



Universidad
Monteávila

República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila

Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información

Escuela de Comunicación Social

El nuevo periodismo deportivo en el fútbol

Reportaje multimedia acerca de los cambios del periodismo deportivo por las redes
sociales

Fernandes Velazco, Jose Ignacio
28.318.435

Tirado Iraci, Ricardo Federico
28.155.635

Caracas, junio de 2024

Derecho de autor

Quien suscribe, en condición de autores del trabajo titulado "El nuevo periodismo deportivo en el fútbol. Reportaje multimedia acerca de los cambios del periodismo deportivo por las redes sociales", declara que cedemos a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila, los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden sobre el presente trabajo. Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona, salvo los créditos que se deban hacer a la tutora o cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

Autores:

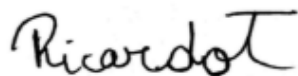
Fernandes Velazco, José Ignacio

C.I. 28.318.435

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Fernandes", with a stylized flourish extending from the end of the name.

Iraci Tirado, Ricardo Federico

C.I. 28.155.635

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ricardot", with a stylized flourish extending from the end of the name.

En la ciudad de Caracas a los 14 días del mes de junio de 2024

DEDICATORIA

Este proyecto va dirigido a todos aquellos que se emocionan, o alguna vez se emocionaron, gracias a los movimientos de veintidós desconocidos reunidos en un terreno de juego tan imperfecto como la razón que los une.

A quienes les conmueve la irreverencia de un regate, acto de rebeldía justificado en el coraje y en la creatividad. A quienes les maravilla la pulcritud y la inteligencia detrás un envío raso o aéreo, cuya repetición construye una asociación que busca ser inquebrantable.

A quienes visten los colores de su club o selección con orgullo y pertenencia, presentes en victorias y derrotas, celebrando, exigiendo, criticando y entendiendo. A quienes reconocen al fútbol como un espacio para la expresión.

A quienes buscan la respuesta de las interrogantes que les suscita el juego, pero siempre dejan un lugar para el asombro.

A César Luis Menotti, Johan Cruyff, Louis Van Gaal, Franklin Rijkaard, Josep Guardiola, Francesc Villanova, Luis Enrique Martínez y Xavier Hernández.

AGRADECIMIENTOS

A nuestros familiares y amigos, por ser ese respiro a veces necesario, y el hombro más fuerte dónde nos apoyamos.

A la profesora, Mariela Vázquez, quien nos ayudó, aconsejó y animó a lo largo de este trabajo.

A la Universidad Monteávila, por ser nuestra segunda casa, por formarnos como personas y por darnos las herramientas necesarias para realizar este proyecto.

A todos los entrevistados, por el tiempo y conocimiento prestado para este proyecto, sin ellos, no habría respuesta a nuestra problemática. Sobre todo, gracias a Guillermo Yaber, quien además de ser un entrevistado, fue nuestro profesor de periodismo deportivo y un gran apoyo para el trabajo.

A los profesores, Felipe González Roa y Sabrina Machado, por su conocimiento, orientación y apoyo desde antes y durante la realización de este proyecto.

ÍNDICES

Índice de contenido

Resumen	6
Palabras clave	6
Presentación del Proyecto	7
Objetivos del proyecto	10
Fundamentos Teóricos	11
Periodismo	11
Tipos de periodismo	12
Periodismo deportivo	16
Géneros periodísticos	19
Reportaje multimedia	20
Redes sociales	22
Plan de acción	23
Proyecto	31
Enlace al proyecto	39
Conclusión	40
Recomendaciones	42
Referencias bibliográficas	44

Índice de imágenes

Imagen pirámide invertida	18
Imagen géneros periodísticos	20
Imagen de entrevista en Google Meet	25
Imagen de encuesta realizada en Google Forms	26
Imagen de clasificación de información	28
Imagen de tipografía EB Garamond	34
Imagen de color verde bosque	35
Imagen de boceto Web completo	36
Imagen de boceto Web #1	37
Imagen de boceto Web #2	37

Índice de tablas

Tabla de posibles entrevistados	24
---------------------------------------	----

RESUMEN

El siguiente trabajo, es un reportaje multimedia que busca analizar y exponer los cambios dentro del periodismo deportivo en el fútbol debido a la digitalización de los medios y la inmediatez de las redes sociales, lo que pudiera afectar algunas de sus características, entre ellas la profundización y la objetividad.

Se analizó el contexto en el que se encuentra el periodismo deportivo en el fútbol, así como sus orígenes y hacia dónde apunta esta profesión, también algunas aristas de este contexto, como por ejemplo el sistema de remuneración en el periodismo deportivo digital, el cual pudiese ser una de las causas a las que se deben los cambios en esta rama del periodismo.

En este trabajo también se recopiló y expuso la opinión de los protagonistas, es decir, los periodistas deportivos, así como la de los fanáticos del fútbol, los cuales, debido a sus patrones de consumo, terminan siendo unos de los sujetos primordiales a la hora de que ocurran cambios en campos como este.

1. Palabras Clave

Reportaje multimedia, periodismo deportivo, redes sociales, fútbol, cambios.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

José Luis Torrijos, periodista y profesor de investigación en periodismo de la Universidad de Sevilla, explica en su libro “Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro” sobre la llegada del Internet al periodismo. Como la web transforma la forma de producir y de publicar las noticias, así como esta misma se está convirtiendo en el canal más rápido y eficaz para anunciar noticias (Torrijos, 2014).

“Cada vez más, las redes sociales como Twitter se están imponiendo como la plataforma preferida por servicios de noticias para ofrecer avances de primicias informativas y, consecuentemente, se erigen como una de las fuentes de información principales para el resto de medios convencionales” (Torrijos, 2014).

Torrijos explica que el periodismo deportivo es uno de los llamados a tener más cambios debido al internet y sus características.

Según Amich (2022) el fanático de fútbol ya no se sienta en el sofá a ver los partidos, ahora consume el deporte en mayores cantidades y de manera más veloz, a través de las redes sociales y es por esta razón bajo el concepto de a mayor demanda mayor oferta, que los periodistas deportivos en sus canales, diarios, páginas web, comienzan a generar contenido en mayor cantidad, pero con menos densidad y/o profundización, justamente por la cantidad de contenido y demanda.

Con la masificación de redes sociales como Twitter, YouTube, Tik Tok e Instagram, con las cuales se monetiza por visualizaciones e interacciones, el periodista deportivo encuentra en el internet un nuevo canal para transmitir la información. Según Matthews y Anwar, (2013) este canal no solo le permite al periodista el ingreso de dinero, también obtiene muchas más posibilidades para, por ejemplo, comunicarse con sus receptores, obtener feedback, actualizar la noticia a tiempo real y sobre todo reforzar su marca personal.

La digitalización propone un cambio en la construcción de información y en el intercambio de la misma. Los receptores se han multiplicado de forma progresiva y

exponencial, exigiendo —en primera instancia— una interacción prácticamente instantánea a la hora de indagar acerca de un tema de interés colectivo. Precisamente, tanto la frecuencia de actualización como la inmediatez trazan un camino accesible hacia la información, pero así mismo lo han hecho para la desinformación. (Pérez Blanco, 2016).

Un estudio realizado por Mellado y Scherman (2015) a más de mil estudiantes de periodismo en Chile, a lo largo de catorce instituciones universitarias, demuestra que la gran mayoría de los jóvenes acuden a Facebook a la hora de informarse. Por su parte, un análisis logrado en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), la Universidad Central de Venezuela (UCV), la Universidad del Zulia (LUZ) y la Universidad de los Andes (ULA) durante el 2016, concluye en que los hábitos de consumo de los estudiantes de periodismo en Venezuela se orientan, casi por completo, a las redes sociales. Más del 47% de los estudiantes recurren a Twitter — hoy X— todos los días, al ser su herramienta principal para la búsqueda y difusión de información.

La situación descrita anteriormente, aporta una idea de la presencia y de la importancia de las redes sociales, hasta llegar al punto de sentar las bases del mencionado periodismo digital. Este propone interacciones dinámicas y modernas, las cuales se actualizan según las tendencias y necesidades de consumo que predominen en el momento; sin embargo, su accesibilidad abre las puertas a la proliferación de contenido gratuito y sin previa inspección, más aún cuando los perfiles de los periodistas digitales presentan una marcada inclinación hacia la instantaneidad y no hacia la veracidad y precisión del contenido expuesto. (Castillo, 2016).

Teniendo en cuenta lo dicho anteriormente, es importante entender el tipo de contenido que se maneja en las redes sociales, principalmente en las que existe cierta riqueza informativa y que, con el paso de los años, se convierten en el epicentro del mencionado periodismo digital.

Uno de los tópicos de mayor interés en el mundo, desde hace siglos, es el deporte. Tal es su presencia y relevancia que al día de hoy ya tiene un espacio dentro de la agenda periodística, siendo este uno de los más consultados. Según un estudio

realizado por el portal web World Atlas, el rugby, siendo el décimo deporte con mayor seguimiento durante el 2022, contó con más de 400 millones de espectadores. El líder de la lista es el fútbol, el cual cuenta con una cifra superior a los 3.500 millones de seguidores a lo largo de todo el mundo.

