



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila
Comité de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital



**CREACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL CLÁSICO DEL FÚTBOL
MAGAZINE PARA LA PROFUNDIZACIÓN EN LOS CONTENIDOS
INFORMATIVOS DEL SITIO WEB CLÁSICO DEL FÚTBOL**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en Periodismo Digital
presentado por:**

Rodríguez Silva, Fernando Miled, CI: V-16.660.577

Asesorado por:

Mg. Martínez Romero, Yaydik Alexandra

Esp. Piñeros De Ramírez, Lisbeth

Caracas, 28 Noviembre de 2016



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila
Comité de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital



**CREACIÓN DE LA REVISTA DIGITAL CLÁSICO DEL FÚTBOL
MAGAZINE PARA LA PROFUNDIZACIÓN EN LOS CONTENIDOS
INFORMATIVOS DEL SITIO WEB CLÁSICO DEL FÚTBOL**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en Periodismo Digital
presentado por:**

Rodríguez Silva, Fernando Miled, CI: V-16.660.577

Asesorado por:

Mg. Martínez Romero, Yaydik Alexandra

Esp. Piñeros De Ramírez, Lisbeth

Caracas, 28 Noviembre de 2016

Señores:

Universidad Monteávila
Comité de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital

Atención: Profesora Geraldine Cardozo

Referencia: **Aceptación de Asesoría**

Por medio de la presente le informo que hemos revisado el borrador final del Proyecto de Trabajo Especial de Grado del Ciudadano: **Rodríguez Silva, Fernando Miled**, titular de la Cédula de Identidad N° **16.660.577**; cuyo título tentativo es: **“Creación de la revista digital Clásico del Fútbol Magazine para la profundización en los contenidos informativos del sitio web Clásico del Fútbol”**, la cual cumple con los requisitos vigentes de esta casa de estudio para asignarles jurado y su respectiva presentación.

A los **28** días del mes de **Noviembre** del 2016

Mg. Martínez Romero, Yaidik Alexandra

Esp. Piñeros De Ramírez, Lisbeth

DEDICATORIA

A Dios.

A mi familia.

A la memoria de mis abuelos Luisa, Fernando y María, y de mis tíos Julio y Soraida.

A Dharmita.

A los amigos que siempre han sido leales y me han apoyado.

AGRADECIMIENTOS

Agradecido siempre con Dios por guiar mis pasos, aclarar mis pensamientos y cuidar a mi familia.

A mi madre por su valioso apoyo.

A la Magíster Yaydik Martínez, mi asesora, a quien agradezco su tiempo, conocimientos y apoyo para la realización de este trabajo especial de grado.

A la diseñadora gráfica Rilliana Barranco Silveira.

A Eduardo Salamiá Castilla por su amistad y apoyo desde mi carrera en pregrado.

Al colega Fernando Cámara.

A Danny Sánchez por su apoyo durante la realización de este trabajo especial de grado.

Universidad Monteávila
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Comité de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital

CLÁSICO DEL FÚTBOL MAGAZINE **Revista Digital**

Trabajo Especial de Grado presentado para optar al Título de Especialista En
Periodismo Digital

Autor (a): Fernando Rodríguez

Asesoras: Yaydik Martínez

Lisbeth Piñeros

Noviembre 2016

RESUMEN

La siguiente investigación lleva por título “Clásico del Fútbol Magazine” revista digital, el cual tiene como objetivo principal la creación de una revista digital dedicada en gran parte al fútbol venezolano, a la actualidad de los futbolistas de nuestro país que hacen vida en las diferentes ligas del extranjero, la actuación de todas las categorías de la selección venezolana de fútbol (La Vinotinto) y contenido del día a día de los principales torneos de los países pertenecientes a la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL). Se quiere realizar un producto de calidad para captar el público seguidor del fútbol venezolano ávido de un nuevo y fresco formato (revista digital). Para la consecución de este trabajo se realizó una investigación tomando en cuenta las carencias y necesidades comunicacionales del sitio web de noticias sobre el fútbol venezolano llamado Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net) para la posterior planificación, diseño y finalización del producto. La publicación del primer número de CDF Magazine representa un proyecto que ayudará al crecimiento del mencionado medio a mediano y largo plazo.

Línea de trabajo:

Palabras clave: Revista digital, fútbol, Internet, Periodismo Digital, Internet, Medio Digital, Clásico del Fútbol.

Nomenclatura **UNESCO:** **(6308)** **Comunicaciones** **Sociales**

ÍNDICE

CARTA DE ACEPTACIÓN DE ASESORÍA	pp. iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
RESUMEN	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Planteamiento del Problema	15
1.2 Objetivo General	18
1.3 Objetivos Específicos	18
1.4 Justificación e Importancia	19
1.5 Alcance y Delimitación	21
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de la Investigación	22
2.2 Bases Teóricas	26
2.2.1 Periodismo	26
2.2.2 Géneros Periodísticos	27
2.2.2.1 Noticia	27
2.2.2.2 Entrevista	28
2.2.2.3 Artículo de Opinión	28
2.2.3 Periodismo Deportivo	29
2.2.4 Periodismo Digital	29
2.2.5 Elementos del Periodismo Digital	31
2.2.5.1 Multimedialidad	31
2.2.5.2 Hipertextualidad	32
2.2.5.3 Interactividad	32
2.2.6 Revistas Digitales	33
2.2.6.1 Características de las revistas digitales	34
2.2.6.2 Historia de las revistas digitales	36
2.3 Bases Legales	37
2.4 Definición de Términos Básicos	39
2.5 Aspectos Éticos	40

	pp.
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Marco Metodológico	41
3.2 Tipo de Investigación	41
3.3 Diseño de la investigación	43
3.4 Población y Muestra	45
3.4.1 Población	45
3.4.2 Muestra	45
3.4.3 Muestreo Opinático	46
3.5 Técnicas y Herramientas de Recolección de Datos	47
3.6 Operacionalización de Variables	49
3.7 Aspectos Administrativos	52
3.7.1 Recursos	52
3.8 Cronograma de actividades	53
CAPÍTULO IV	
MARCO CONTEXTUAL	
4.1 ¿Qué es Clásico del Fútbol?	54
4.2 Origen del nombre Clásico del Fútbol Magazine	54
4.3 La marca Clásico del Fútbol	55
4.4 Monetización y rentabilidad	57
4.5 Target de Consumo de Clásico del Fútbol Magazine	57
4.6 Clásico del Fútbol desde Adentro: Entrevista a Albin Aristiguieta	58
CAPÍTULO V	
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	
5.1 Desarrollo de la Propuesta	61
5.2 Aspecto Conceptual	71
5.3 Plataforma de Publicación Digital	77
5.3.1 ISSUU	77
5.4 Tipografía	82
5.5 Contenido	82
5.6 Ejemplo de navegación de la revista Clásico del Fútbol Magazine	83
CAPÍTULO VI	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones	84

Recomendaciones	pp. 86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
ANEXOS	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°	Nombre de la Tabla	pp.
1	Crecimiento de usuario de Internet en el mundo 2000 - 2015	15
2	Crecimiento de internautas de Clásico del Fútbol (2016)	19
3	Operacionalización de Variables 1	50
4	Operacionalización de Variables 2	51
5	Presupuesto de Recursos	52
6	Cronograma de Actividades	53
7	Evaluación de Medios	62
8	Tipos de Contenidos	68
9	Redes Sociales	70

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N°	Nombre del Gráfico	pp.
1.A	Sexo (Barras)	64
1.B	Sexo (Anillo)	64
2.A	Rango de Edad (Barras)	65
2.B	Rango de Edad (Anillos)	65
3.A	¿Te gustan las revistas digitales deportivas? (Barras)	66
3.B	¿Te gustan las revistas digitales deportivas? (Anillo)	66
4	¿Conoces alguna revista digital de fútbol en Venezuela? (Barras)	67
5	¿Qué tipo de contenido te gustaría en una revista digital de fútbol venezolano? (Barras)	68
6.A	¿Te gustaría recibir gratis mensualmente un número de una revista dedicada al fútbol venezolano? (Barras)	69
6.B	¿Te gustaría recibir gratis mensualmente un número de una revista dedicada al fútbol venezolano? (Anillo)	69
	¿Por cuales redes sociales te gustaría recibir información sobre futbol venezolano? (Barras)	70

INTRODUCCIÓN

En el año 1998 el fútbol en la República de Venezuela se empezó a gestar un cambio luego de que la Federación Venezolana de Fútbol (F.V.F.) anunciara la contratación como director técnico de la selección mayor (Vinotinto) de José Omar “El Pato” Pastoriza, ex jugador y leyenda del Club Atlético Independiente (Argentina). En ese momento el balompié criollo estaba tomando otro rumbo debido a las ideas innovadoras de Pastoriza. Luego, con la llegada del médico traumatólogo y ex futbolista Richard Alfred de Mayela Páez Monzón al banquillo de la selección, se generó un nuevo abanico de posibilidades de crecimiento futbolístico profesional. Venezuela entraba en una era de cambios positivos. A la par del buen crecimiento de la selección “Vinotinto”, el Caracas Fútbol Club seguía cosechando éxitos tanto en Venezuela como en el extranjero gracias a sus excelentes actuaciones en la Copa Libertadores de América. El mismo año de la llegada de Páez Monzón a la selección, “El Rojo” ganaba su quinta estrella nada más y nada menos que contra su acérrimo rival en el Clásico del Fútbol del país, el Deportivo Táchira en Pueblo Nuevo.

A partir de ese momento histórico por el que atravesaba el fútbol venezolano, los fanáticos, hinchas (*“persona que pertenece a la afición de un equipo deportivo y lo sigue con pasión y entusiasmo”* – Word Reference), seguidores o simplemente amantes de la disciplina, sentían la necesidad de obtener más información acerca del torneo local, de los equipos que lo componían en ese entonces, de la selección, de la actualidad del balompié de estas latitudes. Históricamente, desde la creación de la Liga Venezolana de Béisbol Profesional (LVBP), los medios de comunicación del país fueron dejando poco espacio en sus páginas y en sus emisiones televisivas para el “Deporte Rey” en el ámbito nacional. La “Vinotinto” seguía despertando un fútbol que muchos sabía estaba aletargado. El Caracas FC seguía ganando títulos y creciendo como organización. Crecía también la curiosidad de muchas personas en todo el territorio nacional a los que les gustaba el fútbol pero no prestaba atención al balompié venezolano.

Los medios nacionales y regionales no lograban satisfacer la necesidad de información acerca del fútbol venezolano. Años después de la adquisición de Blogger por parte de Google empiezan a proliferar en Venezuela Blogs creados por entusiastas de la comunicación sobre el fútbol nacional, dedicados a colocar información actual de la liga venezolana y sobre la “Vinotinto”. La idea de Clásico del Fútbol (CDF) se materializa y sale al plano digital mediante la mencionada plataforma (Blog) antes de ser reinventada como sitio web. También aparecen los conocidos foros donde los hinchas manifestaban sus opiniones, compartían experiencias y puntos de vista. Entre los años 2005 y 2006 el mundo de la tecnología ve por primera vez las dos redes sociales más importantes hasta el momento, Facebook y Twitter. El fanático venezolano veía en estas redes sociales un nuevo espacio para expresarse y compartir pensamientos. Del mismo modo los medios de comunicación deportivos se daban cuenta del potencial y penetración de las RR.SS en la opinión pública, en especial en el plano futbolístico. La economía de Venezuela seguía cayendo año tras año, el bolívar perdía su valor día tras día, pero aun así era relativamente sencillo adquirir un dominio web y servicios de hosting u hospedaje de datos. Es así como nacen diversos sitios web dedicados al fútbol venezolano. El mundo web se apoderaba de la mencionada disciplina en el país. Entre los sitios web y las redes sociales el balompié criollo ganaba el terreno perdido en los medios de comunicación convencionales.

Clásico del Fútbol ya contaba con su sitio web y también con la respectiva presencia en redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, Google Plus, Pinterest y Tumblr). Con el crecimiento sostenido en visitas de internautas al sitio web, en Clásico del Fútbol se evaluaban nuevas propuestas para trabajar y presentar la información. En Venezuela no se cuenta con revistas digitales deportivas, es por eso que se decidió elaborar un producto de calidad en dicho formato digital.

A través de la revista digital “Clásico del Fútbol Magazine” el autor quiere expandir el mercado de CDF además de sentar un precedente con la elaboración de la mencionada revista al ser la primera de su tipo en el país.

Este trabajo especial de grado cuenta con un planteamiento de la investigación (Capítulo I) donde se expone la necesidad de crear una revista digital sobre fútbol debido a la carencia de este formato en el país. En el marco teórico (Capítulo II) se exponen los antecedentes de la investigación en cuestión. Un marco metodológico (Capítulo III) donde se detalla el tipo y diseño de la investigación, población y muestra, técnicas y herramientas de recolección de datos y aspectos administrativos. En el Capítulo IV se presente el marco organizacional donde se expone la descripción de la organización o mercado potencial inherente a la investigación. En el Capítulo V: Presentación y Análisis de Datos / Propuesta se presentan un análisis de la información recopilada y posterior análisis e interpretación de los resultados. Para finalizar en el Capítulo VI se encuentran las Conclusiones y Recomendaciones.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

El Internet se ha convertido en un medio de comunicación de amplio alcance, fácil acceso y de bajo costo. En estos últimos años, la importancia del Internet ha sido más que evidente por el impacto de este a la hora de facilitar la comunicación y a su vez los medios se han visto fortalecidos desde su creación. Es tal vez el medio de transmisión de información con el crecimiento más importante hasta el momento. Según el Internet World Stats (2015) desde el año 2000 hasta el 2015 la penetración del internet ha crecido un 827% en todo el mundo, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 1

Crecimiento de usuario de Internet en el mundo 2000 - 2015

Región	Personas con acceso al Internet en el año 2000	Personas con acceso al Internet en el año 2015	Porcentaje del crecimiento 2000 - 2015 %
África	4.514.400	327.145.889	7147%
Asia	141.304.000	1.611.048.215	1309%
Europa	105.096.093	603.147.280	475%
Medio Este	3.284.200	123.172.132	3650%
Norte América	108.096.800	313.867.363	190%
Centro América	3.217.400	77.076.335	2296%
El Caribe	559.419	17.655.462	3056%
América del Sur	14.292.100	244.519.566	1611%
Oceanía	7.620.480	27.200.530	257%
Total	360.985.492	3.345.832.772	827%

Fuente: Internet World Stats (IWS)

En la tabla 1 se observa como por ejemplo en América del Sur, que es el área geográfica que más interesa para esta investigación, que el crecimiento de usuarios de la web fue abismal en 15 años (2000 - 2015), esto significa que el internet se ha convertido en una plataforma que es necesario atender desde el punto de vista informativo. La facilidad al momento de compartir información por este vía y de tener acceso a contenidos ha sido un punto neurálgico para que en base a esta tecnología se desarrollen plataformas que ayuden aún más en la evolución de los medios comunicación.

La evolución de la tecnología en los medios de comunicación ha sido determinante para el crecimiento de los mismos, gracias a esto no puede ponerse en duda que dicha comunión resulta beneficiosa tanto para los comunicadores, sociales, quienes tienen ahora a su disposición herramientas que facilitan su trabajo, como para los que día a día siguen las informaciones que dichos medios divulgan, teniendo la posibilidad de acceso a más información y de mejor calidad, de manera oportuna y veraz.

Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net) es un sitio web de noticias sobre fútbol, que hace especial énfasis en el balompié venezolano, en concreto a su selección nacional (La Vinotinto) y a los futbolistas criollos que juegan en ligas extranjeras. La misión de dicho medio de comunicación es posicionarse entre los primeros portales web más visitados de Venezuela, haciendo uso de distintas herramientas comunicacionales desarrollando planes estratégicos para alcanzar dicha metas.

Dentro de las posibilidades de ampliación del alcance de la página está la creación de una revista digital que persigue penetrar dicho mercado en Venezuela ya que hoy no existen publicaciones de este tipo dedicadas al deporte, específicamente al fútbol. La facilidad para su creación, reducción de costos y capacidad de integrarse con diversos canales de comunicación hacen de la revista digital el formato indicado para la apuesta de Clásico del Fútbol en este campo.

Una estrategia es dar la oportunidad de que el lector se convierta en distribuidor del producto, recomendándolo. Un aspecto positivo a tener en cuenta es el gran número de lectores en el país.

Según la encuesta del comportamiento lector, acceso al libro y la lectura en Venezuela, realizada por el Ministerio de la Cultura en el año 2012, el 82,5% de los encuestados indicó leer algún tipo de publicación (p. 7). De igual forma el 40,9% de los encuestados indicaron que leían contenido de Internet o material digital (p. 8). Estos datos evidencian un creciente interés de la población venezolana por la lectura en la web, lo que significa que existe un interesante grupo de lectores entre los cuales puede haber seguidores del fútbol.

En la revisión preliminar realizada para la presente investigación se determinó que actualmente en Venezuela existen muchos sitios web deportivos, pero ninguno de ellos cuenta con una revista digital dedicada al fútbol. Tomando en cuenta este aspecto es necesario plantear las siguientes interrogantes: ¿cuáles serían las características de una revista digital dedicada al público que sigue el fútbol venezolano? ¿Qué beneficios le generará a Clásico del Fútbol el diseño de dicha revista? ¿Cuáles serían los contenidos apropiados a desarrollar en una revista digital para el sitio web CDF?

1.2 Objetivo general

Satisfacer las necesidades de información de los usuarios del sitio web Clásico del Fútbol (®) mediante la creación de la revista digital Clásico del Fútbol Magazine, para la profundización en los contenidos.

1.3 Objetivos específicos

- Diagnosticar las necesidades de información de los usuarios del sitio web Clásico del Fútbol, mediante la realización de una encuesta, para la determinación de los contenidos de la revista.
- Analizar propuestas similares en la web para la definición de contenidos y aspectos tecnológicos de la revista Clásico del Fútbol Magazine.
- Definir la estructura de los contenidos de la revista, para el diseño de la propuesta.
- Determinar las características tecnológicas requeridas para la publicación de la revista en el sitio web www.clasicodelfutbol.net / [.com.ve](http://www.clasicodelfutbol.com.ve).
- Desarrollar los contenidos periodísticos de para definición del proyecto Clásico del Fútbol Magazine.

1.4 Justificación e importancia

El periodismo deportivo en nuestro país, al igual que en otras latitudes, ha podido beneficiarse del desarrollo de las distintas herramientas 2.0 que existen actualmente en la web, así como aplicaciones para dispositivos móviles, redes sociales, entre otras. El creciente nivel del fútbol criollo tanto en lo referido a los equipos como también de selecciones, ha generado más interés entre sus seguidores, ávidos de información sobre el día a día de la mencionada disciplina deportiva, aspecto que se observa en las visitas al sitio web de Clásico del fútbol (CDF) en el primer semestre del presente año 2016, representada en la siguiente tabla.

Tabla 2

Crecimiento de internautas de Clásico del Fútbol (2016)

Mes	Número de Visitantes Mensuales	Promedio de visitas diarias
Enero	72071	2325
Febrero	89564	3198
Marzo	171699	5538
Abril	134504	4483
Mayo	162167	5231
Junio	187325	6042

Fuente: Webalizer – Cpanel (2016).

Un elemento a destacar es que hasta el momento no existe una revista digital especializada en balompié venezolano, aunque sí se registran varias internacionales como FourFourTwo (<http://www.fourfourtwo.com/>), la cual según el servicio proveedor de datos estadísticos de internet, Alexa, se ubica en el puesto número 13.126 del ranking global del mencionado servicio. La revista World Soccer fundada en el año 1960 cuenta con una versión digital y es una de las revistas de fútbol más leídas en el mundo. Según el ranking global mundial de Alexa se ubica en el puesto número 289.146 en visitas.

