

RIF: J 30647247-9



**Universidad
Monteávila**

República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Escuela de Comunicación Social

**REPORTAJE MULTIMEDIA: USO DEL TWITTER COMO
HERRAMIENTA DENTRO DEL PERIODISMO DEPORTIVO
VENEZOLANO**

Proyecto Final de Carrera presentado para optar al título de Licenciado en
Comunicación Social

Autores:

Aumaitre, Ricardo
Liñares, Guillermo

Tutora:

Lessmann, Isabel

Caracas, marzo de 2019

Dedicatoria

Primeramente, dedicar este trabajo a Dios, por permitirnos tener salud para poder llevar a cabo lo que durante tantos meses ideamos. De igual manera, a nuestros padres por confiar en nosotros e invertir en nuestra educación universitaria y por su paciencia; y finalmente a todos los periodistas deportivos venezolanos que día a día realizan una encomiable labor para llevar la información a los usuarios a través del Twitter y a través de los medios de comunicación tradicionales.

Venezuela cuenta con una camada de profesionales de la comunicación que diariamente conviven con un contexto difícil, siendo amenazados por un conflicto político que lleva años aquejando al país: pero que, a pesar de todo ello, tienen el suficiente profesionalismo y la ética para superar los obstáculos y cumplir con los parámetros que dictan la profesión periodística. A ellos va dedicado especialmente este proyecto final de carrera.

Qué viva la libertad de expresión.

Agradecimientos

Queremos agradecer a nuestra tutora Isabel Lessmann, por guiarnos a lo largo de este proyecto, por cada consejo, cada palabra de aliento, cada gesto motivacional, por su comprensión y apoyo, por confiar en nosotros y por apostar a este trabajo. Sin su orientación no hubiese sido posible la realización de este PFC.

También queremos dedicarle esto a cada profesor de la Universidad Monteávila que nos dieron clases durante los cinco años de carrera, por ejercer en todo momento el papel de constructores de valores y principios, por su contribución a la educación, por habernos formado como profesionales, pero, ante todo, como personas.

A nuestra alma máter por abrirnos las puertas a una carrera maravillosa que nos ha permitido descubrir nuestra verdadera pasión, por su formación integral e incluyente, por contribuir al futuro del país y por su cobijo durante todo este tiempo. Siempre estaremos orgullosos de ser umaístas.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	1
CAPÍTULO I. Presentación de proyecto.....	2
1.1. Antecedentes.....	3
CAPÍTULO II Marco teórico, conceptual.....	5
2.1. El periodismo digital.....	12
2.2. El periodismo digital en Venezuela.....	15
2.3. La web.....	16
2.4. Twitter.....	16
CAPÍTULO III Estrategia.....	21
3.1. Tabla de observación.....	21
3.2. Matriz DOFA.....	26
3.3. Las entrevistas.....	30
3.4. Los entrevistados	32
CAPÍTULO IV PROPUESTA.....	36
4.1. Propuesta visual.....	37
CAPÍTULO V RESULTADOS	41
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES	42
CAPÍTULO VII RECOMENDACIONES.....	44
Referenciar.....	45
Anexos.....	47

Resumen

El presente proyecto final de carrera presenta la importancia del Twitter como una herramienta clave en la difusión del periodismo deportivo en Venezuela. Se repasan los conceptos de periodismo, periodismo deportivo y el periodismo digital para sentar las bases. Asimismo, se destaca la Web 2.0 como la plataforma digital en la que está integrada Twitter, diferenciándolo de las redes sociales tradicionales, al ser catalogado como un microblogging. Se seleccionaron en total 8 profesionales de la comunicación social que trabajan con el microblogging Twitter para hacerle un seguimiento al comportamiento que registraron en una cantidad de días determinados – 10 en total -. Luego, a través de un cuadro de observación se muestran los resultados de la investigación realizada. En dicho cuadro de observación se estudia el comportamiento de las cuentas de Twitter de los entrevistados, destacando el impacto de sus publicaciones a través de los mecanismos que miden el alcance de los mismos (retweets y favoritos) y la interacción que tienen con los usuarios al promediarse los tweets que publican con la cantidad de respuestas que obtienen. A través de las entrevistas realizadas, se muestra el patrón de conducta de los periodistas deportivos sobre la utilización que le dan a sus cuentas de Twitter, el contenido que generan en sus cuentas, la multimedialidad que emplean en ellas y si la información - sustento primordial de un periodista - que comparten es propia o compartida a través de terceros. Con esto, se pretende también mostrar la actividad que dedican y cómo la herramienta es efectiva para sus intereses. En este punto, es cuando se aplica la matriz DOFA y, bajo la experiencia de cada uno, analizar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la eficiencia de Twitter. A partir de allí, sacar las conclusiones pertinentes y dejar un resultado palpable para todos quienes disfruten de este trabajo.

Capítulo I: Presentación del proyecto

En el presente trabajo académico se revisarán los conceptos de Periodismo, Periodismo en Venezuela, Periodismo Deportivo en Venezuela, e introduciremos a la Web 2.0 y en particular al Twitter y el rol que ha ido adquiriendo en los profesionales del periodismo deportivo en Venezuela, la divulgación de informaciones por dicha vía, los contenidos multimedia que forman parte de su itinerario y cómo su papel ha sido vital para que los usuarios se mantengan al tanto de lo que sucede en el ámbito deportivo.

Este proyecto mostrará sus resultados en la modalidad de reportaje multimedia, en el que se compartirá el impacto de Twitter como recurso de trabajo de los periodistas deportivos venezolanos, el *feedback* que reciben de sus seguidores, el crecimiento de sus cuentas y lo novedoso de sus informaciones

La penetración del periodismo digital es notoria, tanto así que los profesionales de la comunicación hacen uso cada vez más frecuente de las diferentes redes sociales para darle una mayor relevancia a su trabajo, ampliar el impacto que tienen sus informaciones y contenidos y llegar a una mayor audiencia. Dentro del periodismo deportivo, una rama de la comunicación con muchos representantes en Venezuela, la plataforma de microblogging Twitter se ha convertido en una importante vía para hacerle llegar a los usuarios informaciones de último minuto, entrevistas, links de posts, imágenes de eventos deportivos y opiniones personales, entre otros recursos narrativos.

Twitter se ha convertido en un medio de comunicación poderoso que mantiene informada a la gente y más en el contexto en el que se encuentra Venezuela. Ya que es muy difícil obviar la desaparición de algunas emisoras de radio y el cierre de medios representativos de la prensa especializada, Aprovechar dicha herramienta para poder contar la verdad, emitir información a tiempo completo y contrastar dichos

mensajes a través de periodistas especializados en el deporte que diariamente la utilizan, ha contribuido a que el periodismo deportivo gane reputación y los actores que son protagonistas cuenten con mayor credibilidad dentro del gremio.

Este trabajo pretende elaborar una investigación que muestre el crecimiento en participación de periodistas deportivos a través de esta plataforma, que abarque las temáticas que se plantean y dejarle a la universidad un trabajo de investigación que contenga información relevante, referencial y de interés para las futuras generaciones.

Nos planteamos, por tanto:

- Evidenciar la importancia de Twitter como herramienta para la difusión de información relevante para el periodismo deportivo en Venezuela.
- Construir una matriz DOFA que dé cuenta sobre el uso de Twitter para los periodistas deportivos.
- Presentar los resultados en una página web para mostrar los resultados.

1.1 Antecedentes

El presente proyecto final de carrera tiene sus bases en trabajos previos de otros investigadores que aportaron diferentes maneras de abordar el problema que ocupa el tema central de este trabajo. Dichos antecedentes son:

“Utilización de Twitter como herramienta del periodismo colaborativo por parte del periodista de Caracas”– Autor: Eduardo Andrés Ascanio

Dicha tesis habla de Twitter como fuente directa de información en los profesionales que laboran en la capital.

Y también se toma como antecedente la tesis de Daniela Azuaje Rodríguez, Alexandra Carolina Báez y Alejandra Cristina Castro: “El uso de Twitter como herramienta informativa dentro de la facultad de la comunicación e información de la Universidad Monteávila”. Aquí, dichas autoras, se encargaron de realizar una matriz DOFA para mostrar el impacto de Twitter como herramienta de uso informativo que sirvió de ejemplo para la realización de la correspondiente matriz DOFA en este proyecto.

Capítulo II: Marco teórico y conceptual

Para efectos de este trabajo, realizamos un marco teórico que le de base a los conceptos presentados y rigor académico a los pasos realizados.

El periodismo tiene su origen en distintos sitios según lo planteado por los expertos, pero según Polanco (2009):

El periodismo tal y como hoy lo entendemos nace en Inglaterra, en el siglo XVIII. Con anterioridad a esta fecha, existieron ciertas formas de comunicación social para difundir ideales monárquicos, eran gacetas de origen francés. No será hasta 1702 cuando nazca el primer diario, el *Daily Courrant*. Hacia 1715, hay ya una gran actividad editorial, apareciendo un gran número de publicaciones de periodicidad variable. La distribución se hace por medio de pregoneros. A mediados de siglo son muchos los empresarios que, con una nueva mentalidad, reducen costos y aumentan la capacidad productiva.

En España, el desarrollo de la prensa no se producirá hasta el siglo XVIII. Se instauró como una de las vías principales por las que se propagaron las ideas ilustradas en España. Algunos de estos periódicos fueron El Diario de los Literatos de España, publicación de carácter cultural; El Diario Noticioso, Curioso, Erudito, Comercial y Político, que recogía artículos de opinión y de información económica; o El Correo de Madrid, que recogía artículos de divulgación literaria, científica, etc. Se hace énfasis en España porque los primeros diarios surgen aquí, sirviendo como base de la proyección que posteriormente tendría la prensa a nivel mundial.

En el siglo XIX se produce una auténtica revolución del periodismo a nivel mundial por los siguientes factores: avances tecnológicos, ampliación y agilización de las comunicaciones, mejora de los medios de transporte

para la distribución; reducción del analfabetismo y concentración de la población en las ciudades (Polanco 2009 p.3)

También menciona el autor que:

“En este siglo se pueden diferenciar dos bloques de contenidos en los medios: El periodismo político, caracterizada por la utilización de los medios como vehículo de transmisión de una ideología. El periodismo informativo: que evolucionará hacia la prensa de masas que hoy conocemos, y cuya finalidad inmediata es el beneficio económico”.

