione rápidamente entre el público que lee los medios impresos. Con estos dos canales principales de distribución se garantiza que la revista Grada Caraqueña llegue al target deseado.

En cuanto a precio, la revista está planteada y elaborada para que se mantenga con publicidad y que posea un precio de venta al público (PVP) muy bajo o gratuito de

ser posible, pues se sabe que los principales ingresos no provendrán de esta comercialización, sino de publicidad presente en las páginas de la publicación y los diferentes tratos con posibles patrocinantes. Entonces se buscará captar la atención de marcas, productos, medios y que a través de promociones el público adquiera la revista, sin costo alguno, esto por ahora pues es un medio nuevo y que al tener un lanzamiento en esta época en la que dos de los equipos más importantes, se encuentran activos en competencias, esto permite que la revista tenga cabida en estos recintos. En los momentos en que los equipos no se encuentren jugando se diseñará otro tipo de marketing, esto se destaca con el fin de dejar en claro que este plan estratégico de mercadeo es válido de manera total para los primeros tres meses de introducción de la revista y luego irá teniendo modificaciones, adecuándose al comportamiento y aceptación del producto por parte del público.

En cuanto a promociones estratégicas se buscará que el lanzamiento se haga en los juegos de mayor importancia para la afición o en juegos clásicos donde se sabe asistirá mayor cantidad de fanáticos, en el caso del béisbol, se lanzará en el Estadio Universitario de la UCV, en un juego contra el equipo Navegantes del Magallanes, que es el principal rival de Leones del Caracas y son los juegos donde se registra la mayor cantidad de asistencia por parte del público aficionado. Por otro lado, se hará lo posible porque el lanzamiento para la afición del fútbol se realice en el Estadio Olímpico de la UCV durante un juego del clásico nacional entre Caracas Fútbol Club y el Deportivo Táchira. En el caso del Baloncesto se lanzará la revista en el Cocodrilos Sport Park donde se encuentra la escuela de Baloncesto y por supuesto en el Gimnasio José Beracasa del Parque Naciones Unidas, que también es la sede local de Mágicos del Caracas, por ende se lanzará Grada Caraqueña en este complejo deportivo dos veces, una cuando juegue Cocodrilos y la segunda vez cuando juegue Mágicos del Caracas.

En todos los casos, se contará con un stand propio identificado con el nombre de la revista y sus colores emblemáticos donde se hará entrega de la revista completamente gratis, a los primeros fanáticos en acercarse a este sitio (la cantidad de ejemplares impresos entregados variará según la capacidad de los estadios y la afluencia) así pues para el de béisbol se presume se entreguen unos tres mil ejemplares en el stand directo y otros dos mil, con promociones en conjunto con otros productos patrocinantes y que la dinámica sea que al momento de que el fanático adquiera un producto se le obsequie la revista, bien sea un producto oficial en la tienda de los Leones del Caracas ubicada en el estadio o un producto de las demás marcas presentes en el Estadio Universitario de la UCV. Esto se realizará con el fin de que la revista en su primer día se distribuya entre las diferentes personas que asistan al estadio, sin importar su estrato social, pero sobre todo a las clases populares, pues la mayoría de los ejemplares de la publicación se entregarán sin costo alguno y sin necesidad de adquirir un producto adicional.

Para el caso del lanzamiento en el Estadio Olímpico de la UCV se imprimirán unos tres mil ejemplares, que se repartirán dos mil en el estadio y como la adquisición de productos en esas instalaciones son más restringidas se repartirán los otros mil en esa misma semana luego del lanzamiento, en las tiendas “La Esquina Roja”, con la compra de productos oficiales del Caracas Fútbol Club de los que se ofertan en la tienda se hará entrega de la publicación. El caso del equipo saurio Cocodrilos de Caracas, será muy similar, pues para este caso se imprimirán 1500 ejemplares entregándose 750 en el Parque Naciones Unidas, 250 en las instalaciones del Cocodrilos Sports Park donde se encuentran las oficinas de la organización y 500 ejemplares más en las tiendas “La Esquina Roja” mencionadas anteriormente, pues estas venden artículos tanto del Caracas Fútbol Club como de Cocodrilos de Caracas. En el caso de Mágicos del Caracas, se esperará que se reincorporen a la Liga Venezolana de Voleibol y en ese momento se imprimirán 500 ejemplares que se

entregarán en su totalidad en el Parque Naciones Unidas, en este caso no sería el lanzamiento del número uno, sino del número por el que vaya la publicación al momento que Mágicos se reincorpore en la torneo de la liga nacional.

En todo caso, se debe tomar en cuenta que esto se trata de un plan de mercadeo de lanzamiento de la revista, que se ejecutará en los primeros tres meses desde la fecha de su fundación y que se ejecutará luego de acuerdos previos con las autoridades de cada equipo y de las instalaciones.

Luego de que la revista logre un posicionamiento se modificará el plan, tomando en cuenta las circunstancias, pues en tres meses no estará jugando activamente el equipo Leones del Caracas, por ejemplo, por lo que se buscará la manera de afianzar el trato con los diarios de circulación en la ciudad de Caracas, para que siga apareciendo en su interior como un suplemento mensual y se determinará según su aceptación los primeros tres meses, un plan que la mantenga en el mercado esta vez como un producto individual, que seguirá manteniéndose casi totalmente por el intercambio de publicidad con anunciantes y patrocinantes, pero que además tendrá ahora un precio acorde con el target que más la haya aceptado, para esto se realizará un focus group para estudiar cual fue ese target, así mismo se fijará el precio también de acuerdo un poco con los costos de producción y la economía del país para ese momento.

Se tratará de distribuir igualmente en las tiendas donde vendan productos oficiales de los equipos, en las sucursales de la capital de las principales librerías del país y por supuesto en los quioscos del área metropolitana, además se utilizará el recurso de la suscripción a la revista que será gratuita y sólo deberán cancelar el valor del ejemplar. Además se aprovechará el hecho de que las redes sociales permiten que el público lector siga la publicación y pueda informarse acerca de como y donde seguir obteniendo la revista. Con todo esto, se busca que el lector siga en contacto con la

revista y mantenerlos informados en todo momento, de noticias, innovaciones, actuación de los jugadores de sus equipos favoritos en ligas extranjeras y otro tipo de datos interesantes que mantengan al lector conectados con Grada Caraqueña todo el tiempo.

CONCLUSIONES

Luego de realizar el proyecto de diseñar y producir una revista dirigida al público aficionado a los equipos deportivos de la ciudad de Caracas, son muchas las conclusiones reflejadas, pues aunque se partió de la metodología de proyecto factible, fueron muchos los procesos llevados a cabo antes de lograr alcanzar los objetivos. Estos procesos fueron básicamente investigaciones acerca de los conceptos básicos del deporte, deporte colectivo, fútbol, béisbol, baloncesto y voleibol y a su vez aplicar estos conceptos y datos históricos que se encontraron mediante la investigación al contexto de la ciudad de Caracas.

En todo este proceso de investigación se realizaron descubrimientos importantes y curiosos, pues aunque había un dominio de tema acerca del deporte caraqueño, era un poco como una fanática más, en cambio ya adentrarse a una investigación que dejara claro la manera como se constituyó cada equipo y más allá cada disciplina deportiva, fue sin duda algo difícil de escribir y de describir, pues el proceso de aprendizaje dado con cada investigación fue, aunque complejo por la cantidad de información, también fue muy enriquecedor.

A través de todo este proceso de investigación, recolección de datos y demás pasé de ser una fanática más, a realmente ser una admiradora del deporte en todas sus instancias y el hecho de observar y saber como fueron los distintos procesos para que cada deporte y cada equipo se constituyera en la ciudad de Caracas, da mucho que pensar, da que reflexionar, pues realmente a pesar de no ser un proceso fácil ni rápido, se demuestra que la ciudad de Caracas siempre ha sido pionera del deporte, abierta a que su sociedad practique diferentes deportes venideros de todas partes del mundo. Por esta razón es que hay equipos en Caracas que datan de más de 70 años

como el caso de Leones del Caracas y hay otros como Mágicos del Caracas que cuentan con tan sólo dos años de fundación y en este hecho se basó en un principio la vigencia y la justificación del proyecto, sin saber que a lo largo del proceso se iba a encontrar una Caracas que realmente siempre ha tenido el deporte como prioridad, una ciudad deportiva, que recibe la influencia positiva de las distintas disciplinas y la amolda a su estructura, espacio geográfico, demás factores físicos y por supuesto las adapta a las características de su sociedad.

Se trata de un proceso de adaptación tedioso pues, la ciudad de Caracas es una región compleja, con su propio ritmo y sus habitantes están acostumbrados a ese ritmo que impone la ciudad y adaptar conceptos universales a este sistema no es algo sencillo, sin embargo Caracas es una ciudad con muchas vertientes y en donde se le da cabida a muchas cosas, incluido el deporte, que cuenta con una gran importancia en esta localidad. Se aprovechó justamente esta importancia sobre todo en lo social, que se le da al deporte, para llevar a cabo este proyecto de crear un medio que se enfocara únicamente a reseñar las actividades de deporte colectivo de la ciudad de Caracas.

Este proyecto cuenta con una originalidad que se logró gracias a la innovación de sus contenidos, la manera de presentarlos, el formato de la revista, pues no existe en el país un medio de comunicación social impreso dedicado al deporte caraqueño, con esas características y también por tomar en cuenta a la ciudad más importante de Venezuela, que de hecho es su capital, que es donde residen los equipos más importantes y más veces campeones de Venezuela, que a pesar de que guardan afinidad entre ellos nunca se ha hecho un producto de comunicación o mejor dicho, no se ha creado un medio de comunicación social común para estos equipos que reseñe todo lo concerniente a la actividad deportiva de la ciudad de Caracas. Estos aspectos cargaron de factibilidad el proyecto desde un primer momento. Además, de

que la idea se ejecutó justamente durante el último trimestre del año, fecha en la cual los equipos deportivos más importantes se encuentran en diferentes competiciones, lo que genera un público activo, que está pendiente de sus equipos y que está ávido de información, lo que obviamente ayudó en la producción del proyecto, sobre todo a nivel de generar y transmitir información, pues se trata de un béisbol activo, con Leones del Caracas que juega casi diariamente y un Caracas Fútbol Club a punto de ganar la Copa Venezuela y terminar el torneo Apertura, por ende se trata de los equipos caraqueños más activos y más ganadores entre los torneos nacionales, lo que es beneficioso para la publicación, pues justamente se fundó cuando dos de sus equipos más importantes se encuentran jugando en sus temporadas.