La creación de una revista digital dedicada al ámbito futbolístico beneficiaría en primer lugar al lector porque este tendría acceso a un material de calidad, dedicado al tema en cuestión, el cual se publicaría cada 30 días y estaría disponible en el sitio web de CDF y vía correo electrónico (Newsletter). En segundo lugar el mencionado medio digital colocando en su web site un producto que daría un mayor alcance a sus publicaciones, más visitas a su sitio web (descarga de la revista), además de traducirse en un ahorro considerable para el portal web tomando en cuenta los costos operativos y de distribución que implica la realización de una revista física.

Es destacable la importancia académica que representa la realización de la presente revista digital Clásico del Fútbol Magazine. Hasta la presente fecha la Universidad Monteávila solo cuenta con un trabajo de grado a nivel de especialización referente a revistas digitales. Esta investigación es una referencia ideal para futuros trabajos de especialización relacionados con revistas digitales deportivas, lo que se traduciría en un importante crecimiento en el interés por trabajos periodísticos de este tipo y a su vez en el desarrollo del citado campo.

Según Travieso (2003) “las publicaciones electrónicas representan un salto revolucionario respecto de las publicaciones impresas. Las publicaciones electrónicas son ante todo publicaciones soportadas en medios electrónicos” (p. 2). Travieso expone la importancia del salto evolutivo que representa en lo tecnológico las publicaciones digitales. Las universidades en Venezuela, específicamente las que imparten la carrera de comunicación social, deberían incentivar al desarrollo de las revistas deportivas digitales, para que los medios de comunicación puedan contar en mediano y largo plazo con profesionales capaces de elaborar material del mencionado formato de alta calidad.

1.5 Alcances y delimitación

Con el presente trabajo de grado el autor persiguió ofrecer al público nuevas alternativas de información de la marca Clásico del Fútbol ® materializando la revista Clásico del Fútbol Magazine, la cual está dirigida al público interesado en la actualidad del fútbol venezolano y de los jugadores criollos en el exterior. El formato y diseño de Clásico del Fútbol Magazine son atractivos para el público que sigue al fútbol venezolano y facilita su lectura gracias al manejo de varias plataformas (multiplataforma).

Desde el punto de vista académico este trabajo de grado se centra en la elaboración de contenidos digitales que representan las principales características del periodismo 2.0, como lo es la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad. El contenido de esta revista está orientado a la publicación de trabajos de opinión y también datos estadísticos en base a investigaciones realizadas en torno a la liga nacional de fútbol, los cuales son inéditos porque no serán publicados en el sitio web de Clásico del Fútbol.

El alto costo de diseño de la revista es la principal limitación en torno a la elaboración de esta revista. El elevado precio de diseño por edición, la inversión particular por falta de ingresos por publicidad del sitio web, aunado a la crítica situación económica del país, es una de las complicaciones en el proceso de elaboración. Poca mano de obra para la realización de Clásico del Fútbol Magazine. La revista Clásico del Fútbol Magazine fue elaborada en su totalidad por un redactor, dos columnistas y un diseñador. Otra limitación a la hora de trabajar en la revista fue la planificación y el manejo del tiempo para la producción. Debido a las pocas personas involucradas en la creación del primer número de esta revista el factor tiempo fue otra complicación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico referencial de una investigación, también llamado por diversos autores revisión literaria, “Es un proceso y es un producto. Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto que a su vez es parte de un producto mayor, el reporte de investigación” (Yedigis y Winbach 2005, p. 45).

A continuación se describe el marco teórico referencial que da sustento a la investigación del presente trabajo de grado.

2.1 Antecedentes de la Investigación

Según Briones (1996) en la publicación titulada *Metodología de la investigación Cuantitativa en las ciencias sociales* “está formado por el conjunto de conocimientos que otros estudios ya han logrado sobre el tema o el problema de investigación propuesto por el investigador. Son referencias directas a resultados obtenidos dentro de una misma área de indagación” (p. 34)

Millán (2006) indica en su publicación titulada *Las Revistas Electrónicas en la Era Digital: Razón y Palabra* que “la evolución en las formas de comunicación ha estado determinada por elementos objetivos que influyeron tanto en la comunicación interpersonal como en la social. Las tecnologías de la comunicación, las formas de distribución y los soportes, han marcado a lo largo de la historia la evolución, el desarrollo y las capacidades que han tenido los medios. Las fórmulas electrónicas son una revolución sin precedentes, si hasta ahora el papel era el Talón de Aquiles de los medios impresos. La era digital viene a marcar una superación de esa limitación básica” (p. 38).

Este artículo es un aporte para esta investigación desde el punto de vista evolutivo con respecto al salto del papel a lo digital. Los beneficios que ofrecen las plataformas digitales en cuanto a reducción de gastos de producción, difusión y sobre todo las técnicas que se emplean en el periodismo digital actual, contemplan un importante aspecto en torno al desarrollo de este trabajo.

Montes (2012) en su trabajo titulado *Diseño de la revista digital 11 amigos, publicación desarrollada en aplicación para dispositivos iPad*, trabajo especial de grado presentado para optar al título de Especialista en Periodismo Digital desarrolló una investigación en pro de concretar el diseño de una revista digital para los dispositivos tipo tableta de la mencionada marca. El autor diseñó una estructura de contenidos para dicha revista según unos lineamientos editoriales y a su vez apegándose a las características del dispositivo.

En esta investigación se ahondó en el desarrollo de una aplicación que mostrara la publicación de una revista nacional pero también con proyección internacional dedicada a los deportes. Esto ayuda a la presente investigación debido a que Montes plantea una serie de parámetros necesarios a tener en cuenta sobre el diseño y la redacción en dicho formato.

Rojas (2015) en el trabajo titulado “Nuevos horizontes del periodismo deportivo español: primeras revistas para móviles y tabletas en los diarios Marca y Sport”, concluyó que “el estudio de estas primeras revistas para dispositivos móviles en medios deportivos tradicionales en España pone de manifiesto que estos soportes no solo se comportan como verdaderos laboratorios de innovación para sus respectivas empresas al explorar nuevas fórmulas expresivas, sino que además abren nuevos horizontes para el periodismo deportivo en su conjunto, de forma que este llegue a ser más plural y participativo y evolucione dando un mayor protagonismo al lector en la interacción, en la opinión y también en la generación de contenidos” (p. 72).

Este análisis en particular sirvió para resaltar la importancia de estos formatos de publicación digitales en especial para el periodismo deportivo, en el cual se observa que las informaciones son están orientadas a la inmediatez de los acontecimientos, sino más al análisis y a las nuevas formas de presentar a los protagonistas.

Albalad (2015) en su artículo titulado *Slow journalism para una nueva audiencia digital. El caso de Longform.org*, centra su estudio de una aplicación para dispositivos móviles llamada Longform.org, el cual funciona como un recopilador de piezas de largo formato, el cual abarca la búsqueda de trabajos enmarcados en lo que se conoce como “Slow Journalism” (periodismo lento). Albalad comenta que el uso de los smartphones o teléfonos inteligentes como soporte de lectura “crece inexorablemente hasta en el consumo de textos de largo aliento” (p. 24).

El trabajo se relaciona con esta investigación debido al uso de una plataforma especial para presentar las publicaciones en cuestión (Longform), en este caso ISSUU para la presente investigación. También se vincula en el tratamiento de publicaciones que habitualmente no se manejan en el sitio web de Clásico del Fútbol (www.clasicoelfutbol.net), como es el caso de extensos artículos de opinión.

Prieto y Farías (2009) en la publicación titulada *Ciberperiodismo en el estado Zulia: Hacia las nuevas competencias profesionales* afirman que “el ciberperiodista que labora en cibermedios zulianos sabe editar páginas web con enlaces o hipervínculos, es decir, conoce el valor agregado que genera a sus trabajos el hipertexto. Igualmente, opera bajo la lógica de la planificación y organización de la información, aspecto fundamental para alcanzar la eficacia comunicativa que evita que el usuario-lector se pierda en el tránsito de contenidos no lineales” (p. 161).

Esta publicación sirvió para hacer referencia a los beneficios del uso de las herramientas empleadas en el periodismo digital, en este caso Clásico del Fútbol, mediante la creación de trabajos de calidad que satisfagan las necesidades de información de los usuarios del sitio web Clásico del Fútbol y al mismo tiempo (revista digital) haciendo uso de la hipertextualidad, interactividad y la multimedialidad.

Calderín y Rojano (2007) en su artículo *La documentación digital y el Ciberperiodismo* comentan que “la digitalización de la información para garantizar su preservación y la difusión de nuevos contenidos en formato electrónico, a partir del auge de Internet como medio de comunicación ha ampliado las posibilidades de documentación en distintas áreas, pero particularmente la periodística” (p. 2).

En el mencionado artículo esbozan una serie de aspectos sobre la documentación y publicación en torno al ciberperiodismo, como el valor de las fuentes electrónicas, la importancia de la ampliación de uso de internet para el acceso a nuevos recursos y el desarrollo del ciberperiodista en torno al uso de nuevas herramientas. Tomando en cuenta lo antes expuesto, dicho artículo se relaciona con el presente trabajo porque la marca Clásico del Fútbol, a través de la realización de una revista digital, busca abrir nuevas oportunidades, tanto para el lector con un formato fresco y actual, como para los periodistas que colaboran en dicho sitio, al desarrollar habilidades necesarias para internarse y ganar experiencia en el campo del ciberperiodismo.

Jórdar (2010) en el artículo que lleva por título *La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales* explica lo siguiente:

Los nuevos medios diluyen las barreras divisorias de los soportes y los formatos de contenidos constituyendo nuevas realidades mediáticas que sólo tienen sentido en un entorno digital. Los medios y los profesionales deben procurar cubrir todas las necesidades así como el abanico de posibles contenidos. Frente al nuevo perfil de usuario más activo, surge inevitablemente el de un nuevo profesional adaptado a los nuevos medios y a las demandas de los nuevos usuarios. (p. 6).

El artículo en cuestión se relaciona a esta investigación puesto a que en base a la elaboración de una revista digital hay una serie de intereses comunes que concatenan la actividad del periodista y al lector que, con el surgir de nuevas tecnologías que hacen más agradable y atractivo, obligan a periodista en cierta medida a manejar estas herramientas para poder crear nuevos contenidos en base a las exigencias de los usuarios.

Estos contenidos han servido como base fundamental para el desarrollo de los antecedentes necesarios para la construcción del presente capítulo. Dichos contenidos afianzan la importancia ciberperiodismo y las publicaciones digitales como nuevos contenidos de interés para el lector y en base a ellos, el constante desarrollo necesario para mantener un trabajo de calidad que siga atrayendo al lector.

La necesidad de satisfacer al público internauta, en este caso de Clásico del Fútbol, a través del desarrollo de nuevos formatos, en este caso una revista digital, el crecimiento profesional de los periodistas que colaboran en el mencionado medio van de la mano en función de la consecución de los objetivos de esta investigación.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Periodismo

Rodríguez (2004) define el periodismo de la siguiente manera:

Es la captación y tratamiento escrito, oral, visual o gráfico de la información en cualquiera de sus formas y variedades. Es la forma de comunicación por excelencia de las organizaciones sociales. Su importancia consiste en que contribuye al rápido desarrollo de las ideas. Alejandro Miró Quesada G. destaca que el periodismo ha sido el más importante instrumento para reformar la sociedad. “Es justo reconocer que antes del periodismo se habían efectuado en el mundo importantes reformas; pero es asimismo indiscutible que sólo después de la evolución de éste se producen los grandes cambios sociales” (p. 1).

Es una de las profesiones más importantes para la sociedad porque ayuda a través de él a informar de distintos hechos, orientar, entretener y educar a los integrantes de dicha comunidad. El valor que recibe el mundo es alto puesto a que mediante la indagación, estudio, análisis y posterior comunicación de determinados sucesos, la población puede estar informada, entender los hechos noticiosos y emitir opiniones en base a ellos, todo dentro del derecho de informar y estar informado (libertad de expresión).

2.2.2 Géneros Periodísticos

Sánchez (2009) expresa lo siguiente sobre los géneros periodísticos:

El desarrollo del periodismo, así como la diversidad de las necesidades culturales e informativas de nuestra sociedad, hacen que en la actualidad el periodismo presente diversos géneros, es decir, diversas formas de expresión, cada una de ellas con características comunes y con particularidades propias (p. 1).

Los géneros periodísticos se clasifican en géneros de información, como lo son la noticia, el reportaje y la entrevista informativa. Por otro lado están los géneros de opinión los cuales son el editorial, el artículo de opinión y las viñetas. Por último se encuentran los híbridos, que son la crónica y la columna.

Para la revista digital Clásico del Fútbol Magazine se emplearon la noticia, la entrevista y el artículo de opinión. Dichos géneros serán definidos a continuación.

2.2.2.1 Noticia

De acuerdo con Marín (1986) “La noticia es la difusión pública de un acontecimiento de interés social; es la propalación de un hecho hasta antes desconocido. La noticia es la materia prima del periodismo; es un escrito veraz, oportuno, objetivo” (p. 73).

Es el género más importante del periodismo. Es fundamental que el periodista relate de la manera más objetiva y veraz los acontecimientos para transmitir el relato al lector, televidente, radioescucha o internauta.

2.2.2.2 Entrevista

Marín (1986) explica lo siguiente sobre la entrevista:

Se llama así a la conversación con propósitos de difusión que sostienen un periodista y un entrevistado, un periodista y varios entrevistados o entre varios entrevistados, o entre varios periodistas y uno o más entrevistados. A través del diálogo se recogen noticias, datos, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios de interés social (p. 65).

Dentro del periodismo deportivo, la entrevista juega un rol de gran importancia al dar a conocer la actualidad y opinión de los protagonistas en cuestión (deportistas, cuerpos técnicos y directivos). A través de este género, la opinión pública tiene acceso al por qué de muchas situaciones en torno al panorama deportivo y a sus actores.

2.2.2.3 Artículo de Opinión

Sánchez (2009) comenta sobre el artículo de opinión:

Su finalidad es similar a la del Editorial, pero el artículo lleva siempre una firma asociada al periódico y generalmente de gran prestigio, aunque sus opiniones no tienen por qué coincidir plenamente con las del periódico. En la actualidad se le llama usualmente "columna". Por lo general, existen "columnistas" especializados en diversos (p. 3).

Los artículos de opinión se han convertido en uno de los géneros más utilizados dentro del periodismo deportivo. El periodista analiza una serie de situaciones que el lector no conoce o a simple vista no puede entender. Mediante este tipo de artículos se generan diversas opiniones sobre determinados hechos o actores del mundo deportivo, dándole la oportunidad al lector de poder generar una opinión basada en la información recibida.

2.2.3 Periodismo Deportivo

Esta forma de periodismo ha ganado terreno con el pasar de los años desde sus inicios gracias a la popularidad de los principales deportes más jugados alrededor del mundo. Fútbol, baloncesto, béisbol, disciplinas que despiertan pasiones en diversas latitudes, hacen del periodismo deportivo un oficio atractivo, tanto para los seguidores como para los estudiantes de periodismo o comunicación social.

En Venezuela el periodismo deportivo ha ido creciendo en los últimos años, desde la aparición de la Liga Venezolana de Béisbol Profesional (LVBP) en el año 1945, y también gracias al crecimiento sostenido del fútbol en nuestro país. El primer registro de un artículo deportivo en la prensa venezolana data del año 1895 en el diario El Pregonero, según Castellano y Rubicco (1988) “La nota se titulaba Baseball y decía lo siguiente: Ayer tuvimos ocasión de ver el plano levantado para construir tribunas y gradas bajo toldo para el público. Nos parece buena idea y creemos que producirá excelentes resultados”.

Aunque para algunos periodistas deportivos venezolanos la mencionada corta publicación no puede ser catalogada como periodismo deportivo, para otros en cambio representa la primera publicación relacionada con deportes de todo el país.

2.2.4 Periodismo Digital

Gracias al desarrollo de nuevas tecnologías el periodismo tradicional evoluciona para darle paso al nacimiento de una nueva forma de informar. La tecnología crece y mejora día tras día a pasos agigantados para saciar la necesidad de información. Información con un nuevo contraste gracias al mundo tecnológico que permita al lector sentirse atraído por nuevos formatos haciendo de la web para el periodismo un espacio heterogéneo entre lo nuevo y lo tradicional.

Actualmente existe un dilema sobre la supervivencia del periodismo tradicional en un mundo que cada vez más se va inclinando hacia el periodismo digital, ya sea por ahorro en costos de producción que supone trabajar en la World Wide Web (WWW), dejando de lado las costosas imprentas, gastos de repartición, entre otros; opción tomada por muchos grandes medios en todo el mundo. Pero por otro lado se debe tener en cuenta que el periodismo digital nace en el seno del periodismo tradicional y hasta cierto punto ambos se retroalimentan.

Edo Bolós (2001) expone lo siguiente:

"El elemento básico de todo sistema de trabajo es el enlace o, mejor, el conjunto de enlaces. Todos deben de estar integrados en una secuencia lógica y accesible, jerarquizada o basada en la asociación de ideas, que invite a completar el recorrido previamente estructurado por el periodista con todas las facetas que se conocen hasta ese momento del acontecimiento relatado" (p. 91).

Esta es una de las características que más llama la atención dentro del periodismo digital. Como lo expone Edo Bolós (2001), los enlaces ayudan al lector a poder entender una determinada historia haciendo un recorrido por distintos pasajes con información diversa, inherente a la publicación. Esta es una de las facilidades del aspecto digital, que ayuda a enlazar informaciones mediante la hipertextualidad.

Al principio periodistas y medios tenían dudas sobre el salto a lo digital debido a que al principio no existían herramientas con el nivel de desarrollo con el que contamos actualmente. ¿Podría el usuario adaptarse a este tipo de periodismo? Por otro lado, para el periodista era un proceso un poco más fácil y con menos dudas ya que este avance significaba una facilidad a la hora de ejercer las labores, los medios entendieron rápidamente lo ventajoso que era esta nueva práctica por la velocidad a la hora de publicar, posibilidad de editar, agregar elementos como audios y videos; un elemento que cambiaría para siempre la manera de hacer periodismo, la multimedialidad.

El avance era evidente, el lector no solo podía tener acceso a medios nacionales, también podía obtener información de medios internacionales a través de los principales portales web de noticias. Con esto también se beneficiaban los medios y los comunicadores, al formarse alianzas entre medios convencionales que de a poco se iban integrando al mundo digital.

El periodista entendía lo importante del periodismo digital con cada característica del mismo, con cada avance y desarrollo de herramientas que hacían más fácil el presentar la información investigada y estructurada para que el lector pudiera tener acceso a ella.

2.2.5 Elementos del Periodismo Digital

2.2.5.1 Multimedialidad

Según Abadal y Guallar (2010) “La multimedialidad se entiende en el contexto de la prensa digital como la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada” (p. 42).

Contenido como videos, fotos, textos enriquecidos (hipertexto) y audios dan vida a esta característica dentro del periodismo digital. El periodista hace uso de estos recursos dándole la oportunidad al internauta de explorar e interactuar con dichos elementos dentro de las publicaciones.

Dependiendo de las necesidades de cada lector, la percepción de la información puede variar, por ejemplo, el internauta visualiza la historia de una manera diferente gracias a dicha característica.

2.2.5.2 Hipertextualidad

Según Costa (2012) la hipertextualidad “es la característica derivada del periodismo digital basada en la utilización de enlaces o hipervínculos para relacionar los contenidos y permitir acceder a un mensaje más rico y complejo”.

El periodismo tradicional se caracteriza por poseer una estructura lineal en sus textos, mientras que en el digital la hipertextualidad le ha dado la posibilidad de contar con un esquema que facilita la manera diferente de organizar la información. Esto da al usuario la libertad de poder indagar a su gusto a través de una serie de enlaces que lo hacen navegar en un entorno informativo digital de gran magnitud.

El hipertexto enriquece las publicaciones, enlazando historias, dando la oportunidad que el lector pueda acceder a un amplio contenido y a su vez captando su atención mediante una vasta cantidad de material, ganando su interés, algo que se traduce en ganancia para cualquier medio.

