

**ANÁLISIS DE CONTENIDO DE SECCIONES DEPORTIVAS DE PERIÓDICOS
DIGITALES PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA METODOLOGÍA DE RELATO
MULTIMEDIA**

JORGE ANDRÉS BELLO PÉREZ

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI**

2007

**ANÁLISIS DE CONTENIDO DE SECCIONES DEPORTIVAS DE PERIÓDICOS
DIGITALES PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA METODOLOGÍA DE RELATO
MULTIMEDIA**

JORGE ANDRÉS BELLO PÉREZ

Trabajo de grado para optar al Título de Comunicador Social - Periodista

**Director
ANDRÉS FELIPE GALLEGO
Comunicador Social**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
SANTIAGO DE CALI**

2007

Nota de Aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Comunicador Social

Com. Social. ANDRÉS FELIPE GALLEGO

Director de Grado

Com. Social. GERMAN GALLEGO TRUJILLO

Jurado

Santiago de Cali, 26 de Julio de 2007

A mi madre que me dio todo en la vida, la oportunidad de estudiar una carrera universitaria y que siempre estuvo apoyándome en el proceso, dándome todas las garantías de continuar con la carrera periodística.

A mi abuela Nelly que me mostró con sus consejos la importancia de estudiar una carrera y de que uno no debe rendirse en la búsqueda de los sueños.

A mi tío Jorge Pérez que me apoyo desde Bogotá con muchos mensajes de ánimo, con mucha alegría para continuar mi carrera universitaria

A la Universidad Autónoma de Occidente que me enseñó valores humanos en las materias de humanidades, creatividad, expresión corporal y me ha fomentado la importancia de ser empresario, tener iniciativa. Además de haber pasado los mejores recuerdos de mi vida.

A mi profesora de expresión corporal María Eugenia Jiménez que no solo me hizo ganar un diploma como el mejor de su taller sino que me enseñó a valorar la vida y a no tenerle miedo a mi cuerpo.

A Marisol Salinas mi directora de práctica, que me enseñó lo que es el trabajo duro y la realidad de la carrera.

Jorge Andrés Bello Pérez

AGRADECIMIENTOS

A mi director de trabajo de grado Andrés Felipe Gallego que siempre me animó a no claudicar en este proyecto y estuvo colaborándome en todo momento.

A mis colegas periodistas deportivos que me colaboraron con el trabajo y a mis compañeros de aulas que me animaron a que no claudicara con la investigación.

A mi jefe de trabajo Ángelo Arbeláez en Indervallo que me apoyó con grandes consejos para no rendirme en la consecución del trabajo.

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	6
0. INTRODUCCIÓN	7
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	8
1.1. ANÁLISIS DEL RELATO MULTIMEDIA	10
1.2 CONSTRUCCIÓN DEL RELATO	11
2. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	13
2.1 OBJETIVO GENERAL	13
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
3. JUSTIFICACIÓN	14
4. MARCO DE REFERENCIA	17
4.1 ANTECEDENTES	17
4.1.1 Primer estudio de medios en Español	17
4.2 MARCO CONTEXTUAL	19
4.2.1 La importancia de la Internet	19
4.2.2 Periodismo digital en las ediciones digitales	19
4.2.3 Ejemplo páginas web deportivas 2006	20
4.2.4 Ejemplo páginas web deportivas 2007	23
4.2.5 Contexto Deportivo en Latinoamérica	24
4.2.5.1 Principales deportes en México	24

4.2.5.2 Principales deportes en Venezuela	25
4.2.5.3 Principales deportes en Perú	26
4.2.5.4 Principales deportes en Argentina	27
4.3 EL USUARIO EN COLOMBIA	28
4.3.1 Costo de un computador en Colombia	30
4.3.2 Costo de la Internet en Colombia	31
4.3.3 Sitios deportivos en línea más comunes en Colombia	31
4.4. MARCO TEÓRICO	32
4.4.1 Modelo de Producción Multimedia de Antonio Fernández – Coca	32
4.4.1.1 Elementos Relato Multimedia	32
4.5 DIAGRAMACIÓN DEL MODELO MIXTO DE COCA	33
4.5.1 Coherencia del texto	33
4.5.2 Elementos de una página deportiva	34
4.5.3 Características del texto	34
4.5.4 Cansancio del lector	35
4.5.5 Calidad de la imagen	35
4.5.6 La organización grafica	35
4.6 FACTORES DE MEDICIÓN DE RELATO MULTIMEDIA	36
4.7 ELEMENTOS COMPLEMETARIOS	38
4.7.1 El factor creatividad	38
4.7.2 Publicidad	38
4.8 APROX. A LOS MEDIOS A TRAVÉS DE SUS AUDIENCIAS	37

4.8.1	Posibilidades multimedia sonido e imagen	37
4.9	MARCO CONCEPTUAL	41
5.	METODOLOGÍA	43
5.1	ENFOQUE INVESTIGATIVO	43
5.2	INSTRUMENTOS	43
5.2.1	Matriz de análisis diario	44
5.2.2	Matriz de Control Semanal	47
5.2.2.1	Explicación	48
5.3	PROCEDIMIENTO	49
6.	RESULTADOS	51
6.1	ELEMENTOS MULTIMEDIA	51
6.2	RESULTADOS FICHAS DE CONCLUSIÓN	65
7.	CONCLUSIONES	71
8.	RECOMENDACIONES	73
	BIBLIOGRAFÍA	74
	ANEXOS	75

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Listado de fichas de estudio diario para análisis multimedia del Contenido noticioso	75

RESUMEN

Actualmente el periodismo electrónico es la herramienta más importante que poseen los medios de comunicación para trabajar las noticias, por sus posibilidades de actualización al instante. El deporte es uno de los temas que más se ha beneficiado con esta tecnología, pues permite hacer el seguimiento a los eventos sin importar la ubicación espacial del creador y obtener los últimos boletines de prensa.

Los periodistas entendiendo la importancia de la comunicación virtual han creado sitios especiales para que los usuarios de la red puedan hacer el seguimiento constante de todas las noticias deportivas y son conscientes de que con esa tecnología pueden crear estructuras multimedia para el contenido de la noticia.

Por eso el objetivo central del trabajo es la revisión del manejo multimedia que algunas páginas deportivas de Colombia y de algunos países latinoamericanos tienen para sus ediciones digitales usando una matriz de análisis que indaga cómo aprovechan estos elementos para trabajar el contenido periodístico.

Se tomaron las ediciones digitales de ocho sitios virtuales que trabajan el periodismo deportivo. Cuatro colombianos y cuatro de distintos países de la región, se analizaron su página de inicio y dos noticias principales durante una semana a través de dos esquemas de control: Una matriz de análisis diario que observó el uso del relato multimedia por los periodistas en sus sitios virtuales y una matriz de conclusión que evaluó los resultados obtenidos del primer esquema.

Entre los principales resultados se encontró que la mayoría de los sitios no hacen uso de los elementos que componen el relato multimedia, por problemas de presupuesto, personal y manejo de la tecnología. En general los sitios internacionales, algunos desarrollados en USA son los que mejor hacen uso de este tipo de relato.

Los portales colombianos son los que menos aprovecharon los elementos multimedia y por el contrario se encontraron fallas en la ortografía de los textos, mal manejo de las imágenes, baja actualización de noticias y desorden en la estructura.

0. INTRODUCCIÓN

Año tras año aumenta el porcentaje de colombianos que tienen acceso al servicio de Internet. La información noticiosa, de entretenimiento; capacitación; estudio; trabajo; conocer amigos y una pareja, son algunas de las opciones que atraen nuevos usuarios.

En el año 2006 un 47.6% (Cifra del DANE) de los navegantes en Colombia acceden a la red en búsqueda de noticias acerca del país, regionales, internacionales, deportes, entretenimiento, entre otras.

En Colombia el deporte maneja una gran cantidad de información por la red. El fútbol profesional colombiano, el balompié internacional, el patinaje de carreras, los deportes aficionados, son algunos de los temas más buscados por los usuarios.

La gente entra a Internet para buscar información de los resultados de la fecha de fútbol en Colombia, nuestros futbolistas en el exterior, opinar sobre la actuación de sus equipos, jugadores, esquemas, recaudación de taquillas, técnicos además de escribir cosas positivas cuando ganan y a criticar si pierden. Todo este movimiento de opiniones motiva a los grandes medios, periodistas, estudiantes y fanáticos del deporte a la creación de varios sitios especializados en diferentes temas para un público que año tras año crece y busca más lugares para opinar de su deporte favorito.

Los escenarios para hablar del deporte continúan creciendo en Colombia. Nuevos periodistas se transforman en creativos diseñadores de relato noticioso para la noticia multimedia, y especializados para este tipo de medios. Estos argumentos dan validez a la pregunta: ¿los medios colombianos hacen uso de todas las posibilidades que permite el relato multimedia en estos primeros años de servicio, para sus propuestas comunicativas?

Las salas de prensa contemporáneas cuentan, como algo cotidiano, con servicio de Internet de banda ancha e inalámbrico de manera que el periodista pueda acceder a la información del evento y hacer directamente las modificaciones a sus sitios Web en vivo desde sus PC portátiles, con la llegada de resultados, fotografías, archivos de video, audio. Algunos tienen la posibilidad incluso de trabajar con televisión en vivo. Los grandes eventos deportivos cuentan con su sitio oficial donde la gente interesada, puede consultar reglas, inscripciones, fechas de competencia, resultados en vivo e imágenes del día.

El usuario ya no es sólo un navegante que lee la noticia y se va. Con el paso del tiempo empieza a exigir una mejor multimedia, complementos de noticias, archivos fotográficos actualizados, noticias en diferentes deportes, imágenes en vivo, más posibilidades de interactuar con el medio y otros usuarios fanáticos del deporte.

Los medios de comunicación, conscientes de las nuevas exigencias de la sociedad y que todos los usuarios son de la misma clase deben crear una nueva variedad en sus servicios para conservar a sus usuarios y atraer a los otros nichos de población con la creación de sitios de comentarios de opinión, diarios, blogs personales, foros, Chat con el tema del día.

Son precisamente estos servicios interactivos los que generan la posibilidad de extender el contenido noticioso a un nivel más allá de lo textual, a través de la combinación de elementos provenientes de otros medios como la radio (los archivos de audio) y los videos (televisión y cine), fotogalerías (prensa, impresos) y los servicios de opinión de usuarios para crear lo que se conoce como relato multimedia.

Estos nuevos servicios de opinión que ofrecen los portales de periódicos virtuales han dado un valor agregado al cibernauta. Gracias a la interactividad que ofrece el medio de comunicación de la Internet, el cibernauta tiene la posibilidad de expresar sus pensamientos, por lo tanto él también es parte del relato multimedia. Los nuevos servicios interactivos que ofrecen los medios le han dado un protagonismo al usuario convirtiéndolo en un potencial emisor de noticias y en parte fundamental del medio.

Para conocer la información acerca del periodismo electrónico la investigación comenzó con un recuento teórico de varios ejemplos multimedia en el área del deporte, las características que deben tener el relato multimedia y una aproximación al usuario en Colombia. Posteriormente se revisaron los sitios Web escogidos, herramienta que permitió conocer el manejo de la estructura multimedia a través de una matriz de estudio.

En la última parte del documento se trabajaron los resultados de la matriz de estudio, las conclusiones del trabajo y el anexo de las fichas que se utilizaron para el proyecto.

Se contó con gran información revisando varios autores de Internet que permitieron construir un marco teórico que contribuyó en los resultados de la investigación. No obstante los pocos estudios realizados en Colombia, dificultaron encontrar modelos de estructura multimedia.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 ANÁLISIS DEL RELATO MULTIMEDIA

En primer lugar no se debe pensar que el contenido noticioso es sólo el texto que escribe alguien y aparece publicado. En un sitio virtual la noticia maneja varios tipos de elementos interactivos. Entre ellas: audio, video, fotogalerías, animaciones, chat y otras más complejas como la televisión en línea.

Trabajar una página de Internet no sólo debe ser cortar y pegar un texto. Muchos periodistas que hacen sus notas para prensa, radio, televisión, cuando montan sus sitios especializados Web se dedican a pegar información de otras fuentes, sin pensar que el periodismo electrónico, de características muy especiales, debe ser cuidadosamente estructurado, debido a que el usuario no gusta leer textos muy largos o ver sitios saturados de elementos gráficos.

Publicar un texto en Internet no garantiza el éxito de la página, existe gran diversidad de usuarios que buscan sitios para interactuar con videos, audio, blogs de opinión y algunos simplemente prefieren la lectura. El relato multimedia se convierte en una herramienta para organizar las noticias a un nivel de interactividad total con el usuario. Sin embargo, el poco presupuesto hace que muchos de los sitios prescindan de él.

Existen diversas posibilidades para crear nuevos sitios web pero por desconocimiento, falta de tecnología o presupuesto, los medios de comunicación no aprovechan y desperdician una oportunidad de tener un sitio virtual que se convierte en el principal lugar de búsqueda de noticias para los usuarios.

A medida que el usuario navega por la Internet y con el tiempo se acostumbra a buscar información por la red, comienza a tener inquietudes por el funcionamiento de los servicios que le ofrece el medio. Empieza a ser común que se queje de errores de navegación, del diseño de las páginas y sus contenidos. Algunos usuarios incluso se sienten interesados en crear sus propios sitios Web, para ofrecer los servicios que aquellos que visitó no poseen. Por lo tanto ese usuario se transforma en un potencial comunicador.

Debido al auge del periodismo electrónico y el interés que han adquirido los portales especializados deportivos en Colombia para enterarse de las noticias, el proyecto pretende realizar un análisis de contenido de varias páginas Web deportivas con el fin de observar. ¿Cuáles son los elementos que se deben tener en cuenta para crear un relato multimedia y cómo deben ser estructurados?

El presente y el futuro del periodismo son los portales de comunicación vía Web, por eso los propios planes de estudio de las universidades están optando por crear materias de producción, diseño y teorías dedicadas a la formación de periodistas electrónicos, una competencia de trabajo en la actualidad. Los portales de Internet han cambiado la forma del ver el mundo, es pertinente revisar el trabajo logrado hasta el momento en Colombia.