También se realizaron entrevistas, tanto a aficionados como a expertos para recolectar información y datos de interés que formarían parte del contenido como tal de la revista. Incluso los mismos entrevistados forman parte de lo que es la revista, ya que se quería que el producto tuviera mucha participación de la afición y que esto se destacara en sus páginas, para resaltar la función social de la revista y su objetivo de unir y mejorar a la sociedad caraqueña por medio del deporte, que es sin duda una actividad que ha logrado unir inclusive a la sociedad venezolana, esto se evidencia con el apoyo que se le ha dado a la selección nacional de fútbol, la Vinotinto, quienes con su esfuerzo y el crecimiento en cada uno de sus partidos, producto de un duro trabajo, han logrado calar en el corazón de todos los venezolanos quienes han respaldado a su selección y se unen para brindarle su apoyo incondicional, este mismo efecto que logró la selección nacional es que el esperamos que se logre en la ciudad de Caracas en todo lo concerniente al deporte y que ese espacio de unión empiece justamente en la revista Grada Caraqueña donde se conjugarán las disciplinas de deportes colectivos más importantes de la ciudad de Caracas, sin ningún problema.

En cuanto al diseño que se quería en un principio de la revista, donde se hablaba de un diseño fresco y práctico, este objetivo también era factible y la evidencia de esto, es que se logró crear un medio de comunicación práctico, fácil de transportar, cuya originalidad no está solo en el tratamiento de la información, sino también en su formato cuyas medidas no son las convencionales de una revista. Todo esto, hace un producto atractivo, además el material que se empleó para su impresión, que fue papel glasé le otorgó vistosidad y durabilidad. También es importante destacar los colores que se escogieron para el diseño, que le dieron el dinamismo propio de la fuente que se maneja y que conjuntamente se adaptan muy bien al ritmo de la ciudad capital y tratan de dar a la revista el atractivo que requiere para llegar a ser el número uno en cuanto a tratamiento de información se refiere.

Se creó un plan de mercadeo, enfocado más que todo en las ideas que se tienen para impulsar y posicionar la revista, sin arrojar cifras muy detalladas, pues la idea era esbozar el plan más acorde para la publicación, sin tomar en cuenta mucho la parte económica pues actualmente en el país hay una economía cambiante que no permite manejar cifras exactas. Además en este momento la revista se produce exclusivamente con fines académicos y no posee ningún tipo de patrocinio o algún tipo de capital para concretar su lanzamiento, lo que sí se deja bien claro es que se trata de un plan de mercadeo de lanzamiento, es decir que será válido por no más de tres meses y sujeto a modificaciones a medida que se vaya midiendo la aceptación del público y que vaya pasando el tiempo, pues son muchos los factores y las circunstancias que afectan el mercadeo de un producto, más si el producto es un medio de comunicación.

Sin embargo, se tomó en cuenta todo este plan de mercadeo inmediato y se ideó uno más allá de este último trimestre del año, pues esta revista tiene rentabilidad durante todo el año, debido a que los equipos colectivos caraqueños tienen actividad a

lo largo de todo el año, no todos en el mismo momento, pero siempre hay actividad deportiva en la ciudad y se indicó que la revista pudiera seguir siendo rentable a través de la suscripción a domicilio y es posible mantener la revista con información deportiva de la ciudad de Caracas a lo largo de todo el año, pues como se dijo anteriormente, las temporadas de las distintas ligas nacionales no se solapan, por ende la ciudad tiene alguna competición deportiva durante todo el año. Todo esto permitirá tener acceso a todo aquel interesado en la revista y en cualquier información concerniente a los equipos de deporte colectivos caraqueños.

A pesar de todo esto, la materialización del medio impreso Grada Caraqueña es una realidad, gracias a los esfuerzos y trabajos de investigación, a las consultas a fuentes vivas, documentales y electrónicas, al desarrollo de ideas y demás impulsos que hicieron posible se llevara a cabo este proyecto y se comprobara su factibilidad a través del resultado final, que fue la elaboración exitosa de la revista Grada Caraqueña que además cumple con los objetivos fundamentales propuestos desde un principio en el proyecto.

Además su lanzamiento fue en el último trimestre del año, pues es en el que se juega béisbol que fue el primer equipo aceptado y practicado en la capital y uno de los más afamados en todo el país, esto se realizó en búsqueda de la mayor aceptación posible hacia todo lo que se reseña en la revista, que es lo que se busca desde un primer momento, esa aprobación del fanático y su familiaridad. Además, se reseña información acerca de como se implementaron las distintas disciplinas deportivas de carácter colectivo en nuestra ciudad lo cual es clave para la sociedad actual de la ciudad de Caracas.

En fin, la realización de todo este trabajo deja una gran satisfacción pues algo que partió de una idea y hoy se materializa de la mejor manera posible. Aunado a esto, el resultado final del proyecto cumplió con los objetivos y la misión de la revista Grada

Caraqueña, trazados desde un principio, sobre todo en lo social, pues sus contenidos reflejan lo que dice su slogan, “hecha por y para fanáticos del deporte capitalino” y el darle esa carga social a la información y ese tratamiento a la información, con un medio que resalte el protagonismo del público lector como generador de contenido fue bastante interesante, pues en la mayoría de los casos los medios se limitan a reseñar únicamente acerca de quienes generan la noticia, en el caso del deporte, pues se informa acerca de la actuación de los equipos, atletas y a veces de la directiva, dejando de lado la importancia que tiene la afición para un equipo.

Esta valoración especial que se le da al lector en Grada Caraqueña, ese poder de participación y la capacidad de generar su propio contenido, invita al lector a formar parte de la publicación y hace posible que éste se identifique con ésta, lo cual es muy significativo para la revista, pues se trata de una meta trazada desde un principio y que se cumplió satisfactoriamente. Además le otorga una carga de originalidad, de exclusividad por ser única en tratar la información de esta manera y en reseñar contenidos deportivos con referencia tanto a los equipos deportivos caraqueños como a sus distintas aficiones, todo esto en igualdad de importancia.

Más allá de todo esto, viéndolo por el lado económico que también es importante al ser un producto de comunicación visual creado justamente para un público determinado interesado en el deporte, este tipo de tratamiento que se le da a la información le da una rentabilidad en cuanto a su perduración en el tiempo, por su carácter único como medio de comunicación impreso deportivo, dirigido a las distintas aficiones que hacen vida en la ciudad de Caracas, que además trata de ser un medio cercano que le permite al público leerse dentro de sus contenidos, lo que creará paulatinamente una fidelidad de gran cantidad de lectores hacia esta publicación.

Referencias

- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (5ª edición) Caracas.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2012). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales (4ª edición) Caracas
- Castejón E. (1986) Revistas, periodismo no diario. Venezuela
- Berger, J. (1994) Modos de ver. España
- Foges, C. (2000) Diseño de Revistas
- Leslie, J (2003) Nuevo diseño de revistas. Gustavo Gili
- Martin, S. (2000) Periodismo noticia noticiabilidad
- Vené, J. (2005) Juan Vené en la pelota. Vol. 3. Biblioteca Últimas Noticias
- Viglione, G. (2004) El basquetbol de ayer, de hoy, de siempre. Un aporte para el conocimiento del deporte. Argentina
- Alcoba, A. Enciclopedia del deporte. M.G. Comunicación Gráfica. España

- Ardá, A. (2003) Metodología de la enseñanza del fútbol. España. Ed. Paidotribo
- Ivoilov, A. Voleibol: técnica, táctica y entrenamiento. Traducción para editorial Stadium S.R.L. Buenos Aires, Argentina
- Frascara, J. (2006) El diseño de comunicación. Ediciones Infinito. 1era edición. Buenos Aires
- Zanón, D. Introducción al Diseño Editorial. Madrid, España
- Vega, V. Mercadeo Básico. San José, Costa Rica
- Editorial Ideas Propias (2006) Promoción y publicidad en el punto de venta. Técnicas de Animación del Punto de Venta y Promoción Online. España
- Oramas, L. (1961) Boletín de la Academia Nacional de la Historia.
- Simón, P. (1987) Noticias históricas de Venezuela. Ediciones de la Academia Nacional de la Historia. Caracas
- Guzmán, K. Quilique, M. (2009) Diseño e implementación de una revista de promoción del ecoturismo en Venezuela. Tesis de grado para optar al título de Licenciados en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela

- Cabo, D. Mejía, C. (2010) Revista especializada en deporte femenino venezolano DFV. Tesis de grado para optar al título de Licenciados en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela.
- Fernandes, A. Sifontes, Juan. (2011) Producción de una revista de publicación mensual dedicada al tratamiento en profundidad del balompié venezolano. Tesis de grado para optar al título de Licenciados en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela
- Hernández, A. (1999) Acerca del término deporte. Disponible en: [www.efdeportes.com/efd17/deporte.htm]
- Vigi P. (2011) Historia del Baloncesto en Venezuela. Disponible en: [<http://es.scribd.com/>]
- Instituto de artes visuales. Diseño editorial y publicitario. Disponible en: [www.newartesvisuales.com]
- Sitio sobre los orígenes del béisbol. Disponible en: [www.origenesdelbeisbol.com]
- Blog del Béisbol venezolano. Disponible en: [www.beisblog.net]
- Historia del Fútbol Venezolano. Disponible en: [<http://forovinotinto.forospanish.com/>]

- Historia, Federación Venezolana de Fútbol. Disponible en: [www.federacionvenezolanadefutbol.org].
- Glosariografico.com
- Diccionarios.com
- Manual de estilo del Diario El País
- Marca Digital. Opinión de un experto sobre el marketing en medios impresos disponible en: [http://www.marcadigital.cl/articulos-sobre-impresion/opinion-de-un-experto-sobre-el-marketing-en-medios-impresos] Chile
- Mundo deporte (2007) Deporte-Definición de Deporte- Deporte en general. Disponible en: [http://www.yourbubbles.com/depractica/deporte/index.php]
- Sitio oficial del Caracas Fútbol Club Disponible en: [www.caracasfutbolclub.com]
- Curiosas Estadísticas Deportivas (2011) Disponible en: [http://curiosasestadisticasdeportivas.blogspot.com/2011/07/origen-del-beisbol.html]
- Arraíz, N. (1972) Caracas y su fútbol de antaño. Ed. Venegráfica
- Laya, L. (2004) El fútbol en Venezuela. Fundación Bigott
- John, R. Los Leones del Caracas: Historia de una familia. Ed. Cejota
- Sitio oficial del Caracas Baseball Club 1942 [leones.com]

- Sitio oficial de Cocodrilos de Caracas [www.cocodrilos.com.ve]
- Rodríguez, L. (1998) Venezuela en un balón. Fundación José Beracasa.
- García, R. Voleibol: El reglamento comentado. Ed. Stadium-S.R.L.
- Díaz, P. Caracas, la gentil: Biografía de una ciudad. El Nacional
- Gran enciclopedia de Venezuela: Cultura y deporte. Vol. 6
- Daiuto, M. Básquetbol: Metodología de una enseñanza. Ed. Stadium-S.R.L.
- Sitio oficial del Ministerio del poder popular para el Deporte [www.mindeporte.gob.ve]
- Instituto Municipal de Deportes y Recreación. Alcaldía del Municipio Bolivariano Libertador.
- Perea, R. (2003) Béisbol. Reglamento Oficial Ilustrado. Reglamentos deportivos Series. Vol.11. Tucídides. Ed. Panamericana Editorial
- Diseño y Comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica (1985) Ed. Gustavo Gili, Barcelona.
- González, W. Las Ciencias del Diseño: Racionalidad limitada, predicción y descripción. Netbiblo.
- Lallana, F. (1999) Diseño de medios impresos. Instituto Internacional de Teología a distancia. Madrid.
- Owen, W. (1991) Diseño de revistas. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.