En España, los acontecimientos políticos conducen al periodismo hacia una prensa de confrontación. Hacia 1870 nace el periodismo informativo, de rigor. Siguen existiendo periódicos de opinión, pero la prensa dedicada esencialmente a informar tiene más éxito y alcanza mayores tiradas.

En el siglo XX, los avances tecnológicos, la informática, las telecomunicaciones y una mayor cultura hacen de la información un elemento clave para la sociedad.

El periodismo en Venezuela tiene una larga trayectoria. Hay que regresar hasta el 24 de octubre de 1808 cuando la Gaceta de Caracas publicaba su primer número, supervisados por la gobernación y la capitania general de la época. A diferencia de lo que se suele creer, la llegada de la imprenta a nuestro país no fue el detonante definitivo para que se empezara a practicar dicha profesión en la ciudad capital. Según se afirma en la Historia del Periodismo en Venezuela:

En 1808 lo que existían eran especies de pequeñas imprentas que permitieron la aparición de algunos manuscritos donde se reflejaban las informaciones de aquel año, y que, a su vez, comenzaba a despertar ese “interés por el periodismo en el país. (pág. 1)

El periodismo es la actividad que se encarga de informar, entretener y educar. Es el acto de contarle cosas a la gente, de decirles la verdad, lo que sucede al instante; es el reconocimiento al otro, el compromiso con la sociedad. Se estudia una carrera para poder tener herramientas que nos brinden las oportunidades de transmitir lo que ocurre. Asimismo, la función de entretener lo podemos ver en algunas ramas del periodismo como la farándula o el deporte, donde los profesionales de la comunicación pueden utilizar algunos recursos adicionales para acercar a la audiencia al concepto de verdad. Al ser el periodismo una profesión encargada de servir a la opinión pública, otra de sus funciones importantes es educar, ya que existe una ventaja significativa por parte de los periodistas que no tienen los ciudadanos comunes: un micrófono, una cámara de televisión, una pluma para escribir, que deben ser utilizados con conciencia, transmitir un mensaje que edifique a la gente y genere un contenido enriquecedor en cuanto a valores éticos y morales.

La lucha política de la época de la Gran Colombia también jugó un papel preponderante a la hora del surgimiento del periodismo en Venezuela. Según un artículo escrito por el blog “La historia de los medios”, cuando Venezuela decide separarse de la Gran Colombia, “obligaron nuevamente a la sustitución del órgano oficial del Gobierno y apareció así la Gaceta de Venezuela publicada en Valencia y en Caracas” (Tomado de <https://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/>). Uno puede entender esto como medida de propaganda para impulsar el nuevo gobierno que iba a instaurarse, ya que la difusión que la prensa daba durante aquellos años era fundamental para salvaguardar la buena imagen de los gobiernos, para transmitir la imagen de confianza, de trabajo y que los ciudadanos viesen cómo sus líderes empleaban todo su esfuerzo por sacar adelante al país.

Este punto encuentra su sostén con lo que manifiestan en el blog, ya que, citando textualmente, dicen: “El 24 de agosto de 1840 nace El Venezolano, vocero del partido Liberal el cual utiliza caracteres

tipográficos más llamativos que los periódicos anteriores”. Así se daría origen a los periódicos que comenzaron a circular en territorio nacional”.

Sin embargo, y dentro de lo que son los principios básicos del periodismo que lo señalan como el cuarto poder que enfrenta a los poderosos y busca la verdad y sigue unos parámetros éticos y morales muy marcados, la fuente consultada destaca lo siguiente:

“El 18 de enero de 1850 se empezó a publicar el Diario de Avisos y Semanario de las Provincias (1850-1861), fundado por Mariano de Briceño, exento de compromisos políticos y con una clara intención o carácter comercial. A este periódico corresponde la preeminencia en la historia de la prensa nacional por su calidad, amplitud y duración. Durante su existencia el periódico mantuvo una dualidad muy característica: era diario en Caracas y semanario en las provincias. En la capital se publicaba en una hoja sencilla todos los días menos los feriados y los miércoles y sábados aparecía en dos hojas cuya colección numerada era el Semanario de las Provincias”.

Una de las vertientes que tiene el periodismo, y es la que ocupa este trabajo, es la deportiva, entendida como fenómeno cultural que aglutina masas y es capaz de generar interés desde distintos estratos sociales. La Real Academia Española define al deporte como: “actividad física, ejercida como juego o competición, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas”; también, en una segunda acepción, más amplia, como “recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico, por lo común al aire libre”.

El deporte, según lo que manifiesta Cajigal (1959) y citado por Hernández Moreno (1994): “Es una diversión liberal, espontánea, desinteresada, en y por el ejercicio físico entendido como una superación propia o ajena, y más o menos sometido a reglas” (p14).

Así pues, y amparándose en lo que significa el término “deporte”, se procede a desmenuzar la profesión que se dedica a difundirla y trabajarla: el periodismo deportivo.

El periodismo deportivo en Venezuela empieza a cobrar importancia desde el año 1820 con el Correo del Orinoco, según cuenta el historiador Javier González (s.f): “Fue en 1820, con el anuncio de una carrera de caballos en la cual competía un caballo del general José Antonio Páez” – refiere. Y apunta que “es de imaginarse que, dado el fragor de la guerra de independencia, no hubo quién se ocupara de reflejar” –reseñar, diríamos ahora- “el resultado de aquella carrera”.

Javier González también añade que el primer periodista deportivo venezolano fue Emérito Argudín, quien era especialista en béisbol y se dio a conocer en el año 1902. En la nota consultada y escrita por el propio González, dice que a pesar de que Argudín fue el primer periodista deportivo del país, el primero que contó con gran reputación fue Juan Antonio Valarino, quien publicó por primera vez en 1916 en El Umpire y 32 años después se convirtió en el primer periodista criollo en darle cobertura a unos Juegos Olímpicos, los de Londres-1948, en los cuales, “tras una verdadera odisea, el ciclista trujillano Julio César León se convirtió en atleta pionero entre los venezolanos en competir en el máximo evento deportivo del planeta”.

El Diario Meridiano fue el primer periódico de circulación nacional que se dedicó a hablar de deportes exclusivamente. Su año de publicación data del 03 de noviembre de 1969 y por aquel entonces era dirigido por Carlos Rafael González, quien fungió como pionero en la circulación del mismo. Meridiano no contó con rivales en la prensa escrita deportiva hasta el año 2004, cuando sale el Diario Líder – perteneciente a la Cadena Capriles - en asociación con el Diario Marca de España y quienes desde entonces mantienen una rivalidad con el periódico perteneciente al Bloque de Armas a la hora de ser el periódico preferido de los venezolanos a la hora de estar enterados de los últimos acontecimientos en materia deportiva.

Si se traslada al ámbito de la televisión y de la radio, cabe destacar que Venezolana de Televisión fue durante muchos años el canal que transmitía los principales eventos nacionales e internacionales, tales como el Mundial de Fútbol y los Juegos Olímpicos. Era común observar como en las transmisiones televisivas por la pantalla de VTV hacían dupla Tury Agüero y Pedro Zárraga, quienes por lo general eran el equipo de narrador y comentarista pautado para dichos eventos. Posteriormente vinieron demás canales como es el caso de Meridiano Televisión – apareciendo en la pantalla de todos los venezolanos en 1997 – y RCTV, quienes antes también transmitían eventos deportivos, pero tuvo su auge con el “boom Vinotinto” empezando el siglo 21 con las narraciones comandadas por Jesús Eduardo Acosta y comentarios de Francisco Blavia.

El periodismo deportivo venezolano se ha ganado en los últimos años una internacionalización importante. Cuando antes no era frecuente ver a periodistas deportivos de este país en el exterior, hoy es distinto. Tal es el caso de las cadenas televisivas ESPN, Telemundo Deportes, Univisión Deportes o DIRECTV Sports, donde es frecuente ver a periodistas deportivos venezolanos como lo son el caso de Carolina Guillén - quien además fue la primera mujer periodista deportivo que incursionó en ESPN, en el año 2004 -, Carolina Padrón, Carlos Mauricio Ramírez, Erasmo Provenza, Alex Candal, Fernando Petrocelli, Richard Méndez, Tony Cherchi, Luis Alfredo Álvarez, Fernando Álvarez y Milena Gimón, entre otros. Esto también ha ayudado a que jóvenes que empiezan a incursionar en el mundo del periodismo deportivo puedan disponer de muchas más oportunidades en el ámbito nacional según lo que se desprende de las declaraciones del periodista Carlos Domingues, en un artículo publicado por la página web “El Estímulo”, el 25/07/2017, ya que las vacantes son amplias y pueden tener un espacio de trabajo en una redacción web, una columna en un periódico, un programa de radio – ya sea como productores o locutores – y dentro de un canal de televisión.

Domingues también dijo que: “En la televisión, la brecha se cierra y las pantallas que ofrecen deportes son cada vez menos. La exposición mediática en los monitores como sustento de vida es solo en contados casos”.

El autor sigue su exposición diciendo que: “así, el espacio de crecimiento es mínimo. Las oportunidades son menores y la formación del periodista deportivo se hace a semejanza de lo que llega por las cadenas internacionales, donde las oportunidades para el talento criollo han sido bien aprovechadas”.

Sigue el autor expresando la diáspora con nombres propios, como por ejemplo: “Fernando Arreaza, Edgardo Broner, Daniel Chapela, Bruno Gómez, Jean Paul Daolio, Michele Giannone, Carlos Mauricio Ramírez, Francisco Blavia, Walter Roque, Fernando Petrocelli, Richard Méndez, Maximiliano Cordaro, Erasmo Provenza, Milena Gimón, Carlos Daniel Avilán, Alejandro Álvarez Camino, Pablo García, Federico Rojas, Gilberto González y Meche Celta, por solo hacer mención a los que se abrieron paso en las tres últimas décadas” A esa lista que menciona, hay que añadirle que otros de menos renombre también se han unido buscando nuevas oportunidades, con el fin de incursionar desde cero pero con el aliciente de sentirse valorados y con oportunidades de trascender en el medio, ya en un ámbito internacional.

Se entiende, también que los periodistas jóvenes tienen mayores oportunidades en los medios y que, debido a la diáspora, pueden ocupar puestos que antes no esperaban ocupar por la jerarquía presente en los medios de comunicación.