El periodismo deportivo, está en constante evolución desde su origen, esto debido al desarrollo de los canales y medios en los que se produce este tipo de contenido. El crecimiento deportivo no solo es numérico, es decir, en la cantidad de personas que consumen este tipo de contenido, también evoluciona en estilo, modos, originalidad, etc. Convirtiéndose en una de las ramas del periodismo que transmite información de forma más llamativa y sencilla para toda la sociedad (Rojas, 2014).

Según un artículo publicado por Estudiar Periodismo Online en 2022, el periodismo deportivo comienza de forma escrita en entre el siglo XVIII y el siglo IX en distintas partes de Europa, debido al auge del periódico, se comienza a colocar columnas deportivas en estos, en su mayoría relacionadas a la equitación y otros deportes hípicas.

Por otro lado, De Castro y Equiza (2014), hablan de cómo el periodismo deportivo inicia también con la llegada del periódico durante los mismo siglos, XVIII y XIV. Para 1828, Francia, Inglaterra, Italia e incluso América, ya tenían un periódico o revista donde se hablaba únicamente de deporte. (De Castro y Equiza, 2014).

En 1921, el periodismo deportivo llega a la radio, precisamente un 2 de julio, RCA (Radio Corporation of America) transmite por uno de sus canales radiales la pelea de Jack Dempsey y George Carpenter, siendo esto el primer acercamiento de la radio al deporte, el cual llega para quedarse en este medio de comunicación. (De Castro y Equiza, 2014).

Pero es con la televisión, que el periodismo deportivo tiene una de sus mayores evoluciones, siendo el Mundial de Suiza en 1954 (el primer Mundial televisado en Europa a color) uno de los principales hitos para asentar las bases de lo que es el periodismo deportivo en la actualidad. (Unkuch y Tenelema, 2022).

Luego de todas estas evoluciones que sufre el periodismo deportivo debido a la invención o el desarrollo de los canales y medios por donde se transmite, llegamos al siglo XXI, donde el contexto del periodismo deportivo en la actualidad (explicado anteriormente) presenta similitudes con su pasado.

Habiendo dejado esto en claro, resulta fácil entender que el deporte, como centro de atracción, se postula como un apartado ideal para la realización de un análisis objetivo y transparente sobre la dinámica periodística en las redes sociales de hoy en día. Por ello, se decidió elaborar un reportaje que expusiera los cambios que ha sufrido y/o implantado el periodismo deportivo para adaptarse a las redes sociales, teniendo como base el furor y el alcance del deporte a nivel mundial.

Se realizó un reportaje multimedia, debido a que es una modalidad que aporta mucho para que la información investigada, contrastada y emitida, llegue de mejor forma al lector, permitiendo al usuario manejar el reportaje a su gusto, compenetrando la lectura con lo audiovisual. Los videos, audios y fotografías funcionan como grandes contextuales de la información escrita, en algunos casos, aporta un sentido específico que nutre la información de una forma que solo se puede lograr a través de este medio, además, da dinamismo al propio reportaje, haciéndolo más llevadero sin perder las cualidades informativas.

Esta investigación tiene como objetivo general realizar un reportaje multimedia acerca de los cambios en el periodismo deportivo dentro del fútbol debido a las redes sociales.

Para lograr ese objetivo, fue necesario concluir primero con otros objetivos más pequeños, objetivos específicos.

Fue necesario, investigar el pasado, presente y probable futuro del periodismo deportivo, para así conocer el contexto en el que se encuentra la profesión actualmente; conocer el hábito de consumo de los fanáticos de fútbol a la hora de buscar información acerca del deporte, para saber si son los fanáticos los que inconscientemente, con sus patrones de búsqueda de información terminan siendo uno de los culpables a los cambios que presenta el periodismo deportivo.

Por otra parte, fue necesario investigar acerca de los métodos de remuneración en el periodismo deportivo digital para conocer si esto afecta la forma en la que se escriben o se escribirán las noticias; entender en cómo afecta la inmediatez y otros aspectos de las redes sociales al periodismo deportivo, para así dar con los cambios que este ha presentado en la actualidad.

Fundamentos teóricos

Periodismo

El periodismo, según Porto y Merino (2021) es la actividad y/o profesión que está basada en la recopilación de datos, su síntesis, procesamiento y publicación.

Mauricio Rebollo, en su libro, *Teoría del Periodismo* (2012), afirma que el periodismo responde con noticias e informaciones sometidas a un sistema de clasificación a la pregunta: ¿Qué pasa por el mundo? “Periodismo es un sistema de clasificación de la realidad, que trata de proporcionarnos una imago mundi.”

Rebollo también explica el lenguaje que debe tener el periodismo, “debe expresarse de manera diáfana, asequible a la generalidad de los consumidores de información, quienes provienen de distintos niveles culturales y sociales.”

Los medios donde se realiza el periodismo, como la prensa, la televisión y la radio, suelen ser muy asequibles para la sociedad, por lo que es importante que el periodista hable de una forma comprensible, sin rebuscamientos u otras formas de entorpecer o complicar la asimilación de la información por el grueso de la sociedad. (Rebollo, 2012)

Tipos de periodismo

En un artículo escrito por Verónica Rodríguez (2022) estudiante de sociología de la Universidad Central de Venezuela y corregido por la periodista Yossimar

Rodríguez, se explica cómo el periodismo se divide según el medio en el que se lleva a cabo y según el contenido que este desarrolla.

Según el medio

- Periodismo gráfico

También llamado fotoperiodismo, es un tipo de periodismo en el cual el medio por el cual se difunde un hecho, acontecimiento o noticia, es la fotografía, dejando a un lado en importancia a la escritura.

- Periodismo escrito

Como su nombre indica es el periodismo que se lleva a cabo de manera escrita, es el tipo de periodismo más antiguo y donde predomina la importancia de la opinión, la ortografía y la redacción. Con el pasar del tiempo se ha ido apoyando en fotografías y otros recursos gráficos.

- Periodismo radiofónico

Surge después del periodismo escrito, con la invención de la radio, este tipo de periodismo utiliza este medio como herramienta de difusión. “A pesar de que existen formas más modernas, sigue teniendo una gran importancia, ya que la radio puede transmitir sus mensajes a través de un celular o por internet”.

Este tipo de periodismo es importante, ya que puede darle seguimiento a las noticias con mayor facilidad que otros tipos y además facilita también el intercambio de ideas.

- Periodismo audiovisual

Utiliza la televisión como medio de difusión. “Los profesionales de este tipo de periodismo son personas capacitadas para redactar guiones, producir el contenido y dirigir reportajes y programas de televisión con enfoque periodístico. Este es uno de los medios periodísticos que más se consumen en la actualidad”.

- Periodismo digital

Este tipo de periodismo debe su nacimiento a la invención y desarrollo del internet, este tipo de periodismo es el que más recursos utiliza para transmitir la información, ya sea, sonido, video, fotografía, escritura, además de ser el tipo de periodismo con más feedback y más compartible.

"La especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos". (Salaverría, 2001)

Características del periodismo digital

Una de las características más importantes que tiene el periodismo digital es su interactividad. "Esta realidad hace que el periodismo se transforme y se conciba como una plataforma de noticias interactivas". (Ruíz, E, 2020)

Según Ruíz (2020), otra característica fundamental de esta forma de periodismo es la retroalimentación o feedback, ya que gracias a esto, el periodista digital puede cambiar, editar o adaptar la información según la respuesta de los usuarios.

Una característica que también es importante, es la velocidad de ritmo que tiene el periodismo digital por encima de otros. (Ruíz, E, 2020) "las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y con internet en particular, las versiones de los hechos en circulación se multiplican exponencialmente, generándose versiones infinitas de lo que llamamos realidad". (Almirón, 2006)

Tipos de periodismo según el contenido

- Periodismo Ambiental

Referente al medio ambiente, genera conciencia.

- Periodismo Científico

Cubre los hechos novedades del mundo científico. Busca informar a la población de avances e innovaciones científicas, para ello, es necesario que el periodista esté formado en esta temática y traduzca la información para que toda la población pueda entenderla.

- Periodismo Ciudadano

Es llevado por los mismos ciudadanos. “Este tipo responde a lo establecido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que establece que todos los individuos tienen derecho tanto a recibir información, como el de poderla difundir a través de cualquier medio. Este tipo de periodismo nació por el trabajo de los medios de comunicación comunitarios, aquellos que pertenecen a una asociación sin ánimo de lucro”.

- Periodismo Cultural

El periodismo cultural trata temáticas como la música, arte, literatura, televisión, etc. Temáticas relacionadas directamente con la actualidad y el contexto cultural de una sociedad. “El periodista cultural debe transmitir interés y animar al público a disfrutar de los temas que trata. Puede desempeñar su labor tanto en periódicos, radio, televisión o por internet”.