- Munari, B. (1985) Diseño de Comunicación Visual. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- Ricupero, S. (2007) Diseño Gráfico en el Aula. Guía de trabajos prácticos. Ed. Nobuko. Buenos Aires.
- Zelanski, P. Fisher, M. (2007). Color. Ed. Akal.

GLOSARIO

Afición: es una actividad cuyo valor reside en el entretenimiento de aquél que lo ejecuta, que algunas veces no busca una finalidad productiva concreta y se realiza en forma habitual.

Audiencia: se trata de una población que recibe un mensaje a través de un medio de comunicación e interactúa con el medio, a través de la aceptación y consumo del mensaje, producto o idea.

Fair play: es una expresión muy utilizada para denominar el comportamiento leal y sincero además de correcto en el deporte, en especial fraterno hacia el contrincante "oponente", respetuoso ante el árbitro y correcto con los asistentes. La preocupación por el juego limpio ha ido en aumento en todo el mundo, ante la reiteración de conductas deportivas cuestionables, no sólo por parte de los jugadores, sino por parte también de dirigentes, patrocinadores, padres y familiares, árbitros, entrenadores y público.

Feed back: Consiste en comunicar en forma verbal y/o no verbal a otra persona o grupo sobre su conducta y cómo ésta nos afecta. Incluye un componente perceptual (lo que yo observo en la conducta del otro) y un componente emocional (qué sentimientos provoca en mi la conducta observada). Sirve para reflejarle a los demás cuáles comportamientos pueden seguir realizando, dado los efectos positivos que causa sobre los otros, o cuáles modificar o cambiar en función del impacto negativo que ejercen.

Focus group: es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales. En comportamiento

del consumidor, los grupos focales son utilizados para enfocarse o explorar un producto o una categoría de productos en particular (o cualquier otro tema de interés para la investigación). Durante una sesión de un grupo de discusión se alienta a los participantes a discutir acerca de sus reacciones ante conceptos de productos y servicios, o ante nuevas campañas de comunicación de marketing o publicidad. Los participantes de estos grupos se reclutan de acuerdo con un perfil del consumidor, cuidadosamente elaborado en forma de cuestionario y que se conoce como cuestionario de selección. En el mundo del marketing, las sesiones de grupo son una herramienta muy importante para recibir retroalimentación de diversos temas concernientes a la mezcla de mercadotecnia. En particular se utiliza para detectar deseos y necesidades en cuanto a envasado, nombres de marcas o test de conceptos. Esta herramienta puede dar información valiosa acerca del potencial de un concepto, un eslogan o un producto en el mercado.

Fuente periodística: Es cualquier entidad, persona, hecho o documento que provee de información al periodista para que éste tenga elementos suficientes para elaborar una noticia o cualquier otro género informativo. También se refiere a la naturaleza de la información que maneja o trabaja el periodista.

Medio impreso: es la denominación que se le otorga a todos aquellos medios de comunicación que sean productos de imprenta en forma de imagen o escritura, es decir periódicos, revistas, carteles, folletos, etc.

Proyecto factible: propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización.

Redes sociales: Son sitios web que ofrecen servicios y funcionalidades de comunicación diversos para mantener en contacto a los usuarios de la red. Se basan

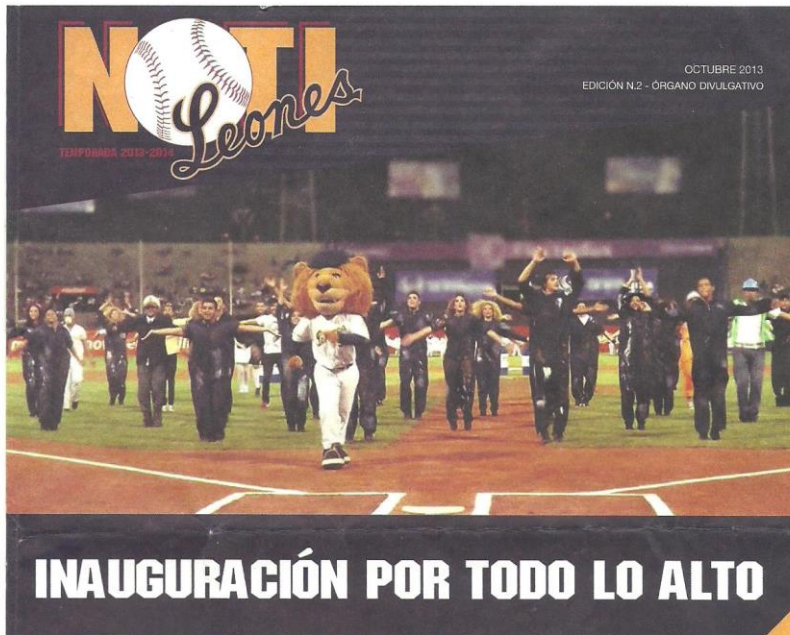
en un software especial que integra numerosas funciones individuales: blogs, wikis, foros, chat, mensajería, etc. Todo en una misma interfaz que proporciona la conectividad entre los diversos usuarios de la red.

Target o Público objetivo: es el segmento de la demanda al que está dirigido un producto, ya sea un bien o un servicio.

Tratamiento de la información: se refiere a todas las operaciones que el periodista realiza con la información. Estas operaciones pueden ser de naturaleza muy variada: lectura, escritura, copia, traducción, transmisión, ordenación, clasificación, comparación, archivo, cálculo, análisis, síntesis, entre otros procesos.

ANEXOS

ANEXO 1: Folletos informativos del equipo Leones del Caracas “Noti Leones”



Como ya es costumbre temporada tras temporada, Leones del Caracas inició este nuevo campeonato de beisbol 2013-2014 por todo lo alto con un show lleno de baile, alegría y muchas emociones.

Bajo la premisa "Vamos por el 21", en referencia a la meta de obtener este año el título número 21, el equipo capitalino comenzó su tradicional acto inaugural con un video lleno de emociones, donde pudimos ver a grandes personalidades de nuestro país y demás ciudadanos de diferentes profesiones, expresar su amor y fanatismo por el equipo de la ciudad capital.

Una vez finalizado el video, se dio pase a más de 60 bailarines quienes realizaron un show al mejor estilo del "stomp", donde realizando excelentes coreografías y utilizando barriles y palos, dieron ritmo, vida y alegría a los asistentes del Estadio Universitario.

Los niños de ASOLEONES, también fueron protagonistas con su participación en el show, desplegando banderas gigantes con el slogan "Vamos por el 21". Luego del acto Marcos y David Davallilo, junto a la Sra. Mercedes de Davallilo, viuda del fallecido Pompeyo Davallilo, realizaron el lanzamiento inicial del partido rindiéndole homenaje a esa gran figura del beisbol venezolano.

El himno nacional estuvo a cargo de los alumnos del coro del Colegio Fe y Alegría Las Mayas, quienes con sus excelentes voces entonaron estas notas para posteriormente dar inicio al primer juego de la temporada 2013-2014 del beisbol profesional venezolano, de Leones del Caracas enfrentando a Bravos de Margarita.

Este espectáculo pudo ser disfrutado por todos los aficionados a través de las pantallas gigantes del estadio, y a su vez, por primera vez pudimos contar con una cámara aérea, la cual pudo realizar grandes tomas de lo que fue el espectáculo.

leones.com

RUGIERON LOS BATES

Leones del Caracas comenzó la zafra 2013-2014 con la bandera ofensiva bien en alto. Entre los líderes en bateo están los criollos: Jesús Aguilar y Gregorio Petit.

Aguilar, defensor de la primera base en todos los encuentros de la primera semana de temporada, promedió .643 en sus pasajes ofensivos; ha destacado la madurez con que se reportó el oriundo de Maracay, ya que acumuló cuatro boletos y reaccionó con nueve imparables incluido un vuelacercas en 14 veces al bate. Números que lo acreditaron como el Jugador de la Semana en la primera semana de campeonato en la LVBP.

Pero Aguilar no atacó sólo, Gregorio Petit terminó como segundo en la alineación en la semana inaugural, muestra de lo productivo que ha sido para la causa melenuda dirigida por Dave Hudgens. Petit, en 16 turnos al bate logró anotar carrera en cinco chances, sólo superado por Aguilar (ocho), e impulsando tres compañeros a la registradora y colocando .313 como average en bateo.

Los capitalinos conectaron cinco cuadrangulares en las primeras de cambio en la temporada, dos de ellos con sello de Petit. "Es una muestra de lo que puedo hacer cuando estoy sano", comentó el campocorto, quien no conectaba de jonrón desde la campaña 2008-2009.

Por: Samuel A. Hidalgo M.



Jesús Aguilar (Foto: AVS Photo Report)



Gregorio Petit (Foto: AVS Photo Report)



BREVES

Se reincorporan figuras a la manada.

El receptor Ramón Cabrera y su similar Jesús Sucre ya se unieron al equipo al igual que los lanzadores Héctor Rondón y Wilmer Font. Ellos estarán disponibles cuando el cuerpo técnico lo decida.

Font quiere debutar

El prospecto de 23 años de edad de los Rangers de Texas, Wilmer Font, está "ansioso por jugar". El criollo quien aún no ha debutado en la Liga Venezolana de Beisbol Profesional, se mantuvo estrizando su brazo desde que se incorporó al equipo capitalino en la Ciudad Universitaria.

Por: Edilbrando Acosta M

Leones

@tiendasleones



@leones_cbbc

Leones del Caracas rechaza la reventa de entradas a precios mayores a los establecidos como precios de venta al público, por lo que te invitamos a denunciar a los infractores ante los órganos competentes o a través de la página www.leones.com. En Leones, ponemos a tu disposición diferentes maneras de conseguir boletos al precio justo. No sólo el abono es una opción antes de cada temporada, por la antelación y la comodidad que significa tener un asiento seguro, sino que también existen otras posibilidades de adquirir boletos con tiempo y al precio justo, diciéndole de esta manera "NO a la Reventa".