Por otra parte, el autor John R. Hitchcock (1993) en su libro “Periodismo Deportivo: técnicas básicas para el manejo de la información deportiva en radio y televisión”, plantea que los profesionales que se dedican a ejercer el periodismo deportivo, deben tener una “preparación adecuada para actuar en los distintos ámbitos en los que se desempeñen en la misma”. Y

hace énfasis en que “por tratarse de un oficio muy atractivo, la competencia para el número de plazas disponibles es muy limitado”.

Hitchcock (1993) dice que no es posible asir el micrófono y comenzar a hablar, que es necesario prepararse emocional, mental y físicamente para proyectar seguridad a la audiencia. Además, puede ser “fatigante físicamente tener que transmitir un juego si se está cansado, si no se siente bien, o si las instalaciones donde hay que trabajar no son óptimas”. Esto está englobado dentro de lo que es la preparación previa para los periodistas deportivos, ya que, si trabajan en medios audiovisuales como la radio o la televisión, les es menester tener la seguridad necesaria para transmitirle a la audiencia la sensación de confianza y certeza de lo que se está diciendo, especialmente en televisión, donde la imagen tiene todavía un impacto mayor en la audiencia. El lenguaje corporal transmite mucho: los movimientos con las manos, los gestos con los ojos, la postura, el hecho de gaguear o titubear al leer el *teleprompter* (si lo hay). Por eso dominarlo es esencial para poder tener éxito a la hora de estar en esa situación.

Durante las temporadas deportivas, muchas estaciones de radio y televisión emiten regularmente programas donde los entrenadores asisten al estudio y hablan acerca de los partidos y del campeonato, usualmente esto se cumple hoy en día cuando vemos a especialistas emitir opiniones en casetas de transmisión. Esto sucede en los estadios y en los estudios. El motivo principal es conocer la opinión de un experto que jugase dicha disciplina para así tener si se quiere un “estatus mayor” comparado a otras competencias.

2.1. El periodismo digital

El periodismo digital, según indica Sánchez (2007) tiene su origen en la aparición de los diarios digitales.

“Con la aparición de los diarios online comenzó a hablarse del concepto de periodismo digital como una nueva forma de hacer periodismo. Sin

embargo, si se hace una revisión de la denominada Teoría Periodística, se advierte que sólo se trata del retorno a la génesis del periodismo que habla de la obligación del periodista de investigar, escribir en forma clara y breve, contextualizar y manejar múltiples fuentes para presentar todas las caras de la moneda. En síntesis, y atendiendo la clasificación de José Luis Martínez Albertos, podríamos estar hablando de una cuarta etapa del periodismo moderno: la del periodismo global”. (Vol.4, nro. 1)

Cuando menciona al periodismo moderno y todo lo que eso conlleva, es fundamental también mencionar que una de las principales características del periodismo digital la hipertextualidad. Y siguiendo en la línea de lo que manifiesta Sánchez (2007):

Es el enlace que permite al lector navegar por diferentes rincones de la página e, incluso, por múltiples páginas. El hipertexto se advierte como el elemento sustancial del periodismo en Red, toda vez que, a través de él, el lector tiene la posibilidad de profundizar en el tema hasta donde prefiera. “El enlace hipertextual a terceras páginas permite ampliar, aclarar o relacionar cualquier información, bien mediante nuevos textos o bien mediante recursos infográficos (mapas, recreaciones virtuales...) o audiovisuales (declaraciones, videos...) (Vol1, pág. 68)

Vale la pena acotar que un reportaje multimedia tiene su fuente de explotación en el periodismo tradicional, pero con la aparición del internet se ha ido diversificando y ampliadas sus características; tales como la hipertextualidad mencionada a continuación o, la interactividad.

Según lo menciona Marrero Santana (2008), el reportaje multimedia “constituye otra de las modalidades que aprovecha estos recursos comunicativos y se renueva a partir de su incorporación. El largo recorrido por los medios tradicionales, desde la letra impresa de los periódicos hasta la radio y luego, a la televisión, le han permitido al género maestro

mantenerse como uno de los más queridos y respetados por periodistas, lectores, radioescuchas y televidentes”.

En el reportaje multimedia que se emplea en este trabajo, se destacan esas características, ya que la idea es suministrar la mayor facilidad a todos quienes deseen visualizarlo de una manera cómoda y efectiva, enlazando los distintos puntos que se conectan entre sí y procurando tener un acceso rápido al material que allí se encuentra.

Según indica Sánchez (2007), la comunicación halla una base muy interesante en el periodismo digital. Y es que si el Twitter es una herramienta que informa y permite interactividad – segunda característica del periodismo digital - entre los usuarios, el periodismo digital va en esa misma línea. Se destaca lo siguiente en el texto:

Si bien el periodismo digital rompe con la linealidad y permite la retroalimentación y la participación de los lectores, no estamos hablando de otra cosa que no sea comunicación, pues es bien sabido es que para que el proceso se cumpla a cabalidad es necesaria la respuesta del perceptor (Vol. 1, pág. 69).

La multimedialidad es otro punto importante de lo que se comprende como reportaje multimedia. Siguiendo en la línea de lo que apunta Marrero Santana (2008), hay que destacar que “la multimedialidad provoca la coexistencia de los códigos específicos de la prensa, la radio y la televisión en un mismo soporte y le otorga al reportaje una mayor complejidad formal y un renovado alcance expresivo”, lo que viene a interpretarse como la manera en la que los mensajes que se publican adquieren una dimensión más importante, ya que la contundencia de lo que se publica tiene más alcance si poseen elementos multimedia que complementen la esencia del contenido.

La retroalimentación es clave en el periodismo digital, y en Twitter también. Por eso es que cobra una mayor relevancia el énfasis que hace

el autor en ello y, en consecuencia, una marca que caracteriza también al Twitter como herramienta de ese uso que le dan los miembros que trabajan dentro del periodismo digital.

2.2. El periodismo digital en Venezuela

El periodismo digital en Venezuela ha ido ganando un auge importante en los últimos años. Y es que debido a la ya mencionada crisis con los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) los medios alternativos que han ido ganando un terreno considerable.

Revisando un texto que redactaron Carrasco y Naranjo (2017), expresan que:

El Internet, la construcción de redes y los nuevos canales de información e interacción, se hacen presentes cada vez con mayor fuerza y amplitud en nuestras sociedades. Esta tendencia responde al fenómeno creciente de la globalización, marcada por el uso de las nuevas tecnologías de información.

En Venezuela esta realidad no ha sido una excepción, primero porque forma parte de la globalidad de ese mundo interconectado que tiene entre sus principales motivaciones estar enterado de lo que pasa en cada rincón y, segundo, porque en medio de una época de profundos cambios políticos, sociales y económicos, el país se ha enfrentado a la consolidación de la llamada “hegemonía comunicacional” propiciada por el Estado que, según Delgado (2015), se ha expresado claramente a través de la compra de medios independientes por parte del gobierno y el manejo arbitrario de las concesiones de emisoras de radio. Ante esto, el autor citado advierte que se ha destacado el crecimiento en el uso de Internet y redes sociales en el país:

En 2015, la penetración de Internet supera 52 % de la población según datos oficiales; con intensidad y variedad de uso en muchos

casos por encima del promedio latinoamericano, con fuerte penetración en sectores populares, en hogares y a través de dispositivos móviles (principalmente *Smartphone*).

2.3. La Web

Para entender el epicentro de este trabajo, debemos ir de lo más general a lo más específico y para entender a la red social Twitter y su uso para el periodismo deportivo digital, se debe explicar primero qué es la Web.

Según el libro *La Historia del internet*, una red informática es un conjunto de dispositivos interconectados entre sí a través de un medio, que intercambian información y comparten recursos. Los orígenes del internet se remontan a finales de los años 60, cuando el gobierno americano se dio cuenta de que las señales de radio eran fácilmente interceptadas y comenzaron a buscar herramientas alternas para mejorar las comunicaciones.

Si bien, el nacimiento del internet tiene más de cincuenta años, el proceso por el que tuvo que pasar para convertirse en el fenómeno mundial que actualmente es fue largo y complejo, principalmente porque no era una plataforma interactiva.

2.4. Twitter

Cuando hablamos del *microblogging* Twitter, debemos mencionar que está enmarcado dentro de lo que es la Web 2.0. En los tiempos que corren, los medios tradicionales han visto cómo las plataformas de la web 2.0 han suplantado en inmediatez, difusión, contraste y alcance el impacto informativo que en su día tuvieron medios tradicionales como la radio, la televisión o la prensa escrita. Allí está Twitter, que por esencia es utilizado por los millones de usuarios para manifestar opiniones, emitir juicios, y publicar informaciones.

La Web 2.0 es, “una serie de aplicaciones y páginas de Internet que proporcionan servicios interactivos en red dando al usuario el control de sus datos”.

Ese contenido del que hablan las definiciones es suministrado por internet, fuente inagotable de información, de imágenes, vídeos, que son ampliamente aprovechados por las plataformas de la web 2.0 y que sirven para que hoy en día sea prácticamente imposible no estar enterado de todo el acontecer nacional e internacional.

Twitter es una red de *microblogging*, creada por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone y Noah Glass en marzo del 2006, y quienes en junio de ese mismo año lanzaron la plataforma al mercado. Cuenta actualmente con 280 caracteres como tuits. Es de acceso gratuito y según el Instituto Internacional Español de Marketing Digital: “Se puede acceder a través de una interfaz web, de SMS o de una aplicación de dispositivo móvil. La sede principal de Twitter se encuentra en San Francisco y también tiene más de 25 oficinas distribuidas por el mundo”.

Cuando dentro de la definición se menciona una “serie de aplicaciones” queda claro que Twitter entraría en ello, ya que su función también radica en la interacción entre los usuarios, se establece un feedback, y se establecen debates entre los propios usuarios. Recordemos que Twitter tiene sus propias reglas, políticas de privacidad y capacidad de reportar a un usuario si sus escritos dañan a alguien moralmente, entre otras.

Enfocándonos ahora en las aplicaciones que sirven de plataformas para la Web 2.0, hallamos que los blogs, los sitios webs, las galerías, los foros y las redes sociales son los mediadores para que todo aquel que desee ingresar en este mundo, pueda publicar su contenido. En el caso de los blogs permite la libertad de extenderse con artículos, reportajes, fotografías, hipervínculos, vídeos que le otorga mucho más dinamismo y comodidad al lector. Parecido a los sitios webs, solo que estos en su gran mayoría son asociados a medios que imponen una línea de trabajo y

requisitos que los periodistas deben seguir. En las galerías imperan las imágenes, que por lo general suelen producir una repercusión mayor por ser estéticamente más atractivas. En los foros la interacción es mayor porque se reúne una comunidad de personas bastante amplias y entre todos comparten posturas sobre algún tema determinado; y en las redes sociales eso se ve en una proporción todavía mayor.