2.2.5.3 Interactividad

La interactividad se refiere a las posibilidades que tiene el lector o usuario de actuación sobre los contenidos del medio. El lector puede seleccionar ciertas informaciones, noticias, pero a la vez hace un camino de lectura, accede a otros documentos, noticias ya publicadas, etc., e interactuar con otros lectores, con la redacción el periódico o con periodistas. Esta interactividad como ya hemos dicho se refleja a través de foros, cartas de lectores, chats, encuestas, entrevistas en línea, etc., y ofrece grandes posibilidades de gestión y acceso a la información. (Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt. KU. 2013, P. 10)

Dentro de las publicaciones digitales el internauta tiene la ventaja de poder explorar a su gusto a través de un contenido rico en características que hacen de la lectura una actividad más agradable y entretenida. Por ejemplo, un texto bien estructurado acompañado con una infografía interactiva hará que el lector se interese más por la publicación, además de poder indagar por material

relacionado con dicha información. El internauta tiene la posibilidad de navegar e interactúa dentro del contenido.

2.2.6 Revistas Digitales

“Las revistas digitales son publicaciones periódicas que tienen un sentido tradicional con elementos electrónicos, las cuales no deben ser identificadas con las publicaciones ordinarias por su condición de documento digital” (Merlo y Martín, 2003).

Estas revistas deben ser confundidas con blog o con un sitio web, como suele suceder por parte de lectores asiduos a los contenidos digitales, porque las mismas cuentan con características particulares que las diferencian, a pesar de que estas se encuentran publicadas en la web y de que también cuentan con algunos pocos elementos similares a las revistas en físico. Estas requieren de un tipo de diseño específico y de una programación, la cual se lleva a cabo mediante el uso de uno o varios softwares.

Es importante tener un concepto claro sobre lo que es una revista. Según el Diccionario de la Real Academia Española, RAE (2014) “las revistas son publicación periódica con textos e imágenes sobre varias materias, o sobre una especialmente”.

Según Merlo y Martín (2003) actualmente se puede afirmar que todas las condiciones necesarias para la expansión de las revistas electrónicas se cumplen de manera holgada. Se han desarrollado tecnologías específicas, los usuarios prefieren su uso y a su vez cuentan con cierto nivel de preparación para ello.

Los lectores revisan de manera detenida las revistas las cuales son consideradas medios de comunicación y por lo general suelen dedicarle más tiempo en comparación con otros tipos de publicaciones. El contenido debe ser lo más adecuado posible y que cuente con una estructuración en su diseño, con una redacción adecuada, teniendo en cuenta todos los detalles (King 2001).

Un requisito indispensable en la producción de este formato es que las mismas deben contar con un número de ISSN, que por sus siglas significa: International Standard Serial Number, lo que vendría siendo en español: un número internacional normalizado de publicaciones seriadas, para poder tener un control que sirva para identificar cada edición y así evitar posibles errores al colocar la información bibliográfica que corresponda, facilitando el trabajo en las bibliotecas al momento de clasificar algún número o colección.

2.2.6.1 Características de las revistas digitales

En la presente era digital nos encontramos con una gran gama de facilidades a la hora de realizar publicaciones digitales, tanto para los periodistas, productor y medios como para el consumidor final. El manejo de la información, el fácil y económico acceso, hasta el manejo del tema ecológico juegan un papel dentro de las más notables características cuando a revistas digitales nos referimos. Según Martín y Merlo (2003) estos doce aspectos son los más relevantes de dichas publicaciones.

Facilidad de acceso: Estas publicaciones son de fácil consulta, permitiendo al público tener acceso a ellas en cualquier parte, con o sin conexión a internet, para este segundo escenario hay un elemento muy útil que sirve para guardar dichas publicaciones y así poder leerlas cuando se desee.

Ventajas en el almacenamiento: El espacio que ocupan en un servidor resulta una ventaja en comparación al espacio empleado en una biblioteca, hemeroteca o un simple depósito. Las consultas son una fácil operación basada en la arquitectura conocida como “cliente / servidor” en la que el primero solo necesita las credenciales necesarias otorgadas al momento de concretar una suscripción.

Actualización inmediata: El lector tiene acceso de forma inmediata a la información actualizada en contraste con las publicaciones convencionales las cuales manejan un tiempo de edición, producción y publicación; esto supone un intervalo considerable.

Aunque las publicaciones digitales requieren también un proceso que lleva un determinado tiempo, este es mucho menor al del formato mencionado anteriormente.

Ampliación de la difusión: Estas revistas pueden estar disponibles en cualquier parte del mundo, independientemente de haber sido publicadas en un determinado país (siempre y cuando ese país no cuente con una ley que promueva algún tipo de censura). Los buscadores web facilitan la búsqueda y acceso a estas publicaciones.

Abaratamiento de los costes: El proceso de producción de una revista digital (diseño digital, producción, edición y posterior publicación) resulta más económico si lo comparamos con el proceso de una revista física. Además se suprime el costo de distribución por ser una publicación cargada a la web, por ende no necesita ningún tipo de intermediarios (empresas de distribución).

Diversidad de formatos: No solo podrán estar disponibles mediante acceso a un explorador web, sino también mediante el uso de dispositivos móviles, tales como teléfonos y tabletas. Del mismo modo el usuario puede descargar el archivo y así leerlo en el momento que lo necesite

Posibilidades de la consulta: Los motores de búsqueda facilitan el trabajo a la hora de realizar una consulta. Es menester de la marca o medio (sitio web) facilitar un panel de búsqueda con elementos como número, fecha, título, entre otros, para poder ayudar al lector a encontrar lo que requiere sobre una publicación. A su vez, los buscadores de internet se alimentan de esta información ayudando en dicho proceso

Independencia de los documentos: En la actualidad, en el caso de muchas revistas digitales (gratuitas o pagas), no es necesario contar con una suscripción para poder tener acceso a su contenido. Existen muchos servicios que permiten la búsqueda, acceso y recopilación de un material, el que el lector necesite, sin necesidad de tener que descargar o revisar toda la publicación

Multiplicidad de recursos informativos: Los contenidos incluidos en estas publicaciones son usados como fuente de información, en bases de datos bibliográficas que sirven para tener acceso a los artículos de la misma.

Servicios de difusión: Estas revistas tienen una particularidad a la hora de tener acceso a información de último momento, esta es el permitir al lector poder configurar alertas que lo mantengan al día con dichas informaciones. Las hemerotecas y bibliotecas no necesitan tener un control de los números recibidos de esas revistas puesto a que dicho proceso es automático y el mismo genera un informe con todo lo necesario a saber sobre estas publicaciones, facilitando la labor de los trabajadores de estos centros.

Fomento de la cooperación: La retroalimentación entre periodista y lector se facilita en este formato debido a que en la mayoría de los casos a cada artículo se le coloca al final información relacionada con el autor. Esto facilita la comunicación con el lector, que a su vez da impresiones y puntos de vista sobre los trabajos publicados.

2.2.6.2 Historia de las revistas digitales

La primera edición de un magazine digital surgió en el mes de noviembre del año 1985 bajo el nombre de “Phrack INC”, publicación dedicada a la comunidad de hackers (piratas informáticos) orientada a la seguridad informática. Esta “Ezine” (Online Magazine) fue objeto de numerosas denuncias y fue vinculada durante mucho tiempo con varios casos de fraude electrónico y de telecomunicaciones.

Para el año 1994 la compañía estadounidense Alpha Media Group lanza al mercado la primera revista digital en formato de CD-Rom llamada “Blender”. Posteriormente para el 2009 la mencionada compañía deja de circular esta revista y decide incursionar en el plano de las publicaciones digitales en línea apostando por la conocida revista Maxim, la cual está presente en el mercado tanto en el formato tradicional como en el digital.

Según de Pablos (2001), “las revistas electrónicas surgen desde el momento en el que se utiliza cualquier medio "electrónico" para su edición. Esta es una corta reseña cronológica del inicio de las publicaciones digitales:

- 1976: El New Jersey Institute of Technology publica en línea “Chimo”, el cual fue el primer modelo de revista digital para la época.
- 1987: New Horizons in Adult Education se convierte en la primera revista en ser distribuida de manera gratuita a través de correo electrónico. La misma fue editada por el proyecto Syracuse University Kellogg.
- 1990: La revista Postmodern Culture empieza a distribuirse por la red, al igual que News Horizons in Adult Education, esta también se distribuía a través de e-mail. Fue editada por edita por la Johns Hopkins University Press.
- Para el año 1992 se publica el Online Journal of Current Clinical Trials (OCLC), la primera revista electrónica con texto y gráficos distribuida bajo la modalidad de suscripción.
- 1993 nace el Journal Storage Project (<http://www.jstor.org>), proyecto enfocado en cambiar de formato las revistas físicas al formato, para facilitar el acceso a las misma y a su vez abaratar costos de producción.

2.3 Bases Legales

Villafranca (2002) indica que “las bases legales no son más que las leyes que sustentan de forma legal el desarrollo del proyecto” (p.25).

Constitución de la República de Venezuela

Artículo 28. Toda persona tiene el derecho de acceder a la información y a los datos que sobre sí misma o sobre sus bienes consten en registros oficiales o privados, con las excepciones que establezca la ley, así como de conocer el uso que se haga de los mismos y su finalidad, y de solicitar ante el tribunal competente la actualización, la

rectificación o la destrucción de aquellos, si fuesen erróneos o afectasen ilegítimamente sus derechos. Igualmente, podrá acceder a documentos de cualquier naturaleza que contengan información cuyo conocimiento sea de interés para comunidades o grupos de personas. Queda a salvo el secreto de las fuentes de información periodística y de otras profesiones que determine la ley.

Artículo 58. La comunicación es libre y plural y comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley. Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como a la réplica y rectificación cuando se vea afectada directamente por informaciones inexactas o agraviantes. Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral.

Los citados artículos de la constitución venezolana permiten determinar la importancia del derecho que tienen los ciudadanos a la comunicación e información oportuna y veraz.

Ley del Ejercicio del Periodismo

Capítulo I

De la profesión

Artículo 3.- Son funciones propias del periodista en el ejercicio de su profesión la búsqueda, la preparación y la redacción de noticias; la edición gráfica, la ilustración fotográfica, la realización de la entrevista periodística, reportajes y demás trabajos periodísticos, así como su coordinación en los medios de comunicación social impresos, radiofónicos y audiovisuales, agencias informativas, secciones u oficinas de prensa o información de empresas o instituciones públicas o privadas. Los periodistas que ejerzan en medios radiofónicos y audiovisuales están autorizados para efectuar las locuciones propias o vinculadas con la actividad profesional.

Artículo 4.- Todos los ciudadanos nacionales o extranjeros pueden expresarse libremente a través de los medios de comunicación social, sin más limitaciones que las establecidas por la Constitución y las leyes.

Artículo 8.- El secreto profesional es derecho y responsabilidad del periodista. Ningún periodista está obligado a revelar la fuente informativa de hechos de los que haya tenido conocimiento en el ejercicio de su profesión.

Artículo 9.- Toda tergiversación o ausencia de veracidad en la información debe ser rectificadora oportuna e eficientemente. El periodista estará obligado a rectificar y la empresa deberá dar cabida a tal rectificación o a la aclaratoria que formule el afectado.

2.4 Definición de Términos Básicos

Sitio web: Espacio en internet donde se hospedan una serie de páginas con información, las cuales están programadas con lenguaje de marcas de hipertexto, accesibles desde la World Wide Web (WWW).

Multimedia: Sistema que cuenta con diversos medios variados: sonoros, animados, textuales, gráficos y audiovisuales.

Hipertexto: Texto contentivo de enlaces direccionados a otros textos o documentos.

Interactivo: Cualidad que permite la interacción entre una persona y las características de un determinado sistema.

Internauta: Usuario que navega por internet.

Hiperenlace: Característica informática capaz de enlazar un elemento con otro. Vínculo que sirve para acceder desde una palabra o frase a otra información, material, página o sitio web.

Revista Digital: Publicación diseñada con características como la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad, la cual es accesible desde la web o dispositivos electrónicos.

2.5 Aspectos Éticos

Código de Ética del Periodista Venezolano

Artículo 8. El periodista no deberá deformar, falsear, alterar, tergiversar o elaborar material informativo impreso, audiovisual o digital, cuya divulgación o publicación resulte denigrante o humillante para la condición humana.

Parágrafo único: Es condenable el uso de técnicas amarillistas como deformaciones del periodismo que afectan el derecho del pueblo a ser correctamente informado.

El trabajar con información falsa es destruir la esencia del periodismo. En el plano deportivo se manejan estos parámetros legales, respetando siempre los principios del ejercicio de la profesión para poder ofrecer información de calidad.

Artículo 14. El periodista propiciará y estimulará el acceso a los medios de comunicación social de opiniones de los más diversos sectores, sin discriminación alguna de sexo, religión, clase social o ideologías; se preocupará fundamentalmente porque los sectores desposeídos de la población, logren la más justa y pronta reivindicación de sus peticiones y causas.

Clásico del Fútbol fomenta la participación de los lectores e internautas gracias a sus opiniones sobre distintos temas tratados tanto en las publicaciones del sitio web como en su revista digital (Clásico del Fútbol Magazine).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Marco Metodológico

Balestrini (2006) define el marco metodológico “como la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real” (p. 125).

Dentro del marco metodológico se plasman datos sobre la investigación y su clasificación, los cuales son analizados para lograr la consecución de los objetivos misma. En esta parte del trabajo especial de grado se describen también las técnicas y métodos mediante los cuales se pudo recabar información necesaria para el desarrollo de la investigación.

3.2 Tipo de Investigación

El tipo de investigación es la manera que establece el investigador para continuar con el planteamiento y desarrollo del proyecto previo. El autor busca diseñar y publicar una revista que capte un nuevo público y expanda el mercado de la marca Clásico del Fútbol. Esta investigación es de carácter exploratoria, dado a que como investigador no estudiará un tema con poca información (revistas digitales) a nivel de especialización.

De acuerdo con Palella y Martins (2012) “se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos - escritos u orales-; uno de los ejemplos más típicos de este tipo de investigación son las obras de historia.” (p. 90).

Con este trabajo se quiere dar respuesta a la necesidad de información mediante la creación de una revista digital y a su vez incursionar en un nuevo campo de trabajo para los colaboradores del medio Clásico del Fútbol ([www.clasicodelfutbol.net / com.ve](http://www.clasicodelfutbol.net/com.ve)). Por consiguiente el tipo de investigación usado es el de investigación documental, ya que se consultan diversas fuentes como textos, documentos y una población representada en una encuesta realizada con fines de indagar sobre el tema de las revistas digitales en el país.

En el Manual de Trabajos de Grado, de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador UPEL (2014), define la investigación documental como:

El estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos. La originalidad del estudio se refleja en el enfoque, criterios, conceptualizaciones, reflexiones, conclusiones, recomendaciones y, en general, en el pensamiento del autor (p. 20).

Gracias a la investigación se pudo determinar que en Venezuela no se cuenta con una revista digital dedicada al fútbol venezolano, que ofreciera información sobre un tema que ha crecido en importancia entre los amantes del balompié en los últimos veinte años. Mediante la realización de una encuesta se observó que el cien por ciento de los encuestados no conocía de la existencia de una revista digital dedicada al mencionado tema. Esto ayudó a plasmar dicha carencia en el presente trabajo para el posterior desarrollo de la investigación.

3.3 Diseño de la investigación

Según Sabino (2000), “El diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado” (p. 41). En base a esto, el autor considera que el diseño de investigación implica el análisis de los problemas con la finalidad de describir, interpretar o entender la naturaleza del mismo, para posteriormente explicar sus causas y efectos.

Sabino (2000) indica que:

La investigación puede hacerse para satisfacer muy diferentes necesidades, inquietudes o intereses. Puede ocurrir que nuestros estudios se encaminen directamente a conocer los aspectos que nos permitirán resolver mejor una situación concreta, a la búsqueda de los elementos necesarios para poder actuar luego en un sentido específico. En otros casos la investigación se justifica simplemente por la necesidad de esclarecer algún problema que resulta de interés dentro del mundo científico, por más que se vislumbren aplicaciones directas para sus resultados (p. 42).

Un medio de comunicación siempre está en búsqueda de innovar para ofrecer un buen contenido a sus lectores. En el caso de un sitio web sucede de la misma manera, pero con una obligación mayor puesto a que el factor tecnológico siempre cambiante ofrece facilidades para que esto se concrete. En Clásico del Fútbol la prioridad es hacer llegar al internauta contenido de interés, usando herramientas para la materialización de lo planteado.

Tamayo (2007) explica que “cuando los datos se recogen directamente de la realidad, por lo cual se denomina primarios, su valor radica en que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos” (p. 110). A través de las respuestas obtenidas por los usuarios que respondieron la encuesta realizada, se pudo tener conocimiento sobre la realidad de una muestra de la población, en este caso los lectores e internautas de Clásico del Fútbol y sus preferencias sobre la posibilidad de tener a disposición una revista digital sobre el fútbol venezolano.

En este caso el diseño, elaboración y posterior publicación de una revista digital responde a la necesidad que existe en el mercado venezolano, específicamente en el que está orientado al fútbol venezolano y a la selección nacional (Vinotinto). Además, el uso de herramientas para la realización de una revista digital supone el aprendizaje de conocimientos para su uso, esto es un plus para todo el equipo de Clásico del Fútbol relacionado en el armado y composición de la revista digital CDF Magazine.

Sampieri (2010) define la investigación no experimental como:

La investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos (p. 149).

En base a lo antes expuesto por Sampieri (2010), el diseño de investigación usado en este trabajo es el no experimental, ya que no se hizo modificar ni cambiaron de manera intencional ninguna de las variables. De acuerdo a la necesidad planteada de realizar una revista digital, se procedió a revisar y detallar los resultados de la encuesta efectuada, además de visitar diversos sitios web de medios de comunicación extranjeros con importante trayectoria, dedicados al fútbol, para observar aspectos como diseño, redacción y herramientas digitales, que sirvieran para el desarrollo de la investigación.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

Según Parra (2003) la población “es el conjunto integrado por todas las mediciones u observaciones del universo de interés en la investigación” (p. 15).

El autor consideró que la población de esta investigación es todo aquel internauta del sitio web de Clásico del Fútbol interesado en las noticias del fútbol nacional, sudamericano, selecciones venezolanas de fútbol y el día a día de los jugadores, a los cuales les interesa la producción de una revista digital dedicada al mencionado campo periodístico.

3.4.2 Muestra

Para Parra (2003) la muestra es “una parte de la población, obtenida con el propósito de investigar propiedades que posee la población” (p. 16). La muestra es solo un fragmento de toda la población estudiada, concretamente en el caso de esta investigación: una determinada cantidad de lectores e internautas de Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net / [.com.ve](http://www.clasicodelfutbol.com.ve)).

Spiegel (1991) explica que:

Al recoger datos relativos a las características de un grupo de individuos u objetos, sean alturas, pesos de estudiantes de una universidad o tuercas defectuosas producidas en una fábrica, suele ser imposible o nada práctico observar todo el grupo, en especial si es muy grande. En vez de examinar el grupo entero, llamado población o universo, se examina una pequeña parte del grupo, llamada muestra (p. 1).

La muestra de la encuesta realizada para esta investigación es de 45 personas, internautas y lectores del sitio web de Clásico del Fútbol a los cuales se les realizó una serie de preguntas relacionadas con sus datos, preferencias sobre el contenido que podría contener una revista digital de fútbol

Spiegel (1991) explica que “si una muestra es representativa de una población, es posible inferir importantes conclusiones sobre la población a partir del análisis de la muestra”. La muestra tomada de la población representada por internautas de Clásico del Fútbol arrojó resultados que sirvieron para conocer los gustos y preferencias de los mismos con relación a la publicación de un nuevo formato, en este caso, la revista digital Clásico del Fútbol Magazine.

3.4.3 Muestreo Opinático

Según Parra (2003), el muestro opinático o intencional “se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras representativas mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos” (p. 25).