Para aquellos fanáticos que planifican con tiempo su visita al estadio, está la "Compra de entradas con antelación", para que puedan obtener sus entradas previo al juego con tan sólo acercarse a la Tienda Leones, ubicada en el C.C. Galerías El Recreo – a excepción de los juegos contra

Navegantes del Magallanes y Los Tiburones de La Guaira – que sólo podrán ser adquiridas directamente en las taquillas del Estadio Universitario.

Quienes prefieran adquirir las entradas desde la comodidad de su hogar, Leones también cuenta con la "Compra Online" donde todos los usuarios podrán conseguir sus entradas a través de nuestra página web leones.com, de manera rápida y segura.

Si por el contrario deciden comprarlas el día del juego, la taquilla del estadio de la UCV es la opción. Durante los juegos de beisbol en que Leones del Caracas sea Home Club, podrán adquirirse las entradas a partir de las 10:00 am y hasta el 5to inning del juego, según disponibilidad.

¡COMBATIR LA REVENTA ES TRABAJO DE TODOS!

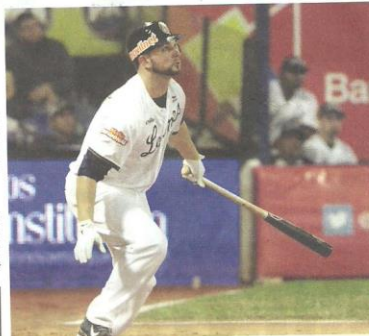
leones.com

CRECE LA MANADA

Leones del Caracas extendió a lo largo de octubre su poderío ofensivo, hasta el 29 de ese mes, los capitalinos comandaban la liga en: promedio ofensivo con .318, cuadrangulares con 20, imparables con 179, carreras anotadas con 102 y un porcentaje de embasado de .494.

El grandeliga de los Phillies de Filadelfia, Casper Wells, integró la manada colocándose en la médula de la alineación ofensiva, y no sólo eso, defensivamente también destacó con asistencias importantes en la primera serie contra las Águilas del Zulia.

Los grandeligas; Armando Galarraga y Guillermo Moscoso se reportaron al clubhouse capitalino. Por otra parte, los prospectos Darry Vázquez, Jesús Galindo y Eugenio Suárez también dijeron presente. Este último, fue incluido en el roster



Casper Wells (Foto: AVS Photo Report)

de 35 y a disposición del mánager Dave Hudgens desde el segundo Magallanes-Leones en la Ciudad Universitaria.



Armando Galarraga (Foto: AVS Photo Report)

EL 23 ESTÁ DE VUELTA

El mítico campocorto de Leones del Caracas regresó a su hogar, "Manos de seda" Omar Vizquel, se reportó a la manada para asumir su cargo de coach y apoyar en las decisiones al mánager Hudgens.

Samuel A. Hidalgo MJ/ Andrea Morales



Guillermo Moscoso (Foto: AVS Photo Report)



Omar Vizquel (Foto: Archivos)

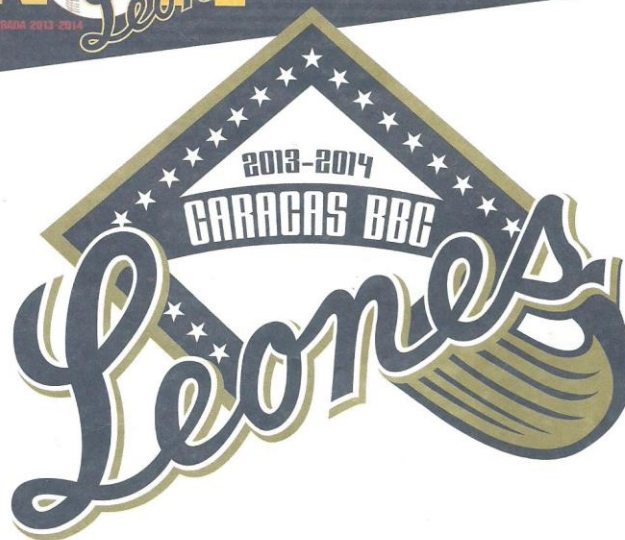
Leones



@leones_cbbc
@tiendasleones



leones_cbbc



VAMOS POR EL 21

Leones del Caracas inicia la temporada 71 en la historia del equipo en busca del título 21. La divisa más ganadora en la historia de la Liga Venezolana de Beisbol Profesional. Dave Hudgens, mánager campeón en la 2009-2010 y Rick Sweet en el rol de coach de banca, serán los encargados de guiar al equipo.

Desde el 18 de septiembre, los caraquistas comenzaron sus prácticas en las instalaciones de Venoco, en la ciudad de Guacara, estado Carabobo. Allí aprovecharon al máximo los dos campos de juego, una jaula de bateo y un terreno para practicar los roletazos. El dos de octubre continuaron su pretemporada en el Estadio Universitario, donde finalizaron los detalles de cara a la campaña.

leones.com

NEGRÍN, IMPORTADO DE LUJO

Yoanner Negrín, encabeza el grupo de peloteros importados que refuerzan al equipo. El lanzador fue una de las piezas clave de la temporada 2012-2013. Entretanto, el conocido Danny Dorn, representa uno de los puntales de la ofensiva foránea de Leones en la 2013-2014, luego de despachar 25 vuelacercas en triple A esta temporada.

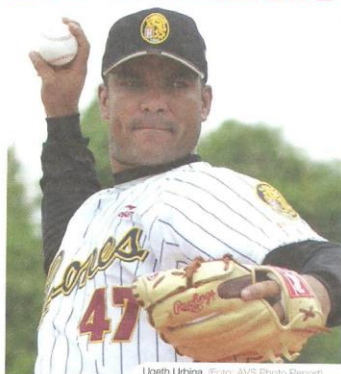
Entre los criollos en este inicio de temporada resaltan nombres como Jesús Aguilar, Carlos Rivero, Daniel Mayora, Luis Rodríguez, Luis Sanz.

Por: Diego Naranjo



Yoanner Negrín (Foto: AVS Photo Report)

DOS VIEJOS CONOCIDOS DE VUELTA



Ugueth Urbina (Foto: AVS Photo Report)



Bob Abreu (Foto: AVS Photo Report)

Ugueth Urbina y Bob Abreu volverán a vestir el uniforme de Leones en la temporada 2013-2014, Urbina no ve acción desde la temporada 2004-2005, mientras que Bob Abreu vestirá nuevamente el número 53, el cual ha llevado a lo largo de su carrera.

"Es una buena noticia contar con jugadores de estas características, que pueden ejercer buena influencia entre los jugadores jóvenes", destacó el coach de banca, Rick Sweet.

Por: Diego Naranjo

Leones

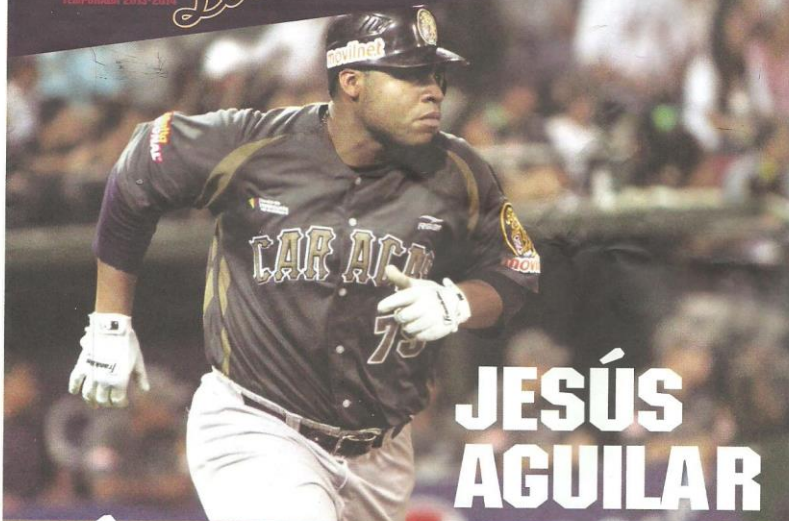
@tiendasleones



@leones_cbbc

NOTI
Leones
TEMPORADA 2013-2014

NOVIEMBRE 2013
EDICIÓN N.4 - ÓRGANO DIVULGATIVO



**JESÚS
AGUILAR**

LÍDER OFENSIVO

Jesús Aguilar está viviendo el mejor momento en su creciente carrera. Se alzó con el premio al más valioso en la primera semana del campeonato y no ha bajado su ritmo ofensivo.

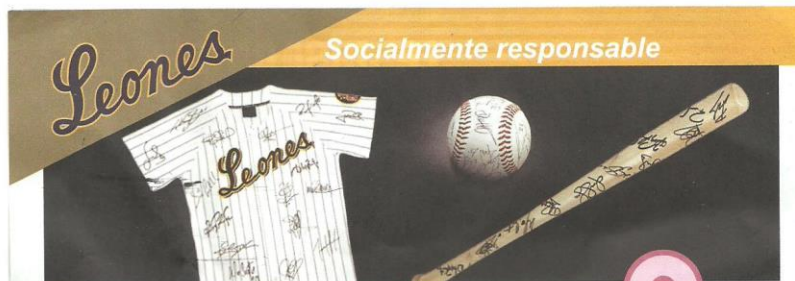
Con la etiqueta aún de prospecto, se ha convertido en la referencia ofensiva de Leones del Caracas. El joven de 23 años, se ha tomado con mucha madurez la responsabilidad, que se ha ganado a fuerza de batazos, en el equipo. "Solo trato de fajarme en cada turno y no tengo la mentalidad de

ser el héroe del partido. Mi objetivo está en tomar buenos turnos". Declaró el primera base.

Aguilar, es líder del torneo con más cuadrangulares con ocho batazos de vuelta completa, además figura como el máximo remolcador del equipo y es colider en ese departamento en el campeonato.

Por: Edilbrando Acosta M.

leones.com



Leones

Socialmente responsable

SUBASTA DE ARTÍCULOS AUTOGRAFIADOS A BENEFICIO DE **senosalud**

Por quinto año consecutivo, se subastará a través de Mercado Libre, una pelota, un bate y una camisa autografiada por los peloteros de esta temporada a beneficio de Senosalud, organización dedicada a fomentar el diagnóstico precoz del cáncer de mama en Venezuela.

La subasta comenzará a partir del 18 de noviembre y hasta el 6 de diciembre, accediendo por medio de la página leones.com. Los ganadores tendrán la oportunidad de recibir el artículo subastado en el terreno de juego del Estadio

Universitario el 13 de diciembre a las 7:00pm, antes de dar inicio al juego contra Águilas del Zulia.