Calameo afirma que “no es la herramienta sino el usuario el que marca el ritmo”.

Twitter tiene fines informativos y de entretenimiento. Los contenidos multimedia que ofrece dicho microblogging hacen de su funcionamiento algo más dinámico.

Según el periodista deportivo Wilder Delgado - conductor del programa “Extraining” transmitido por Meridiano Televisión -, en una conferencia impartida en Caracas el 8 de noviembre de 2018 con motivo del segundo taller de Periodismo Deportivo impartido por los amigos de “Más Deporte, Menos Violencia”, y en su ponencia sobre el lenguaje en las redes sociales manifestó que:

En Twitter, que tiene una función mayormente informativa, la repercusión de los tweets es mayor cuando van acompañados de una imagen o un GIF a que cuando no van acompañados de ellos. Y muchas veces el mensaje que emitimos sin ese contenido multimedia es mucho más importante. Pero, el ojo humano tiene una característica peculiar y es que se entretiene más cuando ve una imagen. Reaccionamos instintivamente y ordena el cerebro una serie de impulsos que hacen que nos detengamos a ver la gráfica. Por eso es que los contenidos multimedia enriquecen la labor de nosotros los periodistas cuando emitimos una información por dicho medio. Hace que lleguemos a más gente.

Twitter trajo consigo que cada uno de nosotros pudiésemos estar más cerca de la información. No solamente Twitter tiene el poder de hacerlo,

sino que todas las plataformas que forman parte de ello tienen la facultad de poder brindarle a los usuarios la posibilidad de poder informar sobre algún hecho desde el lugar en el que estén. Las aristas son obvias claro está, porque los profesionales de la comunicación tienen una preparación mucho mayor, pero ahora en el mundo en el que vivimos el acceso a la información es mucho más fácil. Y ahí es donde se destaca el impacto de la Web 2.0. por acercar las herramientas a las personas y, además, también poder denunciar aquellas cosas en las que se considere que existen irregularidades.

Twitter ha causado que la jerarquía que podían tener medios tradicionales como la prensa, la radio o la televisión haya disminuido porque ya no hace falta que se sigan dichas herramientas para enterarse de las cosas. La adaptación es fundamental para sobrevivir, y es por ello que algunas revistas digitales y periódicos hayan suplantado a los ya mencionados medios de toda la vida para poder ganar en inmediatez y no tener que esperar hasta el día siguiente para que los lectores, radioescuchas o televidentes se enteren de los principales acontecimientos. De hecho, han desaparecido medios tradicionales por algunas presiones gubernamentales, donde existen motivos que van desde la falta de divisas para comprar papel; como lo es el caso del periódico El Nacional, que dejó de circular en diciembre de 2018 por dichos motivos según las palabras recogidas de su presidente editor Miguel Enrique Otero al portal Efecto Cocuyo: “Han logrado silenciar la radio y la televisión y han hecho desaparecer a los medios impresos independientes, convirtiéndolos en plataformas web. Nosotros éramos el último periódico nacional que mantenía la edición impresa”. (13-12-2019).

Por la gran cantidad de usuarios, la herramienta ha adquirido una gran capacidad de difundir informaciones que adquieren un alcance inusitado, y, además, cuando la información es relevante y es oportuna (con esto se entiende cuando una información cumple con ese vacío que estaba patente hasta entonces y es esperada por los usuarios) genera que el periodista que la emite gane mayor credibilidad y notoriedad. Esa es una

de las fuerzas de las redes sociales, pues acerca a los profesionales a la gente, le abre las puertas a poder intercambiar opiniones, pareceres, e incluso conocer de parte de muchos usuarios, datos que aportan y enriquecen tu información. Es una retroalimentación constante que hace de este microblogging, uno de los más ricos en cuanto a contacto interpersonal.

Durante la utilización de Twitter, también entra en juego un tema de ética y moral importante. Así como la credibilidad se puede construir (y es el fin que todo periodista debería proponerse), también se puede destruir si lo que se difunde no es cierto. A veces, el riesgo de una red social o de un microblogging, es que precisamente por el gran flujo de rumores o de noticias *fakes*, se puede caer en el error de repetirlo sin contrastarlo. Cuando eso sucede se corre un riesgo muy importante, ya que, así como puede salir bien y resultar cierto lo que en principio se publica, también puede salir mal si al final de todo es errado. La gente es implacable y siempre va a colocar en tela de juicio el trabajo que realizas, por lo que las expectativas siempre van a ser altas y lo que esperan es un trabajo de calidad y acorde a la ética periodística.

El autor del libro “Periodismo Deportivo”, John Hitchcock, da una serie de directrices que son muy útiles para los periodistas noveles que desean inmiscuirse en un negocio donde los detalles cuentan mucho, y además, estos factores sirven de guía para que incluso aquellos fanáticos que son asiduos de programas de televisión o de radio deportivos puedan hacerse una idea de cuan compleja es la preparación que se debe tener a la hora de salir al aire, ya que algunos creen que la hoja de ruta a seguir es muy tomada a la ligera y creen (lo decimos por experiencia propia porque hemos tenido episodios con gente que piensa así en Twitter sobre los profesionales que diariamente ejercen en los medios) que no se rigen bajo ciertos parámetros.

Capítulo III: Estrategia

El presente trabajo ameritó de varios criterios de organización y planificación. El primero fue el relativo a la manera de llevar a cabo el proyecto. Para ello: se realizaron distintas entrevistas a periodistas deportivos que plasmaron su opinión sobre la utilización de Twitter, se concluyeron una serie de resultados a raíz de la actividad que tuvieron en su cuenta durante 10 días, se plasmaron en mini bios su curriculum, se seleccionó a la plataforma Wix para realizar la página web y publicar aquí cada una de las entrevistas íntegras, así como el material audiovisual que sirve de sustento al trabajo realizado y demás componentes que allí se observan (vídeos, imágenes y audios con repuestas íntegras tomadas de las entrevistas como parte del material multimedia del que se caracteriza este proyecto.

3.1. Tabla de observación

Como parte de la estrategia, se decidió hacer una observación de las cuentas de Twitter de las personas entrevistadas para evidenciar, de manera más objetiva, la manera en la que usan la herramienta. A continuación, presentamos la tabla resultante:

Se analiza el promedio de Retweets y Favoritos que reciben de parte de sus seguidores.

La credibilidad es fundamental para que el contenido que allí se genera sea seguido y difundido por los usuarios. Es por eso, que a partir de esta tabla se quiere mostrar las cuentas de los periodistas deportivos venezolanos y su comportamiento a los que se entrevistaron para la realización de este proyecto, y que, a partir de un período de observación entre el 30 de enero al 10 de febrero del 2019, se recojan datos sobre su actividad en la cuenta.

Periodistas	Cuenta de Twitter y seguidores	Promedio de RT'S (Retweets)	Promedio de Favos (Favoritos)	Promedio de respuestas	Comportamiento del 30/01 al 09/02	Total de Retweets, Likes y respuestas
Eduardo Pino	@eduardo pino18 (9300 seguidores)	3 fue el promedio de Rt's de Eduardo, analizando los partidos de la Vinotinto, del Barça y de la Serie del Caribe para ese día	8 fue el promedio de favoritos que recibió Eduardo en su cuenta, coincidiendo cuando habla de la Vinotinto Sub 20 y del FC Barcelona	Eduardo vio cómo cada tweet suyo recibió una respuesta de 3 usuarios en dicha fecha	Eduardo registró un total de 65 tweets entre el lapso que va del 30 de enero del presente año al 09/02	8 fue el promedio total de Retweets que tuvo Eduardo en esos 10 días, mientras que vio cómo sus likes llegaron a promediar 25 durante el lapso estipulado, y sus respuestas un total de 5
Gaby Dagnino	@GabyDagninoS (9200 seguidores)	Gaby recibió para la fecha 10-02-2019 un promedio de 30 RT'S cuando dispuso su cuenta a analizar	117 fue el promedio de favoritos que obtuvo Gaby hablando de la eliminación de la Vinotinto Sub20	Gaby recibió una interacción de 23 personas para los tweets que publicó ese día	Gaby redactó un total de 15 tweets en el lapso de tiempo establecido	El promedio de Gaby fue de 38, registró 171 favoritos en esos 11 días y además tuvo 9 respuestas de promedio
Marcos Grunfeld	@bvenezolano (32.600 seguidores)	Marcos recibió por un promedio de 43 retweets, hablando del desenlace de la Serie del Caribe y un inciso: ya que también habló de la	Dicho día, Marcos Grunfeld obtuvo 90 favoritos de promedio ese día.	Marcos Grunfeld recibió en promedio 7 respuestas, una cantidad considerable al redactar pocos tweets ese día	40 fueron los tweets que publicó entre el 30/01 y 10/02 en su cuenta Marcos	Marcos obtuvo 6 retweets en promedio total en ese lapso de 10 días, además acumuló 12 likes de promedio y 7 respuestas