La presente investigación utilizó este tipo de muestreo (opinático o intencional), puesto a que se decidió realizar la encuesta en base a un sector de los seguidores del fútbol venezolano, los cuales a su vez son internautas de Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net / [.com.ve](http://www.clasicodelfutbol.com.ve)).

3.5 Técnicas y Herramientas de Recolección de Datos

Como instrumentos de recolección el autor dispuso de distintas fuentes bibliográficas, digitales: sitios web, revistas, artículos y publicaciones digitales; así como también el uso de la entrevista personal a un periodista deportivo y uno de los coordinadores de Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net / [.com.ve](http://www.clasicodelfutbol.com.ve)) de periodistas deportivos y lectores para la ampliación de la información relacionada con la preferencia de contenidos que el público prefiere, para elaborar una estructura de redacción y manejo de contenidos acorde con la revista que se quiere publicar.

Según Sabino (2000), “La entrevista, desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación” (p. 96).

Lo mencionado anteriormente sirve para las técnicas de recolección que comprenden la búsqueda de información principalmente sitios web de medios de comunicación dedicados al fútbol, trabajos de grado, revistas digitales, así como también la realización de entrevistas a personas o fuentes vivas, la obtención de las imágenes y el material de archivo.

Otros instrumentos usados por el autor para el desarrollo de la mencionada investigación fueron de contenido y observación, como la revisión de libros, folletos, fuentes electrónicas sobre las revistas digitales deportivas en varios países del mundo y también sobre diseño y redacción para este formato.

Según Sampieri (2006) el cuestionario “Tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (p. 217).

Para la estructuración de los elementos de la revista así como su contenido se desarrolló una encuesta. La encuesta se realizó a través de un cuestionario publicado en la web a través desde inicios del mes de octubre del 2016.

Se revisaron y analizaron los antecedentes investigados para luego estructurar la investigación en base a las fuentes bibliográficas elegidas para la mencionada investigación. Se estructuró un plan de trabajo en torno a las actividades planteadas para la recolección de información sobre las revistas digitales, tomando en cuenta el tiempo estimado para coordinar la investigación y el proceso de producción de la mencionada publicación digital.

Sabino (2000) señala:

“Finalizadas las tareas de recolección el investigador quedará en posesión de un cierto número de datos, a partir de los cuales será posible sacar las conclusiones generales que apunten a esclarecer el problema formulado en los inicios del trabajo. Pero esa masa de datos, por sí sola, no nos dirá en principio nada, no nos permitirá alcanzar ninguna conclusión si, previamente, no ejercemos sobre ella una serie de actividades tendientes a organizarla, a poner orden en todo ese multiforme conjunto. Estas acciones son las que integran el llamado procesamiento de los datos”. (p. 129).

Posteriormente el autor procedió a obtener los datos necesarios para ordenarlos, estudiarlos y seguidamente mostrar de manera clara y precisa los aspectos más resaltantes de la investigación. Gracias a esto todos los objetivos que se plantearon para llevar a cabo el presente trabajo se cumplieron en su totalidad.

3.6 Operacionalización de Variables

Para sistematizar la información recopilada y definir las variables, se realizó el siguiente cuadro de operacionalización.

Tabla 3 | Operacionalización de Variables 1

Objetivos Específicos	VARIABLES	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Técnica recolección de datos	Fuentes
Definir la estructura de los contenidos de la revista, para el diseño de la propuesta.	Estructura de contenidos	Distribución de las secciones de la publicación	Orden del material publicado	Mapa de navegación sobre el material a publicar	Visita a sitios web de medios dedicados al fútbol	www.fourfourtwo.com www.worldsoccer.com www.insidesoccermagazine.ca
	Diseño de la propuesta	Es la descripción detallada de la propuesta	Preparación y elaboración del proyecto	Mapa de navegación sobre el material a publicar	Visita a sitios web de medios dedicados al fútbol	www.fourfourtwo.com www.worldsoccer.com www.insidesoccermagazine.ca
Diagnosticar las necesidades de información de los usuarios del sitio web de Clásico del Fútbol, mediante la realización de una encuesta, para la determinación de los contenidos de la revista	Necesidades de información	Menester de contenido informativo	Aspectos que los usuarios de Clásico del Fútbol requieran para mantenerse informados.	Conocimiento sobre sitios web dedicados al fútbol futbol	Encuesta	Internautas de www.clasicodelfutbol.net
	Contenidos de la revista	Material informativo / publicitario presente en una revista	Material que será publicado	Conocimiento sobre sitios web dedicados al fútbol futbol / redacción	Encuesta	Internautas de www.clasicodelfutbol.net

Fuente: Realizado por el Autor del TEG

Tabla 4 | Operacionalización de Variables 2

Objetivos Específicos	VARIABLES	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Técnica recolección de datos	Fuentes
Analizar propuestas similares en la web para la definición de contenidos y aspectos tecnológicos de la revista Clásico del Fútbol Magazine.	Analizar propuestas	Estudio de las distintas propuestas	Revisión y elección de las mejores alternativas entre las propuestas	Definición de secciones	Visita a sitios web de medios dedicados al fútbol	www.fourfourtwo.com www.worldsoccer.com www.insidesoccermagazine.ca
Desarrollar los contenidos periodísticos de para definición del proyecto Clásico del Fútbol Magazine.	Desarrollar los contenidos periodísticos	Redacción del material periodístico	Progreso en la fase de creación de material	Material redactado	Encuesta	Internautas de www.clasicodelfutbol.net
	Definición del proyecto	Determinación del plan de trabajo	Descripción del proyecto	Diseño de revista / contenido informativo	Visita a sitios web de medios dedicados al fútbol	www.fourfourtwo.com www.worldsoccer.com www.insidesoccermagazine.ca

Fuente: Realizado por el Autor del TEG

3.7 Aspectos Administrativos

3.7.1 Recursos

Para la realización de este trabajo fue necesaria la participación del grupo de colaboradores Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net / [.com.ve](http://www.clasicodelfutbol.com.ve)), la cual está compuesta por tres redactores y dos fotógrafos. Se adquirió una resma de papel bond tamaño carta. Una carpeta blanca de tres aros. Se realizaron la impresión del trabajo en un centro de impresiones y copiado. Igualmente fueron necesarios dos computadores, una PC y una portátil, con conexión a internet.

Presupuesto de Recursos

Tabla 5

Recurso	Costo (BsF)
Hojas	4.000,00
Impresiones	5.800,00
Carpeta	3.000,00
Diseño de Revista	40.000,00
TOTAL	52.800,00

Fuente: Información Propia

3.8 Cronograma de actividades

Tala 6

Actividades	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Capítulo I																		
Búsqueda de Información	■																	
Redacción del Planteamiento del Problema			■															
Formulación de Objetivos (General y Específicos)			■															
Redacción de la Introducción				■														
Revisión del Capítulo I				■														
Capítulo II																		
Investigación Antecedentes para la Investigación					■													
Definición de Bases Teóricas						■												
Elección de Bases Legales y Aspectos Éticos							■											
Revisión del Capítulo II								■										
Capítulo III																		
Tipo de Investigación / Diseño de la Investigación										■								
Población y Muestra											■							
Técnicas y Herramientas de Recolección de Datos												■						
Redacción del Marco Organizacional												■						
Revisión del Capítulo III													■					
Capítulo IV																		
Redacción del Marco Organizacional																		
Diseño de Revista Digital											■	■	■	■	■	■	■	
Revisión del Capítulo IV																		
Capítulo V																		
Redacción de Propuesta															■	■	■	
Redacción de Conclusión																	■	
Entrega de Trabajo especial de Grado																		■

CAPÍTULO IV

MARCO CONTEXTUAL

4.1 ¿Qué es Clásico del Fútbol?

Clásico del Fútbol (CDF) es un sitio web de noticias sobre el fútbol venezolano, sudamericano y de la actuación de los jugadores venezolanos en el balompié extranjero. La creación del concepto data del año 2009. Al principio las publicaciones se realizaban en el formato blog a través de la plataforma Blogger (Google) para posteriormente crear un nuevo portal con hospedaje web propio, el cual ha sido rediseñado en varias ocasiones.

Clásico del Fútbol se nace con la intención de posicionarse como el sitio de noticias dedicadas al fútbol venezolano más visitado en el país, para ello, durante los últimos 5 años han crecido a nivel estructural incorporando colaboradores y pasantes: estudiantes de comunicación social, periodistas y columnistas. En la actualidad CDF mantiene su objetivo principal, compitiendo en un mercado saturado de sitios web dedicados al mismo tema pero que la mayoría no continúan debido a problemas ocasionados por el tema de la economía del país (precios de web hosting, dominios, mantenimiento y diseño), como también por el simple hecho de desistir de continuar con dichos proyectos por otros motivos.

4.2 Origen del nombre Clásico del Fútbol Magazine

En el mundo del fútbol, el término “Clásico del Fútbol” es usado para identificar el partido de mayor trascendencia en una determinada liga o campeonato entre países (selecciones nacionales). Es el sello que ostenta el cotejo más importante entre dos equipos o combinados nacionales, como por ejemplo en Argentina el Boca Juniors Vs River Plate, en Turquía el Fenerbahçe Spor Kulübü Vs Galatasaray Spor Kulübü, en España el Real Madrid Club de Fútbol Vs Fútbol Club Barcelona, por nombrar solo algunos partidos. Dicho término ganó importancia en todo el mundo por su constante uso por los periodistas que cubren la fuente, aunque la Real Academia Española (RAE) no asocie oficialmente el mencionado término al ámbito futbolístico.

Es por eso que se decidió colocarle como nombre Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.ne y .com.ve) al referido medio, con la intención de que se le asocie desde sus inicios como una marca referente en el periodismo futbolístico del país. De igual forma se le colocó Clásico del Fútbol Magazine al proyecto para que sea plenamente identificado con el concepto acuñado por el sitio web en cuestión.

4.3 La marca Clásico del Fútbol

Clásico del Fútbol (CDF) es un sitio web venezolano de noticias sobre fútbol nacional, sudamericano, selecciones nacionales de la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL), jugadores venezolanos en ligas extranjeras, entre otras noticias del balompié.

Fue creada en el mes de octubre del año 2009 y cuenta actualmente con casi siete años en la red cubriendo las principales noticias del balompié venezolano.

Según Ned Snell (1999) “un sitio web es el conjunto de páginas web que se conectan para crear un único documento compuesto de varias páginas”. Una estrategia efectiva de esta marca (CDF) para la expansión de sus negocios es la creación de una revista digital la cual captará la atención de un nuevo público asiduo a leer contenidos en este formato y a su vez se estaría explorando un mercado.

La tecnología abre paso a un mundo muy amplio de posibilidades en el ámbito comunicacional. Esta se fortalece día a día gracias al avance en investigaciones que ayudan a la creación y desarrollo de dispositivos eléctricos, los cuales facilitan las labores del ser humano. Actualmente la tendencia a usar dispositivos móviles crece a pasos agigantados.

Los dispositivos más usados para las actividades en torno a la comunicación son: Computadores personales (PC o Portátiles) y tecnología móvil (teléfonos celulares y tabletas). Con la evolución de estos artefactos y la alta preferencia de los consumidores en el mercado de lo tecnológico le han abierto la puerta aún más a las publicaciones digitales, haciendo que las impresas tengan que reinventarse para no perder terreno en un plano tan competitivo como el comunicacional.

Las publicaciones impresas generan un gran consumo de papel en todo el mundo, por lo que la tala indiscriminada y deforestación de grandes extensiones de bosques en busca de materia prima se convirtió en un problema ecológico para muchas naciones. Según la Food and Agriculture Organization (FAO – en español: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) “desde 1990 se han perdido unas 129 millones de hectáreas de bosques –una superficie casi equivalente a la de Sudáfrica-, de acuerdo con el estudio sobre los bosques más completo de la FAO hasta la fecha, la Evaluación de los recursos forestales mundiales 2015 (FRA)”.

Uno de los grandes beneficios de las revistas digitales es el aspecto ecológico, esto se traduce en una importante reducción en la inversión para la producción por no necesitar materia prima por no ser una publicación en físico. Las revistas digitales tienen un importante plus y es que son cien por ciento ecológicas y los medios que apuestan por este formato están contribuyendo a evitar la tala de árboles para la creación de tintas y papel.

Los anunciantes también se benefician por este formato gracias a la interactividad y el dinamismo de la publicidad, por lo que resulta ser una atractiva cualidad que atrae la atención del lector. Las revistas digitales permiten al anunciante decidir cuál es el mejor espacio publicitario a elegir, como en las publicaciones físicas (periódicos).

4.4 Monetización y rentabilidad

Según Márquez (2010) “un modelo de negocio es una herramienta conceptual que, mediante un conjunto de elementos y sus relaciones, permite expresar la lógica mediante la cual una compañía intenta ganar dinero generando y ofreciendo valor a uno o varios segmentos de clientes, la arquitectura de la firma, su red de aliados para crear, mercadear y entregar este valor, y el capital relacional para generar fuentes de ingresos rentables y sostenibles”.

Clásico del Fútbol Magazine es una publicación de distribución gratuita lo cual facilita el acceso del público a su contenido. Puede generar ingresos mediante a los anuncios publicitarios ubicados en la revista mediante la diagramación planificada para cada número. Los anunciantes encontrarán en CDF Magazine un producto de calidad orientado a un público inclinado hacia la información del balompié venezolano en el cual puedan publicar.

Para la realización primer número de Clásico del Fútbol Magazine se contrató a una empresa de diseño llamada RD Design, la cual fue la encargada de preparar y elaborar el esquema de diseño de acuerdo con las exigencias de los integrantes de Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net | .com.ve). El costo por la producción de la revista ronda los 58.000,00 bolívares fuertes según el presupuesto realizado por la mencionada empresa venezolana de diseño.

4.5 Target de Consumo de Clásico del Fútbol Magazine

La revista está dirigida a las personas de todos los estratos y de ambos sexos, con edades comprendidas entre 14 y 50 años ávidos de información sobre la actualidad del balompié nacional y del panorama de las principales ligas sudamericanas. Esta publicación es de distribución gratuita, esto facilita que cualquier persona pueda obtener dicha revista.

4.6 Clásico del Fútbol desde Adentro: Entrevista a Albin Aristiguieta

Clásico del Fútbol nace de la idea del periodista venezolano Fernando Rodríguez quien previamente fue el creador de la idea de un sitio web dedicado al béisbol venezolano con el nombre de Los Eternos Rivalos en el año 2008. Al poco tiempo deja dicho proyecto y se centra en la creación de un portal sobre fútbol venezolano con el mencionado de Clásico del Fútbol. Con el transcurso de las semanas el proyecto se masificándose mientras los involucrados iban ganando cada vez más experiencia en el panorama digital: publicaciones web y redes sociales.

Al pasar unos meses, el fundador y creador de Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net / .com.ve) fue incorporando talentos al equipo de colaboradores y pasantes universitarios de la carrera de comunicación social, uno de ellos fue el periodista y reportero gráfico Albin Daniel Aristiguieta, que luego de unas semanas de ingresar al staff CDF empezó a ejercer labores de coordinador.

¿Cómo nace el concepto de Clásico del Fútbol?

ADA: “CDF se creó, en principio, para darle cobertura a la actualidad de los dos equipos protagonistas del clásico nacional, es decir, el partido más importante de país. Estos equipos son el Caracas Fútbol Club y el Deportivo Táchira Fútbol Club. Pero luego el fundador decidió que sería mejor darle cobertura a todo el fútbol nacional y a la selección “Vinotinto”.

¿Cómo fueron los inicios de Clásico del Fútbol?

ADA: “En líneas generales fue un buen inicio, pero como sucede en la mayoría de los medios independientes se presentan una serie de inconvenientes que complican y comprometen el crecimiento y el desarrollo de dicho medio. Lo interesante es que hemos sabido cómo solucionar estos inconvenientes, cuando muchos no teníamos ningún tipo de experiencia trabajando en un medio digital. Ha sido bastante provechoso para todos los que han colaborado con este medio. Primero trabajando con el formato de blog (Blogger) para después de un tiempo contar con un sitio web propio con mejor diseño”.

¿Planificaron proyectos a corto, mediano y largo plazo?

ADA: “Sí, fue la prioridad desde el principio. No por ser un medio independiente, el cual nació por el aporte e inversión económica de una sola persona, podíamos cometer el error de manejarlo como una especie de hobby, como ha pasado con la mayoría de los medios digitales dedicados al fútbol en este país. Todo lo contrario, siempre tuvimos claro qué queríamos hacer y cómo podíamos tratar de conseguirlo. A corto plazo nos trazamos metas como planificar cómo íbamos a redactar y a manejar las publicaciones en redes sociales. A mediano plazo la creación de un manual de estilo propio, aún estamos diseñándolo. Y a largo plazo ser el medio referente del fútbol venezolano. Es una tarea ardua pero tenemos confianza en lo que hacemos”.

¿Cómo manejan el aspecto del staff de colaboradores?

ADA: “En un principio fuimos agregando colaboradores mediante una publicación en la web donde solicitábamos redactores y columnistas. Desde un principio dejamos claro a los interesados que estarían en el proyecto en calidad de colaboradores, sin percibir salario o beneficios monetarios. Ahora agregamos pasantes de la carrera de Comunicación Social para que puedan hacer sus prácticas profesionales con nosotros. Ha sido una buena iniciativa ya que los pasantes se benefician al poder hacer sus prácticas en Clásico del Fútbol y al ganar experiencia en el medio digital. Es una relación ganar-ganar.

¿Por qué una Revista Digital?

ADA: “Fue idea del fundador. Nos reunimos para determinar qué opción sería mejor para darle un nuevo producto a lector, ya que estábamos teniendo buen resultado con algunas columnas de opinión y también con los trabajos estadísticos. Entonces el propuso el desarrollo de una aplicación para dispositivos Android o una revista digital. Estuvimos pensando cuál sería la mejor opción por unas semanas. Decidimos que fuera una revista digital por algunos motivos que ya habíamos discutido. Uno de ellos es el costo de producción y mantenimiento, mucho más bajo en relación al de una aplicación para celulares ya que para este se tendría que pagar a un programador en Android, la diferencia de costos era significativa. Otra razón fue la posibilidad de convertirnos en el primer medio web venezolano dedicado al fútbol criollo en contar con una revista digital. Nos decidimos por la revista digital, considerándola la mejor opción”.

“Aún somos un medio que no generamos ganancias por diversos temas. Pero dentro de la planificación a mediano plazo tenemos contemplado la venta de espacios publicitarios. De hecho, tenemos una diagramación web listas con espacios para vender. Y a largo plazo queremos armar una plantilla de periodistas contratados con todos los beneficios laborales. Lo más probable es que primero podamos percibir ingresos por venta de publicidad de la revista Clásico del Fútbol Magazine, antes que el sitio web, ya que tenemos un interesante proyecto en torno a esta publicación”.

Para redactar en la web hay que tener ciertos conocimientos teniendo en cuenta que es muy diferente el tipo de redacción en los medios impresos. ¿Han adquirido experiencia sobre cómo escribir en la web?

ADA: “La mayoría de los que empezamos en Clásico del Fútbol teníamos muy poca experiencia. Algunos colaboradores no tenían ningún tipo de experiencia al respecto. Pero siempre hemos tenido como prioridad la formación y actualización en conocimientos de redacción. Hemos realizado cursos con algunos colaboradores, tanto presenciales como a través de la web. Lo primordial es poder formarnos para poder ofrecer un buen contenido, como meta el mejor de todos en el país relacionado con el fútbol venezolano”.

¿Qué tienen planeado para el futuro de Clásico del Fútbol?