Para Leones del Caracas, cada año resulta más gratificante apoyar a este tipo de organizaciones que promueven en hombres y mujeres la salud y la vida en Venezuela. Estamos seguros que esta subasta va a tener como siempre, una excelente acogida e invitamos a toda la fanaticada a unirse y apoyar a Senosalud.



OPTIMIZACIÓN DE ABONOS

¡Fanáticos! Si son abonados y piensan en no asistir a uno o a varios de los juegos por alguna razón, Leones del Caracas les trae la solución para que no desperdicien sus sillas, ni su dinero. Ahora podrán optimizar su abono y vender sus asientos en los días que no vayan a asistir.

Para colocar sus sillas a la venta, deben dirigirse a la Tienda de Leones ubicada en el Centro Comercial Galerías El Recreo, de lunes a viernes en horario comprendido de 10:00 am a 5:00 pm. El lapso mínimo que tendrán para colocar los asientos a la venta, previo al juego, será de 72 horas, de no ser el titular, deben presentar una autorización donde incluyan copia del abono y copias de cédulas tanto del titular como del autorizado.

La cantidad máxima de juegos a colocar no podrá exceder de diez (10), bien sea colocados en una sola operación o en la suma

de varias. Es importante dejar claro que una vez sean colocadas las sillas/juegos, no podrán hacer uso de las mismas, incluso si no son vendidas, con esto se quiere decir que no existirá ningún tiempo determinado ni garantía alguna por parte de Leones para vender las sillas.

De realizarse exitosamente la venta, serán notificados vía correo electrónico mediante un estado de cuenta, que se irá actualizando cada vez que sea efectiva una venta de su operación colocada.

Leones del Caracas cancelará dichas ventas a partir del 15 de febrero del 2014 o bien podrán ser aplicadas como parte de pago en la compra del abono de ese año.

Si quieres más información ingresa en leones.com en la sección de condiciones de boletería. ¡Optimiza tu abono!

Derechos Reservados. Caracas Base Ball Club C.A.

NOTI
Leones
TEMPORADA 2013-2014

DICIEMBRE 2013
EDICIÓN N.5 - ÓRGANO DIVULGATIVO



CARACAS EXHIBE SUS JARDINES DORADOS



Leones del Caracas han ido realizando ajustes a lo largo de la temporada para alcanzar sus objetivos esta campaña. La custodia de los jardines parece ser una de las piezas de lujo que posee el conjunto melenudo.

El experimentado Bob Abreu es el jardinero de mayor experiencia en el equipo. Ha disputado 14 temporadas en la Liga Venezolana de Beisbol Profesional, todas con la camisa de Leones del Caracas. También cuentan con Franklin Gutiérrez, otro jardinero con experiencia en la LVBP y en las grandes ligas, además ganador del premio al Guante de Oro en la Liga Americana en el año 2010.

Una nueva inclusión fue el jardinero zuliano Gerardo Parra, también ganador del premio al Guante de Oro en la Liga Nacional este año en la gran carpa.

Estos dos jardineros que en su momento fueron considerados los dos mejores outfielders defensivos de MLB, custodian las praderas del equipo capitalino.

Y si se trata de mirar hacia el futuro, pues también cuentan con el prospecto Jesús Galindo que se estrenó esta campaña en la LVBP. El criollo participó este año en el Juego de las Estrellas del Futuro que organiza Major League Baseball.

Alcance, buenos brazos y solvencia es lo que muestra el equipo capitalino en sus jardines. Sin duda un outfield de lujo posee el equipo melenudo.

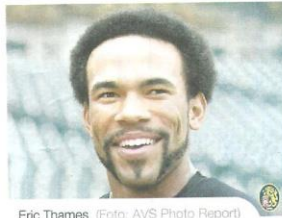
Edilbrando Acosta M.

leones.com

SUSTITUCIONES

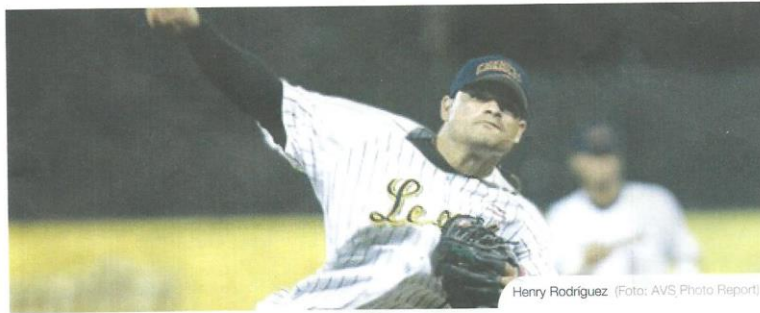
Caracas anunció la contratación de los relevistas Jeremy Accardo, quien ya está en Venezuela y acumula ocho temporadas en las mayores, y de Jonathan Ortiz quién es un derecho dominicano.

Los foráneos Eric Thames y Danny Dorn cumplieron su tiempo en el equipo. Thames, dejó promedio de .286 en 9 encuentros con dos cuadrangulares y cinco carreras impulsadas, mientras que el jardinero Danny Dorn dejó el mejor promedio ofensivo entre los importados con .313 puntos, despachó seis jonrones y remolcó 22 carreras.



Eric Thames (Foto: AVS Photo Report)

CARACAS REFORZÓ SU BULLPEN



Henry Rodríguez (Foto: AVS Photo Report)

Caracas agregó más profundidad al cuerpo de relevistas. El grandeliga Henry Rodríguez se unió al equipo en la octava semana de campeonato.

Rodríguez lanzó este año en Grandes Ligas con los Cachorros de Chicago y los Nacionales de Washington. Actuó en 22 encuentros en las mayores y dejó un porcentaje de carreras limpias de 4.09.

El zuliano no actúa con Leones del Caracas desde la temporada 2011-2012, cuando dejó efectividad de 3.80 en 23 apariciones.

Leones



@leones_cbbc
@tiendasleones



leones_cbbc

REVISTA



DISFRUTA EL BÉISBOL DE CERCA CON
HOME CLUB BANESCO

¡Escanee este código y descubra
lo que tenemos para ti!



Síguenos en la redes sociales y ¡mantente atento!

EN VENEZUELA **BÉISBOL**
SE ESCRIBE CON **B DE BANESCO**



Banesco
Contigo



Grada Caraqueña

Hecha por y para fanáticos del deporte capitalino

Publicación 01 Diciembre 2013



ESPECIAL FIESTA DEL BÉISBOL

LA REVENTA
EL DEPORTE COMO NEGOCIO

COCODRILOS
PIENSA EN EL BICAMPEONATO

EL CLÁSICO DEL FÚTBOL CRIOLLO
SERÁ LA FINAL DE LA COPA VENEZUELA

Munchy

TRIPLE PLAY





PROVOCA

PROXIMOS JUEGOS

Caracas Fútbol Club:

Torneo Apertura 2013-2014

Domingo 15 de diciembre de 2013 – 3:30pm - Caracas

Caracas FC vs. Deportivo Anzoátegui

Copa Venezuela (final)

Jueves 05 de diciembre de 2013 - 3:30pm – Caracas

Leones del Caracas

DICIEMBRE

DOM	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB
1 	2 	3	4 	5 	6 	7 
8 	9	10 	11 	12 	13 	14 
15 	16	17 	18 	19 	20 	21 
22	23	24	25	26	27 	28 



@gradacaraqueña



Grada Caraqueña

PRÓXIMOS JUEGOS

EDITORIAL

Grada Caraqueña

fue creada para convertirse en la revista deportiva de Caracas por excelencia, que posea contenidos interesantes, fácilmente manejables, presentados de una manera fresca, atractiva, práctica y que sean fáciles de digerir y asimilar por el lector.

A su vez Grada Caraqueña busca estar en contacto directo y constante con el público al que va dirigido, por medio de la revista y con sus seguidores a través de las redes sociales.

En esta revista encontrarás un portal del fanático caraqueño, cargado de curiosidades, datos históricos de interés, reportajes, noticias e informaciones, todo esto complementado con imágenes, que te permitirán conocer acerca de todo el acontecer de tus equipos favoritos de la capital.

Sin duda vale la pena echarle un vistazo a todo lo que ofrece esta nueva revista, que es más que una publicación, la materialización de un sueño que empezó como una idea sin mucha forma y espero que esa forma obtenida sea de su completo agrado.

Así se vive un
Caracas-Magallanes

Ver Pág. 11

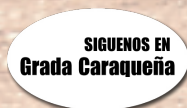
El clásico
venezolano del fútbol

Ver Pág. 12

Cocodrilos va por el
Bicampeonato

Ver Pág. 18

Yami Andreina Roca
@yami_roca





ESTAMOS HECHOS DE BEI

toma lo bueno

¡SIÉNTETE GRANDE!



**LA ESQUINA
ROJA**



¡SIÉNTETE GRANDE!



TABLA DE POSICIONES

Leones

	JJ	JG	JP	AVE	DIF	RACHA	ÚLTIMOS 10	CASA	UTA
	45	28	17	.622	0	G1	4-4	16-7	12-10
	44	24	20	.545	3.5	P3	4-4	13-10	11-10
	44	24	20	.545	3.5	G5	8-2	14-8	10-12
	44	22	22	.500	5.5	P1	4-4	13-9	9-13
	43	21	22	.488	4	G1	6-5	11-9	10-13
	46	21	25	.457	7.5	G1	4-4	10-13	11-12
	42	18	24	.429	8.5	P1	4-4	9-13	9-11
	44	18	26	.409	9.5	P1	1-9	9-12	9-14



CARACAS FC

	CLUBES	JJ	JG	JE	JP	GF	GC	DG	PTS
1	Mineros de Guayana	16	10	5	1	25	14	11	35
2	Zamora FC	16	9	6	1	22	10	12	33
3	Dvo Anzoátegui	16	10	3	3	25	18	7	33
4	Caracas FC	16	9	5	2	27	13	14	32
5	Dvo Táchira	16	8	4	4	28	15	13	28
6	Carabobo FC	16	8	3	5	29	20	9	27
7	Atlético Venezuela	16	6	7	3	18	17	1	25
8	Estudiantes de Mérida	16	5	7	4	21	26	-5	22
9	Trujillanos FC	16	3	11	2	21	16	5	20
10	Aragua FC	16	5	4	7	23	22	1	19
11	Tucanes de Amazonas	16	4	4	8	22	27	-5	16
12	Zulia FC	16	3	7	6	17	22	-5	16
13	Uneros de Guanare	16	4	4	8	19	25	-6	16
14	Dvo Petare	16	2	9	5	12	19	-7	15
15	Dvo Lara	16	4	3	9	12	20	-8	15
16	Atlético El Vía	16	4	3	9	23	34	-11	15
17	Dvo La Guaira	16	2	7	7	10	18	-8	13
18	Yaracuyanos FC	16	1	2	13	13	31	-18	5

TABLA DE POSICIONES

SBOL

Coca-Cola

Coca-Cola

En Caracas
se juega hasta
que se oculte

EL SOL

A mediados de año las instalaciones deportivas de la Universidad Central de Venezuela, es decir el estadio Olímpico de fútbol y el estadio Universitario de béisbol fueron víctimas del vandalismo que dejó ambos recintos a oscuras, entre otros daños materiales.