1.2 CONSTRUCCIÓN DEL RELATO

Esta construcción de una metodología de relato multimedia nos planteó varios interrogantes de investigación a manera de hipótesis. Al hablar del relato multimedia a que nos referimos. ¿Cómo se trabaja la coherencia textual? ¿El diseño es parte del relato multimedia? ¿Los elementos gráficos hacen parte del relato multimedia?

Esta relación planteo una pregunta general o **pregunta de investigación**:

¿Cómo están utilizando la multimedia los sitios web de los periódicos deportivos de Colombia en su contenido noticioso?

Si un sitio en la red, está bien definido, será visitado con frecuencia. Los periodistas electrónicos trabajan con una serie de elementos o servicios que bien utilizados crearían una metodología de relato multimedia. La pregunta es ¿Cuáles?

Entre esos factores hay que empezar hablando del desarrollo gráfico.

¿Es importante el tipo de diseño y los elementos gráficos como el primer paso de atraer al sitio?

El siguiente elemento estaría conformado por la parte noticiosa, coherencia en la escritura, sintaxis, usos de dialectos, noticias en varios idiomas, lenguaje irónico, formal, técnico entre otros.

¿La combinación de todos los elementos, texto, imagen, audio, videos, animación, elementos de interacción con usuarios, entrevistas, foros, encuestas, comentarios de opinión, blog, chats, son indispensables que estén presentes para que exista una metodología multimedia sobre el contenido noticioso del sitio?.

Por esta razón se realizó una comparación de la estructura de contenido entre sitios web deportivos nacionales con internacionales para descubrir quienes están desarrollando mejor estos factores y encontrar que servicios adicionales poseen los sitios extranjeros para atraer a los usuarios y si en portales de los otros países latinoamericanos existe una aproximación a lo que se conoce como metodología de relato multimedia.

Al hablar del usuario, el periodista electrónico debe preguntarse cuáles son los posibles factores de atracción que son claves para desarrollar la pregunta de investigación. La comparación de factores entre páginas nacionales e internacionales, fue la respuesta que permitió comparar el manejo de estructuras multimedia tanto en Colombia, como en países de la región.

2. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

2.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar el contenido multimedia de ocho periódicos digitales de América Latina.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Comparar el manejo multimedia de cuatro sitios deportivos nacionales con el fin de encontrar quién está haciendo el mejor manejo del contenido.

Comparar el manejo multimedia de las páginas deportivas alternativas nacionales con algunas páginas de la región latinoamericana.

Indagar qué día de la semana se maneja la mayor cantidad de noticias en los sitios virtuales deportivos y cuál fue el motivo de la preferencia.

3. JUSTIFICACIÓN

Justamente es la ausencia de estudios sobre la creación de metodologías de relato multimedia a nivel deportivo, no sólo en Colombia sino en la región latinoamericana, el principal argumento para la realización del proyecto de investigación.

En el inicio del siglo XXI, una época en donde los medios electrónicos son los canales de información más importantes del mundo. Los diseños y servicios mejoran y la Internet aun está en desarrollo. El contenido multimedia cada vez se vuelve más importante sobre todo en los medios noticiosos. El éxito radica en una clave: el orden que el periodista electrónico logra en el portal y sus secciones, primer ojo del navegante, a través de una propuesta de relato multimedia.

Los portales deportivos alternativos deben tener una función de realzar todo lo que la sección deportiva de un gran periódico no tiene. En definitiva se deben especializar en función del deporte buscando los elementos adecuados para ser un medio serio, y que no se quede en un simple portal de noticia que pega noticias de los periódicos. El éxito de un portal interactivo depende de que el usuario se sienta satisfecho con el servicio deseado lo que garantiza que volverá buscando más información.

Dependiendo de los conocimientos del manejo del medio electrónico y las posibilidades que ofrece la nota deportiva, el periodista puede considerar varios tipos de diseño en cuanto a la metodología multimedia y garantizar un sitio con posibilidades de texto, imágenes, videos, audio, encuestas, y así atraer una mayor cantidad de usuarios.

Algunos sitios Web están mejor desarrollados en su relato multimedia, debido a los conocimientos que poseen los periodistas en la elaboración del contenido noticioso y las experiencias adquiridas navegando por la red. Países como Estados Unidos, Japón y los europeos están a la vanguardia del uso de la tecnología, y son los más adelantados en cuanto a la realización de metodologías de uso multimedia no sólo a nivel deportivo sino en referencia a muchos otros temas.

En algunos portales las noticias son simplemente el texto en una ventana, mientras que hay portales interesantemente estructurados que manejan elementos gráficos, entrevistas, canal de TV, seguimientos en vivo y videos en línea. Casos como Google, YouTube y Espndeportes.com, el portal deportivo más importante de los Estados Unidos, número uno a nivel mundial. Otros diarios

como Marca de España y Bild de Alemania manejan buenas estructuras multimedia para el deporte.

Según estadísticas del DANE y CINTEL, en Colombia, aproximadamente 12 millones de personas tienen acceso a los sitios Web, siendo las páginas de noticias uno de los preferidos. Cada vez más estudiantes y gente de bajos recursos tienen la posibilidad de navegar por la red. Es relevante conocer cómo se están diseñando los sitios Web del país en una comunidad que gana cada día más adeptos a Internet.

El conocer aciertos, errores y posibilidades en el manejo del relato multimedia (Si existe) de una página deportiva colombiana posibilita a los periodistas contemplar nuevas propuestas de diseño con el fin de crear o actualizar los sitios Web de los medios a través de los elementos que ofrecen las tecnologías de la información y que beneficie con mejores servicios a los nuevos usuarios de los sitios.

Las páginas Web deportivas son una manera eficiente de conocer los resultados en el momento mismo de la competencia, permiten archivar las estadísticas y que el usuario pueda dar sus opiniones, consultar encuestas, ver las fichas de los deportistas, entre otras. Estudiantes, entrenadores, directivos, organizadores de eventos, practicantes, periodistas deportivos y agencias de noticias se están beneficiando de esta tecnología para crear sus propios sitios Web.

Trabajar con ejemplos reales permite reconocer como se están aplicando las tecnologías de la información en nuestros sitios on line. Esto posibilita ver cómo se manejan los elementos del desarrollo multimedia en Colombia, y además proporciona una ayuda para comunicadores gráficos, periodistas, docentes y estudiantes en el desarrollo de nuevas ideas que se acerquen a lo que desea encontrar el usuario que navega en la Web.

Un estudio de contenido multimedia permite ilustrar cómo está estructurado el desarrollo de los contenidos noticiosos de los sitios Web en Colombia en relación con otros países de la región. Y es una ventana al usuario de Internet a que conozca algunos intereses antes de que cree sus propios portales.

Son muchos los colombianos, empezando por los mismos estudiantes de las facultades de comunicación social y periodismo, que piensan en la alternativa del trabajo en el medio electrónico, Por supuesto se requiere la creación de nuevos sitios y es indispensable de competencias en materia de periodismo electrónico. Es común del periodista en Colombia ingresar al medio tradicional (radio, televisión, prensa, cine) en un mercado demasiado competitivo, sobre todo en las grandes ciudades del país como Bogotá, Cali y Medellín.

Un comunicador digital, que sepa manejar, diagramar la estructura y *generar el relato del contenido noticioso* posee una gran ventaja competitiva frente a otros comunicadores sociales.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 ANTECEDENTES

Las tecnologías son los medios por los que el ser humano controla o modifica su ambiente natural, con el objetivo de facilitar algunos aspectos de su vida. Comunicar significa intercambiar información; por lo tanto, al decir "**tecnologías de la comunicación**" nos referimos a los medios que el ser humano ha creado con el fin de hacer más fácil el intercambio de información con otros seres humanos.

En 1927 se hacen las primeras transmisiones de televisión por línea telefónica en 1927. En 1943 se crea el COLOSSUS, el primer computador electrónico del mundo. En 1969 se conectaron cuatro computadoras, tres en California y una en UTA, en la red que se conoció como ARPANET, un anticipo a lo que sería la otrora red de información. Posteriormente en 1985 se crea la Internet, aunque el uso general solo se estableció desde 1995 y en la actualidad sigue en crecimiento.

Podríamos nombrar infinidad de estudios en Estados Unidos sobre creación de relato multimedia para el contenido noticioso (pioneros y máximos desarrolladores de Internet) en inglés.

4.1.1 Primer estudio de medios en Español. En el año 2000 se realiza en España el primer estudio Eyetracking (seguimiento de la mirada) de esta envergadura entre las Web y medios de comunicación online en idioma español. En la Universidad de Stanford y los investigadores del instituto Poynter publicaron su primer estudio de Eyetracking sobre medios online, los cuales ofrecieron resultados sorprendentes.

“A raíz del Eyetrack III norteamericano, desde alt64 y desde AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) nos preguntamos si los resultados obtenidos analizando la mirada de ciudadanos norteamericanos, tendrían conclusiones parecidas si se realizaba con ciudadanos españoles. También nos preguntábamos cual sería el resultado si se hiciese sobre medios de comunicación españoles, y si era posible, demostrar la eficacia de la publicidad online en España¹”.

¹ Estudio Eyetrack, ojo de la mirada AIMC [en línea]. Estados Unidos: Universidad de Stanford, 2006. [consultado 07 de febrero 2007]. Disponible en Internet: http://poynterextra.com/index.htm/tesis/20grado/Eyetracking/20Media/20España_archivos/pdf

Se utilizó un cuestionario demográfico dividido por temas: Patrones de comportamiento visual, visibilidad de la publicidad de Internet, Efectividad de la publicidad.

Los resultados del estudio demostraron en las 47 personas que fueron analizadas, que los anuncios de publicidad afectan la navegación en el medio y que produce interferencia en la lectura de la noticia dependiendo de la posición del anuncio. La imagen es el primer icono que se observa al abrir el sitio, independientemente que ésta haga parte del artículo principal o no, el usuario mira el banner del medio, luego lee la noticia y para a la publicidad.

Figura 1. Recorrido de la mirada del espectador de una noticia



Fuente: Estudio Eyetrack, ojo de la mirada AIMC [en línea]. Madrid: Universidad de Stanford, 2006. [consultado 07 de febrero 2007]. Disponible en Internet: http://poynterextra.com/index.htm/tesis/20grado/Eyetracking/20Media/20España_archivos/pdf

También se observó que los usuarios con menos de un año de experiencia en navegación por Internet eran más susceptibles a distraerse con la carga de imágenes y anuncios.

4.2 MARCO CONTEXTUAL

4.2.1 La importancia de la Internet. El mundo contemporáneo se desarrolla gracias a las computadoras. Todo se hace por ellas: negocios, manejo de empresas, publicidad, medios de comunicación, turismo, estudio, desarrollo científico, navegar y hasta conocer parejas para casarnos. La mayoría de la gente (la sociedad de información) con acceso a la tecnología todavía ni se pregunta cómo es posible que la Internet funcione, pero ahí está y nos permite contactarnos con cualquier lugar del mundo en segundos y solventar muchas tareas.

El estudio se desarrolla en una época en que el periodismo electrónico en Colombia empieza a cobrar gran importancia por el incremento de usuarios en la red. Las grandes ciudades como Cali, Medellín y Bogotá, han creado la mayor cantidad de sitios, han sido las pioneras en sus universidades con la creación de nuevos programas de estudio en los que estudiantes de periodismo puedan aprender las bases de cómo diseñar, administrar y escribir para los medios electrónicos.

Existen países en la región que tienen un gran avance en el desarrollo de tecnologías Web. Mientras una página de un equipo de fútbol grande en Colombia tiene un sitio principal y cinco o seis páginas no oficiales. En Argentina un equipo puede tener más de 100 páginas (Basta abrir Google y poner la palabra Boca Juniors), la mayoría creadas por periodistas o jóvenes que desean ganar un dinero extra.

La mayor parte de los colombianos con acceso a Internet no conocen cómo ganar dinero con él. Los pocos programas de estudio existentes en materias de periodismo electrónico y el no conocer cómo funcionan los sitios, pueden ser algunas de las causas por las cuales el desarrollo multimedia no sea mayor. Los periodistas prefieren trabajar en los medios de comunicación tradicionales donde la competencia laboral es alta.

4.2.2 Periodismo deportivo en las ediciones digitales. Internet es una herramienta que permite comunicar al cibernauta o navegador con cualquier parte del mundo a cualquier hora del día. La red contribuye a que las noticias lleguen actualizadas en instantes y es uno de los factores que ha facilitado la vida laboral de los periodistas y uno de los inventos más importantes de fin de siglo XX.

La masificación del Internet como fuente de información ha significado una renovación de criterios, sistemas de trabajo, mecanismos de actualización y competitividad necesarias para sobrevivir en el actual contexto de la sociedad de la información.

Los medios de comunicación on line, agencias de prensa, revistas, empresas del deporte actualmente basan sus archivos de información en el contenido de sus sitios Web. Contenidos cada vez más grandes, novedosos, con nuevos servicios para los usuarios y buscando que la comunidad se acerque a sus portales a través de foros, editoriales, diario de campo, comentarios, Chat, etc.

Conviene mencionar algunos elementos que sobresalen en el periodismo en red, para tener una idea de cómo ha cambiado el producto periodístico tradicional. Esta lista nos remitiría necesariamente a encontrar las exigencias de un nuevo consumidor: el internauta; ese individuo para quien resultan familiares los términos hipertexto, multimedia, interactividad y personalización, por sólo citar algunos.

Un aspecto importante en el periodismo digital es la posibilidad de actualización inmediata. El periódico electrónico tiene la facilidad de renovar la información conforme se vaya generando la noticia. Muchos medios con edición impresa, sin embargo, mantienen la postura de actualizar cada 24 horas y no según se vayan generando las noticias, como debe ser habitual en la red.

“La actualización de datos on line es una gran ventaja para las noticias deportivas pues permiten la actualización minuto a minuto de los juegos, los marcadores, las estadísticas, las tablas de medallería. Un caso en particular fue los XX Juegos de Odesur de octubre de 2006 en Buenos Aires - Argentina, donde las tablas de medallas por países, se actualizaban cada 10 minutos. En los últimos días de competencia fue una herramienta importante, ya que los cuatro países que peleaban el liderato (Argentina-Brasil-Colombia-Venezuela) alternaron posiciones y se observaba on line, además de la medallería por deporte y los records sudamericanos conseguidos”.