ADA: “CDF apunta a buenas cosas. Actualmente, por la difícil situación del país, se nos ha hecho difícil poder contar con ciertos equipos que teníamos planteado comprar, como teléfonos inteligentes, computadores portátiles y cámaras para los corresponsales en el interior. Hasta hace dos años tuvimos contemplado comprar cinco teléfonos, dos computadoras y una cámara más, actualmente contamos con dos cámaras profesionales las cuales solo usamos en Caracas. Pero luego de las terribles devaluaciones derivadas de un gobierno corrupto, no pudimos comprar los dólares con el dinero con el que contábamos. Tuvimos que replantearnos muchas cosas para poder seguir adelante con el proyecto sin que se viese afectado. De hecho, en los últimos dos meses hemos contado con menos pasantes. Aun así tenemos planeado seguir adelante con la revista, trabajar una edición por mes y si tenemos una buena respuesta por parte de los lectores continuaremos con otros proyectos, como la aplicación oficial de Clásico del Fútbol para dispositivos Android y también un centro de resultado en vivo y estadísticas para nuestro sitio web”.

CAPÍTULO V

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.1 Desarrollo de la Propuesta

El mundo del periodismo dedicado al fútbol está en constante crecimiento y desarrollo gracias al uso de la tecnología. Herramientas que ayudan al comunicador a hacer más fácil su trabajo a la hora de querer plasmar un nuevo diseño, una nueva forma de publicación, todo con el fin de atraer al lector y hacer que cada vez más se interese por los contenidos de determinado medio digital.

Uno de los medios observados para esta investigación es Four Four Two. Este medio fue fundado en Inglaterra en el año 1994, el cual empezó con una revista en físico de publicación semanal. Posteriormente comenzaron en la web a través de su sitio oficial (www.fourfourtwo.com). Gracias a su tradición y a la buena aceptación de su publicación en físico, empezaron a digitalizar su revista para ofrecerla a los internautas ingleses y también para países del extranjero.

Otro de los medios que se tomaron en cuenta para la realización de la revista digital Clásico del Fútbol Magazine es World Soccer (www.worldsoccer.com). Fue fundado en el año 1960 en Inglaterra. Es una de las revistas de fútbol con más aceptación en el mercado inglés. En el 2005 empiezan a ofrecer su revista en formato digital. A partir de ese mismo año, gracias a la importante cantidad de lectores con los que cuentan, tanto en la edición impresa como en la edición digital, organizaron la entrega de sus propios premios a los mejores futbolistas de la English Premiere League (Liga Inglesa), llamados World Soccer Awards.

Inside Soccer es una revista digital publicada en Canadá para todo el mundo. En comparación a Four Four Two y World Soccer, Inside Soccer es una publicación modesta, tomando en cuenta el arraigo y pocos seguidores del fútbol en la nación canadiense. Pero aun así no deja de ser una propuesta interesante gracias a su diseño y calidad de contenido. Para esta investigación se tomó en cuenta la revista Inside Soccer.

Tabla 7

Evaluación de Medios

Característica	Four Four Two	World Soccer	Inside Soccer
Periodicidad	Mensual	Mensual	Mensual
Interacción	<ul style="list-style-type: none"> • Navegación horizontal • Acceso a lista de páginas • Compartir revista en redes sociales 	Navegación horizontal Acceso a lista de páginas	Navegación horizontal Acceso a lista de páginas
Multimedialidad	Acceso a contenido multimedia	Acceso a contenido multimedia	No cuenta con acceso a contenido multimedia
Hipertextualidad	Zonas del texto con hiperenlaces. Para acceder a otros contenidos	Zonas del texto con hiperenlaces. Para acceder a otros contenidos	Zonas del texto con hiperenlaces. Para acceder a otros contenidos

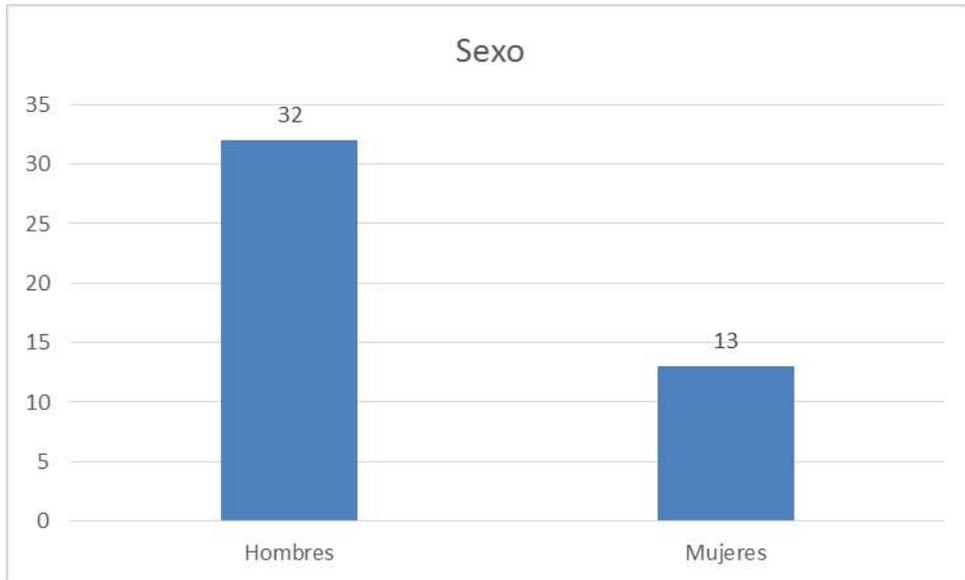
Fuente: www.fourfourtwo.com / www.worldsoccer.com / www.insidesoccermagazine.ca

Se realizó una encuesta entre los internautas de Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net / .com.ve), el cual cuenta con una muestra de 45 personas. Estas respondieron siete preguntas cerradas, cinco de ellas con la posibilidad de escoger una opción, y dos con múltiples opciones de respuestas. Las preguntas fueron las siguientes:

- Sexo
- Edad:
 - De 15 a 25
 - De 26 a 35
 - De 36 a 45
 - Más de 45

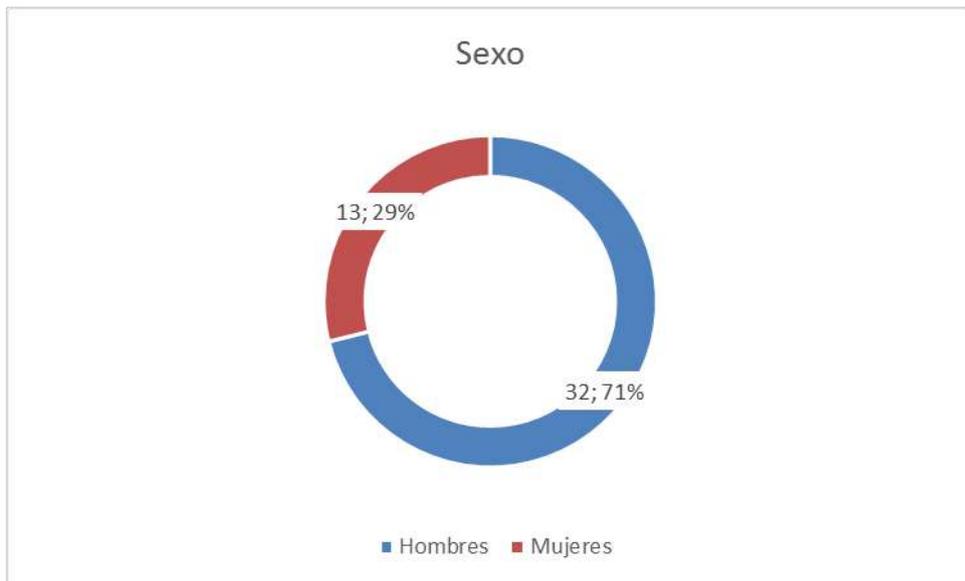
- ¿Te gustan las revistas digitales deportivas?
 - Sí
 - No
- ¿Conoces alguna revista digital de fútbol en Venezuela?
 - Sí
 - No
- ¿Qué tipo de contenidos te gustaría ver en una revista digital de fútbol venezolano?
 - Fotográfico
 - Estadísticas
 - Entrevistas
 - Opinión
- ¿Te gustaría recibir gratis mensualmente un número de una revista dedicada al fútbol venezolano?
 - Sí
 - No
- ¿Por cuales redes sociales te gustaría recibir información sobre futbol venezolano?
 - Twitter
 - Facebook
 - Instagram
 - Google+
 - Tumblr
 - Pinterest
 - V Kontakte
 - YouTube
 - DailyMotion
 - WhatsApp
 - Snapchat
 - Flickr

Gráfico 1.A



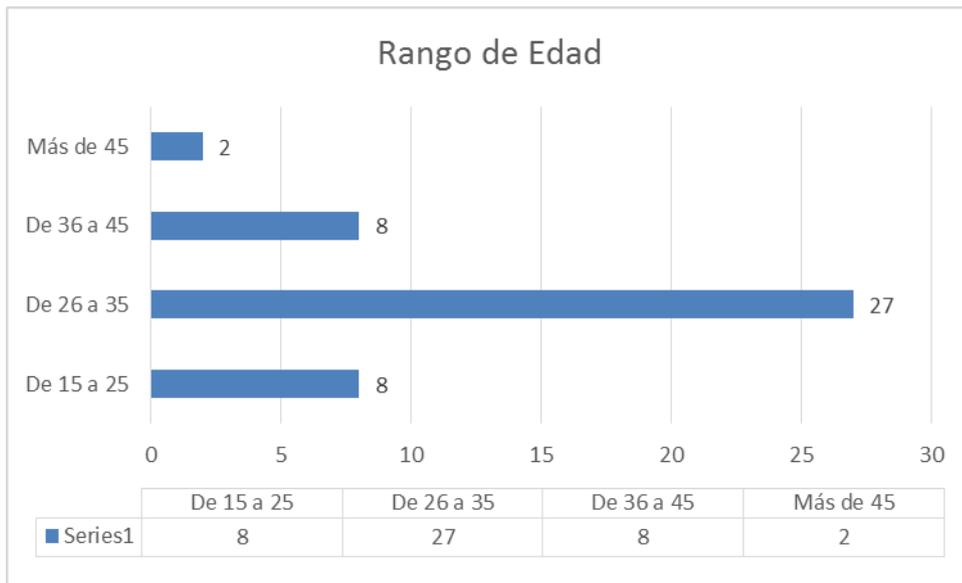
Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gráfico 1.B



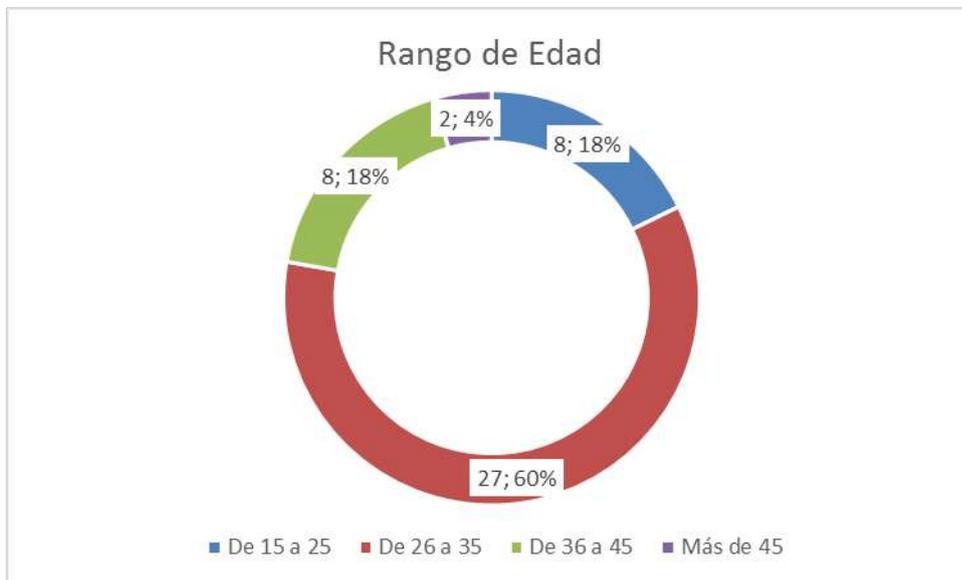
Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gráfico 2.A



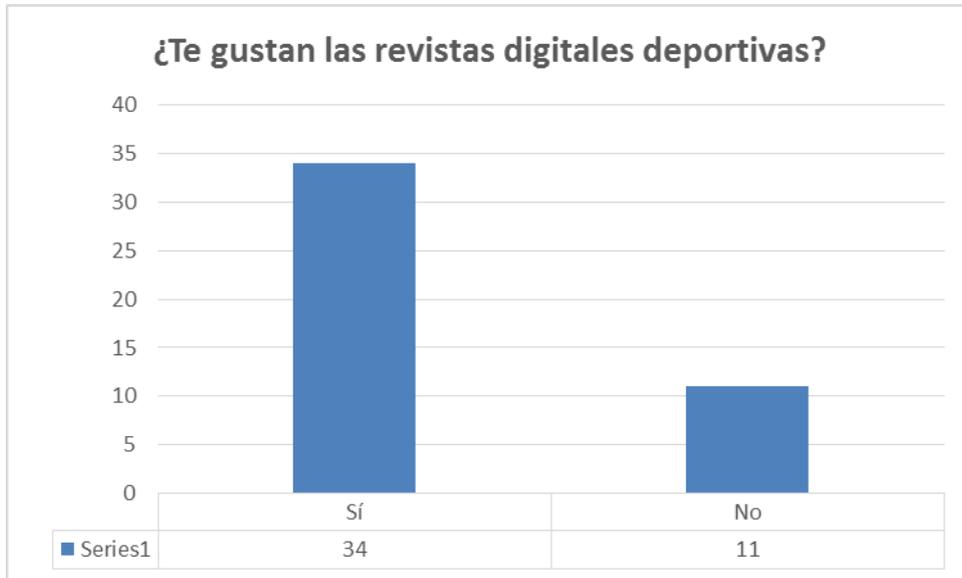
Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gráfico 2.B



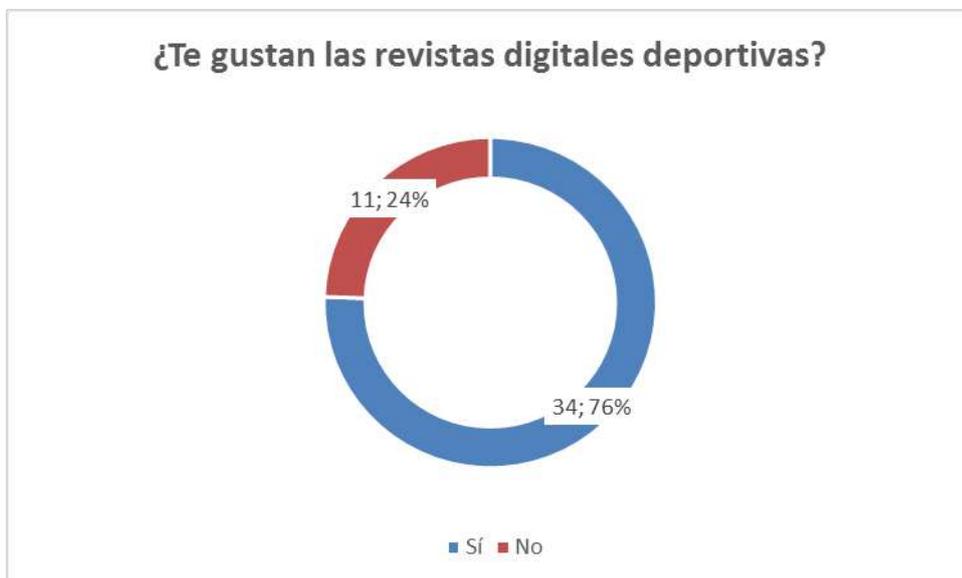
Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gráfico 3.A



Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gráfico 3.B



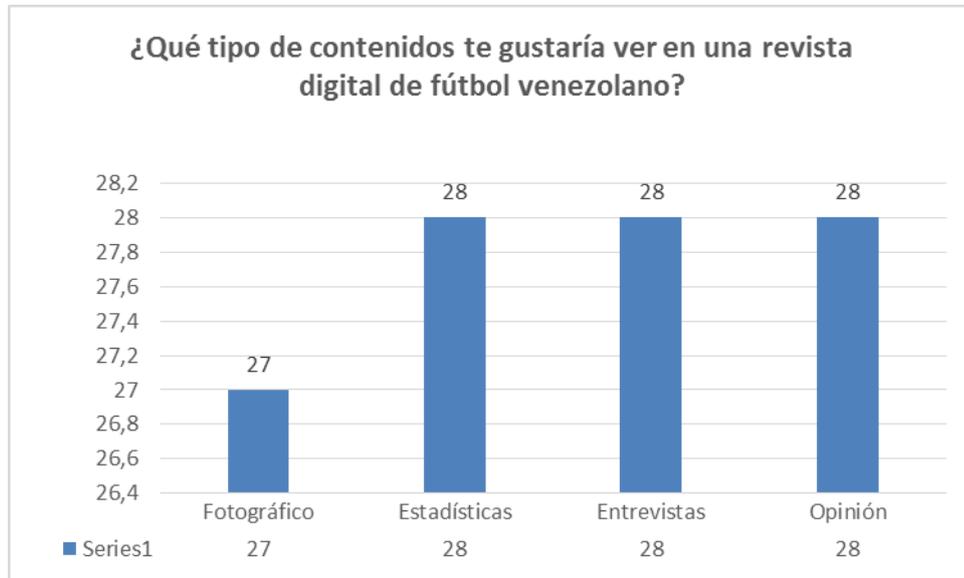
Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gráfico 4



Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gráfico 5



Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Tabla 8

Tipos de Contenidos

Fotográfico	Estadísticas	Entrevistas	Opinión
27	28	28	28

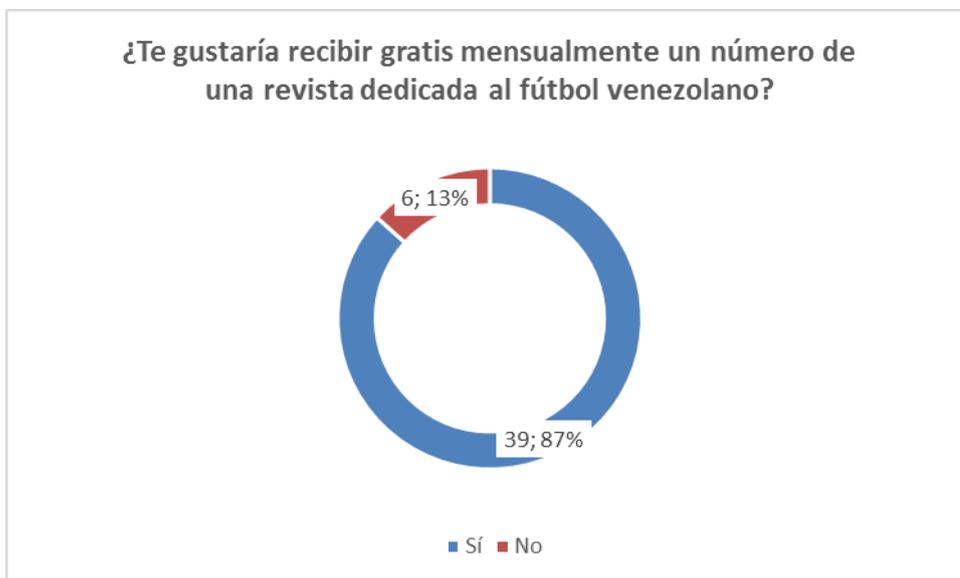
Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gráfico 6.A



Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gráfico 6.B



Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gráfico 7



Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Tabla 9

Redes Sociales

Twitter	Facebook	Instagram	Google+	Tumblr	Pinterest	VK	Youtube	Daily Motion	WhatsApp	Snapchat	Flickr
34	26	24	4	8	2	0	19	5	15	11	3

Fuente: Encuesta de Clásico del Fútbol

Gracias a los resultados de esta encuesta se pudo conocer las preferencias de una muestra de la población que conforman los internautas de Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net / .com.ve), identificando las necesidades de información requerida por los visitantes del mencionado medio. Del mismo modo, el estudio de los resultados ayudó a definir cuál sería el mejor contenido a estructurar para publicar en la revista así como cuál serían las mejores vías para compartir dicha publicación.