		<p>polémica surgida en torno a la periodista española que vino a Venezuela por esos días para tratar de mostrar una realidad que no existe</p>				
<p>Jesús López</p>	<p>@jesuslopez23 (7600 seguidores)</p>	<p>5 fue el promedio de RT's que recibió Jesús ese día, hablando del partido de la Vinotinto Sub20 ante Ecuador y el Clásico del Futve entre Caracas y Deportivo Táchira</p>	<p>Mientras que 10 fueron los favoritos que recibió para esa fecha</p>	<p>Jesús López interactuó en promedio con 5 personas para el 10-02</p>	<p>Jesús, por su parte, escribió 72 tweets en ese interín de tiempo comprendido entre el 30/01 y el 09/02</p>	<p>Jesús López registró un total de 11 retweets en promedio, junto a un total de 8 likes en ese interín de tiempo y un total de respuestas de 8</p>
<p>Humberto Acosta</p>	<p>@tripleplayha (7000 seguidores)</p>	<p>Humberto por lo general tiene poco uso de su cuenta, y ese día solo empleó un tweet en donde recibió un retweet</p>	<p>Por el contrario, tuvo 3 favoritos para el 10-02-2019</p>	<p>Humberto Acosta no interactuó con ningún usuario en dicho día</p>	<p>En total, Humberto redactó 13 tweets en ese tiempo</p>	<p>Dejó un promedio de 7 Retweets, con 15 likes de promedio total y una respuesta por sus tweets</p>
<p>Andriw Sánchez Ruiz</p>	<p>@AnSánchezRuiz (3500 seguidores)</p>	<p>Andriw de por sí, se dedica a dar más Retweets él que a redactarlos. Sobre todo</p>	<p>De igual forma, al no redactar muchos tweets no recibe una</p>	<p>Al darle Retweet a una nota que escribió ese día, Andriw recibió la</p>	<p>Andriw publicó 5 tweets en ese tiempo</p>	<p>Su promedio fue de un retweet, con 3 likes en general y un total de 2</p>

		a los artículos que escribe para la página Béisbol Play, donde es redactor	cantidad alta de favoritos. Solo a los artículos que él escribe para Béisbol Play	interacción de 2 usuarios		respuestas
Alberto Gardeázabal	@albertoGarde3 (2000 seguidores)	Alberto tuvo un promedio de 4 Retweets dicho día	2 fueron los favoritos que recibió Alberto para esa fecha en su cuenta de Twitter	Alberto interactuó con 2 personas en dicha fecha	Alberto solo publicó un tweet en ese tiempo	Dejó un retweet, 5 likes y 2 respuestas
Daniel Prado	@danielpradoAS (700 seguidores)	Daniel obtuvo 6 retweets de promedio, analizando la eliminación de la Vinotinto Sub20 en sus posibilidades de asistir al Mundial Sub20	Sus favoritos fueron de 20 en promedio	Por su parte, Daniel vio cómo su cuenta recibía las respuestas de 7 usuarios que opinaron sobre sus publicaciones acerca la eliminación de la selección venezolana	Daniel publicó 13 tweets en el lapso del tiempo del 30/01 al 09/02	Dejó un promedio de 30 retweets en esos 11 días, con 58 likes en promedio y respuestas totales en 17

En la tabla se puede percibir cómo hay variaciones con respecto a la cantidad de retweets recibidos y favoritos. Por ejemplo: Gaby Dagnino tiene una cantidad alta de favoritos, y de interacciones (de hecho, es la entrevistada que mayor número de respuestas posee a sus tweets); mientras que alguien como Marcos Grunfeld tuvo una interacción alta con sus seguidores, a pesar de que ese día 10 de febrero del 2019 no tuvo una alta dosis de participación en su cuenta y también vale la pena acotar que en muchos de ellos no hablan estrictamente de deportes, sino que lo mezclan con otras temáticas de la vida cotidiana.

Según un trabajo realizado por Rost, Alejandro en “Periodismo y redes sociales: por qué y para qué”, Bianchi y Sandoval 2011, la velocidad del internet es determinante a la hora de analizar la velocidad en la que cambia todo lo que se publica. Menciona que “Todo transcurre muy rápido. Tan rápido que a veces no nos detenemos a pensarlo, y que, además, lo hace cada vez más rápido”.

Esta es una característica que identifica muy bien a las plataformas que se manejan en la Web 2.0, ya que así como el periodismo vive de la inmediatez, de la instantaneidad y la rapidez con la que varían las informaciones, el internet es ese mundo que obliga a las redes sociales y a los microblogging a adaptarse a sus necesidades.

En el mismo trabajo realizado por Rost, Alejandro en “Periodismo y redes sociales: por qué y para qué”, Bianchi, Marta Pilar y Sandoval, Luis Ricardo (2011), toca el punto de la Web 2.0 con una connotación de Web social, la explica de la siguiente manera: “Estos sitios han dibujado otra geografía en la Web. Y esta transformación se ha producido a partir de la participación creciente de los usuarios y de la innovación tecnológica. Por eso surge el término Web 2.0 que intenta maniatar y congelar esta realidad en una foto y ponerles nombre a estos cambios. Como toda foto, muestra algunas cosas y deja de lado otras”. La participación proactiva de los usuarios nos señala cómo por la cercanía que tiene la gente de la información, puede refutarla directamente e incluso, ser parte de la misma.

La Web 2.0 tiene la peculiaridad de abrirle las puertas a los usuarios a un mundo tan amplio y repleto de distintas personas, que tienen distintas formas de pensar, distintas formas de expresarse, distintas formas de concebir el mundo exterior, que trae consigo las consecuencias de no siempre tener claro lo que se transmite, se desvirtúa en numerosas ocasiones, el valor real del contenido emitido y no se destaca su esencia real.

La Web 2.0 y el periodismo, van de la mano en los tiempos que corren, son compatibles, funcionan como suministradores de información inmediata. Dentro del mismo trabajo, Rost (2011) señala:

La Web es un territorio de actuación del periodismo cada vez más importante. Está ocupando un lugar central no sólo para recoger información sino para publicarla, difundirla, compartirla e interactuar a través de ella. Podemos identificar cuatro etapas en la implementación de opciones de interactividad comunicativa en los 15 o 16 años que llevamos de periodismo en Internet. No me voy a extender en esto, sólo las voy a enumerar rápidamente para poner los hechos en contexto. La primera etapa de la participación en los primeros sitios web es de presencia institucional o corporativa, donde los medios ofrecen escasas posibilidades de participación.

3.2. Matriz DOFA

Fortalezas	Oportunidades
<p>La inmediatez en la información que reciben los usuarios</p> <p>Retroalimenta las relaciones interpersonales</p> <p>El Trending Topic posiciona los temas de interés de la opinión pública y sirve de guía para saber de qué se está hablando</p>	<p>Ante el cerco mediático de censura que acosan a los medios tradicionales, es una ventana para enterarse los últimos acontecimientos a nivel nacional e internacional</p> <p>Los hilos abren una posibilidad importante a la hora de poder ahondar sobre los temas, permite mayor exposición de los mensajes</p>

<p>Enterarse de los acontecimientos más trascendentales</p> <p>Presentar argumentos sobre un tema y compartirlo de cerca con los especialistas</p>	<p>El contenido multimedia atrae los tweets ya que le otorga mayor riqueza visual y complementan los mensajes emitidos</p> <p>Acercar a los periodistas deportivos con los seguidores</p>
<p>Debilidades</p>	<p>Amenazas</p>
<p>Las formas en que se manejan las informaciones y contenidos en general a veces no es la adecuada</p> <p>La desinformación está presente</p> <p>El acoso en el microblogging está latente</p> <p>La alta exposición a la crítica de la opinión pública puede ser muy dañina para la reputación del periodista deportivo y son propensos a recibir insultos y descalificaciones</p>	<p>Aparición en el futuro de nuevas herramientas que hagan que el target que usa Twitter migre a otras plataformas</p> <p>La innovación es indispensable, y en la web 2.0 más. Por ello Twitter no queda exento de esta amenaza si no continúa en esta línea de evolución en el futuro.</p> <p>Bloqueo del gobierno actual de tener acceso a la información en Twitter</p>

Fortalezas

Twitter es un microblogging que, como hemos analizado en la tabla de observación y en la experiencia de cada uno de los entrevistados, tiene la ventaja de ofrecer la inmediatez pertinente a las informaciones, una herramienta que acerca a los usuarios a los profesionales de la comunicación, y que, dependiendo de la asiduidad con la que desarrollan sus cuentas, generen un impacto mayor o menor en el contenido que trabajan.

Además, y haciendo una reflexión de los resultados vistos después de la investigación, tiene la capacidad para retroalimentar las relaciones interpersonales. El periodismo digital acerca a los usuarios con los autores y, además, dentro del Twitter también está la ventana del “*Trending Topic*”, que es una herramienta muy valiosa al posicionar los temas de interés que quieren seguir los internautas.

De igual forma, con el cerco que existe actualmente en Venezuela con el cierre de medios de comunicación tradicionales, la opción de acudir a Twitter para enterarse de los acontecimientos más trascendentales es una bombona de oxígeno importante. Hay una organización por parte de los ciudadanos de aglutinarse alrededor del Twitter para poder suplir ese vacío de información que no pueden recibir de los medios de comunicación social de mayor tradición. Y en el ámbito del periodismo deportivo, la repercusión es mayor ya que a los venezolanos les apasiona el deporte y tienen además el añadido de contar con un conocimiento profundo que aviva los debates que se presentan en esa red social. Pueden presentar sus argumentos, y compartirlos con quienes son especialistas en la materia.

Debilidades

Por el contrario, al ser una red social que permite una comunidad ilimitada de usuarios, tiene una debilidad notoria: y es que el manejo de las formas de transmitir la información y el contenido que se genera muchas veces no es la adecuada. Ya se conoce que en el mundo del periodismo es importante contar con la responsabilidad, ética y moral suficiente para

transmitir una información en particular. Todo lo que eso acarrea lo maneja un profesional, alguien que ha adquirido en las aulas la habilidad para llevarla a cabo. Y precisamente por eso, es que la desinformación está a la orden del día cuando tanta gente tiene acceso a ella. Es cuando se cae en los rumores, en falsas informaciones, y en muchas veces, noticias infundadas con mala intención para generar falsas expectativas en lectores que permanecen ávidos de inmediatez si no se sabe cómo aplicar los métodos correctos.

Una debilidad también podríamos enmarcarla en lo que es la ignorancia en algunos casos de parte de los usuarios en interactuar con los periodistas deportivos, ya que en palabras de algunas mujeres que laboran en el gremio, algunas han recibido acoso en esta red social al resultarles atractivas a los usuarios: y de hecho si nos fijamos en la cantidad de likes que recibe una chica como Gaby Dagnino en promedio, nos podemos percatar que el número es elevado y no necesariamente se ve reflejado en la cantidad de respuestas promedio que obtiene a los mensajes que difunde en el Twitter.

Uno de los aspectos negativos que tiene la web 2.0 es que precisamente a tener acceso la gente a los contenidos que se publican en dichas plataformas, también los periodistas son propensos a recibir mayores críticas y hasta recibir insultos por los trabajos que realizan. Esto se ve mucho en Twitter, en donde por no pensar igual a la persona que publica una opinión, se le desprestigia y se pierde el respeto.