Los buscadores de Internet permiten actualizar la noticia, mostrando incluso hace cuantos minutos sale y jerarquizando en importancia el medio, en eventos como Juegos Olímpicos, Paraolímpicos, Panamericanos, Odesur, Nacionales, una de las herramientas más importantes para el periodista ya que le permite conocer rápidamente quienes han ganado medallas, además de tiempos, marcas y resúmenes de las competencias.

4.2.3 Ejemplos Páginas Web deportivas 2006. Cada vez existen más sitios en línea especializados en todos los deportes. Aunque se deben resaltar sitios Web dedicados al tenis de campo donde se lleva información punto por punto en los Grand Slam, el fútbol y sus transmisiones en directo, Fórmula 1, NASCAR, golf, fútbol americano, baloncesto, béisbol, los Juegos Olímpicos. Crecen los portales que permiten la actualización por segundo de los resultados de muchos eventos. Un caso interesante de la transmisión en línea en Colombia desde inicios del año 2006, fue la transmisión en red de los eventos de golf donde participa Camilo

* XX Juegos Odesur 2006, Sitio oficial del evento <http://www.buenosaires2006.gov.ar/>

Villegas* a nivel internacional en los torneos del circuito de la PGA. Eltiempo.com.co sigue el progreso del golfista y actualiza la página cada 5 minutos, hoyo por hoyo, con una descripción de la tabla, el puntaje que hace el jugador y cómo le fue golpe por golpe, incluso mensajes de ánimo.

Espndeportes.com hace un gran aporte al fútbol, el béisbol, el Hockey sobre hielo y la NBA con el Gamecast, una ventana que permite que el usuario acceda a la transmisión en vivo de partidos, estadísticas de jugadores, incluso desde qué parte de la cancha hizo los tiros, cual fue gol, los que tapó el arquero, los que fueron desviados y la descripción de la jugada. El Gamecast es usado para partidos de UEFA Champions League, Copa Toyota Libertadores, Copa Nissan Sudamericana, fútbol español, italiano, entre otros.

Desde las páginas deportivas se pueden transmitir eventos desde el sitio de realización, por ejemplo la transmisión en vivo on line del Mundial de patinaje de Anyang - Corea del Sur, en agosto del 2006, donde Colombia quedó campeona. A más de diez mil kilómetros de distancia los colombianos con posibilidad de acceso a Internet con sólo entrar a la página del mundial de patinaje pueden conocer los resultados, ver videos y registros fotográficos, antes de que salgan los resúmenes en televisión e incluso en los portales de noticias de la Web.

El patinaje de carreras en Colombia ha tenido tanto auge gracias a los grandes títulos conseguidos por campeones mundiales de la especialidad como Cecilia Baena, Jorge Andrés Botero, Diego Rosero Calad, Berenice Moreno. Gracias a los resultados se han creado varios portales especializados como Patinocolombia.com, PatínAmérica y la página oficial de patrocinador Pastas La Muñeca que siguen a los colombianos en cualquier torneo del mundo donde se encuentren compitiendo.

Algunos canales como el estatal venezolano Telesur en asocio con Canal13 de Buenos Aires permitieron conocer los resultados a través de su sistema de televisión vía Web. Por medio de esto se pueden ver los noticieros completamente gratis. Imágenes de los pesistas, atletas, patinadores, nadadores, judokas, ciclistas, tiradores y luchadores colombianos que ganaron medallas de oro en Odesur y no se vieron completas en los canales nacionales, fue uno de los aciertos con las transmisiones en vivo por parte de este medio de comunicación.

Los sitios en línea deben mejorar en el acceso a las transmisiones de eventos en vivo, es una de las cosas que todavía está en desarrollo en la Internet, aunque día a día empiezan a ofrecer nuevos servicios. Por ejemplo los Blogs, que son diarios de campo que permiten a determinados usuarios expresar su pensamiento relacionado con algún tema.

* Camilo Villegas es un golfista de origen colombiano que participa en torneos de la PGA

Es posible que las actuales transmisiones de televisión generales se vean sustituidas por transmisiones específicas en las que cada hogar reciba una señal especialmente diseñada para los gustos de sus miembros, para que puedan ver lo que quieran en el momento que deseen. En este caso sustituir la transmisión deportiva de televisión por una en la Internet.

Algunos medios colombianos como eltiempo.com.co se están especializando en la creación de Blogs para los hinchas del fútbol, donde cada uno (hincha del Cali, Cúcuta, Nacional, América, Millonarios, Júnior, Santa Fe, DIM...) puede expresar, sus sentimientos por la camiseta, dar una opinión de cómo sintió al equipo la jornada anterior, conocer las opiniones de otros hinchas, entre muchas de las posibilidades que estos espacios generan.

Otro gran sitio de opinión son los foros interactivos, existen miles de todos los temas que se quiera. El foro es una herramienta que permite a un usuario mediante un alias o identificador (ID) y una contraseña, participar en diversos temas. Permiten tener acceso a galerías fotográficas a charlar con otros usuarios, crear una firma y muchas más posibilidades.

Gracias a esta interactividad, el periódico, la revista, la empresa puede conocer cuáles son las necesidades de cada uno de sus lectores, conocer cuales son las noticias mas leídas y que generen controversia, y de forma automática le hará llegar las informaciones más importantes que él desee.

“Controversia.net es un foro interactivo para conocedores del tema del fútbol, creado por colombianos en el exterior”*. Permite que cada usuario exprese sus sentimientos por cualquiera de los 18 equipos de categoría A y B en Colombia, a través de mensajes, relato de minuto a minuto de los partidos, diseño de firmas y perfiles que le dan su identidad. Los foros deportivos pueden ser de carácter público o privado, lo importante es que manejan el concepto de interactividad.

También existen sitios deportivos especializados que permiten al usuario conocer las estadísticas de un torneo, un jugador fecha por fecha, goles realizados, número de faltas desde el inicio de su carrera o el historial del fútbol colombiano desde 1958. Datos y estadísticas.com es una página que permite conocer esas cifras, otros sitios a nivel mundial con la IFFHS, los portales de béisbol, fútbol americano, golf de esp., las páginas a nivel mundial de cada deporte, dan esas posibilidades.

Algunas páginas de Internet, tienen el mismo contenido que el periódico escrito (caso elpais.com.co) salvo noticias de última hora, actualizaciones minuto a minuto, Chat con algún personaje y los clasificados, se maneja el mismo lenguaje y casi siempre las mismas imágenes.

* Pagina oficial del foro www.controversia.biz. Disponible en Internet: www.controversia.net/reglasdel foro.php

4.2.4 Ejemplos páginas deportivas 2007. Las páginas oficiales del tenis de campo como www.atptour.com, o www.wta.org permiten seguir los partidos de los tenistas colombianos Alejandro Falla, Santiago Giraldo Michael Quintero, Catalina Castaño, Mariana Duque en torneos como el Sony Ericsson 2007 el BanColombia Open, la gira de WTA, además de todas las estadísticas de los nacionales y por supuesto de Roger Federer, Rafael Nadal, Safin, Nikolay Davydenko, Iván Ljubicic, Venus Williams, Maria Sharapova, Justine Henin y Amelie Mauresmo entre los mas destacadas a nivel mundial.

Desde el inicio de la temporada de NASCAR en febrero del 2007, los sitios para seguir las estadísticas de Juan Pablo Montoya se han diversificado. www.juanpablomontoya-nascar.com, nace después de que el colombiano ganara las 24 horas de Daytona, la carrera de Busch Nascar – Autodromo Hermanos Rodríguez y la carrera Copa Nextel de Sonoma con en fin de tener un sitio en Español donde los usuarios latinos puedan hacer comentarios sobre los resultados y todas las polémicas que este piloto latino siempre ha generado.

Es interesante observar como el sitio de comentarios de Eltiempo.com recibe mas de 160 mensajes en promedio en las noticias de NASCAR, varios criticando a Montoya, otros adulando, pero la mayor parte pidiéndole al medio electrónico que ponga videos, las estadísticas de cómo va la serie, la clasificación de Montoya en la tabla de novatos del año, las ganancias, y las fichas de los otros pilotos.

No siempre vamos a encontrar sitios especializados para eventos de relevancia, como el caso del Suramericano Sub-17 de Ecuador (Marzo 2007), donde equipos como Brasil, Argentina y Colombia mostraron un gran nivel y generaron siempre bastantes noticias, pero no se creo un sitio oficial para el seguimiento oportuno del evento y se pierde una oportunidad de hacer periodismo electrónico.

www.enlajugada.com en asocio con el Noticiero 90 minutos de Cali han creado una canal de videos para que los usuarios puedan ver los goles de la jornada futbolera de Copa Mustang en Colombia a través de la página. Las fusiones entre los medios televisivos y las páginas deportivas es otra buena opción para trabajar en sitios Web.

El deporte siempre generará polémica y esto aumentará la demanda de visitas de un sitio, El 10 de abril del 2007 la página oficial del equipo Gimnasia Esgrima de la Plata de Argentina sacó un comunicado donde anunciaba a Francisco Maturana como el nuevo entrenador del equipo y esto hizo que aumentara la cantidad de usuarios en línea.

Muchas páginas aprovechan su imagen para crear concursos deportivos en línea para mantener los usuarios y atraer nuevos. Espndeportes.com una de las páginas emblemas del Béisbol en Estados Unidos, aprovechando el auge de la

gran camada de peloteros latinos en las grandes ligas (incluyendo varios colombianos) creó el concurso Desafío Béisbol 2007, donde se escoge un equipo de 10 integrantes y el ganador recibe un premio.

Este año se desarrollaron importantes eventos para los deportistas colombianos como los Juegos Panamericanos de Río de Janeiro 2007, y el Campeonato Mundial de Patinaje de Cali. Desde hace más de un año las páginas están cargadas con los reglamentos, formatos de inscripción y listas para entregar los resultados en línea.

Los niños no se pueden quedar sin un espacio de diversión en Internet a través del deporte. El Espectador junto a su patrocinador Texaco crearon especialmente para ellos una caricatura de circulación semanal llamada Súper Estrikas (superestrikas.com), aprovechando el mercadeo de futbolistas como Ronaldinho Gaucho, Messi, Kaka, Cristiano Ronaldo, Didier Drogba, Iván Córdoba para crear un equipo de lujo en el cual se pueden seguir las historietas por la red, participar en concursos, seguir las estadísticas de jugadores, todo por la red.

4.2.5 Contexto deportivo en Latinoamérica

4.2.5.1 Principales deportes en México. Al igual que en la mayor parte de la región, exceptuando Estados Unidos, Canadá y algunos países caribeños que prefieren el béisbol, al atletismo o el boxeo, México se caracteriza por la calidad de su liga de fútbol una de las más importantes del continente junto a la brasileña y el fútbol de primera argentino. México además posee grandes automovilistas como Adrián Fernández, Salvador Duran y Michael Jourdain Jr, que participan en campeonatos tan importantes como las series de la NASCAR, el Champ Car, Daytona y las 500 millas de Indianápolis.

En el golf su máxima referencia es la Tapatía Lorena Ochoa, considerada una de las mejores jugadoras del circuito de la LPGA, y la jugadora del 2006 por su gran cantidad de triunfos internacionales. Vicente “El Chino” Fernández es el deportista más destacado entre los hombres al hacer parte del Tour Senior de la PGA estadounidense. Ana Guevara es otra de las deportistas insignias del país, siendo una de las grandes medallistas a nivel mundial en los circuitos de la IAAF en la prueba de los 400 metros lisos, campeonatos mundiales, panamericanos y centroamericanos. Además el equipo de marcha mexicano goza de gran prestigio y siempre esta buscando medallas en todos los eventos a nivel mundial.

El béisbol profesional mexicano goza de un gran prestigio con su liga profesional, considerada por muchos la segunda más importante del continente después de MLS Estadounidense, por la gran cantidad de aficionados que maneja. El boxeo profesional con peleadores en la actualidad como Julio Cesar Chávez JR, Eric “El Terrible Morales”, Marco Antonio Barrera, Antonio Margarito, Hugo Cazares y otros grandes campeones mundiales hace de este deporte uno de los más importantes del país Azteca en cuanto a triunfos.

Otros deportes como la natación (en especial en los clavados) la lucha libre con grandes exponentes en la actualidad como Eddy Guerrero (Campeón de la WWE Q.E.P.D), Rey Misterio (Campeón de los Pesos Pesados de WWE), Chavo Guerrero y los Mexicools hacen parte del gran repertorio de atletas de este deporte de figuras legendarias como El Santo o Blue Demon. El ciclismo es un deporte que ha dado a México muchas medallas con Belén Guerrero en las olimpiadas o Panamericanos de Ciclismo y las últimas actuaciones de Julio Pérez Cuapio en eventos importantes del 2007 como el Giro de Italia. La Halterofilia o Levantamiento de Pesas es otra de las disciplinas aficionadas importantes de México, con grandes exponentes en cabeza de la flamante campeona olímpica Soraya Jiménez en Sydney 2000.

4.2.5.2 Principales deportes en Venezuela. Países caribeño por excelencia que conserva el arraigo del béisbol como su deporte nacional, con la liga venezolana profesional de Béisbol con mucha tradición y perteneciente a la Serie del Caribe. Las grandes actuaciones de peloteros venezolanos como Bob Abreu (Record de Cuadrangulares en Juego de las Estrellas 2007), Omar Vizquel, Miguel Cairo, Jorge Lugo, Johan Santana y muchos otros, generan grandes noticias para el deporte venezolano. Además del béisbol y la tradición de deportes como el boxeo, la esgrima, la lucha, el karate, la natación y el kitesurfing (que se practica en Isla Margarita).

El fútbol ha empezado a cobrar importancia debido a las importantes actuaciones que ha tenido tanto en las últimas eliminatorias como su selección nacional (donde ya no es el último lugar) tanto en Copa Libertadores como la llegada a cuartos de final del Deportivo Táchira de Copa Toyota Libertadores del 2004 y la histórica victoria del Caracas FC en Buenos Aires en marzo del 2007, frente a un equipo de jerarquía como River Plate, considerada la primera gran victoria de un equipo patriota en territorio argentino.