5.2 Aspecto Conceptual

El logotipo de Clásico del Fútbol Magazine fue diseñado en base al logo del sitio web, para conservar la identidad de la marca CDF. Para su elaboración se usaron los mismos parámetros de diseño, fuente, color, dimensiones. Se ajustó el nombre “Clásico del Fútbol” para contrastarlo con la palabra Magazine.

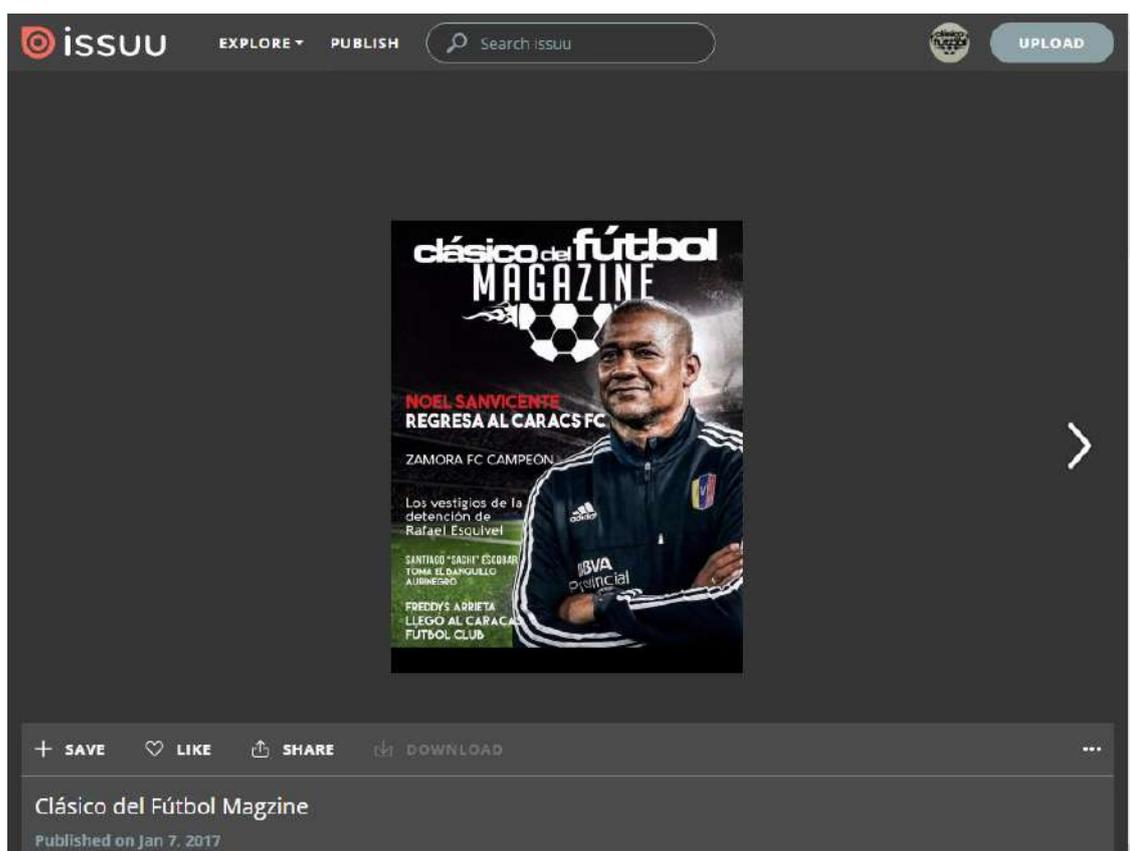


Logo de Clásico del Fútbol - Sitio Web

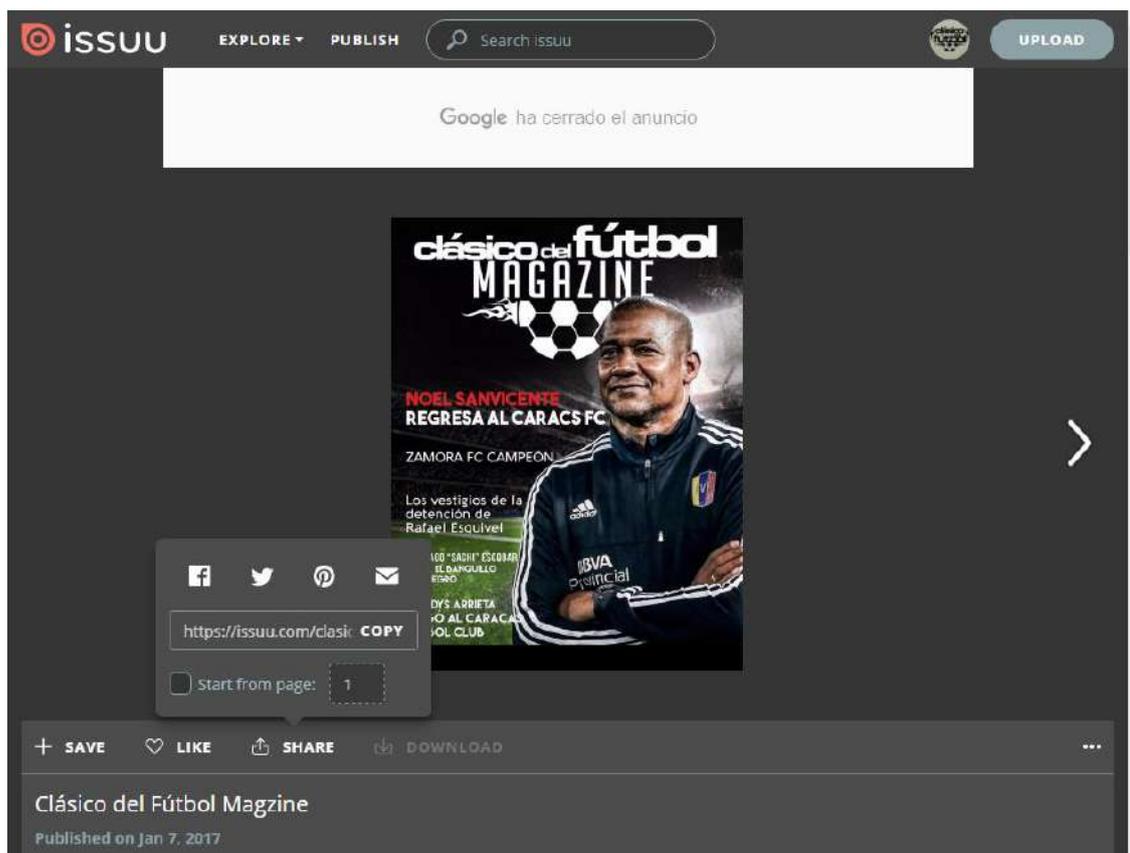


Logo de Clásico del Fútbol Magazine

En la plataforma de publicaciones para revistas digitales ISSUU, existen una serie de herramientas disponibles para los lectores, las cuales ayudan a la navegación por la publicación y también para compartir el material a través de las redes sociales y correo electrónico.



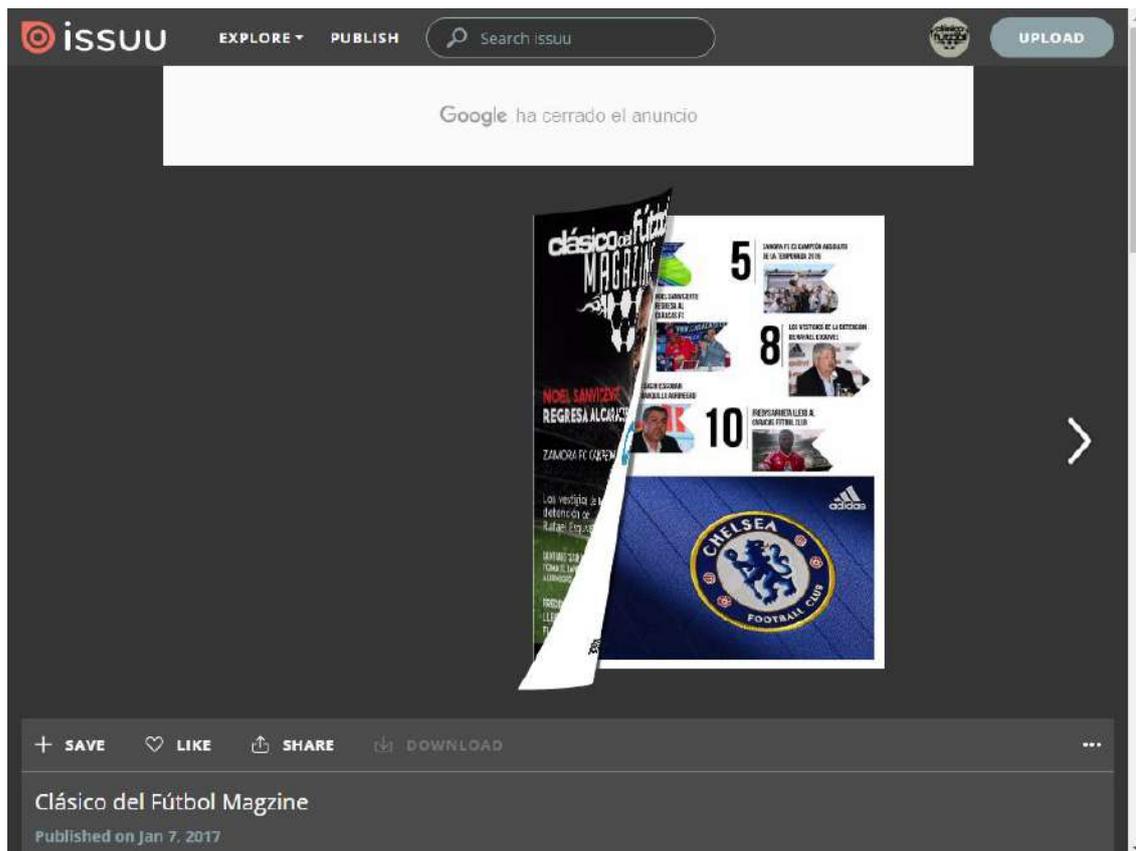
En ISSUU se puede navegar por la revista a través del campo inferior con las imágenes en miniatura



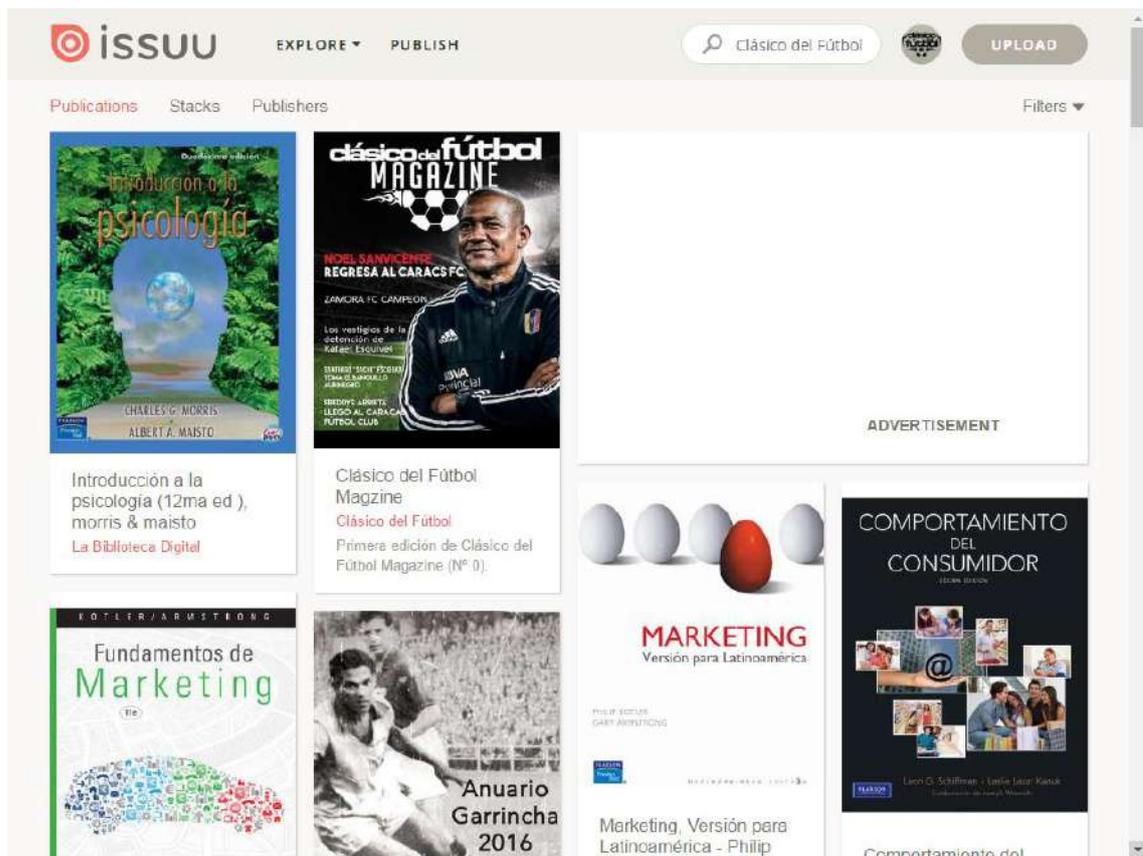
Herramientas de salvado, información y para compartir la publicación en ISSUU

En la barra de navegación se observan cuatro características disponibles para los lectores. La primera es Info, con la cual se puede obtener información sobre la publicación. El botón Save da la opción de salvar las publicaciones que el lector quiera guardar en su cuenta. A su vez se pueden indicar cuáles revistas le gustan a los usuarios con Like. Y con Share se despliega una caja con botones direccionados a varias redes sociales (Facebook, Twitter, Pinterest) y también correo electrónico, con los cuales se pueden compartir las publicaciones. También en este cuadro se puede copiar el enlace directo a la revista digital para que pueda ser compartida a través de cualquier vía.

La navegación dentro de la publicación digital en ISSUU es realmente sencillo y resulta ser una experiencia agradable para el lector, debido a que el sistema le ofrece distintas opciones para hacerlo. Interactuando con las flechas que se ubican a los lados de la revistas y con el puntero del cursor tomando las esquinas de la revistas, se pueden pasar las páginas.



El usuario puede acceder a la revista Clásico del Fútbol Magazine por varias vías: Directamente desde el enlace generado por ISSUU, el cual puede ser compartido por redes sociales, correo electrónico y aplicaciones de comunicación (chat). A su vez se puede buscar cualquier publicación escribiendo el nombre de la misma en el buscador que se encuentra en la parte superior.



ISSUU también cuenta con la posibilidad de crear hiperenlaces en el texto para direccionar hacia otro contenido (video y audio), aumentando la experiencia de interacción del usuario. Otra característica que está a disposición del lector es la posibilidad de descargar la revista que esté disponible para ello; dicha característica puede ser habilitada o deshabilitada por el medio que publica.



5.3 Plataforma de Publicación Digital

5.3.1 ISSUU

La ISSUU es un servicio en línea para publicaciones digitales como revistas, libros y diversos tipos de documentos. Esta plataforma fue creada en Copenhagen, Dinamarca en el año 2006 por Michael Hansen, Ruben Bjerg Hansen, Mikkel Jensen y Martin Ferro-Thomsen. En la actualidad cuenta con más de veintiún millones de publicaciones digitales hospedados en sus servidores.

Este sistema trabaja alojando las publicaciones en sus servidores, las cuales son cargadas a través de cualquier explorador web mediante de un sencillo proceso, para luego mostrarlas en diversas ubicaciones como el sitio web oficial de ISSUU, desde las aplicaciones oficiales para dispositivos móviles o cualquier sitio web donde se haya insertado el código HTML que genere el panel de administrador de la mencionada web de publicaciones digitales.

Tiene tres planes: Basic, Premium y Optimum, los cuales se adaptan a las necesidades del usuario. El plan “Basic” (Básico - Esp), esta es gratuita y cuenta con las siguientes características:

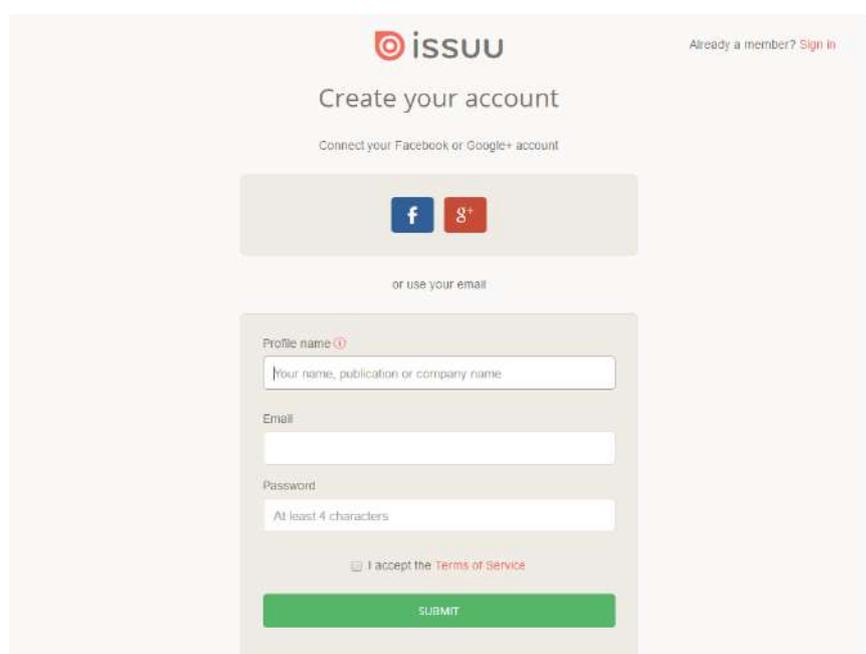
- Cargar y compartir contenido
- Embeber el código HTML de la publicación en cualquier sitio web
- Publicaciones ilimitadas
- Visualización en dispositivos con sistemas iOS (productos Appel) y Android mediante la aplicación oficial de ISSUU

Las versiones “Premium” y “Optimum” son versiones pagas, el importe mensual por cada una es de 35 y 269 dólares (\$) respectivamente. La diferencia entre cada plan son las distintas características y beneficios que ofrecen, como: características del plan básico (Basic), colaboración en línea (diseño), libre de publicidad (anuncios colocados por ISSUU), estadísticas avanzadas, lector autónomo, lector de marca, controles compartidos, 5 colaboradores, ilimitadas llamadas a la API y cantidad ilimitada de colaboradores en línea y revisión y aprobación de diseños.

A su vez cuenta con una aplicación oficial para sistemas Android y otra para iOS (productos Apple), lo que representa un plus en cuanto a lectura de las publicaciones y mayor difusión de las mismas.

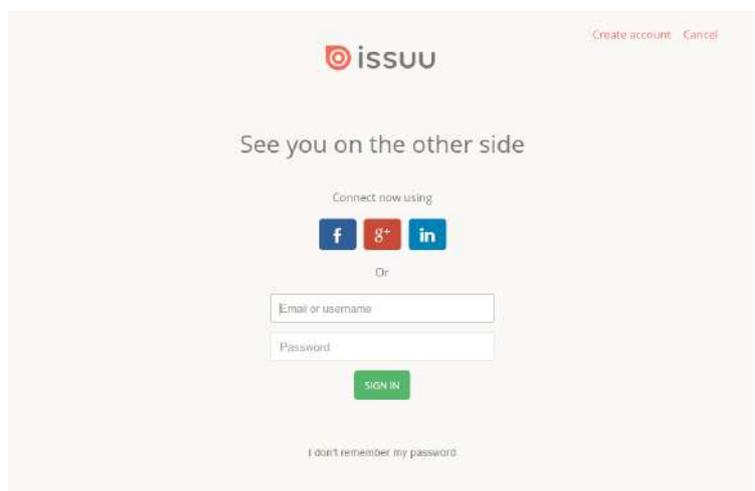
Las características de ISSUU son ideales para la publicar Clásico del Fútbol Magazine. Esta plataforma es una potente herramienta 2.0 que facilita la publicación, promoción y difusión de la revista. La relación costo / calidad de sus servicios han hecho de esta plataforma una de las más usadas en todo el mundo para las publicaciones digitales.