Amenazas

La Web 2.0 vive de la tecnología, es un resultado de las constantes innovaciones que han emergido a finales del siglo XX y principios del XXI; por ello no deja de ser fruto de la necesidad de renovación que caracteriza a la generación actual, y es precisamente por esto que Twitter tiene una amenaza latente y no es otra que puedan surgir nuevas herramientas que se encarguen de suplir su papel dentro del periodismo digital. Las redes sociales, además, han tenido nuevas innovaciones

dentro de sus propias plataformas, como por ejemplo en el Instagram, donde vemos como hasta existe una opción de ver televisión dentro de la misma. También el bloqueo y censura de parte del gobierno son otras amenazas latentes.

Oportunidades

Así como hablamos de la amenaza que supone que la constante necesidad de evolución genere la desaparición del microblogging como herramienta vanguardista a la hora de informar, interactuar y brindar novedad a la gente en los diversos temas que se presenten, también hay que acotar que la tecnología permite reinventar, y ahí Twitter ha ido añadiendo nuevos servicios y adaptando otros que le permiten permanecer al día según lo que requieren los tiempos modernos.

Por ejemplo, los "hilos" permiten que las ideas se fundamenten con mayor comodidad, y es una consecuencia de la imperiosa necesidad de reinvención a la que se ha sometido el Twitter, como también lo es la ampliación de caracteres para generar tweets, o herramientas como silenciar a usuarios que caigan en palabras altisonantes hacia los profesionales que hacen uso de la misma.

Twitter es un miembro importante para el periodismo digital, y como tal, siempre tendrá oportunidades de sobra que permitan a los usuarios enterarse los acontecimientos más importantes que estén ocurriendo, así como acercar a los periodistas deportivos con los seguidores.

3.3. Las Entrevistas

A efectos de conocer el uso que se le da a Twitter por parte del periodista deportivo venezolano, se tomó como muestra a 8 periodistas activos en el gremio actual, que se seleccionaron a partir de los parámetros establecidos en este proyecto con el uso diario que le dan a la herramienta Twitter, y a los cuales se les realizaron una serie de preguntas:

- 1) ¿Por qué y para qué usas Twitter?
- 2) ¿Usas Twitter para hablar estrictamente de deportes o le das un uso mixto?
- 3) ¿Enriqueces el contenido de tu cuenta con algún material multimedia o valoración personal?
- 4) ¿La información que compartes es propia o rebotada?
- 5) ¿Qué métodos empleas para generar *feedback* con tus *followers* e incluso hacer que los mismos aumenten?

Dichas preguntas fueron formuladas con el fin de obtener los resultados fundamentados en los principios de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad que busca abarcar el proyecto del reportaje multimedia.

Twitter tiene como función principal la de fomentar la interacción entre sus usuarios, permite que los twitteros puedan establecer vínculos entre sus cuentas y los contenidos multimedia que allí se ven publicados sirven para hacer más llamativos los mensajes que se emiten, el alcance es mucho más significativo y eficaz. Entiéndase multimedia como el compendio de herramientas que allí se ven reflejados: imágenes, gifs, o vídeos.

La hipertextualidad también se ve presente en dicho microblogging, ya que la esencia de por sí del Twitter se basa en la difusión de mensajes, en publicar textos que transmitan un contenido en particular.

Por lo tanto, con las cinco preguntas formuladas en dicho reportaje lo que se buscaba era conocer e investigar la tendencia que tenían los entrevistados en la utilización del microblogging Twitter, con el objetivo de saber si los principios ya estipulados se cumplieron.

Para dar a conocer a los entrevistados se investigó la siguiente información:

- a) Nombre
- b) Edad

- c) Ciudad de nacimiento
- d) Carrera
- e) Medios en los que ha trabajado
- f) Medios en los que trabaja actualmente
- g) La fuente que cubren:

3.4. Los entrevistados

1.- **Eduardo Pino (@eduardopino18)**: nace en Caracas el 15 de diciembre de 1987, Desde muy temprana edad muestra una fuerte afición hacia el mundo deportivo, lo que lo lleva a cursar la carrera Comunicación Social en la Universidad Santa María entre los años 2009 y 2014, de la cual sale con el Título de Comunicador Social Mención Audiovisual, adicionalmente ha complementado sus estudios con diferentes cursos entre los que están: Diplomado de Medios Audiovisuales (Universidad Monteávila), Periodismo Deportivo (Universidad Católica).

Se ha desenvuelto en diferentes medios a lo largo de sus años de egresado, entre los que están, Radio Deporte (2008/2015), Radio Sintonía (2009), Liga de Baloncesto Profesional (2011/2016), Meridiano (2016-Actualidad), Difusión Latina (Actualidad), adicionalmente, Eduardo ha dictado cursos de Narración y Dicción, y Periodismo Deportivo.

2.- **Gabriela Dagnino (@GabyDagninoS)**: Nace en Caracas en el año 1988. Con el tiempo fue desarrollando una fuerte pasión por el deporte, lo cual, a pesar de haber estudiado antropología en la Universidad Central de Venezuela hasta el año 2013, le hizo cambiarse a la rama del periodismo. Como estudios adicionales posee Mercadeo y Programación de Formación Gerencial en el IESA.

Su creciente pasión por el deporte la llevó a crear su propio canal de YouTube en el cual además de dar noticias, cubre diferentes eventos deportivos. Entró formalmente al medio en el año 2018, cuando Meridiano

le abre las puertas para formar parte del equipo de Tercer Tiempo, programa en el que ha trabajado a lo largo del año y con el cual viajó al exterior para cubrir a la selección nacional de fútbol en su encuentro contra Colombia en septiembre 2018, además formó parte del equipo que cubrió el Mundial de Fútbol Rusia 2018; adicionalmente, trabaja como locutora del programa Tiempo Extra en la emisora Difusión Latina.

3- Humberto Acosta (@tripleplayha): nace en Caracas en el año 68, a temprana edad empieza a mostrar una fuerte afición por el deporte, lo que lo llevó a estudiar periodismo en la Universidad Central de Venezuela de la cual sale graduado en el año 1978. En su longeva carrera, destaca su participación en medios como El Nacional, Meridiano, contrapunto.com, Circuito Leones del Caracas, Circuito Navegantes del Magallanes, RCTV, Venevisión, IVC, TVES, siendo el béisbol su única fuente de cobertura actualmente (en el pasado también cubrió fuentes como: ciclismo, motociclismo, voleibol, básquet, etc.).

Además de ser autor de varios libros entre los que destacan Sandy Koufax y Yo, Una vida que contar con Andrés Galarraga y El último encuentro, también ha sido ponente en diferentes charlas de ética en el periodismo en la Universidad Simón Bolívar y ha dictado cursos de periodismo deportivo tanto en Caracas como en el interior del país (específicamente Barquisimeto y Coro).

4.- Alberto Gardezabal (@albertoGarde3): Nace en Caracas el 21 de agosto de 1995. Actualmente cursa el 5to año de comunicación social en la Universidad Monteávila. A pesar de su juventud, ha tenido una buena afluencia en diferentes medios entre los que destacan: Radio Deporte (2015/2017), Ruta Vinotinto (2017/2018), Atlético Venezuela (2017/2018) y La Vinotinto en donde trabaja actualmente. Aunque es conocedor de varios deportes, se dedica de lleno a cubrir el fútbol, fuente que más le apasiona.

5.- **Daniel Andrés Prado (@danielpradoas)**: oriundo de Maracay, Daniel nace en el año 1994. Actualmente cursa el 5to año de comunicación social en la Universidad Monteávila. A lo largo de su carrera ha trabajado en medios como: Radio Gaceta de los Deportes, en donde cubrió: Eurocopa del 2016 y la Copa América Centenario. Actualmente trabaja en Tercer tiempo, en Meridiano Televisión y en Deportiva 1300am.

6.- **Andriw Sánchez (@AnSanchezRu)**: Nace en Caracas, graduado en la Universidad Católica Santa Rosa en el 2018. Entre los medios donde ha desarrollado su carrera están: Diario Ciudad Caracas (2013/2016), El Nacional (2016/2018), Actualmente trabaja en beisbolplay de IVC y su fuente principal siempre ha sido el béisbol.

7.- **Jesús Alberto López (@jesuslopez23)**: Nace en Caracas en el año 1982, se gradúa como educador, mención biología y química en la Universidad Católica Andrés Bello, donde además hace un posgrado en gestión ambiental, posee certificación de locutor de la Universidad Central de Venezuela y también ha hecho cursos de periodismo deportivo en la Universidad Simón Bolívar. Ha desarrollado su carrera en Radio Deporte 1590am desde el año 2006, donde aún trabaja actualmente. SportPlus (2007), DIRECTV Sports (2017/2018), Meridiano Televisión (2018/actualidad). Además, ha pasado por varios circuitos radiales como: Caracas FC, Atlético Venezuela y Estrella Roja. Y se desarrolla como jefe de prensa de la Asociación de Futbolistas Profesionales de Venezuela. Las fuentes que cubre actualmente son: fútbol (haciendo hincapié especialmente en el venezolano) béisbol y básquet

8.- **Marcos Grunfeld (@bvenezolano)**. Nace en Caracas en el año 1986, es egresado de comunicación social en la Universidad Católica Andrés Bello en el año 2018. Su carrera se ha desarrollado en medios como: Diario Líder (2009/2010), Diario Meridiano (2010/2011), Meridiano TV (2011/2013), Deportes Unión Radio (2013/2014), lavinotinto.com (2013/2014), Deportes Univisión (2018), El Deportivo (2018/Actualidad), elemergente.com (2018 actualidad). Actualmente Grunfeld se encuentra

trabajando en un proyecto personal llamado The Beatwriter, un canal de YouTube donde se dedica a hacer reportajes deportivos, entrevistas a diferentes peloteros y demás.

Capítulo IV: Propuesta

Para el presente proyecto final de carrera y en cumplimiento del tercer objetivo propuesto, se definió emplear como plataforma multimedia a Wix, ya que brinda la opción de ampliar los contenidos para el mismo en materia de videos, sonidos e imágenes; y poder ampliar en la práctica los principios de hipertextualidad, interactividad y multimedialidad que caracterizan al periodismo digital.

Nombre: Twitter en el periodismo deportivo venezolano

URL: <https://ricardoaumaitre.wixsite.com/twtperiodismodepvzla>

Objetivo: Crear una página que muestre el impacto de la plataforma de microblogging Twitter en el periodismo deportivo venezolano, exponiendo los pros y contra a través de entrevistas con profesionales que hacen vida en el medio.