Venezuela realizó a mediados del año 2007 la Copa América de Fútbol (es el único país de la región que faltaba), el certamen de selecciones más antiguo del mundo y uno de los eventos más importantes del deporte en toda la región. Milka Duno y Ernesto Viso son las grandes esperanzas del automovilismo venezolano tanto en Indy Light Estadounidense como en GP2 respectivamente. En natación el país también es potencia con figuras como Alberto Subirats.

4.2.5.3 Principales deportes en Perú. Otro de los países tradicionales a su liga de fútbol profesional con equipos como Alianza Lima, Cienciano del Cuzco, Universitario y Sporting Cristal. Últimos resultados como la Copa Nissan Sudamericana ganada por Cienciano del Cuzco en el 2004 y la Recopa Sudamericana como el último triunfo de la selección sub-17 que logro la clasificación al mundial de Korea de la especialidad al obtener el cuarto puesto y el último cupo, lo cual fue considerado una hazaña, frente a las grandes potencias del fútbol juvenil como Brasil, Argentina y Colombia.

Perú es un país con grandes exponentes en deportes como el karate, el tenis de campo, el atletismo (Salto Alto) y en especial con el voleibol femenino en todas sus categorías. Perú es una de las tres potencias de la región junto a Brasil y Argentina y es casi fija su participación a los mundiales de la especialidad y a los Juegos Olímpicos de Verano.*

4.2.5.4 Principales deportes en Argentina. El país austral tiene una historia rica en el campo deportivo, siendo el fútbol el deporte nacional y el que ha dado las mayores alegrías de la historia con los dos campeonatos mundiales del 78 y 86 y grandes figuras del fútbol como Diego Armando Maradona, Alfredo Di Stefano, Gabriel Omar Batistuta y en la actualidad Lionel Messi, Hernán Crespo, Carlos Tevez, Juan Román Riquelme entre muchos otros. La historia del fútbol argentino posee en su haber innumerables Copas Libertadores de América, Recopas y Supercopas con equipos de tradición no solo a nivel continental sino mundial como Boca, River, Independiente, Estudiantes de la Plata, Vélez Sarsfield, Racing, Argentinos Juniors y San Lorenzo.

Además están los triunfos en la Copa América de Fútbol, la medalla de oro en los últimos Juegos Olímpicos de Sydney, y varios triunfos a través de la historia en los mundiales sub 17 y sub 20. Argentina es un país con grandes potencias en el boxeo con pegadores históricos como Carlos Monzón y Bodavena, y poseen varios campeones mundiales en la actualidad el más importante Omar Narváez y Barrios.

Maneja igualmente una gran tradición tenística a nivel mundial (Guillermo Villas en la década del 70-80 y Gabriela Sabatini 90), además de importantes jugadores de la actualidad como David Nalbandian, Gastón Gaudio, Juan Ignacio Chela, Guillermo Cañas, Agustín Calleri, José Acasuso, Juan Martín del Potro, Diego Hartfield, Martín Vasallo Arguello, Gisela Dulko y Clarissa Fernández. Manu Ginobili (considerado el mejor jugador de la historia de Argentina), Fabricio Oberto, Carlos Delfino, Chapu Nocióni, Walter Hermann pertenecientes a los equipos de la NBA, y otros jugadores destacados de Euroliga hacen parte del equipo de baloncesto de mayores que representa a Argentina en los mundiales de la especialidad y los Juegos Olímpicos. Argentina es un país de tradición automovilística desde históricos como Juan Manuel Fangio en la F1. En la actualidad existen buenos pilotos como José María López (que ha hecho grandes actuaciones en la GP2), Gastón Azacane, Sebastián Porto, Ponce de León entre otros. El TC2000, una parada del mundial de Rally de la FIA y varios calendarios de los circuitos sudamericanos se realizan en Argentina.

El golf argentino es el mejor de Suramérica con grandes exponentes del tour de la PGA como Ángel Cabrera uno de los golfistas mas importantes del circuito, ganador de US OPEN 2007. También destaca varios representantes en el tour

* Pagina oficial deporte aficionado del Perú 2007. Disponible en Internet en: www.peru.com/deportes

Europeo de la PGA con Eduardo Romero. Deportes como la natación con Georgina Bardach, el Kick Boxing con Jorge “Acero” Cali y las Bochas son otro motivo de alegría del país. Los argentinos se destacan en deportes como el Hockey sobre césped femenino (con las Leonas), el rugby, con el que equipo de Los Pumas y el Polo, donde la Argentina es una potencia a nivel mundial. Además de ser potencia continental en deportes como el Hockey en patines, el remo, la vela, el patinaje de carreras y el canotaje².

4.2 EL USUARIO EN COLOMBIA

Los cálculos del CRT, el DANE y el CINTEL prevén un 22% de penetración del Internet para el año 2007 en Colombia. Las más altas coberturas se encuentran en Bogotá, Valle, Atlántico y el Departamento de Antioquia.

Las características principales del usuario en Colombia son:

Usuarios entre 16 y 35 años.

Gente de los estratos 3, 4,5 y 6.

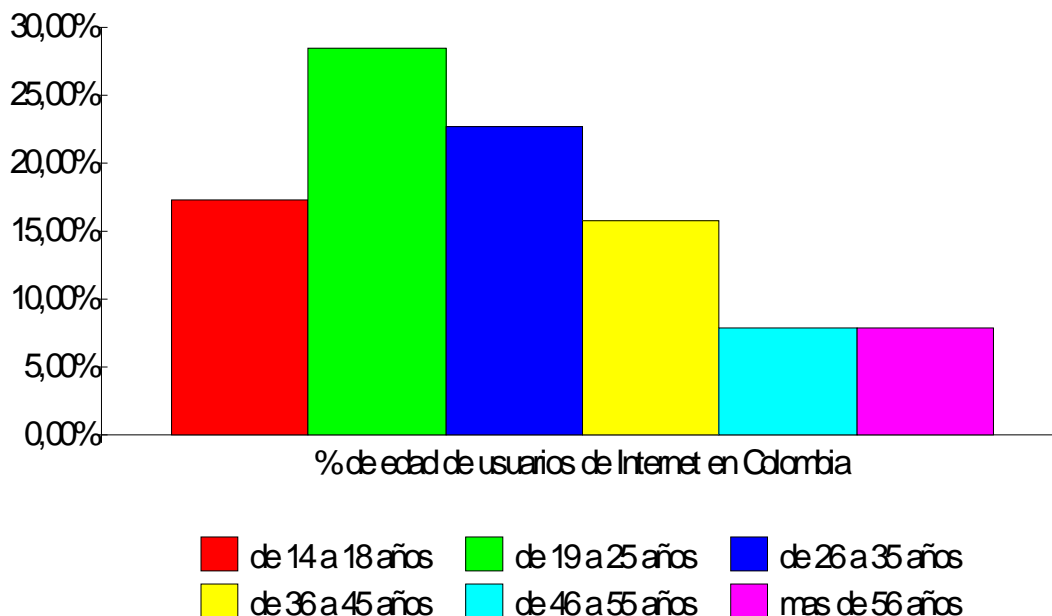
Universitarios, colegiales, profesionales, gente con familiares en otros países, familias que tienen PC en su casa y jóvenes que chatean o revisan su mail en CiberCafes o en computadores de amigos.

Personas con disponibilidad de una a tres horas para navegar.

Se accede Internet para revisar información, hacer tareas, ver videos, leer, bajar música e imágenes.

²“Deporte en la Republica Argentina, figuras principales [en línea]. Estados Unidos: Wikipedia Foundation Inc. 2007. [consultado 20 de marzo 2007]. Disponible en Internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte_en_Argentina

Cuadro 2. Porcentaje de Usuarios de Internet en el año 2006 en Colombia



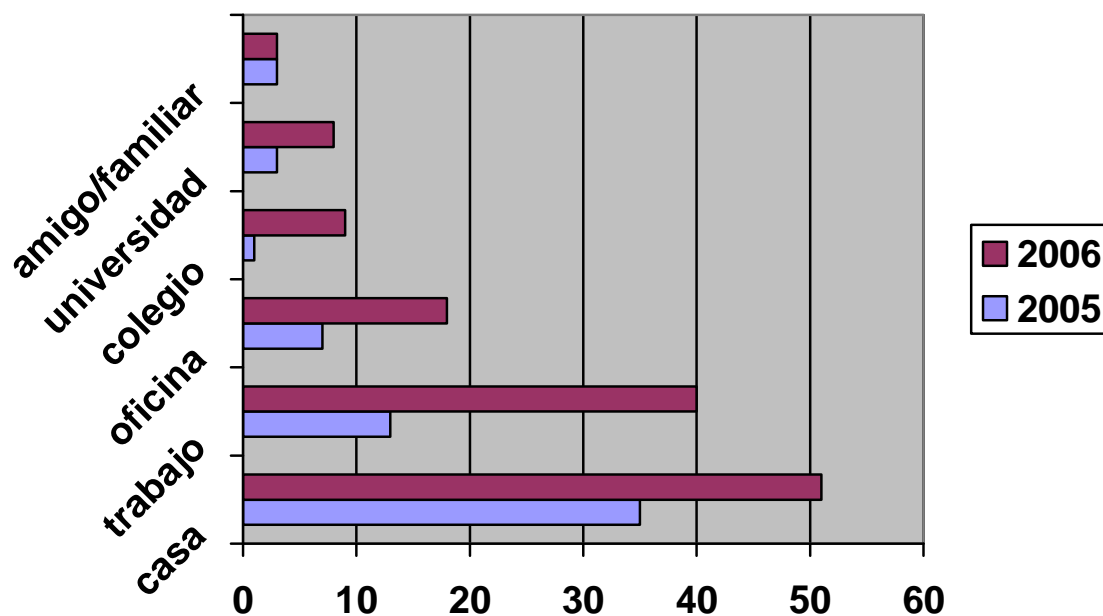
Fuente: Estudio del panorama de las telecomunicaciones en Colombia, 2006 [en línea]. Bogota: Centro Investigación de Comunicaciones CINTEL, DANE, 2006. [Consultado 08 de Marzo 2007]. Disponible en Internet en: www.cintel.org.co

¿Cuáles son los servicios que prefieren los colombianos cuando navegan por Internet?

La encuesta del CINTEL y el DANE reveló que el 47,6% de los colombianos buscan información de tipo noticiosa, 29,8% revisan su correo electrónico, 17,3% entran al Chat o Messenger, 2,1% buscan otras formas de entretenimiento, 1,3% trabajan por Internet, 0,6% realizan transacciones bancarias, 0,6% hacen llamadas telefónicas, 0,4% hacen compras, y otro 0,4% buscan ofertas en bolsas de trabajo y capacitación.

Esto significa que las páginas con contenido noticioso son los sitios más visitados por los navegantes colombianos y por lo tanto son los sitios que manejan la mayor parte de la población con acceso a la red.

Cuadro 3. Lugares de acceso más frecuentes en Colombia a la red



Fuente: Estudio del panorama de las telecomunicaciones en Colombia 2006, [en línea.] Bogotá: Centro Investigación de Comunicaciones CINTEL, DANE, 2006. [Consultado 8 de Marzo 2007]. Disponible en Internet en: www.cintel.org.co

El gráfico tres demuestra el aumento de la demanda de acceso a Internet por parte de los colombianos. El hogar, el sitio de trabajo, el colegio y las universidades siguen ampliando su cobertura.

4.3.1 Costo de un computador en Colombia año 2007. Cientos de posibilidades ofrece el mercado para adquirir un computador en Colombia. Por precio lo más común es que la gente compre un Clon, una mezcla de varias marcas de las partes de un PC y que perfectamente se puede conseguir desde \$600 mil pesos hasta 3 millones. El costo varía dependiendo de tamaños de memoria, el procesador, Disco Duro y accesorios como la impresora, el scanner e incluso el escritorio.

Un computador usado con todos sus elementos se puede conseguir desde \$300 mil pesos en Colombia. Basta con ver los clasificados de un periódico, una revista o buscar los sitios de venta especializados y se pueden negociar estos precios. Por supuesto siempre se recomienda comprar un PC nuevo por los programas que ofrece.

Computadores originales se pueden conseguir en 1 millón de pesos en centros comerciales o locales especializados de sistemas. Muchas empresas mandan a

pedir computadores en Estados Unidos o en las filiales de las marcas en otros países de Latinoamérica para ahorrar costos y recibir la última tecnología del mercado.

La reducción del precio en los PC portátiles que se pueden encontrar a febrero del 2007 desde 1 millón 300 mil pesos, esta aumentando la venta de este tipo de tecnología, que se puede adquirir sin el IVA (impuesto del 16% a los productos en Colombia) y no ser tan exclusiva de empresarios o las elites. La revaluación del peso colombiano frente al dólar ha permitido un descenso en el costo de los equipos.

4.3.2 Costo de la Internet en Colombia. El costo de navegación depende del tipo de conexión a red, si el usuario se conecta a menudo con el servicio de banda ancha por línea telefónica, dependiendo del uso le puede costar en promedio de \$60 mil pesos a \$ 1 ó 2 millones mensuales. Empresas especializadas ofrecen el servicio por una mensualidad.

La tecnología de redes inalámbrica que apenas llega al país ofrece conexión gratuita a los usuarios que manejan equipos portátiles. Algunas universidades, bibliotecas y lugares específicos en las ciudades principales ya poseen este servicio, aunque todavía continua en desarrollo.

Los Café Internet o CiberCafés varían sus precios en promedio desde \$1.500 pesos la hora a \$3.500, dependiendo el tipo de servidor, velocidad de conexión, empresa proveedora y otros servicios que ofrezcan los usuarios.

4.3.3 Sitios on line deportivos son los más comunes en Colombia. Los más comunes son los de los grandes periódicos nacionales con sus secciones deportivas El Tiempo, El País, El Colombiano, El Herald, El Universal, El Espectador, El Espacio y los periódicos principales de otras ciudades intermedias como Cúcuta, Bucaramanga, Pereira, Manizales, Santa Marta, Popayán.

Existen algunos foros especializados en deportes específicos: Futbolred.com (fútbol), Patincarrera.com (patinaje), Patincolombia.com (patinaje), teamreneria.com (béisbol), fedegolf.com (golf), colombiaespasion.com, (ciclismo), indervalle.gov.co, inder.gov.co (deporte aficionado), mediamaratonbogota.com (atletismo).