Todos estos meses y con recursos recaudados por la fundación UCV se logró reparar sólo los daños en el Universitario, por lo que arrancó la temporada de béisbol el pasado 10 de octubre, sin mayor inconveniente, sin embargo el Olímpico no corrió con la misma suerte pues hasta ahora sigue en la penumbra, por lo que en esta sede deportiva, casa del Caracas Fútbol Club, sólo pueden disputarse partidos hasta que la luz natural lo permita.

Según el Boletín 159 AIPOP, emitido el pasado 4 de noviembre por el Ing. Eduardo Páez Pumar: "Los

daños del Estadio Olímpico requieren de una inversión de Bs. 2.600.000,00; con la finalidad de recuperar las cercas destruidas, la protección de las torres de Iluminación, sustituir los tableros eléctricos y dos de las cuatro subestaciones, así como los cables de voz y data. Ya los trabajos se iniciaron; mientras se ejecutan los equipos de fútbol han estado jugando en horario diurno".

Por esta razón, la final de la Copa Venezuela que se disputará este jueves 5 de diciembre entre el Caracas Fútbol Club y el Deportivo Táchira se realizará a las 3:30pm, es bien sabido que esa no es la hora más idónea para una competición de tal envergadura, sin embargo dada las condiciones del campo en cuanto a la iluminación, es el horario en el que más tarde podría empezar el partido, pues se necesita la luz del sol para que se desarrolle el

DISEÑADOR GRÁFICO

LOGOS - PENDONES - PANCARTAS
FOTOGRAFÍA - MATERIAL POP
Y MUCHO MÁS!!!

0416-745.88.80 / 0412-889.80.07

FASHION
WORLD
DESIGNS

JUAN ESPINOZA

Conciencia de la FANATICADA

Cada vez son más frecuentes los hechos de violencia que se suscitan en todos los escenarios deportivos de la ciudad de Caracas, esto es algo que ya "llegó al llegadero" como dicen por ahí. Uno de los ejemplos más lamentables de esta situación fueron los hechos ocurridos durante el último partido del torneo nacional de la Liga Venezolana de Baloncesto donde resultara campeón el equipo de la capital.

Es destacable recordar la manera como terminó ese juego, en que el equipo saurio alcanzó el quinto campeonato en su historia, pues el partido fue confiscado por la comisión técnica de Liga Venezolana, a falta de tres segundos para finalizar el juego, debido a que el público se desbordó y comenzó a arrojar objetos a la cancha, todo esto dejó muchos heridos, entre ellos el dueño del club Carlos Rivas.

Tras presentarse hechos de violencia en las gradas del gimnasio Luis Ramos de Puerto La Cruz, conocida como "La Caldera del Diablo", por parte

del público asistente, los jugadores capitalinos tuvieron que abandonar el recinto en compañía militar y policial. Toda esta situación deja mucho que desear de las aficiones venezolanas, pues hay que tomar en cuenta que el deporte es una actividad sana, que debe desarrollarse sin violencia y este tipo de actitudes empañan cualquier evento deportivo, mucho más si se trata de una final de campeonato.

Desde Grada Caraqueña te exhortamos fanático a apoyar a tu equipo desde las gradas en un clima de armonía y coexistencia, respetando siempre los derechos de los demás espectadores e incluso el de los jugadores y que esta situación no se presente en ninguna disciplina deportiva ni fútbol, donde también se ha vuelto común, ni en el béisbol ni en el voleibol, que tampoco escapan totalmente de estos hechos, ya sabes fanático respeta el código de conducta de los estadios y apoya a tu equipo pero sin violencia.

mismo.

Todo esto afecta a los equipos y a la afición que tal vez no pueda asistir al encuentro porque se trata de un horario en el que la mayoría se encuentra desempeñando sus actividades laborales, de igual modo desde Grada Caraqueña extendemos un apoyo solidario al Caracas Fútbol Club deseando que se desarrolle de una jornada exitosa y que no se vea ensombrecida por estos inconvenientes en la infraestructura del campo causados por el vandalismo que afecta cada vez más a la UCV y a la ciudad en general.

**SIGUENOS EN
Grada Caraqueña**



@gradacaraqueña



**GC Grada
Caraqueña**

Hecha por y para fanáticos del deporte capitalino

DEPORTE Y SOCIEDAD

Domingos familiares en el **UNIVERSITARIO**

Desde el inicio de la temporada, los fanáticos han recibido una invitación a dirigirse al estadio universitario de béisbol de la UCV con sus familiares, sobre todo con sus niños pequeños.

Esto con el fin de brindarles un domingo distinto, pues desde mucho antes que comience el partido ya pueden disfrutarse en las instalaciones del estadio de diversas actividades para el disfrute de los más pequeños.

Así que animate y ven a pasar un buen domingo en compañía de tu familia y amigos.



Leones



TIENDAS
Leones VISÍTANOS

Y ADQUIERE PRODUCTO ORIGINAL
DE LEONES DEL CARACAS



Tiendas Leones
Producto Original



@tiendasleones

¡CARAQUISTA DONDE SEA!

• C. SAMBL

Mar. Acaigua (Calle 20 de Abril)
403, Plaza, Caracas

• MULTIPLAZA PARADISO

Av. Piar (Calle Piar) 117 - San Francisco,
Local M7, Caracas

• C.C. GALERÍA EL RECORO

Calle MC-031 (Intercomún)
El Sector, Caracas

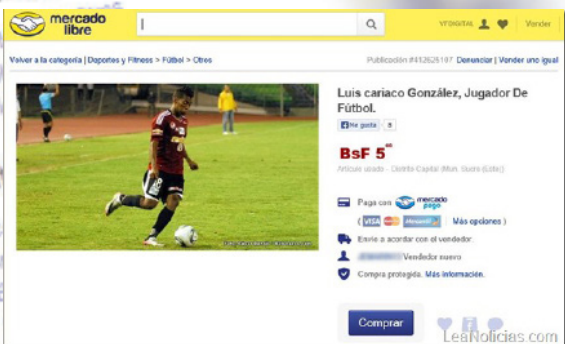
• ESTADIO DE LA UCV

Los Chaguaramas, Caracas

PRODUCTO ORIGINAL

Los aficionados negocian por **MERCADO LIBRE**

Por tan sólo 5 Bs. Luis "Cariaco" González joven, mediocampista del conjunto capitalino puede ser tuyo, o al menos eso es lo que pretenden algunos hinchas del equipo del Caracas Fútbol Club, los cuales intentan conseguir la venta del juvenil poniendo en el anuncio: "Jugador de fútbol, remates, centros, pero pierde el balón fácilmente".



Siempre la afición del Caracas Fútbol Club se ha caracterizado por esa originalidad y ese protagonismo que ejerce dentro de la plantilla, esto aunque jocoso es una manera de protestar y pedir que este jugador sea sacado de la plantilla del equipo por no tener el rendimiento que esperaba la fanaticada


MercadoLibre no asume ninguna responsabilidad por la información contenida en este anuncio, ya que ha sido suministrada en su totalidad por el usuario aquí identificado. MercadoLibre no es el propietario ni vende los artículos aquí ofrecidos y no participa en ninguna negociación, venta o perfeccionamiento de operaciones, sino que sólo se limita a la publicación y almacenamiento de anuncios de sus usuarios. MercadoLibre no asume responsabilidad por daños o perjuicios que pudieran sufrir el usuario o visitante por operaciones sobre acciones publicadas en el sitio.

Jugador de fútbol, regates, centros, se apodera de las bandas pero pierde el balón fácilmente.

Precio a convenir con el futuro comprador.

Preguntas al vendedor

-
- Creo que tienen q cambie de la manera por que esa que carga puesta ES AMARGA.
 - Desde que tengo memoria, lo ha hecho goles a Estudiantes, Atlético Miranda y Carabobo. Solo anota contra equipos de Segunda. - Hace 5 horas.
- ¿No lo tienen en blanco?
 - No, este es el único. - Hace 5 horas.
- Trae el Hielo en el Pecho como todo jugador del Caracas?
 - El Hielo se le lechiza cuando se ponga una camisa azulnegra, o granate. - Hace 5 horas.



Seguros
Constitución



Seguros
Constitución

Innovamos para Servir

RIF: J 09028623 3

LOS BREVES MÁGICOS

En el año 2011 se creó el equipo masculino de voleibol Mágicos del Caracas, bajo la dirección, en ese momento, de Vicente Pastor, todo esto en el marco del resurgimiento del Voleibol nacional, a través de la creación de la creación del campeonato de la Superliga de Voleibol, que actualmente recibe el nombre de Liga Venezolana de Voleibol, después de que fuera rebautizada en el año 2012, donde Mágicos participó también, sin mucho brillo quedando de últimos en la competición.



A pesar de las declaraciones que diera Vicente Pastor en el 2011 acerca de la intención de “desarrollar un buen equipo a base de trabajo y esfuerzo para ir alcanzando resultados positivos”, no pasó mucho tiempo desde que fuera sustituido por Iván Márquez para dirigir al equipo, luego éste por Alvaro Ferreira y en 2012 asumió el cubano Ihosvanny Chambers.

Lamentablemente aunque Pastor tuviera razón cuando declaró que: “Este es un deporte vistoso que no genera violencia, la familia puede disfrutar de un buen espectáculo, los niños pueden incentivarse a jugar y a su vez observar ese tratamiento caballeroso entre los jugadores que permite sembrar una nueva generación de valores”. Su salida del equipo fue inminente y en el 2013 también lo fue la salida de Mágicos del Caracas de la Liga Venezolana de Voleibol, situación que no sorprende dada la gran cantidad de cambios suscitados en poco tiempo, que demostraba la inestabilidad del equipo.

“Mágicos de Caracas e Industriales de Valencia saldrán esta temporada y en su lugar entrarán el Deportivo Anzoátegui y Guerreros de Guárico”, informó el presidente de la Liga, Juan Carlos Blanco, en la rueda de prensa con la que se presentó formalmente el campeonato. Por su parte, Mágicos del Caracas alegó que la razón de su salida del campeonato se debe en gran parte a problemas internos por los que atraviesa la plantilla, situación que desde Grada Caraqueña lamentamos y esperamos que puedan solventar sus problemas y saltar a la cancha la temporada próxima.