¿A quién va dirigido?: Va dirigido a todo aquel que esté incursionando en el periodismo deportivo y busque ampliar sus horizontes a través del uso de plataformas 2.0.

Secciones:

- a) **Home:** en esta sección estará incluido el video introductorio al proyecto.
- b) **Acerca de:** se encontrará un pequeño cuadro de texto donde estarán planteados los objetivos del proyecto.
- c) **Entrevistados:** aquí se podrán visualizar las diferentes entrevistas realizadas a los 8 periodistas en cuestión, cada una de manera individual.
- d) **Contacto:** en esta sección se podrá encontrar información sobre nosotros, para en caso de cualquier duda.



Gráfico 1: Capa estructural de la página

4.1. Propuesta visual



Gráfico 2 – Home de la página web

Aquí se puede observar el vídeo de presentación del proyecto, en donde se hace un breve resumen de lo que ha sido el periodismo, el periodismo deportivo en general y en Venezuela, y un poco de la historia del Twitter



Gráfico 3 - Sección Acerca de este Proyecto

Aquí se puede ver un breve resumen de lo que trata este proyecto, destacando la relación que existe entre el Twitter y el periodismo deportivo en Venezuela, así como las entrevistas que se llevaron a cabo.



Gráfico 4 – Entrevistas – Primer grupo

En esta sección se podrán reproducir las entrevistas íntegras de los periodistas deportivos a los cuales se citaron para que respondieran sobre el impacto que ha ocasionado Twitter para su desempeño como profesionales del gremio

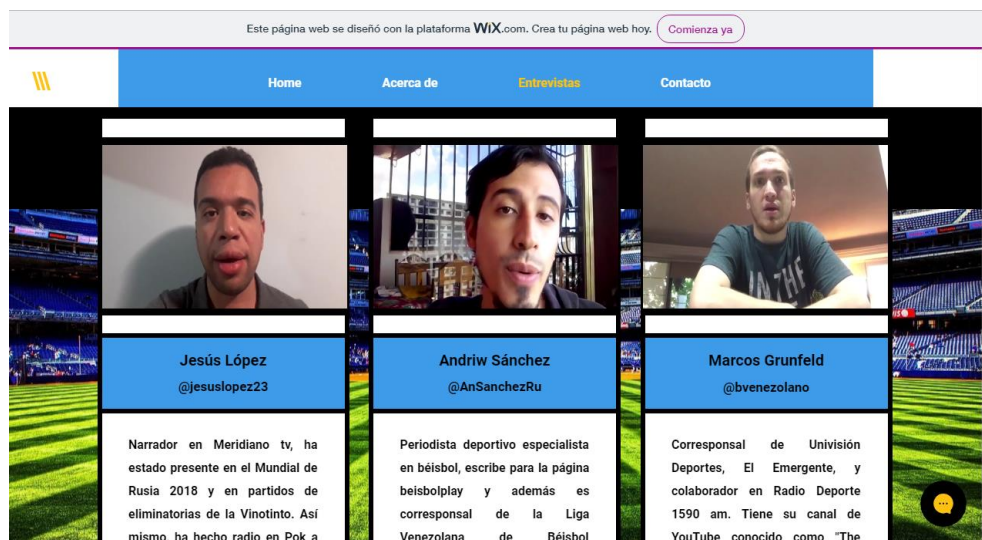


Gráfico 5 – Entrevistas – Segundo grupo

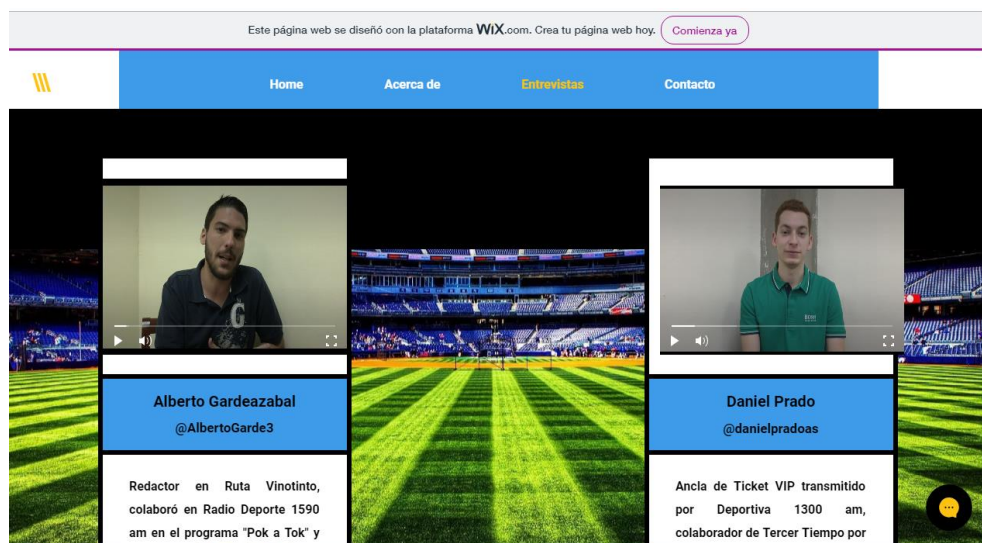


Gráfico 6 – Entrevistas – Tercer grupo

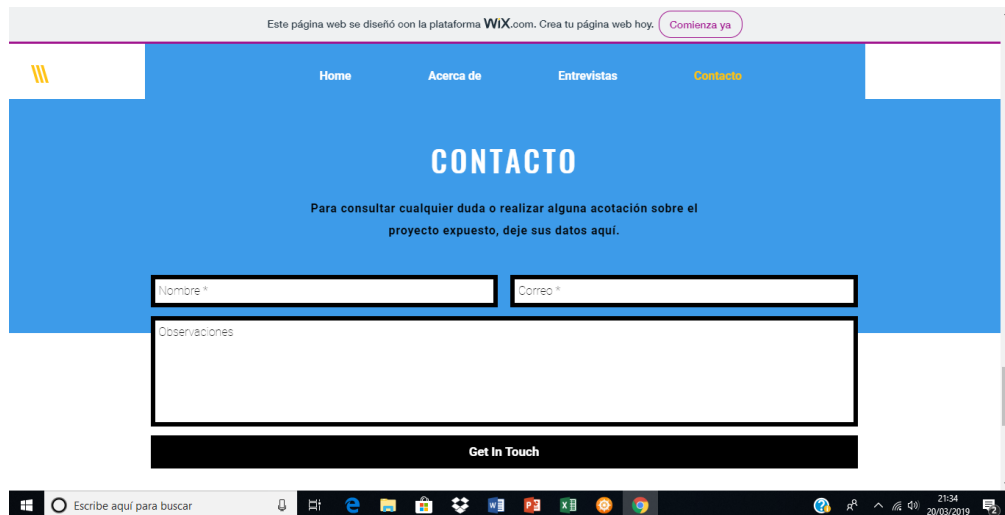


Gráfico 7 – Contacto

Finalmente, aquí se les brinda la oportunidad a todos los usuarios que ingresen a la página a que dejen sus dudas o comentarios para que sean atendidos directamente por los autores del mismo.

Capítulo V: Resultados

Tal como se ha visto reflejado en las respuestas de los entrevistados y la tabla de observación del patrón de actividad de las cuentas de Twitter de estos, se pueden percibir una alta actividad de publicaciones, así como una alta interacción de parte de los usuarios para con ellos. El contenido multimedia que generan estos periodistas deportivos en sus cuentas de Twitter denota que a medida que suben videos o imágenes para apoyar sus tweets, la cantidad de likes y retweets aumenta significativamente por ser de interés visual.

Además, la mayoría de entrevistados coinciden en que la información que comparten en sus perfiles de Twitter es propia o dan los créditos en caso de tomar informaciones de otros colegas – en detrimento de la falta de ética que supondría darles difusión a informaciones ajenas -, y que su apoyo en el Twitter les permite abarcar un público amplio que hoy tiene acceso a las redes sociales. Además, opiniones a título personal también se han visto reflejados en las cuentas de los profesionales de la comunicación entrevistados aquí según lo que manifiestan.

Los periodistas deportivos que fueron seleccionados para que dieran su opinión sobre la utilización de Twitter también destacan que el uso que le dan a la herramienta no es estrictamente para hablar de deportes, cuando vemos que Humberto Acosta destaca que el día que falleció Eduardo Galeano le dedicó unas palabras; o también existe la postura de Gaby Dagnino cuando destaca que a sencillez que brinda la herramienta le otorga un rápido uso y mayor cercanía con los usuarios.

Capítulo VI: Conclusiones

Twitter ofrece la posibilidad de acercarnos con la gente, la interactividad abarca un mundo ilimitado de opciones para los periodistas que los hace ganar notoriedad y confianza con los usuarios. La respuesta inmediata a interrogantes que puedan surgir es una ventaja muy importante que ofrece el microblogging, donde a fin de cuentas refleja la esencia de lo que es la profesión periodística: la labor de informar y ofrecer un servicio social a las personas.

A su vez, así como Twitter tiene la ventaja de acercar a los periodistas con los usuarios, también es imperante mencionar que, al ser una herramienta de acceso fácil, permite que cualquiera maneje informaciones sin hacer uso de códigos que manejan los profesionales. Se presta para mucha desinformación, para hacer correr rumores no confirmados, versiones de hechos que no han sido contrastados y, a fin de cuentas, mucha confusión que no esclarece los temas de interés que están en boga de la opinión pública.

Al realizar una investigación sobre el comportamiento de las cuentas de los periodistas entrevistados, se ha llegado a la conclusión de que no necesariamente por contar con un número alto de likes o retweets a los tweets que se originan, significa que la repercusión del contenido publicado alcanza los niveles deseados. El promedio determina la regularidad que tienen en su función de transmisores de información y de la aplicación del contenido multimedia que efectúan, pero no es decisivo en el interés que puedan tener en el mensaje emitido, sino que puede haber una serie de factores que alteran estos números que mostramos en la tabla de observación.

Por nuestra experiencia, al ser parte de una generación millennial, somos parte de un target que ya no sigue los medios tradicionales como si lo hacían los miembros de nuestra generación anterior, y precisamente por formar parte de ello y de ser parte activa, podemos dar fe de cómo la

inmediatez y la repercusión de los microblogging o redes sociales, supera cualquier tipo de expectativa generada en los usuarios.