- Periodismo Guerra

Cubre las historias ocurridas en los conflictos bélicos, poniendo en alto riesgo su vida. “El corresponsal de guerra tiene como único trabajo la recolección de datos, la investigación y la buena redacción. El corresponsal debe mantener empatía con la población que está sufriendo el conflicto”. El objetivo en este tipo de periodismo es informar, no entretener al público, además, suele ser uno de los que más impacta a la sociedad.

- Periodismo Investigación

Este periodismo se da por la propia iniciativa del periodista o reportero de investigar sobre una temática la cual no ha sido expuesta a la sociedad, en ocasiones es mantenida en secreto a propósito.

El tema a investigar debe ser de interés para un grupo de personas y para llevar a cabo este periodismo necesita de mucho más tiempo para la planificación, investigación y redacción del hecho.

- Periodismo Corazón

También llamado periodismo rosa o farándula, este periodismo se encarga de informar a la sociedad sobre la vida privada de las celebridades.

- Periodismo Económico

Este periodismo informa sobre la actualidad del banco, el mercado y las finanzas. “El saber los acontecimientos económicos a nivel nacional e internacional es sumamente importante no solo para los ciudadanos, sino para empresarios e inversores para saber qué conviene más, así como que medidas económicas son mejores para el país”.

- Periodismo Literario

Este tipo de periodismo se caracteriza por redactar con una narrativa literaria para atraer al lector, puede ser un género por sí mismo, puede ser añadido a otro género (el más común es el de investigación) e incluso se puede añadir a la fantasía.

- Periodismo Político

Busca comunicar todo lo relacionado con la política, estatus de una nación, ejército, elecciones, partidos políticos, etc. Es una de las ramas del periodismo que más interés genera en la sociedad y al que más importancia se le ata. “Las novedades en el mundo político tienen una gran importancia, puesto que son los encargados de dirigir tanto a las ciudades, países, pueblos, etc.”

- Periodismo Preventivo

Este periodismo trata las situaciones en crisis, contextualiza, investiga y explica orígenes, consecuencias y personajes de estas situaciones. “Por lo que es un tipo de periodismo integral”.

- Periodismo Satírico

Como su nombre indica, este tipo de periodismo emplea la sátira para narrar las noticias. Puede presentar noticias reales, como también paródicas. Más que informar, busca “criticar o denunciar” de forma indirecta distintos aspectos. “A pesar de verse como entretenimiento, esta clase de periodismo tiene la capacidad de generar conciencia o discusión sobre ciertos temas que suelen ser difíciles de tratar, por lo que la sátira permite abordarlos”.

- Periodismo Turístico

El periodista turístico, al igual que los anteriores mencionados, recolecta información, analiza y redacta acerca de un tema, en este caso, los lugares turísticos tanto nacionales como internacionales para el conocimiento de la sociedad. Es importante añadir que este tipo de periodismo no busca publicitar estos lugares, simplemente informa acerca de ellos, con sus pros y contras. Se puede llevar a cabo por medio de crónicas de viaje o notas/reportajes turísticos.

Periodismo deportivo

Como una rama del periodismo, entra el periodismo deportivo el cuál consta en la captación, desarrollo y difusión de informaciones únicamente deportivas a través de algún medio, quien desempeña esta profesión es el periodista deportivo. Esta clase de periodista al igual que el resto debe ser crítico, objetivo y justo, teniendo como único objetivo informar de la manera más correcta y oportuna.

Según Porto y Merino (2021) la llegada de los medios de comunicación, como la televisión, el periódico, la radio y el internet produce cambios en el periodismo dependiendo de las cualidades del medio, por ejemplo, el periodismo gráfico aparece con los artículos periodísticos mostrados en los periódicos. (Lopez 2012)

El caso del periodismo deportivo no es ajeno a estos cambios, como se vio con anterioridad y basado en los comentarios de (De Castro y Equiza, 2014; Unkuch y Tenelema, 2022; y Rojas, 2014) el periodismo deportivo ha visto cambios en su desarrollo justamente debido a la conversión y evolución de los medios en los que se desarrolla y transmite, además de las cualidades que presenta este tipo de periodismo.

Según la EAE o la Escuela de Administración de Empresas en España (2022), explica que el periodismo deportivo ha cambiado también por la popularización de deportes que anteriormente no eran tan conocidos e incluso el nacimiento de nuevos deportes. La evolución del fútbol y el resto de deportes en categoría femenino también suponen nuevas aristas a las que el periodista deportivo debe actualizarse y estudiar.

La EAE también observa y señala 4 funciones que contiene el periodismo deportivo en sus bases.

- Recabar información

Al igual que con el periodismo en general, el periodismo deportivo tiene entre una de sus funciones básicas, la búsqueda de información de un hecho. La recopilación de información a través de fuentes verídicas es fundamental para el desarrollo de esta profesión.

Es ideal que la información sea conseguida de primera mano, de no ser así, lo correcto es verificar la veracidad de esta antes de difundir.

- Transmitir información

Luego de la recopilación de información, y el contraste de esta misma, viene la difusión, la cuál variará dependiendo del medio que se utilice, por ejemplo: Prensa escrita, prensa digital, televisión o radio.

“Una nota de prensa o artículo periodístico se puede publicar con el modelo de pirámide invertida. En este caso, los aspectos más importantes son el "qué", "cómo", "cuándo", "dónde", "quién" y "por qué”.

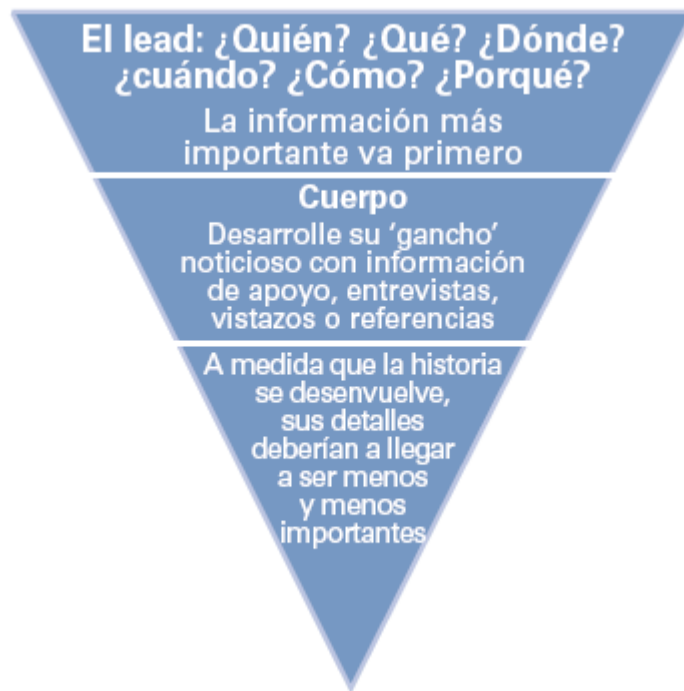


Imagen de Glenda González (s/f)

- Opinar

Según la EAE (2022), el periodismo deportivo es una de las vertientes del periodismo convencional donde la opinión reluce más, sin embargo, al igual que con otras ramas del periodismo, cuando se opina se estaría realizando un distinto estilo de periodismo el cual es el periodismo deportivo de opinión.

“Ahora bien, para ello se hace necesario tener un conocimiento especializado, bien del equipo que se está siguiendo o bien del deporte en cuestión”.

- Interactuar con la audiencia

La evolución del internet y su capacidad de intercomunicarse con otros medios, ha permitido que la audiencia haya aumentado su interacción con los periodistas deportivos, ya sea por medio de comentarios y mensaje en las redes sociales personales de estos periodistas o por medio de las redes sociales de un programa de

televisión o radio, para opinar en vivo con el periodista deportivo. Es importante añadir que la audiencia no dirige la temática o el enfoque de las noticias, sin embargo, saber interactuar con la audiencia y conocerla es fundamental para la evolución de un periodista deportivo, sobre todo en tiempos digitales.

- Dirigir equipos de comunicación

En ocasiones, el periodista deportivo debe movilizar personas perteneciente a un mismo equipo de comunicaciones para cubrir un evento o partido, esta es una función que se suele olvidar, pero si el periodista está ligado a un equipo o jugador, es una dinámica que se repite con frecuencia y por ende es importante en la profesión.

Géneros periodísticos

Según Juan Gonzalo Betancur (2011), periodista y profesor universitario de géneros periodísticos, los géneros periodísticos son divididos en tres.

- Informativos
- Interpretativos
- Opinión

Los géneros periodísticos



Imagen de Betancur (2011)

Reportaje Multimedia

El reportaje multimedia es un trabajo periodístico que combina distintos formatos audiovisuales (texto, fotografías, audios, videos), con el fin de que el resultado final sea diverso y completo, teniendo un atractivo superior al de un reportaje convencional. (International Center of Journalists, 2018).

Según Marrero Santana (2008) El reportaje multimedia es una tipología determinada de un mensaje periodístico, es el resultado de las prácticas periodísticas realizadas con y para el internet. Con respecto a esto, Ramón Salaverría (2004), opina que: “Los cybermedios han tomado prestado de sus predecesores, sobre todo la prensa, los géneros y estilos periodísticos”.