Para usar los servicios de ISSUU el usuario o medio de comunicación debe registrarse y abrir una cuenta. El portal actualmente solo cuenta con el idioma inglés.

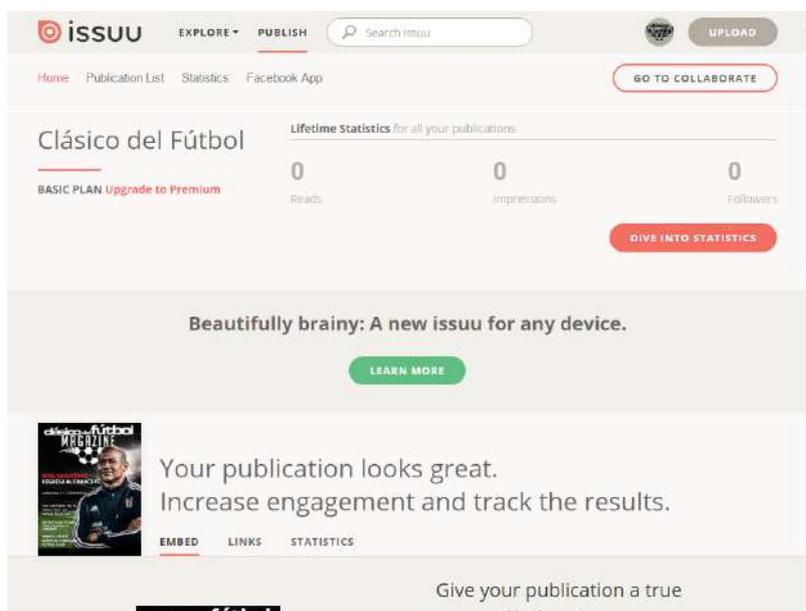


The image shows a screenshot of the ISSUU website's registration page. At the top, the ISSUU logo is displayed on the left, and a link for 'Already a member? Sign in' is on the right. The main heading is 'Create your account'. Below this, there is a prompt to 'Connect your Facebook or Google+ account' with buttons for Facebook and Google+. Underneath, it says 'or use your email'. The registration form includes fields for 'Profile name' (with a hint 'Your name, publication or company name'), 'Email', and 'Password' (with a hint 'At least 4 characters'). At the bottom of the form, there is a checkbox for 'I accept the Terms of Service' and a green 'SUBMIT' button.

Una vez registrado, el usuario debe ingresar su correo y contraseña elegida a la hora de crear la cuenta, para poder ingresar al sistema de ISSUU y así poder empezar a preparar el material a publicar.



Ya dentro de la cuenta el usuario debe ir a la parte superior derecha del sitio y hacer click al botón de Upload (cargar), aparecerá una ventana para poder cargar los archivos de nuestra revista, los cuales pueden ser en los siguientes formatos: PDF, PNG y JPEG. Al terminar de cargar los archivos aparecerá un cuadro del lado izquierdo de la pantalla el cual está compuesto de unos campos donde se debe colocar información correspondiente a la revista a publicar: nombre y descripción de la publicación, fecha de carga, opción de permitir vista previa, permitir la descarga de la revista y el botón de publicar ahora. También cuenta con la opción de permitirle al usuario colocar una fecha posterior de publicación, una vez cargado el material.



Publish to the biggest community
of readers in the world.

SELECT A FILE TO GET STARTED

... or simply drop your documents here.

Thanks, we're getting your work ready to meet the
readers of the world

Muestra de Revisias.pdf



Cancel

Help your readers find your publication

Clásico del Fútbol Magazine

Description

Original publication date

The date this was created (optional)

- This is a preview
- Allow download. Unlock the [Premium Plan](#) to enable download without sign-in from embeds.
- Include detected links [Upgrade to Premium](#)

Publication visibility

Public

Schedule publish date [Upgrade to Premium](#)

Publish on issue at a later date



Original publication date

The date this was created (optional)

- This is a preview
- Allow download. Unlock the [Premium Plan](#) to enable download without sign-in from embeds.
- Include detected links [Upgrade to Premium](#)

Publication visibility

Public

Schedule publish date [Upgrade to Premium](#)

Publish on issue at a later date

PUBLISH NOW

By clicking the above button to publish on issue, you are agreeing to issuer's [Terms of Service](#). Please only upload documents that you own the rights to.



5.4 Tipografía

La tipografía empleada para realizar esta revista consta de tres fuentes. Bebas Neue Regular tamaño 61,1 pt. y Big Noodle Titling regular de 35,8 pt para los títulos. Mientras que para el cuerpo del texto se usó la fuente Myriad Pro regular 12 pt.

5.5 Contenido

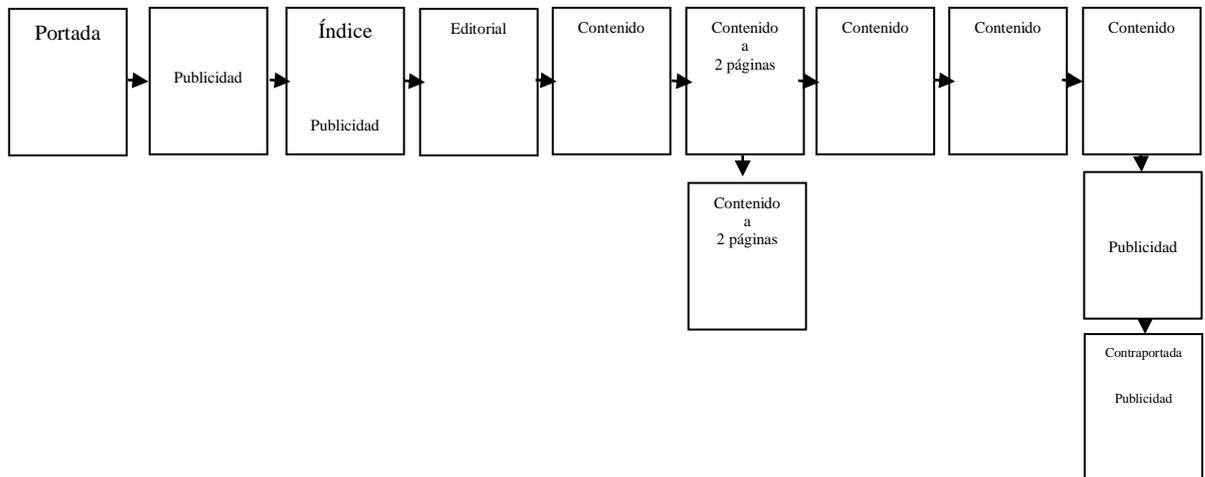
La división de los contenidos para el número cero (0) de la revista Clásico del Fútbol Magazine está compuesta de la siguiente manera:

- Editorial
- Zamora FC es campeón absoluto de la Temporada 2016
- Noel Sanvicente regresa al Caracas FC.
- Los vestigios de la detención de rafael esquivel.
- Santiago Sachi Escobar toma el banquillo Aurinegro.
- Fredys Arrieta llegó al Caracas Fútbol Club.

Enlace a la Publicación

https://issuu.com/clasicodelfutbol/docs/cdf_magazine_0

5.6 Ejemplo de navegación de la revista Clásico del Fútbol Magazine (Vertical)



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El mundo del periodismo se encuentra actualmente en un momento sumamente especial gracias a la tecnología. El desarrollo de diversas tecnologías orientadas a la comunicación, han hecho que muchos periodistas se adapten a los nuevos cambios presentes en esta profesión. Hasta hace algunos años, solo los medios de comunicación con un fuerte poder económico eran los únicos en poder elaborar contenidos en físico, los cuales representan un gran costo operativo.

Hoy en día cualquier persona, sea o no periodista, puede tener acceso a un servicio de hospedaje web, a la sencilla y económica compra de un dominio, bien sea .com o net, a un gestor gratuito de contenidos y hasta diseños sin costos para construir un sitio web. De igual forma, la tecnología año tras año sigue subiendo escalones y cada vez hace de labores que hasta hace poco tiempo eran difíciles de realizar, las más sencillas de llevar a cabo, como lo es poder realizar publicaciones web. Esto para el periodista resulta particularmente genial, ya que les quita de encima unas cuantas obligaciones que antes eran fundamentales en el oficio, edición; ya se cuentan con miles de herramientas que ayudan a resolver esta tarea, programación en algún lenguaje para poder publicar, entre otras actividades.

Internet en poco tiempo se convirtió en una gran revolución tecnológica y hasta nuestros días retumba el eco del poder comunicacional que día a día ayuda a expandirse a través de la World Wide Web. Es por eso que el uso de las nuevas tecnologías ganan gran terreno a pesar de que la mayoría del mundo no tiene acceso a ellas. No por esto dejan de ser importantes, todo lo contrario, los periodistas de la nueva era 2.0 le damos la importancia que merece y mediante nuestro trabajo diario nos encargamos de que el lector interprete esta importancia, así no lo comentemos directamente en una publicación.

El modelo de negocios de los medios de comunicación actual ha estado expuesto a constantes cambios gracias a la era del periodismo 2.0. El poder de adaptación de estos se evidencia en el desarrollo y evolución de los contenido realizados. Tanto el periodista como el medio viven una búsqueda sin fin de la perfección, para sobresalir en el mercado, para ganar cada vez más aceptación del público. Las tecnologías siguen cambiando a la humanidad y al periodismo.

Clásico del Fútbol Magazine es una revista dirigida al público lector venezolano que sigue al fútbol de su país. En Venezuela existen diversos medios, tanto impresos como digitales, que cubren el fútbol venezolano. En el campo de los medios impresos no existe en el país uno centrado y dedicado al fútbol, mientras que el plano digital existen varios sitios web, algunos con publicaciones constantes y actualizadas. Muchos otros no cuentan con información oportuna ni actualizaciones. Por otro lado, el público lector de Venezuela no contaba con una revistas digital dedicada al fútbol nacional, área en donde Clásico del Fútbol (www.clasicodelfutbol.net / .com.ve) quiere afianzarse con un producto de óptima calidad.

En el corto mercado venezolano de revistas digitales tampoco se evidencia la presencia de un producto enfocado al balompié criollo. Es por esto que Clásico del Fútbol busca ser el medio pionero al elaborar un magazine sobre el fútbol de Venezuela, ofreciendo contenido de calidad y de fácil acceso a través de su sitio web mediante el uso de plataformas digitales. Este magazine se perfila como un ambicioso proyecto con miras a crecer y a establecerse en el mercado venezolano, apostando a poder penetrar otros mercados en países sudamericanos como: Colombia, Brasil, Ecuador y Argentina.

Clásico del Fútbol Magazine representa un gran avance para un medio de comunicación independiente, el cual está en constante crecimiento. La consecución de esta investigación es un gigante paso adelante, no solo para el autor de este trabajo, sino para un grupo de periodistas y colaboradores que creen en la producción nacional de este tipo de contenidos, así como también para todos aquellos internautas que estuvieron esperando la publicación de una revista digital sobre el fútbol venezolano.

Recomendaciones

El tener conocimientos previos sobre periodismo 2.0 y el uso de sus herramientas es realmente importante. Actualmente el periodista cuenta con la posibilidad de formarse en distintas áreas de forma gratuita y desde la comodidad de su casa, gracias a que a través de estas herramientas, como YouTube, Dailymotion, Vimeo, el comunicador tiene acceso a una vasta gama de tutoriales y cursos dedicados al periodismo 2.0.

No hay que dejar de lado el aspecto de la investigación por darle más importancia a lo estéticos. El periodista debe darle el valor correspondiente a ambos, sin una buena investigación es imposible realizar un trabajo de calidad, así se cuenten con las mejores herramientas posibles, gratuitas o pagas.

La comunicación diaria con el grupo de trabajo involucrado en la realización de una publicación digital, en este caso una revista digital, es altamente neurálgico. Poder definir mediante reuniones de 20 minutos al día se traduce en un avance constante en el desarrollo de un proyecto. Gracias a la bondad del mundo 2.0, existen herramientas que acortan las distancias y evitan que un grupo determinado pierda el contacto por el factor tiempo o lejanía.

Se recomienda hacerle seguimiento a todas las fases del proyecto de publicación de una revista digital, desde el principio, hasta ya publicada. Es importante revisar el impacto del contenido en el lector. La plataforma utilizada para la realización de Clásico del Fútbol Magazine, ISSUU, cuenta con una herramienta para poder observar la aceptación de una determinada publicación, datos precisos como la cantidad de vistas, la cantidad de descargas, las veces que ha sido compartido la publicación y la cantidad de Likes (me gustas).

Es fundamental el poder contar con una planificación óptima del tiempo para poder cumplir con los plazos establecidos para realizar publicaciones digitales. Esto es realmente importante porque la periodicidad no puede verse alterada por retrasos producto de una falta de planificación. El periodista debe programar el tiempo, distribuirlo y usarlo en su favor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albalad, J. (2015). Slow journalism para una nueva audiencia digital. El caso de Longform.org. <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2015/Art007-025.pdf> [Consultado en Septiembre del 2016].
- Angulo, M. (2014). La evolución de las revistas digitales. Forbes. [Consultado en agosto del 2016] <http://www.forbes.com.mx/la-evolucion-de-las-revistas-digitales/#gs.BvXlwKE>.
- Balestrini, M. (2006). Cómo se elabora el proyecto de investigación. 7ma Edición. Caracas Venezuela.
- Briones, G. (1996). Metodología de la Investigación cuantitativa en las ciencias sociales. Instituto colombiano para el fomento de la educación superior, IEFES. Bogotá, Colombia.
- Calderín, M. Rojano, M. (2007). La documentación digital y el Ciberperiodismo. Universidad Católica Andrés Bello. http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/CIC/recursos/ciberperiodismo.pdf [Consultado en Septiembre del 2016].
- Castellano, S. Rubicco, J. (1988). El béisbol en la prensa venezolana. Centro Gumilla. Caracas, Venezuela. http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM198863_22-38.pdf [Consultado en Octubre del 2016].
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLAC (2016). Comportamiento lector y hábitos de lectura. Bogotá, Colombia.

Costa, C. (2012). Ciberperiodismo en el smartphone. Estudio de la multimedialidad, usabilidad, hipertextualidad e interactividad de las aplicaciones de medios nativos digitales para Smartphone.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/40978/39229>
[Consultado en Septiembre del 2016].

Diccionario de Sinónimos y Antónimos e Ideas Afines (2010). Larousse. Edición 39. España.

Diccionario de la Real Academia Española. <http://dle.rae.es/>.

Edo Bolós, C. (2012) Cibermedios Latinoamericanos: Caso Estudio: Argentina. Madrid, España.

Fisher, A. (2009). 50 Best Websites 2009. TTime
http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1918031_1918016_1918004,00.html [Consultado en Agosto del 2016].

Guallar, J. Abadal, E. (2010). “The digital press archives of the leading Spanish online newspapers”. Information research. <http://informationr.net/ir/15-1/paper424.html> [Consultado en Octubre del 2016].

Guedon, J. (1994). Why are electronic publications difficult to classify? Department of Comparative Literature University of Montreal. [Consultado en Septiembre del 2016].

Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P. (2006). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.

Internet World Stats [Consultado en Septiembre de 2016]
<http://www.internetworldstats.com/>.

- Jórdar, J. (2010). La era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales.
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf [Consultado en Septiembre del 2016].
- King, T (1985) Phrack Inc. Philes. Historia de las revistas digitales. Phrack:
<http://phrack.org/issues/1/1.html#article> [Consultado en Septiembre del 2016].
- La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO (2015). La deforestación se ralentiza a nivel mundial, con más bosques mejor gestionados. <http://www.fao.org/news/story/es/item/327382/icode/>.
- Marín, C. (2004). Manual de Periodismo. Editorial Debate. Caracas, Venezuela.
- Márquez, F. (2010). Innovación en modelos de negocio: la metodología de Osterwalder en la práctica. Universidad Escuela de Administración, Finanzas e Instituto Tecnológico (EAFIT). Colombia.
- Merlo, J. Martín, J. (2003) Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso.
<http://revistas.um.es/analesdoc/article/viewFile/1971/1961> [Consultado en Septiembre del 2016].
- Millán, T. (2006). Las Revistas Electrónicas en la Era Digital: Razon y Palabra. Razón y Palabra. México.
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n50/tmillan.html> [Consultado en Agosto del 2016].

- Ministerio Popular para la Cultura (201). Estudio del Comportamiento Lector, Acceso al Libro y la Lectura en Venezuela 2012 http://www.elnacional.com/escenas/Estudio-Comportamiento-Lector-Acceso-Lectura_NACFIL20130419_0003.pdf [Consultado en Septiembre del 2016].
- Montes, A. (2011). Diseño de la revista digital 11 amigos, publicación desarrollada en aplicación para dispositivos iPad. Universidad Monteávila.
- PB Works (2015). Hacia una definición de la publicación electrónica. <http://docupo.pbworks.com/w/page/18009129/Revistas%20electr%C3%B3nicas>. [Consultado en Septiembre del 2016].
- Palella y Martins (2006). Metodología de la investigación cualitativa. Segunda Edición. FEDUPEL. Venezuela.
- Palella y Martins (2014). Manual de Trabajos de Grado, de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador – UPEL. Venezuela.
- Parra, J. (2003). Guía de Muestreo. Maracaibo. Universidad del Zulia (LUZ). Maracaibo, Zulia.
- ¿Por qué se le llama Clásico? ABC. Madrid, España. <http://www.abc.es/deportes/futbol/20150320/abci-oigenes-clasico-barcelona-madrid-201503191929.html> [Consultado en Agosto del 2016].
- Prieto, M. Fara, J. (2009) en la publicación titulada Ciberperiodismo en el estado Zulia: Hacia las nuevas competencias profesionales. <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/telos/article/viewArticle/2604/3692> [Consultado en Septiembre del 2016].

- Rivas G., E. (1997). *Iniciación a la estadística*. Editorial José Martí. Caracas, Venezuela.
- Rojas, J. (2015). Nuevos horizontes del periodismo deportivo español: primeras revistas para móviles y tabletas en los diarios Marca y Sport. *eVesal Revistas*. España.
- Rodríguez, R. (2008). Repasando las funciones elementales del periodismo. Sala de Prensa. <http://www.saladeprensa.org/art764.htm> [Consultado en Agosto del 2016].
- Sabino, C. (2000). *El Proceso de Investigación*. Panapo, Caracas. Venezuela.
- Salaverría, M. (2016) *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Editorial Ariel, S.A. Fundación Telefónica. Madrid. España.
- Sampieri *Metodología de la investigación 5ta Edición* (2010). Editorial McGraw Hill.
- Sánchez, M. (2009) *Los géneros periodísticos*.
<https://comentariodetextoenred.wikispaces.com/file/view/G%C3%A9neros%2BPeriod%C3%ADsticos%202.pdf/293157390/G%C3%A9neros%2BPeriod%C3%ADsticos%202.pdf> [Consultado en Octubre del 2016].
- Spiegel, M. (1991) *Estadística. Segunda Edición*. Editorial McGraw Hill. Madrid, España.
- Tamayo, M. (2007). *El Proceso de la Investigación Científica*, México: Limusa, Noriega Editores.
- The Free Dictionary by Farlex. Significado de Hincha.
<http://es.thefreedictionary.com/hincha> [Consultado en Agosto del 2016].

Travieso, M. (2003) Las publicaciones electrónicas: una revolución en el siglo XXI. SciElo. <http://eprints.rclis.org/5101/1/publicaciones.pdf> [Consultado en octubre del 2016].

Tu Plan de Negocios paso a paso (2015). Entrepreneur. México. <https://www.entrepreneur.com/article/269219> [Consultado en Octubre del 2016].