En definitiva, dicho proyecto muestra el patrón de conducta de las cuentas de los periodistas entrevistados, la importancia que le dan a Twitter, el factor de multimedialidad que le otorgan, y la información que comparten en ella.

Capítulo VII: Recomendaciones

Para futuros proyectos se recomienda ahondar más en el holograma de Twitter, ya que debido a las últimas actualizaciones que ha sufrido la herramienta es común observar cómo los usuarios no se enteran de inmediato de las últimas publicaciones, sino que la plataforma te va dejando en el *timeline* tweets cuya inmediatez ya se ha perdido al haber pasado una cantidad de tiempo considerable desde el momento en que se publicaron hasta la ocasión en que el usuario ingresa en su cuenta.

Otra recomendación que los autores de este PFC hacen a futuros estudiantes que deseen ahondar en este tema, es que se haga un estudio determinado del impacto que tiene Twitter como herramienta de inmediatez y como herramienta de repercusión, ya que los resultados arrojados por los estudios detallados aquí muestran que no necesariamente por contar con un alto número de *retweets* y de *likes* significa que el mensaje transmitido llega con claridad a los receptores. Sería de mucha ayuda en lo académico que se deje constancia de una investigación que detalle estos aspectos y se trabaje a futuro en la mejora de ellos.

Por último, para proyectar un poco más la imagen de Twitter como herramienta que salvaguarda la libertad de expresión y se antepone a cualquier cerco mediático, se recomienda también la realización de una investigación que muestre resultados de la eficacia de la herramienta como medio digital que cubre las últimas actividades registradas en Venezuela. Así como aquí se muestra su impacto en el periodismo deportivo, no estaría de más que se muestre también como ha influido su aparición en otros ámbitos del periodismo, en otras fuentes, mucho más comprometidas con la causa noble de informar a los ciudadanos de este país.

Referencias

Aguilar Altamirano, Dionisio; (19-06-2010); "Definición de Deporte" - Revista La Educación Física en el Nivel Secundaria <http://investigadoresdeeducacinfisicaenper.blogspot.com/>

Domingues, Carlos; (25-07-2017), "La Diáspora del Periodismo Deportivo Venezolano", El Estímulo; sección Deportes <http://elestimulo.com/blog/la-diaspora-del-periodismo-deportivo-venezolano/>

Marrero Santana, Liliam (2008), El Reportaje Multimedia como género del periodismo digital actual <https://www.redalyc.org/html/819/81912006029/>

Moreno, Manuel, (09-11-2017), "Todo periodista que quiere ganar visibilidad sabe que las redes sociales son su aliado" <http://www.susanaperezsoler.com/2017/11/09/manuel-moreno-periodista-quiere-ganar-visibilidad-poder-fichado-medio-sabe-las-redes-sociales-aliado/>

Naranjo, Daniela; Carrasco, Gloria; (S.F), Periodismo Digital en Venezuela - El Dilema del Tráfico y la Calidad <http://comunicacion.gumilla.org/periodismo-digital-en-venezuela-el-dilema-del-trafico-y-la-calidad/>

Otero, Miguel Enrique (13-12-2018), Entrevista para Efecto Cocuyo - "Deja de circular edición impresa de El Nacional luego de 75 años" <http://efectococuyo.com/la-humanidad/deja-de-circular-edicion-impresa-del-diario-el-nacional-luego-de-75-anos/>

Polanco López, N.M; (noviembre 2009), "Historia del Periodismo" <http://www.eumed.net/rev/cccss/06/nmpl6.htm>

Sánchez Sánchez, Diego Alonso (vol. 14, núm. 1, 2007), El Periodismo Digital, una nueva etapa del periodismo moderno - Revista La Sallista de Investigación <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69540110>

Anexos

1- Guión de la pieza audiovisual

NARRACIÓN	IMÁGENES
<p>El periodismo es una profesión que data del siglo XVIII, con orígenes en Inglaterra, esta rama de la comunicación social comprende actividades como: búsqueda, elaboración, y difusión de material informativo, ya sea en áreas como: política, cultura, economía y DEPORTE.</p> <p>En el mundo hispanohablante, los primeros periódicos nacen en España, siendo algunos: El diario de los literarios, El diario noticioso, El correo de Madrid, etc.</p> <p>El periodismo deportivo es la rama del periodismo que se dedica única y exclusivamente informar sobre temas relacionados con el deporte y, en</p>	<p>Imágenes de periodismo B&N</p> <p>Imágenes de los periódicos en cuestión</p> <p>Imágenes de deportistas o eventos deportivos en B&N</p> <p>Imágenes de El Correo del Orinoco</p> <p>Imágenes de los periodistas en cuestión (si no se consigue, imágenes</p>

<p>Venezuela, data de principios del siglo XIX, cuando, en El Correo del Orinoco, empiezan a reseñarse los resultados de las carreras de caballos del momento.</p> <p>Para conseguirmos con el primer periodista deportivo especializado en Venezuela, tenemos que dar un brinco de casi 100 años, cuando entra en escena Emérito Agurdín, quien se especializaba en béisbol y se dio a conocer en 1902.</p> <p>A partir de ahí, empezamos a contar con nombres de peso como los de: Juan Antonio Valarino (primer periodista criollo en cubrir juegos olímpicos), y en la actualidad nombres como: Carolina Guillén y Luis Alfredo Álvarez (ESPN), Alex Candal y Fernando Petrocelli (DirecTV Sports), por mencionar algunos.</p> <p>Los constantes avances tanto comunicacionales</p>	<p>genéricas de eventos deportivos)</p> <p>Imágenes de los juegos olímpicos, Imágenes de ESPN Imágenes de DirecTVSports Imágenes de los periodistas en cuestión</p> <p>Imágenes relacionadas con tecnología, internet, masas, conectividad, etc</p>
---	---

<p>como tecnológicos, han permitido que, hoy en día las informaciones, puedan llegar a un número muchísimo mayor de personas, en relación a décadas pasadas. Para entender esto, debemos primero, entender ¿qué es la web?</p> <p>El internet es una base de datos enorme que permite interconectar millones de dispositivos a través de todo el mundo, permitiendo que, muchos de nosotros, podamos tener acceso inmediato a diversas informaciones a través de múltiples plataformas, incluso, estando del otro lado del mundo.</p> <p>Gracias a la revolución del <i>world wide web</i>, nace lo que conocemos hoy en día como periodismo digital. Esta modalidad de periodismo, es el fruto del desarrollo de las nuevas tecnologías y las diferentes plataformas que se empezaron a desarrollar a finales del siglo XX y</p>	<p>Imágenes de periodismo digital (screenshots de twitter, de los portales web de meridiano, AS, etc)</p> <p>Imágenes de twitter (feed, perfiles, etc)</p> <p>Imágenes de twitter (perfiles de periodistas, deportistas, medios)</p> <p>Imágenes de hilos en twitter</p>
---	--

principios del siglo XXI.
Como por ejemplo: Twitter.

Twitter es una red de microblogging (con esto nos referimos a mensajes cortos), creada en el año 2006, hoy en día cuenta con más de 500 millones de usuarios. Dichos usuarios pueden “seguir” a los periodistas, o medios, de los cuales quieren recibir informaciones.

Una de las ramas del periodismo que se ha visto particularmente beneficiada a raíz de la creación de esta red social, es el periodismo deportivo. Múltiples medios y periodistas (e incluso los mismos deportistas) utilizan la plataforma twitter, para dar diferentes informaciones de interés a los usuarios que los siguen.

Una de las grandes (sino la que más) ventajas del twitter, es qué forma parte de la web 2.0, la web 2.0, comprende a todas las

Imágenes de los periodistas en cuestión
Screenshots de sus perfiles en twitter

plataformas que no solo te permiten recibir la información, sino que te permite interactuar con quien envía dicha información, ya sea para, complementarla, afirmarla, refutarla, etc.

Es por eso que el propósito de este reportaje es analizar los pro y contras de la plataforma Twitter en el gremio periodístico venezolano actual, para ello, nos hemos entrevistados con especialistas en el deporte como Humberto acosta, Eduardo Pino, Gabriela Dagnino, etc. Que, además son usuarios activos de la red social en cuestión, obteniendo así diferentes perspectivas con respecto al uso y eficiencia de la herramienta en el panorama actual a través de preguntas como: ¿por qué utilizas Twitter? ¿la información que das es propia o rebotada? ¿Contrastas fuentes? Etc.

Anexo 2: Fotografías



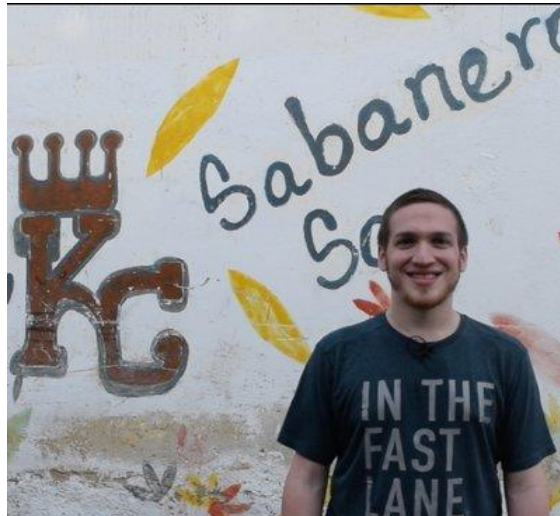
Los autores del presente proyecto con el periodista Humberto Acosta después de la entrevista que le realizaron



El periodista deportivo Eduardo Pino laborando en Difusión Latina



Gaby Dagnino en pleno ejercicio de sus funciones como locutora en la emisora Difusión Latina



Marcos Grunfeld



Daniel Prado cubriendo un partido entre Venezuela y Colombia en Miami



Jesús López en el estudio de Meridiano TV

Anexo 3: Videos

- Video 1: Twitter como herramienta de difusión en el periodismo deportivo venezolano - Duración: 05:35 minutos
- Video 2: Eduardo Pino – Duración: 05:41 minutos
- Video 3: Gabriela Dagnino – Duración: 03:05 minutos
- Video 4: Humberto Acosta – Duración: 06:14 minutos
- Video 5: Jesús López – Duración: 06:49 minutos
- Video 6: Andriw Sánchez – Duración: 05:39 minutos
- Video 7: Marcos Grunfeld – Duración: 04:47 minutos
- Video 8: Alberto Gardeazabal – Duración: 04:01 minutos
- Video 9: Daniel Prado – Duración: 01:35 minutos