Aunque la mayoría de sitios están relacionados con el fútbol profesional o manejan información variada de este deporte. Enlajugada.com (variado con prioridad en fútbol), diariodeportivo.com (variado con prioridad en fútbol), Colombia/deportes.com.

También están los sitios oficiales de la Copa Mustang de fútbol, La Dimayor, La Conmebol, la Copa Libertadores de América, la revista deportiva El Gráfico,

Antena2, La W, Colombia Deportiva, Deporte Total, Jaime Dinás y los equipos colombianos. Curiosamente ninguno posee canal de televisión pero si existen algunos convenios.

4.4 MARCO TEÓRICO

4.4.1 Modelo de Producción Multimedia de Antonio Fernández-Coca. La interactividad ideal requiere de varios pasos a seguir para lograr una navegación clara en el servidor y que la noticia sea interesante para todos los usuarios.

Antonio Fernández- Coca plantea un modelo de estructura multimedia en dos modos: directo e indirecto, para la creación del sitio a través de un guión literario en una fase de preproducción donde se elige al equipo de trabajo y se organiza la idea, una de producción donde entra el guión gráfico y una de postproducción como la etapa final del proyecto.

Modo instrumental: con esta herramienta, se da una solución concreta a una pregunta o búsqueda concreta. Ejemplo: Titular Ciclismo A, lleva a nota Ciclismo A.

Modo indirecto: ofrece la posibilidad de explorar varias soluciones. Da al ordenador un modo mas activo, al sugerir examinar varias informaciones. Ejemplo: Buscadores de noticias, Archivos de noticias.

* Elementos Relato Multimedia. Este modelo de producción puede ser trabajado de tres formas: Textual Iconográfica o Mixta:

La forma textual presenta la información sólo por medio de textos. No existen gráficos, o éstos son muy concretos.

El modelo iconográfico se basa en el uso mayoritario de imágenes, o mapas de imagen interactivos, que enlazan con la información solicitada. El problema de este modelo es que a mayor uso de imágenes el uso de memoria es mayor y puede presentar problemas de tiempo de carga en la página, lo cual generará molestias al usuario.

La forma mixta combina los dos primeros modelos y presenta otras opciones interactivas como el uso de audio o video. Es considerado por Fernández- Coca como el ideal para trabajar contenidos noticiosos.

4.5 DIAGRAMACIÓN DEL MODELO MIXTO DE FERNÁNDEZ - COCA

4.5.1 Coherencia del texto. Antonio Fernández – Coca puntualiza que lo más importante es la coherencia del texto, en cualquiera de las tres formas que se trabaje el relato multimedia. La coherencia en todos los elementos multimedia de la página es clave para no confundir al usuario y no hacer que se pierda dentro del documento.

4.5.2 Elementos de una página deportiva. Según el modelo mixto de producción multimedia de Fernández-Coca la estructura de la página debe procurar un buen archivo de noticias, división de las secciones principales, impacto en la letra de los titulares, barra de actualización de noticias, galería fotográfica actualizada, cobertura on line de los eventos, estadística de los atletas, entrevistas, biografías, audio, video y sitios de opinión. El diseño no necesariamente es la máxima prioridad más si la función del sitio es comunicar y es más importante el trabajo de la parte textual.

4.5.3 Características del texto. Guillermo Franco en un artículo publicado en el diario colombiano El tiempo enfatiza que los usuarios que navegan en sitios de noticias tienden a mirar primero el texto precisamente por la calidad que ofrece el medio periodístico. Antonio Fernández – Coca se basa en la coherencia textual como un punto clave para la elaboración de productos multimedia, es clave la calidad del texto para desarrollar las noticias.

Con respecto a los encabezamientos de la noticia, estos pueden ser textos, gráficos, o animaciones lo importante es que indique al usuario en que parte del documento se encuentra.

Fernández- Coca habla de la existencia de un simbolismo en los colores, para los textos y como estos pueden influir en el estado de ánimo del usuario. Lo más importante es combinarlos de una manera correcta con el fondo para evitar problemas de legibilidad³. Los mejores colores son los oscuros ya que permiten una lectura mas tranquila. Por el contrario un color brillante como el amarillo o el verde es más difícil de leer y cansa al lector.

4.5.4 Cansancio del lector. Leer en una pantalla de ordenador no es demasiado. Cómodo ni recomendable para nuestros ojos. ¿Entonces si necesitamos poner un texto largo que hacemos?

³ FERNÁNDEZ – Coca, Antonio. Producción y diseño gráfico para la World Wide Web: Estructura de producción multimedia. Barcelona: ed PAIDOS, 1998. p. 221.

Antonio Fernández – Coca recomienda que la noticia no deba ser excesivamente larga, pero siempre coherente y que se pueda acceder a toda la información prescindiendo de las imágenes⁴. Para evitar que el usuario se canse se recomienda el uso de párrafos cortos donde se destaque claramente la idea a transmitir. Se pueden manejar diferentes tipos de lenguaje dependiendo del medio. Es importante que el texto no acapare mucho espacio de la página ya que podría aburrir al lector.

La letra debe ser contraria al color del fondo según el modelo de Fernández-Coca para evitar los problemas de lectura de la noticia.

Sobre la tipografía de la letra los puntajes ideales se encuentran entre 8 a 12. El Modelo de Fernández-Coca no recomienda el uso de tamaños de letra superiores debido a que reducen la velocidad de lectura en un 12% además de ocupar espacio para otros elementos de la producción multimedia como audio, video. La tipografía debe mantenerse siempre en una longitud media, sin saltos, puntajes o tipos de letra diferente. Los párrafos no deben ser excesivamente largos o cortos pues restringen la legibilidad del texto.⁵

4.5.5 Calidad de la imagen. Es un error muy frecuente diseñar gráficos desde pantallas de resolución mayor a 14" – 640*480 píxeles como promedio- El modelo de Coca aconseja evitar que las imágenes salgan cortadas, y que no tengan un tamaño excesivo ya que ralentizarán bastante el tiempo de bajada.

No necesariamente la imagen es la parte principal de una noticia, aunque el modelo mixto de Fernández - Coca relaciona la estructura multimedia con la combinación de varios elementos sobre todo en páginas relacionadas con medios de comunicación. En la noticia deportiva ocurre un hecho significativo y es que el usuario quiere ver el rostro del ganador, la imagen del accidente del automovilista, la celebración, la medalla en el pecho. Temas como el deporte funcionan mejor con estructuras mixtas, por ejemplo la página principal de los Juegos Panamericanos 2007.*

4.5.6 La Organización Gráfica. La estructura de la página deportiva se puede manejar en distintos formatos. Fernández- Coca recomienda marcos que no excedan el tamaño de la página, teniendo en cuenta la extensión del contenido. Si el contenido de textos es muy grande se aconseja abrir varios enlaces dentro de la página. También es conveniente hacerlo cuando la cantidad de elementos gráficos a manejar es muy alta.

⁴ Ibid., p. 284

⁵ Ibid., p. 218

* Pagina oficial de Los Juegos Panamericanos de Río 2007, Brasil www.rio2007.org.br/pan2007/espanhol/indexesp.asp

El modelo de estructura multimedia Coca aconseja dividir la página en seis partes al trabajar la diagramación:

Encabezamiento o banda de localización
Iconos, o enlaces de hipertexto
Cuerpo
Un pie de página
Iconos, o enlaces de hipertexto
Firma, fecha y correo electrónico del autor

4.6 FACTORES DE MEDICION DEL RELATO MULTIMEDIA

* Interés de los contenidos

El modelo de organización multimedia de Coca habla de dos estrategias para que el texto sea de interés: coherencia del texto y combinación de los elementos multimedia. Es importante también tener claro el propósito de la página y para qué tipo de usuarios van dirigidos los servicios.

* Galería Fotográfica

El manejo de las imágenes hace parte de la combinación de elementos multimedia, según el modelo mixto de Coca. Las imágenes requieren de un equilibrio en cuanto a su tamaño, compresión para evitar problemas de carga del sitio. Las galerías deportivas actualizadas permiten que el usuario observe los momentos más importantes de un evento: la final de un partido de fútbol, la etapa de una carrera ciclística, el resumen de la regata, el momento del triunfo.

* La imagen con relación al texto

La matriz de desarrollo del proyecto está basada en el modelo mixto de Fernández-Coca (Relato Multimedia), que habla que todos los elementos multimedia deben estar directamente relacionados, de lo contrario no tendrán ningún significado y es preferible trabajar sólo la parte textual.

La noticia deportiva gusta más al usuario si éste tiene la posibilidad de ver la imagen del ganador, escuchar la voz del deportista, y observar la transmisión en vivo del evento. Por estas razones las páginas deportivas funcionan mejor con el uso de diversos elementos multimedia.

No es conveniente cargar una entrada o una noticia principal con muchas imágenes, videos, audio o animaciones, puesto que debido al peso pueden generar problemas de acceso al sitio. Si el usuario no entra en pocos segundos a

la página, buscará otra donde posiblemente hallará la información y el sitio pierde un cliente potencial.

Cuando se manejan muchas imágenes lo ideal es tener un archivo gráfico enlazado a otras páginas posteriores que según el modelo mixto es una ventaja cuando se tienen muchas noticias por publicar.

Los exploradores soportan varios tipos de imágenes. No siempre se debe publicar la imagen más grande y bonita que se tiene a la mano. Basándonos en el modelo de Coca siempre será mejor una imagen de tamaño medio y que no le quite protagonismo a los otros elementos de producción multimedia en especial el texto.

* Fácil acceso a los elementos Multimedia

Se había mencionado con anterioridad un equilibrio en cuanto a tamaños de imágenes, textos y cantidad de los mismos, basado en el modelo mixto de Coca. Un difícil acceso al contenido multimedia, por problemas como el peso de los elementos gráficos, el audio o el video, crea molestias al usuario.

Igualmente cuando la página no carga en el servidor, o al señalar un hipervínculo de una noticia y éste mande al usuario a un lugar totalmente diferente, representan fallas en el diseño del sitio y atenta contra la seriedad del mismo.

* Calidad del análisis de la noticia.

Existen cinco variables para estructurar un texto según el modelo de Coca:

Titulo del documento: facilita la localización del usuario dentro del mismo y permite entender la noticia.

Dividir la información en párrafos: facilita el entendimiento de la noticia y permite una mejor lectura

Contenido directo: Ideas concretas directamente relacionadas.

Los enlaces u otros elementos multimedia deben ser consecuentes: Que cada audio, video, imagen o enlace nos lleve a un complemento de la nota y no a noticias diferentes.

Cuidar la longitud de las páginas: El modelo de Coca aconseja que no se debe extender en lo que constituirían dos hojas A-4* para evitar que el usuario tenga que estar bajando o subiendo el scroll* lo cual causa molestia.

* En Latinoamérica se extiende el uso del tamaño carta.

** Barra de desplazamiento ubicada horizontal y verticalmente.

* Combinación de todos los elementos multimedia

La combinación de elementos es la mejor forma de manejar noticias deportivas, teniendo en cuenta las ventajas que ofrece el modelo mixto de Coca, para la producción de sitios noticiosos y en segundo lugar todos los elementos que caracterizan a la noticia deportiva. .

4.7 ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS

4.7.1 El factor creatividad. Actualmente el desarrollo de software específico es muy fácil, herramientas como Photoshop permiten que cualquier persona se sienta creativa y que lo introduzca en sus aplicaciones Web⁶. El modelo de creación de páginas Web que propone Fernández –Coca esta hecho para cualquier persona interesada en tener su sitio y no requiere de ser un experto en la materia.

Siempre se debe pensar en que todas las ideas a desarrollar en la World Wide Web van dirigidas al público, la complejidad del trabajo multimedia depende del canal por el que se vaya a trabajar.

4.7.2 Publicidad. La publicidad no es sólo un letrero que nos dice algo, al hacer click el hipervínculo permite al cibernauta conocer un mundo nuevo. En la ventana se encontrará otra información y otra publicidad que mandará a otro sitio y así sucesivamente.

La publicidad por Internet se paga por el número de veces que la gente navega en un portal, el número de veces que se le da click al letrero o aviso y también por su tamaño y localización. Un mensaje puede aparecer por abrir una ventana, aceptar un producto o inscribirse a un correo.

Se requiere de un buen manejo de la publicidad, no es recomendable que el 40% de la pantalla o más este cargado con anuncios publicitarios. Según el modelo de Coca que desvían la atención del usuario y se pierda el interés por el contenido del sitio Web.

Si bien la publicidad no hace parte relevante del contenido noticioso si puede desviar la atención hacia sus elementos. Es posible que algunos elementos multimedia estén patrocinados con alguna pauta publicidad. MSN (que maneja la página de foxsports.com) por ejemplo pone sus anuncios en todas las ventanas de los videos de las noticias deportivas del portal.

⁶ Ibid., p. 143

La publicidad hace parte del proceso de reproducción de la página. Según el modelo de Coca por el equipo humano encargado del mercadeo del sitio. En fases posteriores de realización se verán los resultados económicos de los avisos que se hayan publicado en los espacios de la ventana.

4.8 UNA APROXIMACIÓN A LOS MEDIO A TRAVÉS DE SUS AUDIENCIAS

Cuadro 1. Comparación de audiencias entre medios informativos

Medio.	Audiencia.	Alcance.	Interacción.
Radio.	Programación pensada para grandes audiencias	Regional, Nacional, Internacional	Por teléfono, solo en algunos programas
Televisión.	Programación pensada para grandes audiencias	Nacional, en algunos casos, mundial	Por teléfono, solo en algunos programas
Prensa.	Contenido definido en base al "interés público"	Regional, en algunos casos, nacional	Por medio de cartas, nunca es inmediata
Internet.	El contenido y la audiencia pueden ser "hechos a la medida"	Mundial Inmediata.	Cualquier persona puede participar

Fuente: DE LA GUARDIA, Carlos, GUTIERREZ Fernando y ISLAS Octavio. Internet: inteligente medio de comunicación. En Razón y Palabra. Vol. 3, No. 1 (May-Jul. 1996); p. 29.