“Si bien el reportaje multimedia puede mantener rasgos formales y de contenido del reportaje tradicional, el nuevo lenguaje periodístico supone la reconfiguración de algunos de estos rasgos y la introducción de otros elementos de carácter novedoso en su tratamiento. Se trata de un género periodístico que se encuentra en pleno proceso de desarrollo y, como resultado del periodismo digital, su conceptualización también se sitúa en un espacio intermedio entre el deber ser del reportaje multimedia y sus manifestaciones en la práctica”. (Marrero Santana, 2008)

Dentro de sus características, el reportaje multimedia tiene el hecho de que incorpora, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, conceptos importantes a la hora de realizar un reportaje multimedia. (Marrero Santana, 2008). También, son características que diferencian al medio donde se lleva a cabo el reportaje multimedia (internet), de otros medios como la televisión, la radio y la prensa escrita, ya que por su propia cuenta no pueden difundir información hipertextualizada, con multimedialidad e interactiva. (Salaverría, 2004)

Sobre la hipertextualidad, “Texto que contiene elementos resaltados, desde los que se puede acceder a la información contenida en otros archivos o en otras partes de dicho texto”, es la definición que da la Real Academia Española a “hipertexto”. Marrero Santana (2008) opina de la hipertextualidad que:

“Plantea una nueva narrativa basada en formas de estructuración multilineales y, además, amplía y diversifica las vías o recursos de documentación de los contenidos, toda vez que a partir de los enlaces, los usuarios pueden acceder a otros datos, entrevistas, galerías de fotos, infografías, archivos de audio; elementos que contribuyen a consolidar la capacidad interpretativa de los mensajes”. (Santana, 2008, pp 4)

Según la RAE el concepto de multimedia es el siguiente: “Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información”. Marrero Santana (2008), desglosa la multimedialidad y explica que esta posee dos dimensiones fundamentales. La primera incluye los elementos

empleados, texto, sonido, imágenes, videos, etc. Y la segunda se refiere a la forma de combinación que se establece entre estos elementos, que pueden ser por yuxtapuestos, es decir, a un lado, o integrados.

Sobre la interactividad en un reportaje, Marrero Santana (2008) la define como: “Una serie de indicadores que abarca desde los niveles más elementales de intercambio hasta la intervención activa de los usuarios en el proceso.”

Redes sociales

Las redes sociales, por su parte, según Herrera (2012), son lugares estructurados en internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información.

Flores, Morán y Rodríguez (2009), basándose en los argumentos de Boyd y Ellison (2007), definen a la red social como: “Un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema”.

Al multiplicarse las redes sociales, se han vuelto una plataforma sumamente importante para la obtención y difusión de información. Un estudio realizado, señala que el 40% de la generación Z prefiere utilizar redes sociales como Tik Tok e Instagram antes que Google, siendo este el ejemplo perfecto del protagonismo que va cobrando las redes sociales en materia de difusión de información. (Bloomberg, 2022).

PLAN DE ACCIÓN

Para lograr la correcta realización y publicación de este reportaje multimedia, se realizó un plan de acción para la organización y optimización del tiempo. Debido a esto, se simplificó un poco la realización de tareas y oxigenó bastante el trabajo para este reportaje. El plan de acción fue el siguiente.

Primero se dividieron las partes del trabajo en cuatro. Cada una con una forma y un tiempo en específico para su realización, éstas son:

- 1- Estudio e investigación
- 2- Trabajo de campo
- 3- Realización del reportaje
- 4- Corrección

La primera etapa constó, como su nombre indica, en la investigación y el estudio de la temática. Como un primer paso estuvo la búsqueda de un tema interesante, adecuado y acorde a los intereses y motivaciones de los estudiantes, se analizó la posibilidad de su investigación y realización. Con la confirmación y realización de este paso, se comenzó la investigación de la temática con la ayuda de fuentes y antecedentes. Por otro lado, también se inició la búsqueda de un portal que contase con las características para la publicación del reportaje multimedia (multimedialidad, interactividad, hipertextualidad).

En un comienzo, se pensó en la plataforma WordPress para la realización del reportaje, sin embargo, con el tiempo, se optó por Google Sites como la plataforma ideal para la estructuración, redacción y decoración del reportaje. Esto debido a que es una plataforma más amigable, asequible y al mismo tiempo completa.

Se observó y aprendió de un curso sobre Google Sites colgado en la plataforma de Youtube. Esto con el motivo de poder aprovechar y utilizar de mejor forma, todas las herramientas que esta plataforma ofrece y así también darle más producción a nuestro texto periodístico.

En este paso también se realizó un sondeo de los posibles entrevistados, el cual tenía como objetivo principal encontrar un grupo de conocedores, periodistas y comunicadores de distintas generaciones, especialidades y alcance. Esto con el fin de obtener una información de peso para su contraste en el reportaje. Además, cuando se habla de los cambios en el periodismo deportivo dentro del fútbol, debido a la digitalización, hay una comparación intrínseca entre el periodismo actual y el antiguo, por lo que es importante tener en cuenta este tipo de características antes de guiarse únicamente por la popularidad del periodista en cuestión.

Los periodistas, comunicadores, expertos, los cuales sus nombres surgieron en un primer sondeo fueron:

Humberto Turinese	Humberto Acosta
Carlos Domingues	Cristóbal Guerra
Álex Candal	Jemmyl Lamprea
Carlos Mauricio Ramirez	Guillermo Yaber
Marie Ferro	Rafael Lastra
Milena Gimón	Eduardo Vidal
Ignacio Benedetti	Edgar Morales
Armando Naranjo	Geraldine Carrasquero
Elias Lopez	Fernando Petrocceli
Germán Mendez	María Alexandra Bastidas

Tabla #1 Sondeo de posibles entrevistados

Para la segunda parte, el trabajo de campo, se contactó con los entrevistados y se organizaron y pautaron las entrevistas de las que se recopiló la información de más importancia para este reportaje. Para poder contactarse con ellos, los estudiantes

debieron escribir mensajes directos a los entrevistados en redes tales como Instagram y X. Para otros entrevistados, se lograron conseguir los teléfonos celulares luego de hablar con personas en común.

Al momento del contacto, la mayoría de los expertos se mostraron muy dispuestos a participar por lo que la pauta de fechas, horas y lugares, no fue un problema. Algunos de los periodistas no se encontraban en el país en el momento de la realización de este paso o directamente no residían en Venezuela desde hace ya unos años, por lo que algunas entrevistas se llevaron a cabo por la plataforma de Google Meet.

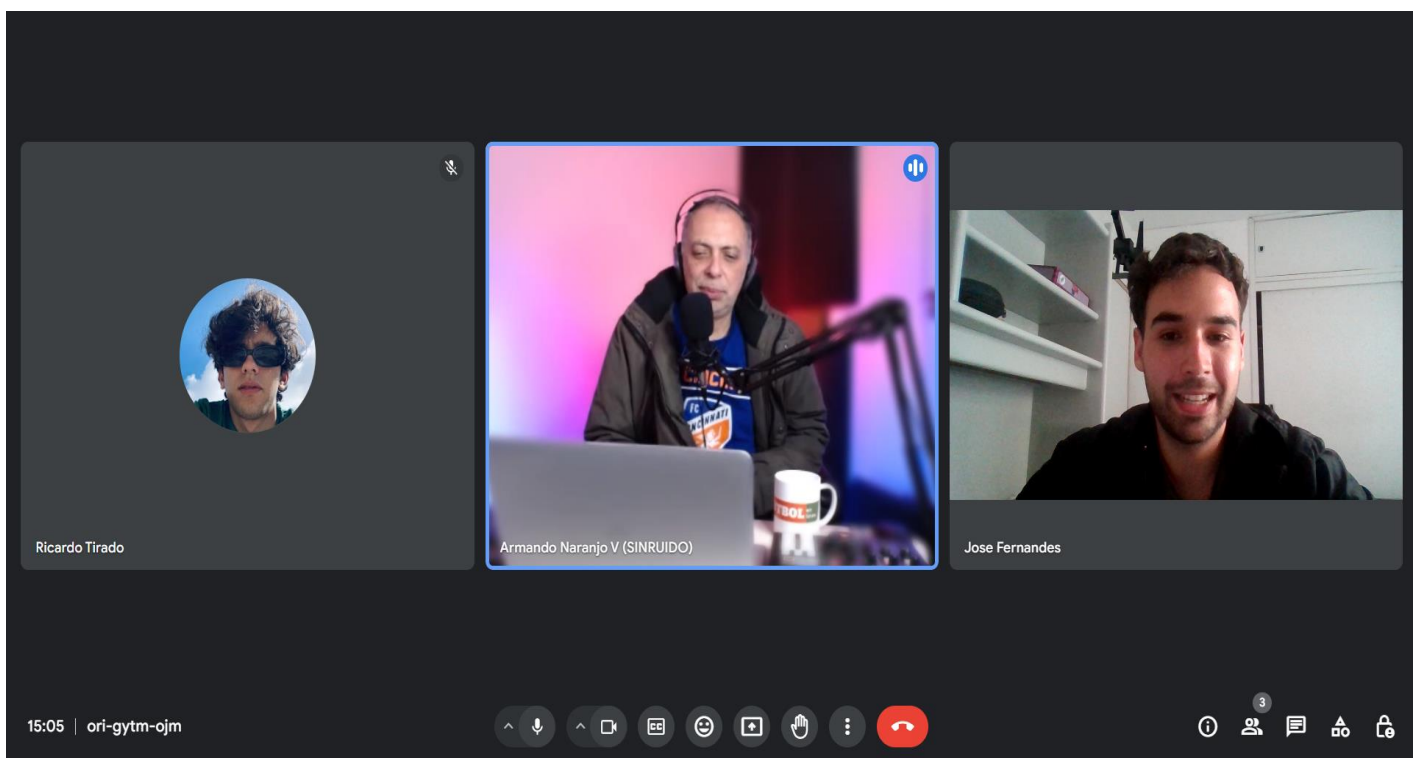


Imagen de un ejemplo de las entrevistas realizadas por Google Meet.