SEGUROS

LA VITALICIA

Vital para ti...



NO a la Reventa

Es bien sabido que la reventa de entradas es un problema que aqueja y ensombrece la temporada de béisbol profesional venezolano, pues se originan especulaciones que afectan al fanático que muchas veces no tiene acceso a las entradas de los juegos, sobre todo si se trata de los partidos de Leones del Caracas, contra Navegantes del Magallanes o Tiburones de La Guaira.

Este es un tema de cuidado y el

página web: www.leones.com ha abierto un portal de compra on line por donde se podrán adquirir las entradas de una manera cómoda y segura. También puedes dirigirte a la tienda ubicada en Galerías El Recreo donde podrás conseguir tus entradas, si todo esto no te complace puedes adquirirlas el día del juego, pero no con los revendedores sino directamente en las taquillas del estadio Universitario de la UCV y si ves



equipo ha fijado una posición de rechazo ante esta problemática que empaña el desarrollo de la temporada y que ocasiona molestias a aquellos aficionados que no son abonados.

Para evitar seguir impulsando la reventa de entradas como negocio, Leones del Caracas, a través de su

revendedores usureros puedes denunciarlos también en la página web oficial del equipo ya mencionada, ya sabes fanático: ¡Todos contra la reventa!



Así se vive un



El clásico del béisbol venezolano es un partido disputado entre Leones del Caracas y Navegantes del Magallanes, esta rivalidad se remonta a los años 40 cuando ambas eran aficiones de distintas regiones de Caracas. Hoy Grada Caraqueña te trae con imágenes lo que es un Caracas-Magallanes desde el lado de un fanático.

Largas colas desde el día anterior al juego, lo que significa que deben pernoctar en las inmediaciones de la parroquia de la Ciudad Universitaria de la UCV, para tener oportunidad de adquirir una entrada.



Una vez en el estadio con entrada en mano, hay que hacer una nueva cola para entrar.

Y así van poco a poco ingresando los fanáticos a las instalaciones del estadio Universitario hasta que queda casi a total capacidad y se da la voz de play ball en estos particulares encuentros, donde cualquier cosa puede pasar.



LA JUGADA DEL DÍA



VS



El clásico venezolano del fútbol

Una situación similar a la del béisbol con el Caracas - Magallanes, ocurre en el fútbol pues el clásico criollo tiene como protagonista también al equipo capitalino, es decir el Caracas Fútbol Club y el juego se disputa contra su rival enemigo el Deportivo Táchira.



Los partidos del rojo contra el aurinegro se han vuelto todo un espectáculo lleno de mucho color y de consignas, donde ambas barras aúpan a su equipo con fervor e intensidad.

Muchas veces los ánimos se caldean en las gradas y se generan situaciones de violencia, que empañan la armonía y lo que es el juego como tal, así que tú fanático no seas protagonista de esto, recuerda que en el estadio cabemos todos y el deporte debe valorarse como un beneficio para la sociedad caraqueña y venezolana en general.



pronunciado al respecto alegando que: “los productos que ofrecemos son importados y lamentablemente no tenemos acceso a dólar preferencial. Toma en cuenta eso y la inflación acumulada en los últimos 12 meses y entenderás un poco los precios nuevos. Nuestro objetivo es ofrecer productos de calidad a TODOS los caraquistas porque somos parte de este sentimiento, pero también debes tomar en cuenta a los más de 300 trabajadores que se quedarían sin trabajo si las tiendas cierran por falta de rentabilidad”. Fue la respuesta que dio la tienda directamente a un fanático que los acusó de especuladores en su página oficial de Facebook. Lo más irónico es que a pesar de las quejas



An advertisement for Leonera featuring a baseball player in a white pinstriped uniform and black helmet, holding a bat. The word "Leonera" is written in large cursive across his chest. Text on the right says "CARAQUISTA HASTA EN LA CÉ" and "Aquí no hay más fans". At the bottom, it says "VAMOS POR EL 21".

y de que ya los precios eran elevados al empezar la temporada, estos han seguido subiendo hasta en un 50% lo que llevará a muchos fanáticos a usar artículos no oficiales o simplemente apoyarlos de corazón o hasta que el bolsillo se los permita.

Productos oficiales de Leones por las nubes

Desde un poco antes que comenzara la temporada Grada Caraqueña se dirigió a la Tienda oficial de Leones, que se encuentran en los centros comerciales más populares de la ciudad capital, esto con el fin de ver los artículos que se ofrecían para esta nueva temporada, es decir la colección 13-14 del equipo, para ese entonces no habían llegado los productos nuevos, sin embargo nos dimos cuenta que se encontraban los del año pasado y los tradicionales pero con aumentos de más del 100% con respecto a los precios del 2012.

Esta situación llamó poderosamente la atención de Grada Caraqueña por lo que empezó el seguimiento, por lo que nos percatamos de una nueva alza de precios cuando llegaron los artículos nuevos es decir de la temporada 2013-2014 a las mencionadas tiendas, pues aunque muy vistosos, de buen gusto y bien hechos, los precios eran altamente elevados, por ejemplo el precio de una gorra este año es un poco más alto de lo que costaba la camisa oficial y la alternativa del equipo el año pasado.

No se hicieron esperar los comenta-

rios de los fanáticos quienes manifestaron su desacuerdo con el aumento de los precios y es que si a ver vamos, la chaqueta del año pasado, tanto de damas como de caballeros que era el producto más caro en la tienda oscilaba entre los 700 u 800 Bs. Y las chaquetas de la actual temporada cuestan 2.990 Bs, el aumento es realmente significativo y causó descontento en la afición, hasta el punto que muchos dicen que no volverán a comprar un producto de la tienda y es que si vamos más allá el precio de la chaqueta incluso puede compararse con el ingreso mensual de una familia, pues es una cantidad muy similar al sueldo mínimo que se maneja en el país.

Por su parte, desde las tiendas Leones, se han



Un comienzo complicado, pero sin trastabillar

Sabías que en el año 1952 el equipo de béisbol caraqueño, que en ese entonces se llamaba *Cervecería Caracas*, tuvo pérdidas económicas considerables que lo llevaron a una crisis que terminó en la venta del equipo con franquicia y todo, por eso es que ese año cambian su nombre a **Caracas BBC**, nombre legal que se mantiene desde ese entonces. Además ese año juegan por primera vez en el estadio Universitario, que es ahora el campo local del equipo y lo más curioso es que a pesar de los cambios y la crisis el equipo quedó campeón en esa temporada 1952-1953.

Por su parte, el Caracas Fútbol Club tiene una historia similar pues en 1986, cambia su nombre de Caracas-Yamaha a Caracas Fútbol Club y tiene un rendimiento aceptable luego de este cambio, sin embargo tal como Leones una crisis generada por gran cantidad de jugadores lesionados y otros sancionados, convierte en incierto su futuro, hasta que en el año 1989 la Organización Deportiva Cocodrilos asume

la responsabilidad del equipo y a pesar de la crisis y el poco entrenamiento el equipo logra una sorprendente victoria en el primer partido que disputó luego del cambio, lo que marcó el inicio de la época dorada del ahora endecampeón.

El comienzo de **Cocodrilos de Caracas** también guarda similitud con el del resto de los equipos mencionados, pues aunque nace en 1974, no es hasta 1990 cuando **Guillermo Valentiner**, el mismo que adquirió el Caracas Fútbol Club en 1989, compra la franquicia y empiezan a ser conocidos como el equipo de la capital. Luego de esto, cambia su nombre a Cocodrilos de Caracas en 1991 y en 1992 gana su primer Campeonato Nacional.

Todo esto, sin duda demuestra que los equipos de Caracas son grandes, pues a pesar de las crisis que atravesaron los tres equipos, lograron crecerse ante la adversidad y convertirse en lo que son hoy en día: los equipos más prestigiosos y más veces campeones del país.

LO QUE NO SABIAS...

EL FANÁTICO "36"

Hace cuatro años que el Universitario acoge a un pintoresco grupo de alegres fanáticos caraquistas en la **zona A7** que apoyan fielmente a su equipo, todos son abonados y van religiosamente a todos los partidos. **Luis Chau-mer** tiene 4 puestos que comparte con su novia, familiares y amigos "aunque mi viejo es magallanero, pero es pana, es un viejo chévere" dice Chau-mer entre risas.

Es un grupo de ocho fanáticos que ha ido creciendo con el tiempo, pues hace tres años llegó a esta zona el **Fanático 36**, como se le conoce a Javier, allí en el estadio, Luis sigue relatando a espaldas de Javier y dice: "este pana es el fanático 36, desde el día que se lanzó al campo". Pues resulta que el muy respetado sr. Javier un día protestó un out injusto a su parecer y lo hizo bajando de su silla hasta primera base, por supuesto saltando vallas publicitarias y pasando

la zona de seguridad, todo esto con el fin de llegar hasta el umpire de primera base y manifestarle su descontento.

Todo esto no quedó allí, pues dicen las malas lenguas que el enfado de Javier, quien siempre va uniformado a apoyar a su equipo con una camisa con el número 36 en la espalda, fue reseñado incluso por la prensa al otro día haciendo referencia a él como "el fanático 36" que reclamó el out en primera, más de lo que reclamó el manager y este fanático no era otro que el sr. Javier, el fanático 36.

Sin duda, como estas hay cientos de historias que se cuentan en las distintas aficiones de los equipos caraqueños, pues los fanáticos asumen un rol protagónico y hacen valer su posición de más que espectador, un partcipe de cada partido que realmente apoya y defiende a su equipo.



una campaña de concientización al fanático. La gerencia capitalina apoya la iniciativa de dicho ente gubernamental y además ratifica el compromiso en conjunto con el Viceministerio para la Promoción Deportiva por la Paz y La Vida, de mejorar las instalaciones deportivas, y ofrecer una mejor calidad de servicio al fanático, invitados, o cualquier persona que cumpla una función laboral



en el Parque Naciones Unidas.

Junto con los representantes del Ministerio del Poder Popular para el Deporte, y del viceministerio para la promoción deportiva, Paz y Vida, también se llegó al acuerdo de crear una Comisión Nacional, que vaya contra la violencia, el racismo y la intolerancia en los escenarios deportivos.

**SIGUENOS EN
Grada Caraqueña**



@gradacaraqueña



dió este domingo 1° de diciembre pues el Caracas FC cayó ante el Deportivo Zamora con el mismo resultado, con el que fue derrotado por el Táchira, 2 goles por 1, este resultado lo baja de la cima y lo ubica ahora en el cuarto lugar de la tabla a tres puntos del líder Mineros de Guayana, por lo que se le complicaron las cosas al Caracas durante su semana de visitante.