La característica relevante de la Internet frente a los otros medios es su facilidad de interactuar en forma rápida con cualquier lugar del mundo. Por supuesto que todos los medios están pensados para grandes audiencias, pero solo pocos usuarios pueden interactuar por teléfono en la radio y la televisión. No todas las cartas de los lectores pueden ser publicadas en la prensa por falta de espacios. En las editoriales normalmente escriben periodistas o profesionales de algún tema, dando muy poco o ningún espacio al resto de la comunidad.

La característica de interactividad del Internet permite que cualquier usuario se convierta en periodista, diseñador, escritor. En la red tenemos posibilidades ilimitadas de crear nuestras opiniones, nuestros textos, nuestras comunidades en línea. Cientos de posibilidades de expresión.

Un caso interesante ocurrió en el año 2004 en el foro colombiano Controversia.net, en el partido de cuartos de final entre las tenistas Fabiola Zuluaga vs. Anikka Kapros del abierto de Australia. Mientras una de los usuarios comentaba cada punto por ventana. 15-0 escribía y cargaba, 30-0 escribía y cargaba, 40-0, igual, juego. Así lo hizo durante todo el partido. Al mismo tiempo otro usuario comentaba cada punto. El resto de foristas daban mensajes de ánimo, escribían acerca del logro histórico de la tenista colombiana.

El foro se convirtió en ese instante en un verdadero medio alternativo, como si fuera una transmisión en línea de Espndeportes.com. Este ejemplo demuestra la característica de interactividad del Internet y de las ilimitadas posibilidades de opinión.

4.8.1 Posibilidades multimedia Sonido e Imagen.

Lenguaje radiofónico: Desde la aparición de la primera emisora con programación regular en 1920 (KDKA, Pittsburg, EEUU) hasta nuestros días la radio ha desarrollado una increíble y constante atracción hacia sus oyentes.

El estudio y análisis de la radio ha estado casi siempre vinculado a su proyección social y política, además de ser un medio que maneja una gran publicidad comercial.

Los mensajes sonoros de la radio podemos imaginarlos como una secuencia ordenada y significativa de sonidos elaborados por las personas, los instrumentos musicales o la naturaleza y clasificarlos según los códigos del lenguaje radiofónico.

El sonido es parte integral de la estructura multimedia basado en modelo mixto de producción multimedia de Fernández-Coca. En el deporte el audio permite escuchar la voz de los protagonistas de los juegos. Los usuarios pueden conocer por esta vía, las primeras reacciones, como si fuera en una sala de prensa.

La característica del sonido, divide a la radio en cuatro partes principales: La palabra; la música; los efectos especiales y el silencio. Estas categorías son las que permiten el éxito del audio como parte de la producción multimedia de la página.

Para que el audio sea un éxito los cuatro elementos deben procurar:

La palabra.

* Se debe hablar de forma clara, correcta y llamativa. No solo el texto debe ser coherente, la opinión del deportista debe ir acorde con la noticia presentada.

La música.

* Es muy importante en los espacios musicales pero también se utiliza como fondo y para separar bloques de contenidos.

Los efectos especiales.

* Se usan sonidos de la vida real en algunos espacios y también para identificar ciertos programas o emisoras.

El silencio.

* Es importante utilizarlo de forma correcta para que contenga valor expresivo.

En Colombia la radio ha sido un medio influyente en la política (Radio Sutatenza, El Bogotazo), y una posibilidad de entretenimiento desde sus inicios con el auge de las radionovelas. Actualmente se destacan las emisoras de música como La Mega, Las 40 principales, RadioHit, La X, Olímpica Stereo, La Vallenata como las emisoras preferidas por los colombianos. Los programas de humor político como El Cocuyo, La Luciérnaga, los deportivos de fútbol, automovilismo y matinales de noticias son los más escuchados en AM. Algunas emisoras de música ofrecen las emisiones de las novelas de moda.

* Lenguaje Audiovisual.

Como en el cine, el lenguaje televisivo utiliza los mismos códigos. Es importante tener en cuenta que la pantalla de la televisión es más pequeña que la del cine.

La televisión en línea también es parte de los elementos multimedia que conforma la estructura multimedia de una página, basado en el modelo mixto de Fernández – Coca. Este elemento se usa mucho en la Internet para transmitir eventos de gran interés como un campeonato de fútbol, una olimpiada, los Juegos Panamericanos.

La transmisión de televisión por Internet es uno de los elementos más complejos de manejar en la estructura multimedia de un sitio. Se debe tener en cuenta la configuración y la diversidad de servidores por Internet. La transmisión en línea permite al usuario ver la competencia que no pasan en los canales de televisión, además de permitir seguir varias transmisiones a la vez.

Si en Juegos Olímpicos se están desarrollando diez competencias al tiempo, el televisor de la casa solo nos permitirá ver una, mientras en varios portales especializados en transmisiones deportivas, podremos verlos todos. En algunos casos será gratis y en otros se deberá pagar por ver el evento.

Al igual que los otros elementos multimedia como texto, audio o video, la televisión en vivo requiere de una coherencia basada en el modelo de producción de Coca. No es muy serio transmitir un evento musical, en una página 100% dedicada a la transmisión en línea del Tour de Francia.

*Diversidad de Programas

La diversidad de programas es que ofrece la televisión es grande, existen algunas categorías específicas como:

*De publicidad.

Para que compremos cosas, aunque no las necesitemos.

*Educativos, culturales y dramáticos.

Para formar, entretener y dar cultura. Documentales, programas educativos (infantiles y para adultos), concursos, obras de teatro...

*De entretenimiento.

Para divertir. Variedades (magazines), concursos, películas, deportivos, novelas, series, animados (tiras cómicas, anime, títeres, plastilina, fieltro), realitys (Desafío 2007), astrología, chats por celular, eróticos...

*Informativos.

Cuentan noticias. Boletines de noticias, programas de opinión, telediarios...

A nivel deportivo en Colombia en la televisión por cable los canales Espn, Espn2, Espn+, FoxSports América, Gol TV, RAI, TeleAzteca , Canal de las Estrellas, Canal 11, T y C Sports, Band, Speed (por las carreras de NASCAR), TVE, Señal Colombia, CityTV (golf), Canales regionales Telepacífico, Teleantioquia, TeleCaribe, Canal del Café (especializados en deporte aficionado), Caracol (y su programa Gol Caracol), RCN (nuestro fútbol), ATV Peru, son los canales mas vistos.

4.9 MARCO CONCEPTUAL

Elementos de producción multimedia

Blog de opinión: diario de campo electrónico, que hace parte de los elementos de un modelo de producción mixta. Otros elementos importantes para los usuarios que se incluyen en este modelo: chat, foros, ventana de comentarios, zona de quejas.

Páginas: Fernando González – Coca las define como ficheros que componen un documento y que requieren de un tratamiento gráfico y la creación de un texto coherente para ser viables.

Al hablar de Producción Multimedia se refiere a la creación de sitios virtuales que aprovechan los elementos texto, video, audio, entrevistas, televisión en línea, en los cuales debe existir una coherencia textual, para no confundir al usuario.

Hipermedia según Antonio Fernández – Coca es una extensión de hipertexto que incluye gráficos, sonido, video y otros tipos de datos.

*Elementos usados en la producción periodística.

La Coherencia textual según Fernández – Coca es el tratamiento que se le hace a la parte escrita del texto. El diseño de la letra (colores, puntajes, estilo, combinación con el fondo) y la gramática (coherencia en las frases, manejo de párrafos, ortografía) son los dos aspectos que se deben trabajar para generar textos de calidad en los modelos de producción multimedia.

La palabra Paste significa pegar. Algunos periodistas electrónicos encargados del manejo de los sitios Web simplemente toman la noticia que se va a publicar en la prensa y la ponen al pie de la letra de otras agencias de prensa. Las noticias que vienen manejadas en resumen de agencias normalmente se ponen se esta forma (AP, REUTERS).

Traffic Rank (Ranking de tráfico en español) es la posición que tiene el sitio por semana a nivel mundial y que algunos portales especializados trabajan. En este caso se refiere a la página www.alexa.com.

5. METODOLOGÍA

5.1 ENFOQUE INVESTIGATIVO

El enfoque de este trabajo es del tipo Empírico – Analítico debido a las observaciones empíricas del investigador permitirán el manejo de las variables a estudiar a través de una matriz y permitir el desarrollo de la propuesta metodológica de relato multimedia.

En pocas palabras la investigación revisara la producción multimedia de ocho sitios especializados en la noticia deportiva por Internet como el objeto de estudio, con el propósito de explicar los factores de funcionamiento y cómo está organizado el relato multimedia de su contenido noticioso (no confundir con su contenido gráfico). Al tener claro que se buscan las causas que determinan un hecho (página deportiva) que no ha sido estudiado en el país la investigación es de tipo exploratoria.

Para el análisis de los sitios seleccionados diseñará un esquema (matriz tentativa) de análisis de contenido, diseño (color letra, espacio, publicidad) periodístico (relación foto - texto, manejo de vocabulario, elementos de interactividad medio-cibernauta) entre páginas con contenido deportivo a nivel nacional e internacional.

5.2 INSTRUMENTOS

Etnográficos: El proyecto contempla hablar con periodistas especializados en el campo de las tecnologías de la información, periodistas de prensa, televisión y radio, usuarios y expertos en el diseño de sitios Web.

Documental: se tomarán 8 sitios Web (ver procedimiento 3.3), que manejen varios deportes en sus secciones digitales con el fin de analizar algunas de las noticias del día.

El proyecto contempla la revisión de casos, mirar algunos estudios de medios actualizados en Colombia, información de artículos y textos que hablan de diseño de contenidos para crear sitios Web.

Para el desarrollo del proyecto se crearán dos matrices de análisis. La primera se llamará matriz de control semanal y consistirá en un esquema de información de

cada una de las páginas a consultar durante una semana (miércoles semana anterior a martes semana posterior), con el fin de revisar todos los elementos que hacen parte del relato multimedia.

El segundo será la matriz de conclusión semanal, con la cual se mostrarán los resultados generales de las variables más importantes para el estudio y permitirá resumir los aspectos más importantes que ocurrieron en los sitios durante los días de análisis. Cada página tendrá una matriz de conclusión.

5.2.1 Matriz de análisis diario. La matriz de análisis noticioso diaria se basa en seis factores básicos para producción multimedia del modelo mixto de producción multimedia de Antonio Fernández – Coca.

* *Características generales.* Este primer punto de la matriz no hace parte directa del modelo de Fernández – Coca. Simplemente tiene como objetivo mirar los datos principales de la página: Nombre de la página deportiva, país de origen, día de la semana estudiado, el tiempo que demora en cargar el sitio en la ventana, el traffic rank semanal (el ranking que tiene la página a nivel mundial) y el número de ficha respectiva.

* *Variable libre acceso:* El libre acceso es una de las etapas de postproducción del modelo de Coca y va ligada directamente con el usuario. ¿Será gratis? ¿Tendrá que pagarse por leer los artículos o servicios adicionales? ¿Como será la base de datos que permita el pago con tarjeta de crédito?

* *Variable publicidad:* el modelo de Fernández- Coca enfatiza en el departamento comercial encargado de la venta, difusión de la publicidad en la aplicación, sin embargo no es parte del contenido estructural de la noticia y no entra directamente a ser parte del modelo.

* *Relato Multimedia.* La parte más importante del estudio junto al punto tres de Estructura Humana (ver punto 4.5). Esta variable permite al investigador realizar el análisis noticioso del diseño de la metodología multimedia de los ocho sitios a indagar.

La unión de varios elementos interactivos es la mejor opción para la estructura multimedia Basándose en el postulado de Fernández-Coca, la matriz revisará el modo de presentación de la información (ya sea textual, iconográfica o mixta) buscando elementos como texto, imagen, video, animaciones, audio, análisis, entrevistas interactivas, encuesta, espacios para usuario entre otros.

Para evaluar el interés de los contenidos se usara el sistema de calificación en cinco formas.

Excelente: si se cumple sobresalientemente el propósito del relato 10

Buena: si se cumple el propósito del relato 9 a 8
Aceptable: si hay algunas fallas en el relato, pero el propósito se cumple. 7 a 5
Baja; si no se cumple el propósito del relato 4 a 1
Nula: no existe, no se aprovecha para la creación del relato 0.

Las preguntas a evaluar con este sistema de calificación son:

Interés de los contenidos, Galería fotográfica actualizada, fácil acceso a los elementos multimedia (que carguen, que funcionen...), texto en relación a la imagen (que la imagen se complemente con el texto, este bien trabajada y no sea de archivo), calidad del análisis de la noticia (que sea coherente, según el modelo de Coca) y la combinación de todos los elementos multimedia que hace parte de la producción de la estructura multimedia basado en el modelo mixto de Fernández- Coca.

EL simbolismo de colores en los textos, puntaje de párrafos y su tamaño elementos claves para el modelo de producción multimedia de Fernández –Coca. El color de los textos y los fondos crea sensaciones en el usuario que generaran aceptación o molestias a la hora de la navegación, teniendo en cuenta variables como el cansancio de lectura.

* Estructura humana. Lo importante de este punto es ver qué servicios ofrece el sitio para que el usuario pueda dejar su opinión. Por eso esta parte del análisis empieza preguntando qué tipo de servicios interactivos, que son un complemento del modelo mixto de producción multimedia de Coca. Entre ellos podemos nombrar: Foro, Blog, Quejas, Concurso deportivo, Comentario, Ventana de Chat.

Si existe alguno de los servicios, se pasa a la segunda parte ¿de qué habla el usuario? Para ilustrar de cuáles son los temas que les gustan y por qué generan opinión. Complementado esta pregunta se utilizarán de uno a tres comentarios para ver cómo se expresa el usuario de la página.

Los datos de contacto como correo electrónico, teléfono, son parte vital de la diagramación según el modelo de estructura multimedia de Coca. Es importante conocer quienes son los realizadores del sitio y su localización como parte vital de la preproducción de sitios web.

* Comentarios finales

La cuarta parte de la matriz la usa el investigador para sacar las conclusiones generales que encontró en los análisis de la noticia respectiva a través de cinco variables: observaciones a considerar, dificultades encontradas, aciertos, páginas de contenido similar y recomendaciones finales.