Pero antes de realizar la entrevista, y como parte importante del trabajo de campo, los estudiantes realizaron una encuesta de menos de diez preguntas a los fanáticos del fútbol, con la intención de conocer sus hábitos de consumo y opiniones acerca del contexto actual del periodismo deportivo. Esta encuesta fue vital para

generar las preguntas de los entrevistados, además de representar una base en la temática del reportaje.

La encuesta se realizó por redes sociales de forma presencial en el Estadio Olímpico de la UCV y fue contestada con éxito por 85 fanáticos del fútbol en Venezuela con edades que rondan desde los 18 años hasta los 25 años. Con la investigación y estudio del tema, realizado en la primera parte para la elaboración de este reportaje, además de la encuesta anteriormente mencionada, se pudieron realizar todas las entrevistas con las preguntas pertinentes.



Imagen de la encuesta realizada en Google Forms.

De los veinte posibles entrevistados se escogieron a diez, los cuales debido a su edad, forma de contrastar la información, los medios de comunicación en los que se manejan, experiencia, fama, etc. Son una fuente de distintos puntos de vistas y/o opiniones sobre el mismo tema, dando así a los estudiantes distintas perspectivas, aristas e información en general a grandes rasgos para poder contrastar y nutrir al reportaje, haciéndolo así de más valor, tanto académico como informativo.

De los diez periodistas solo se pudo conversar con siete, los cuales fueron:

- Carlos Domingues
- Álex Candal
- Rafael Lastra
- Ignacio Benedetti
- Armando Naranjo
- Guillermo Yaber
- Eduardo Vidal

La información suministrada por los siete expertos, fue más que satisfactoria y correcta para el reportaje realizado. Durante este paso también fue de vital importancia tomar fotografías, video y audios de las entrevistas para colocar en el reportaje.

Con la mitad del plan de acción hecho, llegó la parte de la realización del reportaje, donde junto con la información obtenida de las investigaciones, la data conseguida directamente de los entrevistados y la ayuda de la tutora, los estudiantes elaboraron el reportaje multimedia presentado.

Carlos Domínguez:

- Hay un beneficio, pues se incrementa el espacio para la opinión, pero el problema es cómo se maneja.
- No se suele medir la calidad de la información que emites, sino la cantidad de seguidores y de likes, sin embargo, creo que las redes sociales han hecho crecer al periodismo deportivo.
- Hay cuestiones éticas que se están violentando y esto es algo que, en algún momento, se deberían tomar medidas para que todo esto tenga un criterio general.
- La opinión que se quiere emitir a través de un escrito cada vez tiene menos importancia.
- Hay una necesidad de que todo sea inmediato. Hoy en día, los videos de YouTube están siendo apartados por los Reels. Suele ser más visto un reel de Instagram de tres minutos que un podcast de una hora en YouTube. La gente siempre tiende a preferir la inmediatez.
- Ha pasado a ser más importante la presentación de una opinión que la opinión en sí.
- Siempre intenté mantener una línea enfocada a la seriedad y al trato de la información. Debido a las redes sociales, he cambiado mi manera de ofrecer la noticia y mis análisis, tratando de adaptarme a la actualidad, sin perder la ética.

Guillermo Yaber:

- El periodismo sigue siendo el mismo, eso no cambia. Lo que sí cambian son las herramientas. Como periodista, cuando cambian tus herramientas, debes variar el modo en el que te desarrollas.
- La línea la traza la ética del periodista. Con la presencia de las redes sociales, esto no ha cambiado.
- Al estar el periodismo a la mano de todo el mundo, se siente mucho más el sensacionalismo, pero este siempre ha existido.
- El sensacionalismo puede estar dentro de la forma de un periodista. Se puede ser más o menos sensacionalista, sin necesidad de extrimitarse.
- Hace unos años, un titular sexy te hacía comprar un periódico, así como ahora alcanza clics y genera interacciones.
- La búsqueda de la polémica y de la primicia ha existido siempre. Hoy en día, las redes sociales te obligan a acelerar tus procesos.
- La inmediatez y el feedback de la audiencia han cambiado la forma de comunicar.

- Cuando hablamos del periodista actual, yo no diría que prefiere ser sensacionalista, yo diría que ha tenido que adaptarse y volverse un poco más showsero; sin embargo, no por ello se convierte automáticamente en un mal periodista.
- No debe confundirse la falta de seriedad con el entretenimiento, porque entretener también es una labor del periodista.
- La noticia sigue siendo la noticia. Si un equipo ganó 1-0, el equipo ganó 1-0. No obstante, es distinto que tú relates esa noticia simplemente prendiendo la cámara de un teléfono y emitiendo la información, a que, del mismo modo, decidas apoyarte en el sensacionalismo o en la exageración para que la gente te consuma más.
- El periodista suele sacrificar la profundidad por la inmediatez, y esto sucede también en los medios de comunicación tradicionales.

Alex Candal

- El periodismo deportivo no se ha adaptado completamente a las redes sociales, está cerca de hacerlo.
- La inmediatez ha afectado al periodismo deportivo, sobre todo por el desconocimiento que había en su momento y la necesidad que había por ser protagonistas. Tanto medios como periodistas competían por esa inmediatez.
- Debido a las redes sociales, "ahora todos somos periodistas".
- "El principal objetivo del sensacionalismo es vender". Si se puede ver en las redes sociales sensacionalismo, para conseguir mayor número de seguidores, sin embargo, lo ha habido desde antes de las redes sociales y estas no lo han aumentado. El sensacionalismo es difícil de medir.
- El periodista deportivo en redes sociales busca la viralidad y la exageración, con la intención de lucirse.
- Las redes sociales han tomado una forma de justicieras, si el periodista exagera, los receptores de la noticia te pueden juzgar y dejar en evidencia.
- El periodista antes escribía lo que creía o sentía que debía escribir y la forma como debe informar. Ahora, como todo se mide, el periodista puede evaluar qué es lo que está buscando la gente y esto afecta a cómo se escriben las noticias.
- La inmediatez es el mayor cambio del periodismo deportivo y es tremenda.
- Otro cambio muy grande son las fake news, estas han aumentado con las redes sociales.
- La inteligencia artificial va a jugar un papel importante en el futuro del periodismo deportivo.

Imagen de cómo se clasificó la información de los entrevistados para el reportaje

Las entrevistas, al ser muy largas (de 20 minutos a 1 hora y poco más), fue muy importante a la hora de escucharlas, anotar toda la información de valor y todos aquellos comentarios que resulten interesantes y nutritivos para el reportaje en un Google Doc, en el cual luego se calificaría la información por: entrevistado, tema y si es positivo o negativo para el periodismo deportivo.

En esta parte del trabajo es de suma importancia también acompañar el texto con imágenes, videos y audios previamente meditados y escogidos, además de colocar links que dirigen hacia conceptos u otras partes del reportaje dentro del mismo texto, cosa que permite al lector tener un poco de control sobre cómo recibe la información y a la vez, más dinamismo al reportaje.

En esta parte también se diseña la página donde va a estar publicado el artículo, es primordial utilizar las herramientas que aporta Google Sites para enriquecer lo máximo posible el reportaje, esto quiere decir, editar fuentes, títulos, subtítulos,

posición de las imágenes, videos, audios, links, la paleta de colores de la página entre otros.

Por último, el cuarto paso, la corrección y revisión del texto. Luego de haber realizado el reportaje y de esperar un par de días para desconectar del tema, junto con el tutor del proyecto se revisó y corrigió el texto. Este paso es importante ya que la presentación, la redacción, la ortografía y la coherencia de la información es primordial a la hora de publicar información y más en un trabajo como este. En este paso también se verifica que todo el contenido multimedia corra de manera perfecta y no suponga un problema a la hora de que el lector esté en el texto y los reproduzca.