Este año la Liga arrancó sin Mágicos

El pasado viernes 15 de noviembre en Barinas, comenzó la acción de la Liga Venezolana de Voleibol con el choque entre Huracanes de Bolívar y Varyná Voleibol Club, equipos que renovaron sus planteles con la misión de destronar a Vikingos de Miranda, campeón de la edición 2012. La inauguración oficial será el lunes, en el segundo partido de la serie entre Vikingos



y Deportivo Anzoátegui en Parque Miranda.

Para esta temporada no estará presente el equipo de la capital Mágicos del Caracas, por presentar problemas internos en el equipo, situación lamentable que deja a Caracas sin representación en esta importante competencia del voleibol nacional. Las autoridades de Mágicos no se han pronunciado acerca de cuales son los problemas que los llevaron a tomar la lamentable decisión de abandonar la competición, ni han dicho nada de un posible reintegro para la próxima temporada.

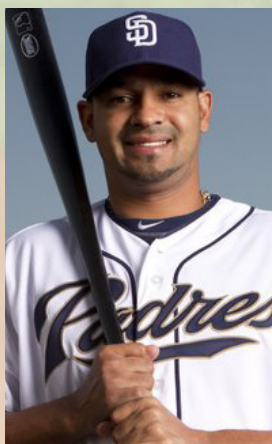
Cocodrilos contra la violencia

A finales del mes de noviembre se realizó la cuarta reunión de la Liga Profesional de Baloncesto Comisión Técnica y Comité Gerencial, efectuada en el Fórum de Valencia. En dicha reunión, los voceros del VPDPV expusieron diversos puntos para garantizar el espectáculo en cada uno de los escenarios del baloncesto profesional. Asimismo, los gerentes de los diferentes equipos de la LPB, abordaron temas como promover el mejoramiento de la calidad de servicio y la creación de



Glade®
**AUTO
SPORT**

EL "CHUCHO" GUZMÁN



#15
GUZMAN,
JESUS
LEONES
Edad: 29
Altura: 1.85
Peso: 91
Posición: DH
Batea: D
Lanza: D

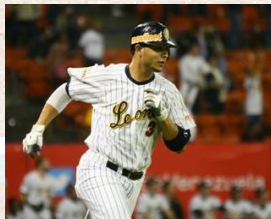
El Chucho Jesús Guzmán se lleva el más valioso del mes pues desde su llegada el mes de noviembre, el equipo ha despertado en cuanto a bateo y ofensiva en general. Además, ha sido impulsor de carreras determinantes que han hecho posible las últimas victorias que ha tenido el equipo, por eso y mucho más Guzmán es el más valioso del mes.



El cambio Rivero-Nieve

Si algo ocasionó polémica y molestia esta temporada fue el repentino cambio del infielder Carlos Rivero de Leones del Caracas a Bravos de Margarita, esto dejó a más de uno con la boca abierta, incluido al mismo Rivero quien expresó: "Sí me sorprendió un poco porque no me habían comentado nada pero esto es un negocio."

Cabe acotar que esto es un cambio arriesgado ya que Carlos Rivero es un joven jugador que un futuro prometededor que habían rendido desde que recibió la oportunidad con los melenudos hace tres temporadas por un lanzador veterano como



Fernando Nieve que está en las postrimerías de su carrera.

Este cambio trajo consecuencias negativas para el equipo Leones del Caracas, pues el lanzador Fernando Nieve en sus dos actuaciones con el equipo, ha fallado llevándose la derrota en ambas oportunidades. Mientras que en Mar-

garita, Rivero ha dado satisfacciones al equipo con batazos oportunos que les han permitido saborear victorias importantes.

El Caracas se alejó de los títulos



Los Rojos del Ávila disputaron la semana pasada específicamente el miércoles 27 de noviembre el partido de ida de la Final de la Copa Venezuela en Pueblo Nuevo, San Cristóbal, estado Táchira, estadio sede del Deportivo Táchira, en este escenario las cosas no le salieron bien al Caracas F.C. lo que arrojó como resultado la derrota ante su rival por excelencia en un nuevo clásico del fútbol venezolano 2 goles por 1, sin embargo este resultado no es fatal, pues esta final tiene dos partes y la segunda y última se disputará este jueves 5 de diciembre en el estadio Olímpico de la UCV de la ciudad de Caracas, donde anotar le basta al Caracas para obtener la copa.

Una situación similar pero en cuando al torneo Apertura suce-

Se reencuentra la **MANADA**



Son muchas las importaciones de este año en el roster de Leones del Caracas, donde se destaca el pitcher Yoanner Negrín, quien fue pieza clave en la temporada 2012-2013. Por otro lado, el reconocido Danny Dorn, representa uno de los puntuales de la ofensiva foránea de Leones en la 2013-2014, así mismo se han reportado al equipo J.D. Martínez, Eric Thames, entre otros.

Pero lo que tiene realmente conmovido a la fanática y a los mismos jugadores es el reencuentro entre Bob Abreu y Ugheth Urbina vistiendo de nuevo el uniforme del equipo

capitalino, recordemos que Urbina no veía acción desde la temporada 2004-2005. A su vez, estos dos se recontraron con Omar Vizquel el campo corto de Leones de Caracas, que estará esta vez desde una posición de coach, aunque manifestó cierta nostalgia de ser coach y no jugador como Abreu y Urbina.

Sin duda, el regreso de estos tres grandes veteranos es



una emoción grata para el fanático que está acostumbrado a verlos brillar en las ligas mayores y además beneficia al equipo que estos aporten su experiencia a los nuevos jugadores, así lo manifestó el coach de banca Rick Sweet: “Es una buena noticia contar con jugadores de estas características, que pueden ejercer buena influencia entre los jugadores jóvenes”.

Meridiano

UN DIARIO SIN PARALELO

EL 23 ESTÁ DE VUELTA

El once veces ganador del Guante de Oro se estrena hoy como técnico del Caracas

HAY QUE SUMAR

EL EXTEMPERADO DE MADRID ENTRA DURANTE OBRAS CON EL ESCUADRÓN CAPITALINO PARA ACQUEDUCO DESTREZA TEMO PILOTO

OMAR VIZQUEL
El once veces ganador del Guante de Oro se estrena hoy como técnico del Caracas

Meridiano

BANESCO

h2o

el diario deportivo de VENEZUELA..!!!



COCODRILOS

va por el Bicampeonato

Cocodrilos de Caracas, el equipo de baloncesto de la ciudad de Caracas, se alzó este año con la corona de campeones del torneo nacional de la Liga Profesional de Baloncesto, torneo que fue muy reñido con su contrincante Marinos de Anzoátegui, donde el equipo saurio logró imponerse por 61-63 a Marinos de Anzoátegui en el séptimo partido de la serie final.

Desde Grada Caraqueña felicitamos a Cocodrilos de Caracas por ser los campeones absolutos del año 2013, que aunque esto fue a mediados de año sigue vigente y se trata del quinto cetro para Cocodrilos.

Hace poco, en el mes de noviembre del año en curso, los Cocodrilos de Caracas manifestaron que ya se encuentran preparándose para la temporada



2014 que se avecina. El año venidero lo comenzará jugando a nivel continental, en una nueva participación en la Liga de las Américas, competición que afrontarán llenos de confianza y esperanza pues son los actuales campeones nacionales. Además comentaron que están preparados y dispuestos a ser campeones nuevamente en el 2014.

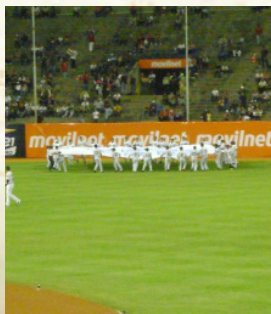


movilnet
la señal que nos une

PLAY BALL!

Así arrancó la temporada

El 10 de octubre se dio inicio a la temporada regular de la Liga Venezolana de Béisbol Profesional con el partido inaugural, que contó con participaciones especiales, bailes en el campo, malabaristas y demás actividades de entretenimiento para dar comienzo a la fiesta



del béisbol.

Los niños también estuvieron presente en este inaugural pues ASOLEONES tuvo una participación especial donde los más pequeños desplegaron banderas con el slogan "Vamos por el 21" que identifica al equipo Leones del Caracas esta temporada. Luego



de este acto Marcos y David Davalillo, junto a la señora Mercedes de Davalillo, viuda del fallecido Pompeyo Davalillo, realizaron el lanzamiento inicial del partido en homenaje a esa gran figura del béisbol venezolano.

El partido se disputó contra Bravos de Margarita y ganó cómodamente el equipo capitulino con un score de 8 carreras por 1, donde se destacaron de una vez Jesús Aguilar y Gregorio Petit, quienes siguen actualmente destacados al bate a pesar de sufrir lesiones durante el mes de noviembre.

J-29815734-8

RS21

you can fly



La fiesta del **BÉISBOL**

El pasado mes de octubre comenzó la fiesta del béisbol que se celebra cada año durante el último trimestre del mismo y a su vez enmarca la época navideña desde su inicio. Este año como siempre, arrancó la pelota criolla con la Liga Venezolana de Béisbol Profesional donde ocho equipos disputan un total de 63 equipos cada uno, durante la ronda regular, donde buscarán un pase a la jornada que se disputa en enero, mejor conocida como Round Robin y de allí



del Caribe que se disputará en la isla de Margarita del 02 al 07 de febrero del año 2014.

Leones del Caracas comenzó su temporada número 71, bajo el slogan: "Vamos por el 21" y es que los capitalinos cuentan con 20 títulos locales y esperan conquistar este año su título número 21, los encargados de guiar al equipo a este triunfo son el manager Dave Hudgens y Rick Sweet como coach de banca. Para lograr el cometido del 21, los Leones empezaron su entrenamiento desde el pasado 18 de septiembre en las instalaciones de Venoco, Guacara, estado Carabobo y llegaron a casa el 02 de octubre donde siguieron entrenando en el



saldrán los dos finalistas, que en un máximo de 7 juegos disputados uno de ellos será el nuevo campeón local, quien representará a Venezuela en la serie

Universitario.

Hasta los momentos la Liga se encuentra muy reñida y la diferencia entre los equipos no es tanta, se mantiene escapado en la punta Caribes de Anzoátegui seguido por Navegantes de Magallanes, Tigres de Aragua y los Leones del Caracas a un juego de Tigres, en la cuarta posición. El equipo Leones del Caracas llegó a ubicarse en la tercera posición a principios de la temporada y para el

mes de noviembre incluso llegó a alejarse de posiciones que garantizaran su posible pase al round robin. A finales del mes, logró sobreponerse de una racha de derrotas, hasta escalar de nuevo una cuarta posición. Cabe destacar que la temporada regular de la LVBP ha estado muy pareja desde sus inicios por lo cual aún no se puede hablar de clasificados y de puestos seguros para enero.



@gradacaraquena



Grada Caraqueña