Villafranca, D. (2002). Metodología de la Investigación San Antonio de los Altos. Miranda, Venezuela: Fundaca.

Yedigis, B.L. y Weinback, R.W. (2005). Using existing knowledge. En R.M.Grinnell y Y.A. Unrau (Eds.). Social work: Research and evaluation. Quantitative and qualitative approaches (7a.ed. pp. 45-47). Nueva York: Oxford University Press.

Sitios Web

Inside Soccer. www.insidesoccermagazine.ca. Canadá. [Consultado en Noviembre del 2016].

Four Four Two. www.fourfourtwo.com. Inglaterra. [Consultado en Noviembre del 2016].

World Soccer. www.worldsoccer.com. Inglaterra. [Consultado en Noviembre del 2016].

Leyes

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. 1999.

Ley de Ejercicio del Periodismo. 1995.

Código de Ética del Periodista Venezolano. 2013.

Herramientas de Analítica Web

Cantidad de visitantes de Clásico del Fútbol en el 2016. Herramienta de análisis para el flujo de visitantes del sitio web www.clasicodelfutbol.net/ [Consultado en octubre de 2016].

ANEXOS

Diseño de Clásico del Fútbol Magazine

Enlace a la Publicación: https://issuu.com/clasicodelfutbol/docs/cdf_magazine_0

The cover features a photograph of Noel Sanvicente, a man with short hair and a slight smile, wearing a dark blue Adidas tracksuit with white stripes on the sleeves. The tracksuit has the Adidas logo on the left chest and a crest on the right chest. The background is a blurred stadium scene. The title 'clásico del fútbol MAGAZINE' is at the top in white, with a stylized soccer ball graphic below it. The main headline 'NOEL SANVICENTE REGRESA AL CARACS FC' is in red and white. Below it, 'ZAMORA FC CAMPEÓN' is in white. Further down, 'Los vestigios de la detención de Rafael Esquivel' is in white. At the bottom left, there are two more headlines: 'SANTIAGO "SACHI" ESCOBAR TOMA EL BANQUILLO AURINEGRO' and 'FREDDYS ARRIETA LLEGÓ AL CARACAS FÚTBOL CLUB'.

clásico del fútbol MAGAZINE

**NOEL SANVICENTE
REGRESA AL CARACS FC**

ZAMORA FC CAMPEÓN

Los vestigios de la
detención de
Rafael Esquivel

SANTIAGO "SACHI" ESCOBAR
TOMA EL BANQUILLO
AURINEGRO

FREDDYS ARRIETA
LLEGÓ AL CARACAS
FÚTBOL CLUB



WWW.CARACASTECH.COM

INDICE

4

EDITORIAL



5

ZAMORA FC ES CAMPEÓN ABSOLUTO DE LA TEMPORADA 2016



6

NOEL SANVICENTE REGRESA AL CARACAS FC



8

LOS VESTIGIOS DE LA DETENCIÓN DE RAFAEL ESQUIVEL



9

SANTIAGO SACHI ESCOBAR TOMA EL BANQUILLO AURINEGRO



10

FREDYS ARRIETA LLEGÓ AL CARACAS FÚTBOL CLUB





EDITORIAL



La era digital ha marcado un nuevo tiempo para el periodismo venezolano. La proliferación de sitios web sobre fútbol en la última década en Venezuela deja claro que el creciente interés sobre este deporte, en un país donde el béisbol tiene más seguidores, no es mera casualidad. El periodista deportivo venezolano, en especial el dedicado al fútbol venezolano, ha crecido profesionalmente en los últimos 20 años, en parte gracias a dichos factores. También se ha evidenciado un gran aumento en la cantidad de estudiantes de la carrera de Comunicación Social en Venezuela. Una gran parte de ellos se ha interesado en el periodismo deportivo, específicamente en el futbolístico, gracias al interés que ha surgido por esta disciplina deportiva, por el crecimiento de la misma y las conquistas logradas tanto en el ámbito de selección nacional (Vinotinto) como de clubes. Los medios se han preocupado por ofrecer material de calidad a sus televidentes, radioescuchas y lectores, con el propósito de ganar cada vez más audiencia. Clásico del Fútbol forma parte del crecimiento mencionado anteriormente, al igual que varios medios digitales los cuales cubren la fuente del balompié criollo. Como medio digital nuestro objetivo es ofrecer a los internautas el mejor contenido para lograr posicionarnos como el portal web sobre fútbol venezolano de mayor preferencia en el país. La idea de crear una revista digital se basó en expandirnos como medio digital mediante la incursión en este tipo de formatos. Clásico del Fútbol crece al crear Clásico del Fútbol Magazine, una revista digital de calidad para el internauta que desea información sobre el fútbol venezolano, la cual estará disponible en la web con una nueva edición por mes. Disfruten de esta edición cero de Clásico del Fútbol Magazine.

Fernando Rodríguez
CEO Clásico del Fútbol



LA FURIA LLANERA CONQUISTÓ EL 'PACHENCHO' Y ES EL MONARCA DE VENEZUELA

¡Zamora FC es campeón absoluto de la Temporada 2016!

Zamora Fútbol Club se consagró monarca del fútbol profesional venezolano tras vencer (1-2) al Zulia FC en el estadio José Encarnación 'Pachencho' Romero de Maracaibo. Los Goles de Richard Blanco y César Martínez encaminaron la remontada de la Furia Llanera que con un contundente 4-2 en el global celebró el título absoluto en tierras zulianas.

En solo dos minutos de juego el blanquinegro acechó la zona petrolera: tras una recuperación de Ynmer González por la banda derecha, el dorsal '7' la cedió a Yeferson Soteldo, el juvenil disparó directo al travesaño pero el rebote le quedó a Richard Blanco que cabeceó nuevamente al larguero.

Más tarde la escuadra local buscó sorprender mediante un remate de media distancia de Junior Moreno que pasó sin peligro por el arco resguardado por Carlos Salazar; seguidamente probaron con un tiro de esquina de Jefferson Savarino directo a los pies de Jesús González que sacó una chilena, pero mejor estuvo la actuación del meta llanero que mantuvo el cero en su valla.

Sobre la fracción 17' el conjunto barinés tuvo una desatención en línea defensiva, la misma fue aprovechada por Sergio Unrein quien se avivó y —con un disparo cruzado— batió a Salazar. La reacción zamorana llegó rápidamente: en un contragolpe Soteldo por poco logra la igualdad, pero Edixson González la mandó al tiro de esquina. En el último suspiro del primer tiempo 'El Avioncito' tuvo el empate a sus pies pero el atacante no pudo controlar la esférica ante la salida del guardameta negriazul.

¡LA ESTRELLA ES BLANQUINEGRA!

La segunda mitad mostró a una Furia Llanera con ansias de anotar y, tras una jugada colectiva, el objetivo de vulnerar la zaga local se cumplió al 50': por la zona izquierda Sebastián Contreras colgó un pase que fue repelido por la defensa marabina, el rebote le quedó a Luis Vargas quien —de

cabeza— la cedió a Blanco que golpeó fortísimo encajando así el tanto del empate.

Una equivocación del arquero local le permitió a los barineses celebrar su segundo tanto en el 'Pachencho' para voltear el marcador a su favor: César Martínez recibió una habilitación y sin titubear el dorsal '13' liquidó a González que buscó embolsar la esférica, pero esta se le coló y se incrustó en el fondo de sus redes.

En el 72' Jefferson Savarino ejecutó un tiro libre directo al marco blanquinegro; sin embargo Salazar se valió de sus reflejos para evitar el tanto zuliano. Más tarde, el juez principal Juan Soto sentenció pena máxima para los dirigidos por César Marcado, pero en la ejecución de Savarino Salazar se lució acertando la dirección del tiro del juvenil.

Finalmente, con el marcador global de 4-2, Zamora FC se coronó campeón absoluto de la Temporada 2016 en suelo marabino, bordando así la tercera estrella para el equipo barinés.

FICHA TÉCNICA

Zulia FC (1): Edixson González, Daniel Rivillo, Giovanni Romero, Henry Plazas (Kenny Romero 74'), Sanáro Notaroberto, Henry Palomino (Miguel Celis 65'), Junior Moreno, Jefferson Savarino, Josmar Zambrano (César Gómez 81'), Jesús González, Sergio Unrein. DT: César Marcado.
Suplentes sin jugar: Junior Marcado, Kerwís Chirinos, Luis Ruiz, Carlos Moreno.

Zamora FC (2): Carlos Salazar, Ynmer González, Edwin Peraza, Yordan Osorio, Luis Ovalle, José Pinto (Sebastián Contreras 46'), Luis Vargas, Yeferson Soteldo, Pedro Ramírez (Oscar Hernández 81'), César Martínez (Ángel Faria 68'), Richard Blanco. DT: Francesco Sifiano.
Suplentes sin jugar: Luis Curiel, René Flores, Eduardo Sosa, Erickson Gallardo.

Goles: Sergio Unrein 17' (ZUL); Richard Blanco 50', César Martínez 59' (ZAM).
Amonestados: Kenny Romero 87', Junior Moreno 89' (ZUL); Ynmer González 57', Luis Vargas 63', Richard Blanco 78' (ZAM).

Expulsados: No hubo.

Árbitro: Juan Soto (VAR).

Estadio: José Encarnación 'Pachencho' Romero, Maracaibo (ZUL).

Global: Zulia FC 2-4 Zamora FC.

NOEL SANVICENTE REGRESA AL CARACAS FC

La mañana de este jueves primero de diciembre la junta directiva del Caracas Fútbol anunció oficialmente, en rueda de prensa celebrada en Cocodrilos Sports Park, al profesor Noel Sanvicente como Director Técnico de la Primera División y Director de Categorías Menores de la institución más ganadora del fútbol profesional venezolano.

Sanvicente, quien es el técnico con más títulos absolutos — siete — en la máxima categoría criolla, regresa al combinado en el que se retiró como jugador, en el que dio sus primeros pasos como entrenador y en el que vivió sus mejores momentos en el banquillo, alcanzando cinco estrellas y una Copa Venezuela.

El Gerente General Ricardo Padrón fue el encargado de presentar al nacido en San Félix, estado Bolívar, ante los medios de comunicación. "Le damos la bienvenida a Noel Sanvicente como nuevo Director Técnico y Director de Categorías Menores del Caracas Fútbol Club. Nuestros proyectos coincidieron con lo que quería Noel, esto facilitó todo y nuestra

meta es fortalecer todas las categorías menores de la institución. El tiempo de contrato de Sanvicente con el club es por los próximos dos años, sin embargo esperamos que esto sea por mucho tiempo más", manifestó.

Román Hernández, Gerente de Mercadeo de Grupo Vargas, dio a conocer los objetivos planteados por la organización y el timonel de 51 años de edad. "Esto es un proyecto a largo plazo, buscamos la formación de los jugadores y poder potenciar la cantera del Caracas Fútbol Club. El profesor Sanvicente es la persona ideal para lo que queremos como institución: desarrollar nuestros talentos juveniles. En nombre de la Junta Directiva de Grupo Vargas le doy la bienvenida a Noel", expresó.

Por su parte, el adiestrador más laureado del balompié venezolano dio sus primeras palabras en su retorno a los rojos del Ávila. "Han pasado seis años y el cariño en la institución es el mismo, estoy feliz de volver acá. Caracas es la institución de la que más jugadores han salido al extranjero, buscaremos seguir esto y en la Primera División solo se trabaja para ganar.





Llego a la institución más ganadora del país con la meta de seguir realizando este nombre, apoyar en todo. Desde el lunes empezaremos el trabajo, veremos a cada uno de los jugadores del club”, argumentó.

Además, el guayanés reveló lo que lo motivó a aceptar la propuesta presentada por la escuadra capitalina. “Me sedujo la firmeza que tiene esta institución, saben lo que quieren, me dan tranquilidad y estamos en sintonía. Creo que la plantilla que tenemos en este momento es buena, trabajaremos en base a ella. Analizaremos bien al momento de realizar los fichajes, buscaremos los jugadores que rindan en la cancha”, manifestó.

Asimismo, el mandamás expresó parte de sus planes con el Rojo. “Hay que hacer una inversión en los entrenadores jóvenes, no solo le daremos prioridad a los jugadores. Nuestras incorporaciones serán muchachos jóvenes, que puedan salir del país, es lo que queremos, porque todo lo que hagamos aquí va a ser por el bien de esta institución. Quiero que todos los jugadores sientan que son importantes, desde la Sub-12 hasta los de Primera División. Vengo a mejorar y potenciar todo lo que ha realizado este club en su historia. El fanático de este equipo se acostumbró a ganar, trabajaremos para eso y le doy gracias a la gran fanaticada de nuestro equipo, que nos apoyen como siempre pero sin violencia”, concluyó Noel Sanvicente, quien ha dirigido 274 desafíos con el combinado avileño, acumulando 149 victorias, 81 empates y 44 derrotas.



Incluso, cada elección parecía ser un saludo a la bandera debido a que ganaba con amplio margen cuando tenía contrincante.

En algunas ocasiones, la única plancha era la suya. Y con tanto poder y tiempo que tuvo, no existen grandes estructuras en Venezuela y organizativamente el balompié rentado deja mucho que desear.

Entonces, de un día para otro, perdió todo el poder que tenía y el balompié nacional se quedaba sin el cabecilla que tenía desde hace casi tres décadas. Por estatutos, en un caso de ausencia del presidente, debía asumir el vicepresidente, en este caso Laureano González, de forma interina hasta las próximas elecciones, que se harán en marzo de 2017.

Para dicho proceso, votan los 20 equipos de primera división y las 24 asociaciones estadales, quienes también anunciaron que apoyarán a González y con Jesús Beramidelli, Director de Finanzas, como segundo al mando. Ya ahí tienen la mayoría asegurada y los contendores, el ex-seleccionador de Venezuela Richard Páez y el periodista y ex-futbolista Tony Carrasco la tienen complicada.

Pero, antes de las elecciones presidenciales, se elegirán a las nuevas autoridades de las asociaciones estadales y por allí pasa la clave de Páez y Carrasco. De no cambiar la situación drásticamente (que puedan ser sustituidas al menos el 50% de las asociaciones), será difícil ver a distintas personas dentro de la FVF y por ende, seguirían los mismos que acompañaron a Esquivel por tantos años.

El fútbol venezolano requiere de ideas frescas e innovadoras que puedan mejorarlo definitivamente. No obstante, las nuevas caras deben trabajar una forma muy diferente. De ser contrario, seguirá siendo lo mismo.

LOS VESTIGIOS DE LA DETENCIÓN DE ESQUIVEL

Rafael Esquivel, ex-presidente de la Federación Venezolana de Fútbol, ya conoce la fecha en que se realizará su juicio en Nueva York. La jueza del distrito de Brooklyn, Pamela Chen, designó el próximo 6 de noviembre de 2017 como el día de inicio.

El nativo de Tenerife fue detenido en Suiza el pasado 27 de mayo por el FBI por un presunto caso de corrupción, junto a otros 9 altos funcionarios. Unos meses más tarde, el pasado 23 de septiembre de 2015, se aprobó su extradición al país de las barras y las estrellas.

Hasta el momento de su detención, Esquivel había sido el mandamás del balompié rentado y en la sede de la FVF no se movía un alfiler sin que él lo decidiera. Es decir, tenía mucho poder dentro del ente.



Fotos: Gennaro Pascale.

SANTIAGO "SACHI" ESCOBAR TOMA EL BANQUILLO AURINEGRO

San Cristóbal 08 de diciembre de 2016. (Prensa Deportivo Táchira).- Jorge Silva presidente de la institución aurinegra, presentó oficialmente al cuerpo técnico que asumirá el mando del Deportivo Táchira F.C. para la temporada 2017, además de las primeras cuatro incorporaciones al plantel.

Silva oficializó la llegada del estratega neogranadino Santiago "Sachi" Escobar y su equipo de trabajo, integrado por Wiston Cifuentes, asistente técnico, el segundo colaborador es Giovanni Pérez, Manuel Sanhouse para entrenador de arqueros y Juan Ángel Soto como preparador físico.

Escobar dijo estar complacido por su llegada al Táchira, "estoy muy contento, para mí es un honor pertenecer a un equipo grande como este", añadió la importancia del club dentro del circuito criollo y continental donde ha tenido destacadas participaciones.

"El jugador venezolano ha progresado mucho en el ámbito profesional, tuve grandes experiencias con varios que han triunfado en mi país, entre ellos Jorge 'Zurdo' Rojas y Layneker Zafra".

El oriundo de Colombia se muestra convencido de las altas posibilidades que tiene el elenco amarillo y negro en las competencias nacionales y en la fase previa de Copa Libertadores y resalta, "debemos tener ambición, visualizar un buen futuro inmediato en cuanto a resultados y logros".

En el marco de la conferencia también destaca el regreso de los tachirenses Daniel Benítez, Layneker Zafra, Juan Carlos Mora y el arribo del oriental Jhon Chancellor como los primeros refuerzos que desde mañana viernes inician su preparación en San Cristóbal.

Fredys Arrieta

LLEGÓ AL CARACAS FÚTBOL CLUB

La junta directiva del Caracas Fútbol Club anuncia la contratación del artillero colombiano Fredys Arrieta, quien defenderá la elástica del conjunto Endecacampeón del fútbol profesional venezolano hasta diciembre del 2017.

El nacido en Barranquilla, procedente de Deportivo La Guaira, elenco en el que convirtió 6 anotaciones en el año 2016 – 4 en el torneo local, 1 en la Copa Venezuela y 1 en la Copa Sudamericana –, llega al elenco avileño para blindar la ofensiva, pues es una pieza que puede colaborar tanto con habilitaciones como con goles.

Fredys se mostró feliz por vestir la casaca del Rojo. "Estoy agradecido y contento por la oportunidad que me está brindando la junta directiva del club y el profesor "Chita" (Noel Sanvicente). Vestiré la camiseta de un equipo grande, histórico en el país y en el continente, con 11 estrellas en su escudo, ganador, experimentado y vengo a aportar mucho trabajo y experiencia para lograr las metas trazadas", acotó.

El neogranadino, quien disputó 32 encuentros en el último año en su antigua escuadra, reveló como le llegó la oportunidad de pertenecer al conjunto de la Cota 905. "Mi agente me habló del Caracas y me preguntó que si quería jugar acá y no dudé en aceptar la propuesta, porque

jugaré en un equipo que siempre está peleando los primeros lugares en el campeonato, títulos, participa año tras año en copas internacionales y en el que no existe otro objetivo planteado que mantenernos en lo más alto", indicó.

Para el ariete, de 31 años de edad, es un plus competir en el plano continental, que conoce a la perfección. "Llevo tres años seguidos jugando copas internacionales en equipos venezolanos, me ha ido muy bien en lo individual y también en lo colectivo, haciendo goles en la Sudamericana y colaborando para pasar de fase. Esperamos que en el 2017, con el favor de Dios, nos vaya muy bien en el plano internacional, para así hacer historia en el Caracas Fútbol Club y en el fútbol de Venezuela", acotó.

Fredys, quien consumió 2330 minutos en el 2016, aprovechó de mandar un mensaje a la fanática del cuadro más ganador de Venezuela. "A todos les digo que esperen lo mejor de mí, vengo a aportar goles, pases de gol, buen fútbol y por sobre todas las cosas, a pelear cosas importantes, eso me motiva. Tengo toda la confianza que acá me irá bien en lo individual y en lo grupal; así que espero verlos apoyando al equipo como lo hacen en cada partido, sea donde sea", cerró Arrieta, quien se convierte en la cuarta alta del Caracas Fútbol Club para la próxima campaña.

FICHA TÉCNICA

NOMBRES Y APELLIDOS:

Fredys Enrique Arrieta Fantalvo

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO:

Barranquilla, Colombia, 20 de agosto de 1985

POSICIÓN: *Atacante*

ESTATURA: *170 cm*

PESO: *72 Kg*

ÚLTIMO EQUIPO: *Deportivo La Guaira*