- Mapa de actores:

Los entrevistados electos luego del mencionado sondeo fueron Carlos Domingues, Narrador, comentarista y Locutor deportivo por más de 9 años, Álex Candal, narrador y periodista deportivo, Rafael Lastra, periodista deportivo y profesor universitario, Ignacio Benedetti, analista y periodista deportivo, Armando Naranjo, locutor y analista deportivo, Guillermo Yaber, profesor universitario, periodista deportivo y director de comunicaciones en el deporte, Eduardo Vidal, analista y periodista deportivo en el Real Madrid Club de Fútbol.

- Fuentes de información privilegiada:

Velando por la precisión y la excelencia del proyecto, se utilizaron los análisis de distintos autores relacionados, de una manera u otra, con el tema en cuestión, evaluando también sus respectivas conclusiones. Entre ellos destaca Paula Pérez Blanco, periodista del diario español El País, quien ha desarrollado, entre otras cosas, las consecuencias de la digitalización del periodismo. Por otro lado, la palabra de José Luis Rojas Torrijos, periodista deportivo español y autor de distintos libros en los que comprende la temática desde distintos ángulos. María Castillo Valenzuela, redactora y editora de artículos chilena, atiende puntos importantes sobre el alcance y los peligros de la desinformación a través de la digitalización del periodismo en su ensayo La Veracidad de la Información Expuesta en Redes Sociales.

También fue de vital importancia el trabajo de Ramón Salaverría, periodista y profesor de periodismo en España. Su conocimiento sirvió como fuente de

información para este trabajo e incluso para otras fuentes consultadas como es el caso de la “Revista Latina de Comunicación Social” sobre “El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual” escrita por Liliam Marrero Santana.

Así mismo, la información suministrada por distintos portales web, tales como Bloomberg y The International Center of Journalists sirvió de gran ayuda a la hora de constatar y ampliar perspectivas. Por otro lado, los portales de las Universidades y escuelas como INENKA y EAE también suministraron información importante sobre el periodismo.

En la obtención de definiciones puntuales, La Real Academia Española, fue el portal ideal para entender y colocar estos conceptos.

PROYECTO

Como se mencionó con anterioridad, la temática para este trabajo investigativo y reportaje multimedia es el periodismo deportivo y los cambios que presenta debido a las redes sociales.

En un principio, el enfoque que se le iba a dar al reportaje estaba basado en su mayoría, en la opinión de los estudiantes como fanáticos del fútbol. Este enfoque estaba más llevado hacia los fallos que estaba cometiendo el periodismo deportivo debido a las redes sociales, todo el enfoque era de carácter negativo, tildaba al periodismo deportivo en el fútbol de displicente, de falta de profundización y objetividad debido a las tendencias de la redes sociales y los patrones de consumo de los fanáticos, quienes al fin y al cabo son los que leen las noticias.

Era un enfoque incorrecto y que rayaba dentro del reportaje de opinión, además de que muchos de los aspectos de los que se quería hablar no eran medibles, como la objetividad, la profundización, etc. Mediante la investigación realizada para el trabajo y las conversaciones con la tutora de proyecto final de carrera, se decidió cambiar un poco el enfoque del reportaje, haciéndolo un poco más abierto pero a su vez medible y concreto.

Como se pudo ver en la investigación realizada con anterioridad, el periodismo deportivo es una rama del periodismo que ha sufrido muchos cambios a través de su historia, debido al desarrollo o evolución de nuevos medios de comunicación. Esto no iba a ser diferente con la llegada y masificación del internet y las redes sociales. Los cambios que tuvo el periodismo deportivo en el fútbol durante su historia, no fueron todos negativos, por lo que en este caso tampoco debía ser así.

El enfoque que se quiso hacer con este reportaje es un enfoque parcial, investigar para sentar las bases del contexto que tenía el periodismo deportivo en el fútbol en la actualidad y que luego los fanáticos diesen su opinión mediante el sondeo que se realizó, para que luego los verdaderos expertos en el tema den su opinión y expliquen los aspectos que el periodismo deportivo en el fútbol ha ido cambiando para

mantenerse estable con los nuevos medios de comunicación, ya sean positivos o negativos.

La información recibida de todas las fuentes de información (investigación, sondeo y entrevistas) fue contrastada y emitida por los estudiantes de forma parcial para mostrarse como una respuesta a una duda general sin una opinión en específico.

Con este trabajo y reportaje multimedia se busca alcanzar a los fanáticos del fútbol que consumen noticias normalidad, sin importar edad, sexo, raza, etc. Ya que es importante que estos conozcan la opinión y la forma de trabajar de los periodistas deportivos que consumen día día, además, al ser el fanático un protagonista en los cambios que se producen en el periodismo deportivo, es importante que estos estén bien informados.

Por otro lado, otro público al que se quisiera alcanzar, son los estudiantes de periodismo deportivo. Al estudiante le debería resultar interesante los cambios que presenta y presentará su futura profesión, ya que se relaciona directamente con las prácticas periodísticas y la utilización de los medios. Además, deben conocer el contexto actual y el posible futuro del periodismo deportivo para así prepararse de la mejor forma posible.

El estilo periodístico seleccionado para este trabajo es el reportaje informativo. Según la Universidad de Negocios INENKA, este estilo se caracteriza por la recopilación de información sobre un hecho basándose en la investigación, las declaraciones, cifras, etc. Donde el periodista no expresa su opinión, simplemente condensa y transmite la información obtenida sobre el hecho. (Inenka, 2023)

Este estilo periodístico es el que mejor se alinea con el enfoque deseado para el trabajo.

El formato en el que se presenta este reportaje es digital, es decir, un reportaje informativo multimedia. Para poder llevar a cabo este proyecto es necesario definir una plataforma digital que permita a los estudiantes desarrollar esta multimedialidad dentro del reportaje.

Se escogió la plataforma de Google Sites para poder llevar a cabo todo lo planeado.

Google Sites es una aplicación web perteneciente a Google Workspace, que permite al usuario crear su propia página web de forma gratuita y sin la necesidad de códigos HTML (Baumann, 2022).

Esta aplicación resulta bastante sencilla para principiantes y a su vez condensa bastantes herramientas que permiten al usuario decorar su página web casi de cualquier forma, haciéndola una herramienta fundamental para la creatividad y funcionalidad de este reportaje.

En Google Sites, el reportaje se realizó con la fuente “EB Garamond”, esta fuente según Google Fonts, el portal de Google sobre las distintas fuentes que hay en el internet, fue un proyecto para revivir la fuente clásica llamada “Garamond” en honor a su creador, Claude Garamond.

La fuente “Garamond” es reconocida como una de las fuentes más importantes en la historia de la tipografía, su procedencia viene de mediados del siglo XVI en Europa y es considerada como una fuente clásica, formal, sofisticada y a la vez muy clara y legible.

“EB Garamond” no es más que la fuente “Garamond” digitalizada. Las siglas “EB” no son más que las iniciales de los creadores de la imprenta donde se le terminó de dar la forma característica a cada letra de esta fuente, Christian Egenolff y Conrad Berner.

Regular 400

Considerando que la libertad, la justicia

Regular 400 Italic

Considerando que la libertad, la justicia

Medium 500

Considerando que la libertad, la justicia

Medium 500 Italic

Considerando que la libertad, la justicia

SemiBold 600

Considerando que la libertad, la justicia

SemiBold 600 Italic

Considerando que la libertad, la justicia

Bold 700

Considerando que la libertad, la justicia

Bold 700 Italic

Considerando que la libertad, la justicia

ExtraBold 800

Considerando que la libertad, la justicia

ExtraBold 800 Italic

Considerando que la libertad, la justicia

Imagen de la tipografía “EB Garamond” suministrada por Google Fonts

Se eligió esta fuente debido a su formalidad y sobriedad, los estudiantes decidieron que la fuente elegida debía tener estas características ya que esto representa la seriedad del reportaje. Sin embargo, en los distintos títulos se coloca esta fuente en cursiva para así añadir dinamismo, característica que va bien con la temática del reportaje.

Por otro lado, el color elegido para el diseño y apariencia del reportaje fue el verde oscuro o verde bosque.



Imagen del color verde bosque suministrada por ColorHexa

Este color fue elegido por distintas razones, en primer lugar, al ser un reportaje multimedia en el que hay hipervínculos, palabras clave, etc, era importante colocar un color diferente al blanco y negro, que de por sí estaba en el reportaje, para diferenciar y adornar estas partes anteriormente mencionadas.

Por otro lado, se pensó en el hecho de que el color verde está estrictamente ligado al fútbol, debido a los campos de grama natural en el que este deporte se juega

y que son de este color. Se colocó en oscuro para darle más seriedad y elegancia al reportaje.

Por último, el color verde oscuro también está relacionado con la Universidad Monteávila, no es algo obligatorio o necesario, pero a los estudiantes les pareció pertinente y remarcable que la universidad también se viese reflejada en el trabajo.

A continuación, la data del color y sus especificaciones según ColorHexa:

Código del color: #0b6623

Está compuesto de 4.3% rojo, 40% verde y 13.7% azul. Mientras en un espacio de color CMYK, está compuesto de 89.2% cyan, 0% magenta, 65.7% amarillo y 60% black. Tiene un ángulo de matiz de 135.8 grados, una saturación del 80.5% y un brillo de 22.2%.