Tabla 1. Matriz de análisis diario de la estructura multimedia

<p>Análisis de contenido noticioso de sitios web deportivos</p> <p>Ficha Individual de control propuesta multimedia para la estructura de la noticia</p> <p>Jorge Andrés Bello Pérez</p>

1. Descripción General		Matriz de evaluación Diaria			
Página Deportiva	País/Ciudad	Día	Tiempo de entrada	Traffic Rank	N. Ficha
Libre acceso sí	Incluye Publicidad	Propósito de la página Resumen deportivo diario de todos los deportes donde hayan participado atletas colombianos			
Características de la página:		Tema de la noticia:			
Última actualización:		Créditos de la noticia:			
# de actualizaciones diarias:		Posibilidad de acceder a la nota en otro idioma:			

2. Relato Multimedia		Características del contenido noticioso				
Texto si	Imagen si	Video x	Animación x	Audio x		
Análisis x	Entrevista x	Encuesta x	Espacios para usuarios x	Otros x		
Calificación		Excelente	Buena	Aceptable	Baja	Nula
Interés de los contenidos						
Galería fotográfica actualizada						
Fácil acceso a los elementos multimedia						
Texto en relación a la imagen						
Calidad del análisis de la noticia						
Combinación de todos los elementos multimedia						
Características del texto		Color : negro	Puntaje y tipo de letra :	Párrafos		

3. El Usuario	Relato Multimedia / Interacción		
Que elementos de opinión existen	Foro	Blog	Comentario
	Concursos	Quejas	Chat
¿de que habla el usuario? (si existe alguno de los elementos)			
Comentario de usuario:			
Correos electrónicos del sitio:			
Teléfonos:			

4. Observaciones	Resultados del análisis
Observaciones a considerar	
Dificultades y limitaciones a considerar	
Aciertos	
Páginas de contenido similar o complementario	
Recomendaciones	

5.2.2 Matriz de control semanal. La matriz de control semanal (miércoles semana anterior a martes semana posterior) recolectó los datos de cada página por semana, si tenemos ocho páginas a investigar significa que tendremos el mismo número de fichas de control. El máximo de noticias por día que se analizaron fueron tres. En caso que una página obtuvo más de tres noticias por día se escogerá, mediante el uso de un dado sin carga 1 - 6 (si hay máximo 6) dos dados sin carga para de 6 - 12 noticias por día.

Esta ficha de conclusión permitió hacer una revisión general en cuanto a los datos cuantitativos de cada página. Cuántas noticias, videos, notas, audio, entrevista, TV en línea, animación, encuestas por día. Además permite hacer una comparación

cuantitativa del número de elementos multimedia entre medios nacionales y también internacionales.

La ficha de conclusión maneja el nombre de la página con el número de ficha respectiva. En la primera parte se indagaron todos los datos cuantitativos por semana Noticias, Imágenes, Videos, Noticias referentes solo a fútbol, a otros deportes, entrevistas, deportes tratados. También los días de mayor afluencia de noticias por que hay que tener en cuenta que los domingos se juegan las fechas de fútbol, las finales de torneos de tenis, golf, automovilismo entre otras.

Con esta información se comparó si hay una diferenciación entre ciertos días y otros en cuanto al manejo del contenido noticioso y si la metodología de relato multimedia del contenido noticioso es la misma a diario o hay alguna novedad un día determinado de la semana.

En la última parte de la matriz de conclusión el investigador, realizó las observaciones y recomendaciones pertinentes después del análisis de todas las fichas de control semanal con el fin de resumir si se cumplió o no el objetivo de investigación.

Tabla 2. Matriz de conclusión semanal

Análisis de contenido noticioso de sitios web deportivos	
Ficha de conclusión por medio para sobre la estructura de la noticia	
Jorge Andrés Bello Pérez	
1. Página Virtual	Ficha
Noticias por semana	
Imágenes por semana	
Videos por semana	
Noticias referentes al fútbol por semana	
Noticias referentes a otros deportes por semana	
Entrevistas por semana	
Deportes fueron tratados en toda la semana:	
Día de mayor afluencia de noticias	
Cual fue la causa (Motivo):	

2. Observaciones:
Conclusiones finales:

5.3 PROCEDIMIENTO

El Proyecto de grado en su primera parte seleccionó cuatro sitios Web deportivos de Colombia, en sus ediciones periodísticas digitales diarias. Es importante conocer el manejo de los sitios más importantes. Los lugares que se consultaron son los siguientes: Antena2.com.co; Diariodeportivo.com.co; Coldeportes.gov.co; Colombiadeportiva.com.

Para establecer el análisis comparativo el proyecto seleccionó cuatro portales especializados de la región (latinoamericanos) y una noticia específica diaria con el fin de comparar sus contenidos y ver similitudes y errores con las páginas nacionales. Lavintinto.com (Venezuela); Televisadeportes.com (México); Foxsportsla.com (USA-Argentina); Peru.com/deportes (Perú).

En total son ocho sitios Web que se relacionaron con algún contenido deportivo que competa a deportistas colombianos destacados. Para revisar el manejo de estructuras se realizó una primera comparación entre los cuatro sitios colombianos y posteriormente entre los cuatro sitios nacionales y los cuatro internacionales.

Entre las preguntas del cuestionario a los periodistas de los sitios Web analizados se les realizaron las siguientes, la información que se obtuvo sirvió para complementar el análisis encontrado de las respuestas encontradas en las matrices de trabajo del proyecto.

Uso de videos, galerías, audio, otros elementos multimedia

¿Tiempo de entrada al sitio? (rapidez/lentitud)

¿Servicios que dan a los usuarios?

Cuál es la capacitación que tienen los periodistas a nivel de medios electrónicos

A nivel de personal cuales son las competencias que deben tener las personas que requieren para el trabajo periodístico.

¿Siente que su equipo periodístico tiene las competencias necesarias para trabajar en su sitio Web?

¿Sabe si la carrera de comunicación social en las universidades de su ciudad ofrece en su plan de estudio materias especializadas en el periodismo electrónico?

Cuáles son los problemas más comunes que han encontrado a la hora de publicar la noticia al sitio Web.

¿Qué opinión general tienen los usuarios del contenido de la página?

¿En su ciudad hay posibilidades de trabajo (sobretudo para los jóvenes que se están graduando de comunicación) a nivel del periodismo electrónico?

*El proyecto de grado se dividió en tres etapas:

Etapa 1

Se llevó a cabo la recolección de información, libros e investigaciones con el fin de aproximarse al tema.

El diseño de esta parte se realizó a través de fuentes primarias y secundarias, registros bibliográficos. Se seleccionaron los sitios a analizar y se escogieron los ocho sitios con contenido deportivo.

Etapa 2

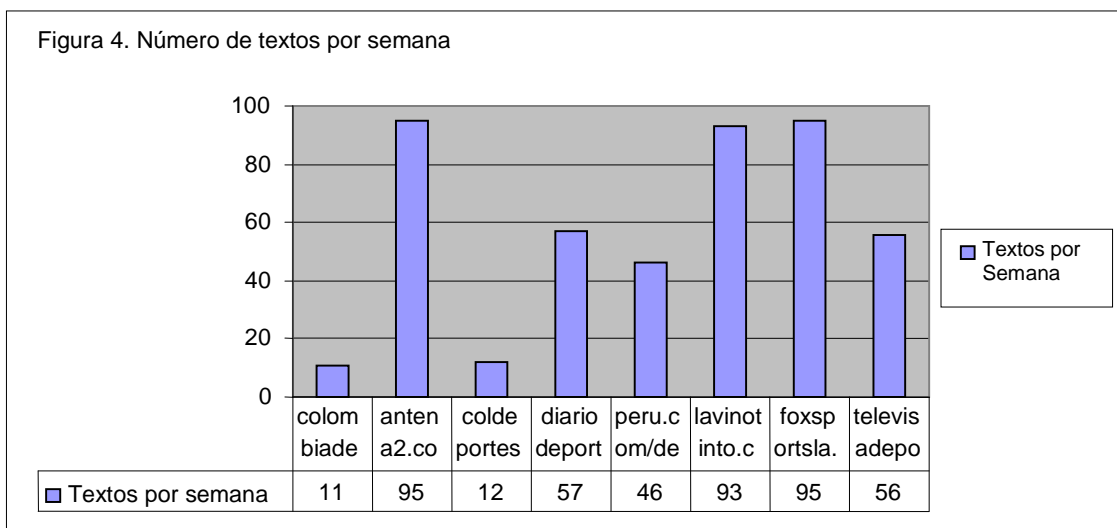
Se Interpretó y analizó de la información a través de un análisis comparativo de contenidos contemplado en el proyecto de grado.

Etapa 3

Se realizó la presentación de análisis final a manera de conclusiones y presentación formal del proyecto de grado a los jurados para posterior calificación y entrega.

6. RESULTADOS

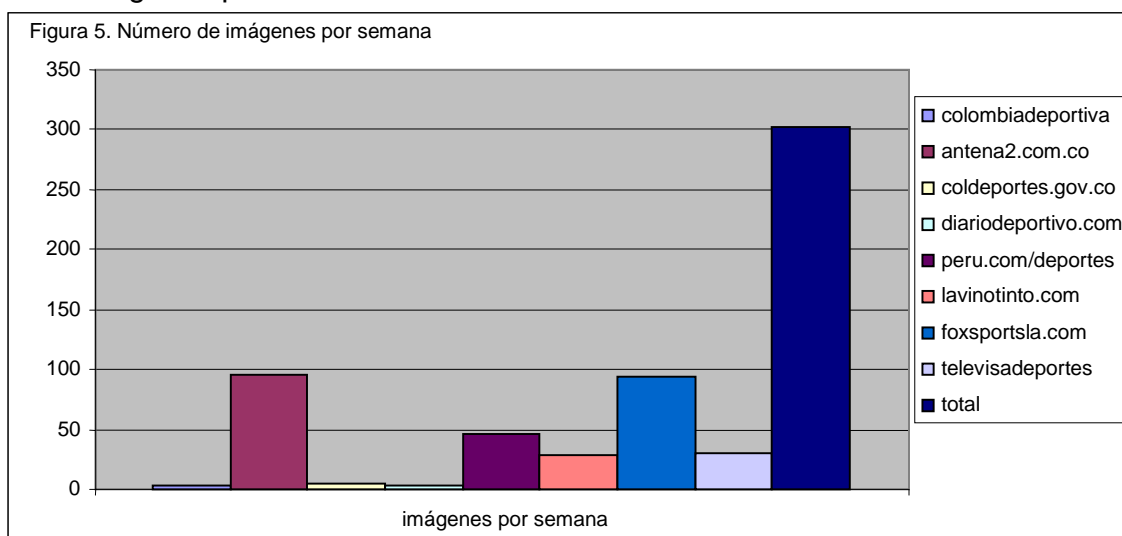
6.1 ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN MULTIMEDIA



La mayoría de los sitios web de difusión diaria (excepto Coldeportes.gov.co, difusión semanal y colombiadeportiva.com.co, difusión mensual) manejaron gran cantidad de textos por día. Se hallaron problemas en manejo de sintaxis y ortografía en los portales deportivos colombianos: diariodeportivo.com, colombiadeportiva.com y antena2.com.co. En una noticia de antena2 se encontraron más de 10 errores de ortografía que incluyen omisión de tildes, palabras cortadas y mal escritas.

Los errores de ortografía como palabras mal escritas, textos cortados, mal alineados, omisión de tildes y otros problemas de estructuración como títulos confusos, párrafos largos, párrafos no espaciados son errores que pueden hacer fracasar el diseño según el modelo de Fernández – Coca al referirse de los elementos textuales.

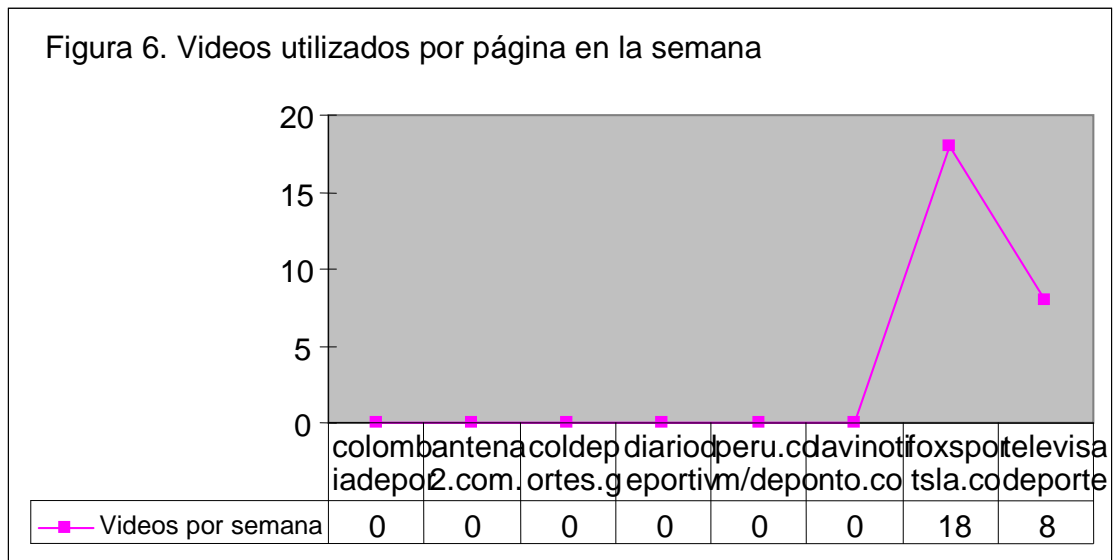
Total Imágenes por semana



Los portales colombianos no trabajaron de manera coherente la herramienta imágenes como complemento de los textos. Diario Deportivo, Coldeportes.gov.co y Colombia deportiva no aprovechan estos recursos. Mientras que antena2.com.co, pone una imagen de cada noticia con problemas de pixelaje⁷. Este problema también ocurrió con la página venezolana (lavinotinto.com) y la peruana (peru.com). Basado en el modelo de Coca las cuatro páginas tienen errores en la parte gráfica, respecto al tamaño y manejo de la imagen y coherencia con la noticia como dice el modelo mixto de Coca en el manejo de guías de estilo de imágenes.