Bocetos de la estructura de la página web



Imagen del boceto completo del reportaje en la página web

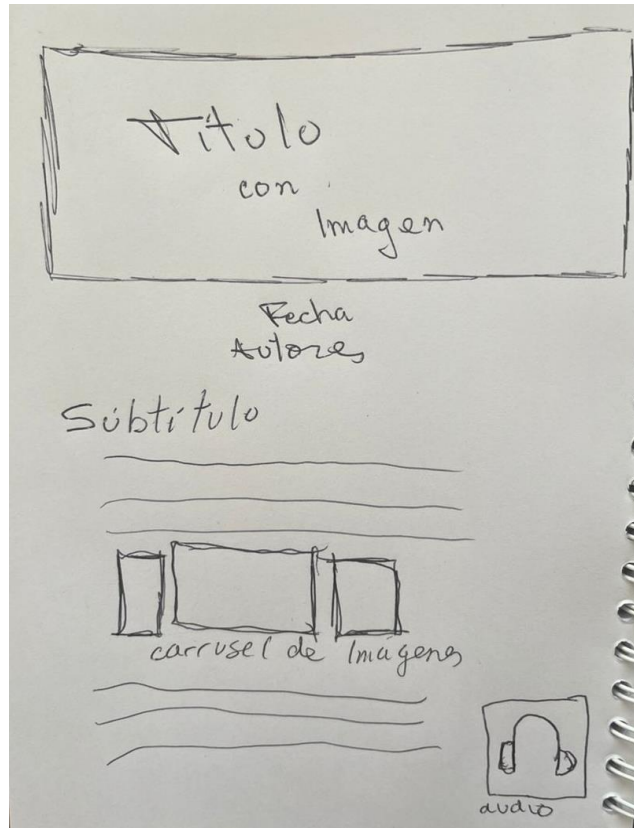


Imagen de boceto parte #1

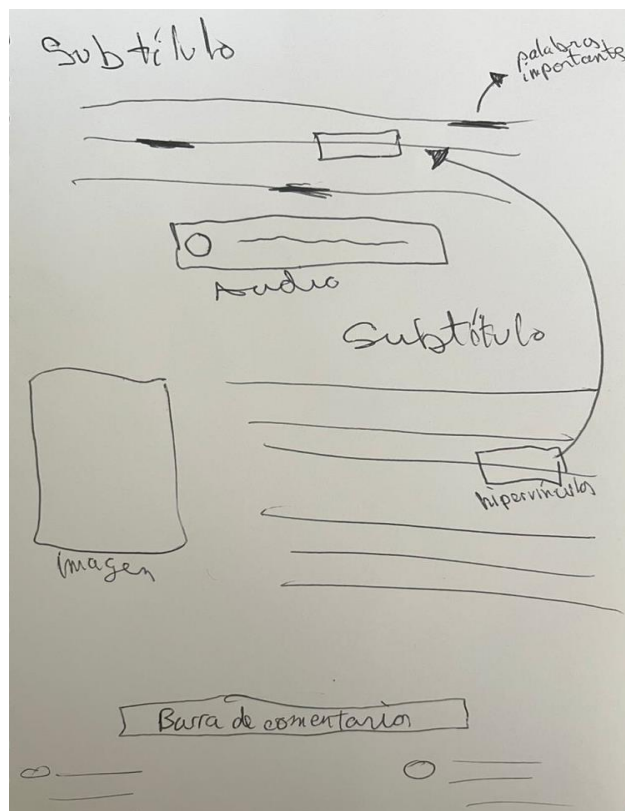


Imagen de boceto parte #2

Este proyecto deja varios aportes de valor para la sociedad:

1. Ética, valores y redes sociales.

Una de las aristas que sale a la luz debido a la información que dan los entrevistados, es la ética y los valores de no solo los periodistas, si no los comunicadores comunes, influencers e incluso el público fanático. Las redes sociales, debido a sus tendencias, objetivos y patrones consumo, ponen a prueba la ética y los valores de los periodistas, influencers, comunicadores, etc, haciéndolos dejar a un lado un estándar de calidad, una línea editorial o un conjunto de reglas, solo por la viralidad y el reconocimiento. Dentro de este proyecto se observó la introspección que realizaron algunos de los entrevistados con este tema, el cual atañe no solo a los protagonistas del asunto sino también a todos los profesionales.

2. Importancia del fútbol y el periodismo deportivo en el mundo.

Aunque el público de este reportaje e investigación sea el fanático de fútbol y/o el estudiante de periodismo deportivo. Este trabajo también busca mostrar a los desconocedores de este mundo, la importancia e inmensidad de este deporte, se podría hacer otro proyecto de esta índole sobre cómo el fútbol llega a ser en algunos países casi una religión y parte importantísima de su cultura.

Mostrando la importancia del fútbol, a la par, se muestra la importancia del periodismo deportivo en este deporte. Un hecho tan importante, que mueva tantas personas, despierte tantas emociones y sea tan masivo, es de suma importancia la labor de una profesión que maneje las fuentes y transmisiones de información sobre este hecho.

3. Futuro del periodismo

Con este trabajo se muestra el contexto actual posible futuro del periodismo deportivo, pero este, al ser una rama del periodismo tiene varias cualidades que se asemejan a todas las otras ramas del periodismo y a éste mismo. Entonces, con este trabajo se pueden conocer nuevas aristas sobre la actualidad futuro del periodismo, el cual es muy importante en una sociedad.

ENLACE AL PROYECTO

<https://sites.google.com/alumno.uma.edu.ve/reportajemultimedia/inicio>

CONCLUSIONES

El objetivo principal de este trabajo era realizar un reportaje multimedia para contestar a la pregunta ¿Qué cambios ha tenido el periodismo deportivo en fútbol debido a las redes sociales?

Gracias al trabajo de investigación, la encuesta realizada y sobre todo a las entrevistas a los profesionales, se pueden sacar varias conclusiones.

En primer lugar, es un hecho el cambio que ha sufrido el periodismo deportivo, debido principalmente a la adaptación que debe realizar esta profesión para poder “sobrevivir” en las redes sociales.

También, es un hecho que los fanáticos y las personas en general, ya tienen muy interiorizado el buscar información en las redes sociales.

Las redes sociales obligan al periodismo deportivo a ser cada vez más inmediato, masivo y popular. Este hecho causa como consecuencia el aumento de las fake news. Por otro lado, el hecho de que las redes sociales le dan voz a todo el mundo, hace que ahora muchas “noticias” sean captadas y difundidas por personas comunes, sin conocimiento alguno de la profesión, causando una conjunción en la audiencia sobre quienes realmente ejercen la profesión y significando una competencia para el periodista.

El cambio también es generacional, aunque de la mano de las redes sociales y las nuevas tecnologías, las nuevas generaciones cada vez se detienen menos a leer contenidos extensos e incluso escritos, la disrupción de las redes sociales en la sociedad, ha convertido al formato de video y audio en uno de los preferidos para consumir cualquier tipo de información. Es por esta razón que ha aumentado la cantidad de contenido que se realiza, buscando el interés visual y el entretenimiento que el contenido propiamente .

El método de remuneración a los periodistas, como por ejemplo el pay per click, dan como resultado cosas como el clickbait, el cual no causa más que disconformidad

al fanático que busca informarse. Se entiende que esto afecta a la percepción del fanático hacia el periodista deportivo y que muchas instituciones dentro de los medios de comunicación son las principales culpables de esta problemática.

Aunque estas instituciones se basan también en el consumo de los fanáticos, y es que es importante recalcar también como el fanático de fútbol cada vez es más significativo a la hora de realizar noticias, los hábitos de consumo de estos también son de los principales causantes de muchos de los cambios en el periodismo deportivo dentro de redes sociales, gracias al feedback, que permite a los fanáticos dar sus opiniones de manera instantánea al periodista, este se rige más por la demanda que pide el fanático que por lo que realmente puede ser trascendente o importante.

Otra conclusión es que muchas de las afecciones que tiene el periodismo deportivo en la actualidad, ya sea, sensacionalismo, exageración, amarillismo, la búsqueda de la primicia, etc, las sufren desde antes de las redes sociales, por lo que no se le puede atribuir a estas este tipo de problemáticas. Sin embargo, es importante recalcar que con las redes sociales, estos hechos, ahora son más visibles y causan mayor ruido.

No es primera vez que el periodismo deportivo sufre cambios, de hecho, por cada nuevo medio de comunicación desarrollado, desde la prensa escrita hasta las redes sociales, el periodismo deportivo se ha adaptado, trayendo con esa adaptación, cambios.

Por último, no se puede realmente hablar sobre una decadencia en el nivel académico del periodismo deportivo actual, sin embargo, si se puede analizar como las nuevas herramientas o tecnologías afectan al comportamiento y las capacidades de las personas.

RECOMENDACIONES

A todos aquellos estudiantes que están por realizar su Proyecto Final de Carrera, se les recomienda por encima de todo, una buena selección de tema, un tema por el que sientan pasión y que realmente les interese es clave para mantener la constancia a la hora de realizar un trabajo tan largo e importante como este.

Se recomienda también, trabajar todos los días en el proyecto, aunque sea un poco, organizar los objetivos que son necesario para realizar el PFC e ir adelantando poco a poco, de tal forma que no sea tan engorroso y agobiante realizar grandes partes del trabajo en los últimos días o en los día en que se sientan con ganas de hacerlo.

Se recomienda ser consciente de que los periodistas y profesionales tienen agendas apretadas y que en ocasiones, es difícil contactar con ellos, por lo que tener esto en cuenta y administrar bien el tiempo es importante.

A la hora de trabajar con los entrevistados, es importante que se tenga el tema bien estudiado y tener bases con las que hablar y preguntar, es bueno tener unas especie de preguntas base para toda persona que se vaya a entrevistar, sin embargo, es aún más importante escuchar las respuestas de los entrevistados para así realizar preguntas personalizadas para cada profesional, con el objetivo de poder conseguir la mayor información posible.

Luego de las entrevistas, llega el momento de administrar, condensar y traducir la información. Para este paso se recomienda, al escuchar las entrevistas, anotar en papel o en un Google Doc, toda la información que sea de interés para el reportaje, ya sea, datos, respuestas, citas, etc. Es importante también que se anote el minuto de la entrevista en el que se dijo la información, para así, luego, cuando se tenga que sacar el material audiovisual, no se tenga que ver y escuchar todo el material para sacar la parte que realmente es importante.

En el mismo Google Doc mencionado anteriormente, se puede clasificar la información por temáticas, así, como con la recomendación anterior, se ahorrará mucho tiempo a la hora de montar y redactar el reportaje.

Si el PFC a realizar es un reportaje informativo, es de vital importancia que se entienda que no se debe opinar, adjetivar, o realizar juicios. Se entiende que al escoger un tema que apasione al alumno, este paso puede ser complicado, por esta misma razón es importante comprender esto lo antes posible para evitar errores sustanciales con el trabajo ya muy encaminado.

En cuanto a la multimedialidad, toma de videos, fotos y audio, se recomienda que se le dedique tiempo a esto para organizarlo muy bien, imaginarse el trabajo e incluso, si se puede, guionizar las fotos y videos que se tomarán. Esto con el objetivo de obtener la mayor cantidad de material audiovisual que sirva y que acompañe correctamente al reportaje, para que a la hora de montar este en la página web, sea todo mucho más sencillo y quede un trabajo más completo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Almirón, N. (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder. Revista Latina de Comunicación Social. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1324>

Baumann, H. (2022, junio). Aprende qué es Google Sites y cómo funciona, la forma más fácil de hacer un sitio web. Crehana.com. <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/que-es-google-sites/>

Betancur, J. (2011, febrero). Tipología de géneros periodísticos. Slideshare.net. <https://es.slideshare.net/Juangobeta/tipologia-de-generos-periodisticos>

Camús, J. (junio de 2012). El Rol del periodista en Internet. [Archivo PDF]. www.usando.info/docs/ensayo/pedal.pdf

Castillo, M. (2016). La veracidad de la información expuesta en las redes sociales. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6148884>

ColorHexa. (s/f). #0b6623 hex color. ColorHexa. <https://www.colorhexa.com/0b6623>

Flores, J y Morán, J. Universidad de San Martín de Porres. Rodríguez, J. Universidad Tecnológica de Perú. (2009). Las Redes Sociales. [Archivo PDF]. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23969w/Redes_sociales.pdf

González, G. (s/f). La vieja y querida pirámide invertida. Periodismoenlared.blogspot.com. <https://e-periodismoenlared.blogspot.com/2015/08/la-vieja-y-querida-piramide-invertida.html>

González, R. (2008, septiembre). La evolución del fútbol. Efdeportes.com. <https://www.efdeportes.com/efd124/la-evolucion-del-futbol.htm>

Google Fonts. (s/f). EB Garamond. Google Fonts.
<https://fonts.google.com/specimen/EB+Garamond/about?query=eb+ga>

García, M. (2022, junio). La forma de consumir deporte está cambiando. Marca.
<https://www.marca.com/primera-plana/2022/06/05/629481ed268e3ee1118b4589.html>

Herrera, H. (2012). Las redes sociales, una nueva herramienta de difusión. [ArchivoPDF].
<https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Marrero Santana, Lilliam. (2008). El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Revista Latina de Comunicación Social.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81912006029>

Martínez, M. (2012). Teoría del periodismo. Red Tercer Milenio.
https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/comunicacion/Teoria_del_periodismo.pdf

Mellado, C. y Sherman, A. (2015). Estudiantes de periodismo en Chile: percepción sobre la profesión, su futuro laboral y el desempeño de los medios. [Archivo PDF].
http://www.periodismoucv.cl/wp-content/uploads/2015/08/Informe-FINAL_Estudiantes-de-Periodismo-en-Chile.pdf

Mulinda, N. Niasse, A. (2022, julio 29). Gen Z Uses TikTok like Google Upsetting the Old Internet Order. Bloomberg.com. Recuperado el 11 de noviembre de 2023, de
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-07-29/gen-z-uses-tiktok-like-google-upsetting-the-old-internet-order>

Panea, J. M. (2019, abril 29). La era de la inmediatez. LinkedIn.com.
<https://es.linkedin.com/pulse/la-era-de-inmediatez-javier-medina-panea>

Pérez, P. (2016, abril). El periodismo en la era digital. El País.
https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html

Porto, J. Merino, M. (2021, diciembre) Periodismo - Qué es, definición, orígenes y tipos. Disponible en <https://definicion.de/periodismo/>

Real Academia Española. (s.f.). Hipertexto. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://dle.rae.es/hipertexto?m=form>

Real Academia Española. (s.f.). Multimedia. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 29 de mayo de 2024, de <https://dle.rae.es/multimedia?m=form>

Rincón, L. Cano, A. (2016, octubre). Periodismo deportivo. El fútbol es el rey. [Archivo PDF]. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6000182>

Rodriguez, V. (2022, febrero). Tipos de periodismo: clasificación, funciones y ejemplos de todas las ramas del periodismo. Cinconoticias.com. <https://www.cinconoticias.com/tipos-de-periodismo/>

Romero, M. (2022, abril). Reflexiones sobre periodismo deportivo. Capítulo 3. Las redes sociales como el nuevo mercado para el periodismo deportivo. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dCb2EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=origen+del+periodismo+deportivo+&ots=GH3hRiKe96&sig=ECyy8POg9c3jRx-HzPblkln6JTk#v=onepage&q=origen%20del%20periodismo%20deportivo&f=false>

Ruíz, E. (2013). El periodismo digital: la revolución de los contenidos. Studocu.com. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81912006029>

Salaverría, R. (2001). Aproximaciones al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. Estudios sobre el mensaje periodístico. Universidad de Navarra. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/5068>

Salaverría, R. (2004). Prensa/Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. Revista Latinoamericana de Comunicación “Chasqui”. [Archivo PDF]. <https://www.redalyc.org/pdf/160/16008606.pdf>

Sánchez Sánchez, D, A. (2007). El Periodismo Digital, una nueva etapa del periodismo moderno. Revista La Sallista de Investigación. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69540110>

(s/a). (2023, agosto). ¿Cómo se clasifican los géneros periodísticos?. INENKA Business School. https://escuelainenka.com/como-clasificar-generos-periodisticos/#Reportaje_interpretativo

(s/a). (2022. abril). Periodismo deportivo. Historia. estudiarperiodismoonline. <https://estudiarperiodismoonline.com/periodismo-deportivo/>

(s/a). (2020, mayo). ¿Qué hace un periodista deportivo? Todas las funciones de la profesión de moda. EAE. <https://www.eae.es/actualidad/noticias/que-hace-un-periodista-deportivo-todas-las-funciones-de-la-profesion-de-moda>

Tapia Flores, A. Hernandez Mendo, A. (2010, septiembre). Fútbol: concepto e investigación. Efdeportes.com. <https://www.efdeportes.com/efd148/futbol-concepto-e-investigacion.htm>

Torrijos, J, L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. [Archivo PDF]. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/68618>

Torrijos, J, L. (2013 junio). Falta de objetividad y mal uso del lenguaje, pecados del periodismo deportivo. [Entrevistado por Red Ética]. <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/entrevistas/falta-de-objetividad-y-mal-uso-del-lenguaje-pecados-del-periodismo>

Unkuch, M y Tenelema, N. (2022, abril). Reflexiones sobre periodismo deportivo. Capítulo 1, periodismo deportivo, una revisión histórica. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dCb2EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&q=origen+del+periodismo+deportivo+&ots=GH3hRiKe96&sig=ECyy8POg9c3jRx-HzPblkln6JTk#v=onepage&q=origen%20del%20periodismo%20deportivo&f=false>

Villanueva, P. (2023, enero). Ránking de los deportes más vistos y seguidos en el mundo. El desmarque. https://www.eldesmarque.com/otros-deportes/20230130/deportes-mas-vistos-seguidos-mundo-g00g_21598172.html