La página televisadeportes.com maneja un mejor archivo de imágenes, aunque éstas se colocan en la parte alta fuera de la noticia, encima de la publicidad y están algo alejadas del texto (se pierde el complemento). El portal Estadounidense-argentino de Foxsportsla.com, trabajó el mejor contenido de imágenes durante la semana, dando una simplicidad al diseño y aumentando la comprensión del usuario, como explica la guía de estilo de imágenes de Coca para trabajar modelos mixtos.

⁷ *Pixelaje es el número de puntos por pulgada cuadrada de una imagen. Mientras la imagen tenga menos al agrandarla se verá más borrosa

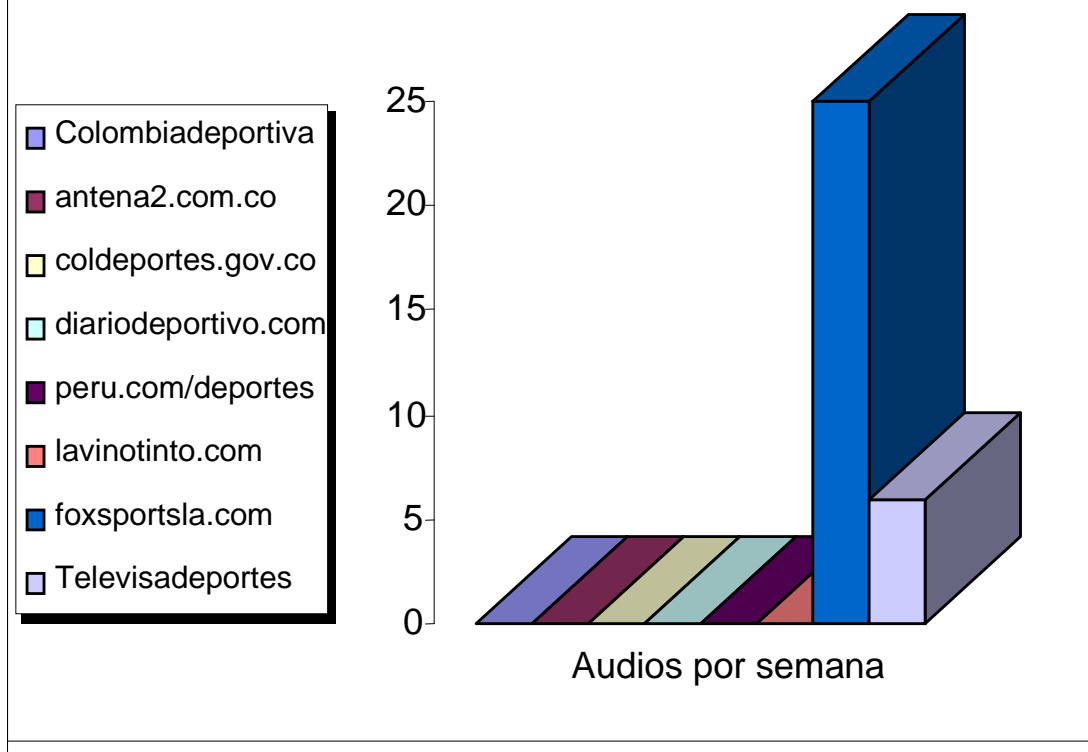


Salvo Foxsportsla.com y Televisa deportes ningún otro portal manejó el video lo que automáticamente da a los otros 6 portales un incompleto manejo de la producción multimedia. Las causas de la no aplicación de la nueva tecnología del video para el complemento de noticias deportivos como comentaron algunos de los periodistas de los portales tienen que ver con desconocimiento u atraso en el desarrollo de la tecnología, poco personal calificado y falta de tiempo.

Según el modelo mixto de producción de Fernández - Coca, el audio es parte integra del modelo mixto de producción multimedia. Al ser un elemento gráfico al igual que una fotografía, también requiere de coherencia con la parte textual o de lo contrario es mejor omitirlo.

En las noticias deportivas el video se usa para mostrar una competencia, ver el resumen de un partido, hacer entrevistas. Las páginas que lo manejan están adelantadas en el desarrollo multimedia. Fernández-Coca enfatizó en la importancia de la apropiación de la tecnología para crear sitios web periodísticos, con modelos mixtos de producción.

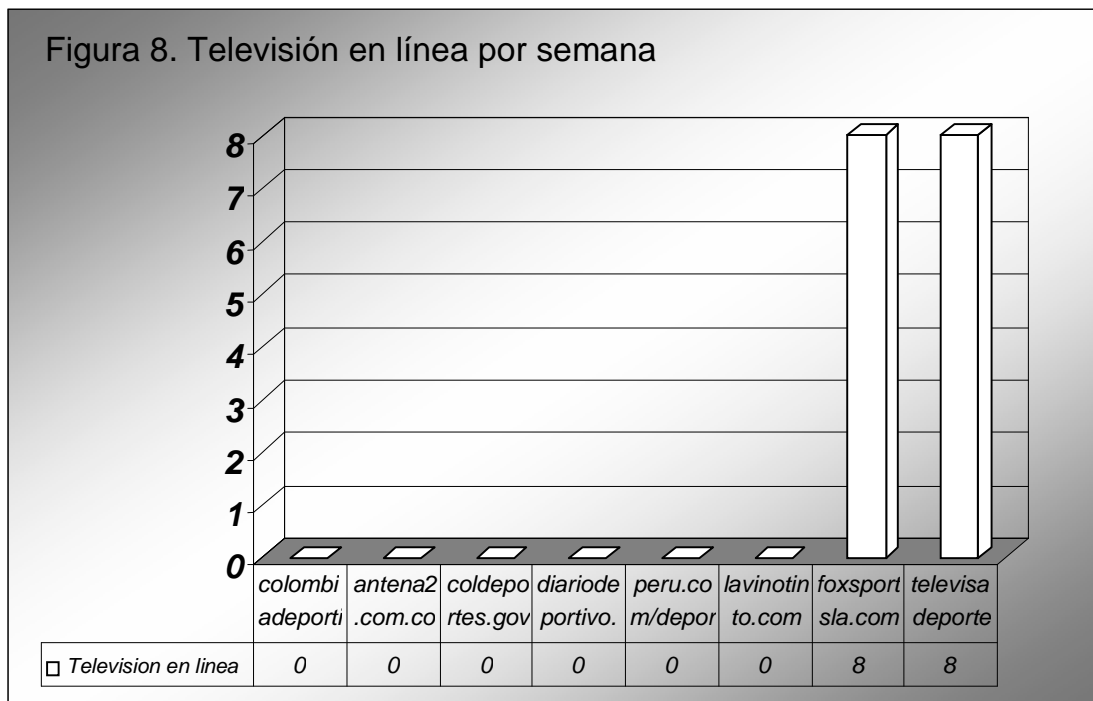
Figura 7. Numero de audios por semana



Al igual que con el video, la herramienta audio no fue aprovechada por seis sitios de los sitios para complementar las noticias. El audio en la parte deportiva permite conocer las opiniones antes y después de las competencias de los deportistas.

Para Fernández – Coca no es esencial el manejo de un elemento como el audio, primero debe existir una coherencia textual, de lo contrario ningún tipo de modelo funciona. Varias de las páginas tienen fallas en la coherencia textual. No se puede pensar en incluir elementos avanzados como audio o video si no se corrige la parte textual.

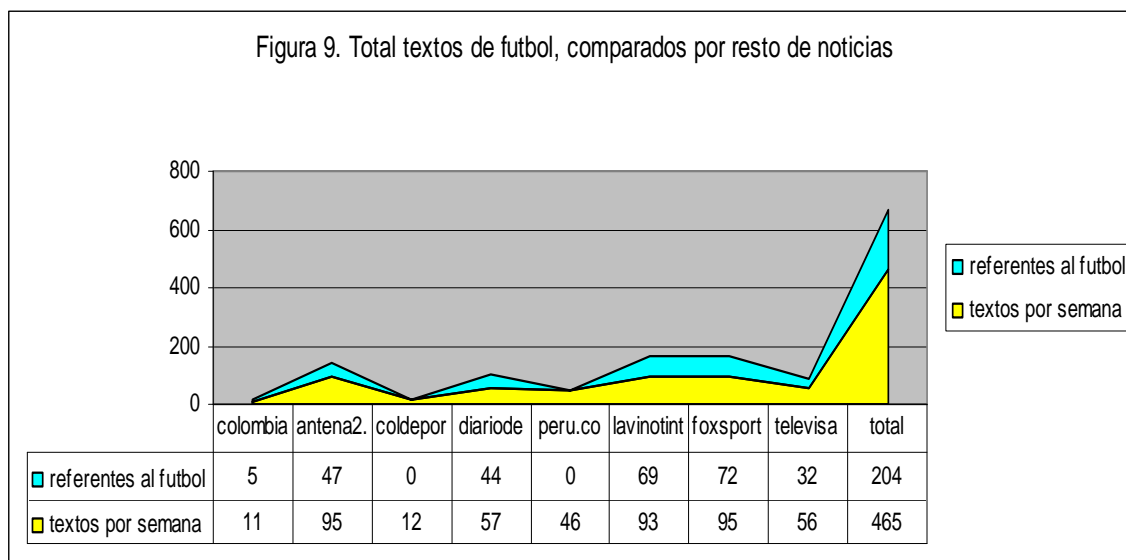
Figura 8. Televisión en línea por semana



Uno de los más complejos elementos para manejar en el contenido noticioso de relato multimedia es la televisión en línea. Sólo dos páginas que manejan importantes Teleazteca.com y Foxsportsla.com, usan esta tecnología, sin embargo en varios servidores es imposible ver la señal. Al igual que los otros elementos requiere de una coherencia con los textos como lo dice Fernandez – Coca.

En el deporte la televisión en línea, permite ver los eventos simultáneamente. Esta herramienta es muy útil en eventos como Juegos Olímpicos, Juegos Panamericanos, donde podemos ver todas las competencias que se desarrollan a una misma hora en diferentes deportes. Con el sistema de Televisión normal Tendríamos que tener 12 pantallas, en 12 canales diferentes para no perdernos ningún momento de la olimpiada lo cual es imposible.

Textos de fútbol por semana, entre todas las noticias



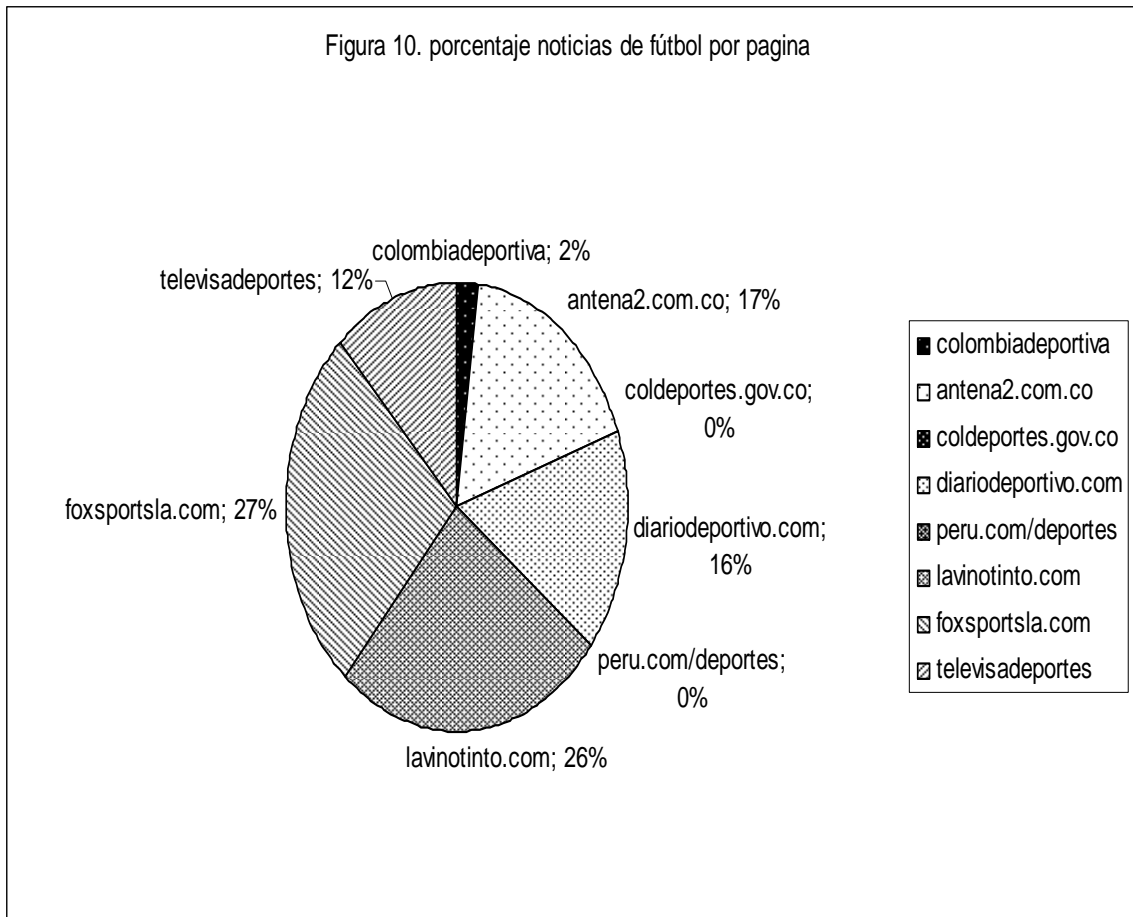
Más de 460 noticias se generaron en toda la semana, alrededor de un 40% se dedicaron al fútbol. Los portales colombianos dan más importancia al fútbol, a diferencia del portal de Coldeportes.gov.co, que tiene un énfasis con el deporte aficionado.

Peru.com/deportes es una página exclusivamente para hablar del fútbol aficionado en ese país, los sitios importantes de otros países de la región tienen en este deporte su máximo referente. La página del portal venezolano se llama LaVinotinto.com, haciendo énfasis en el color de la camiseta del seleccionado de fútbol nacional y aunque la prioridad para este portal es el balompié, no descuida información de otros deportes importantes para Venezuela como béisbol, atletismo, automovilismo, y golf.

En consecuencia las páginas de los portales venezolanos y el estadounidense – argentino trabajaron una mayor cantidad de noticias referentes al fútbol. De las colombianas Diariodeportivo.com, trabajó en un promedio de 13 noticias en su página de inicio de las cuales 10 eran dedicadas al fútbol.

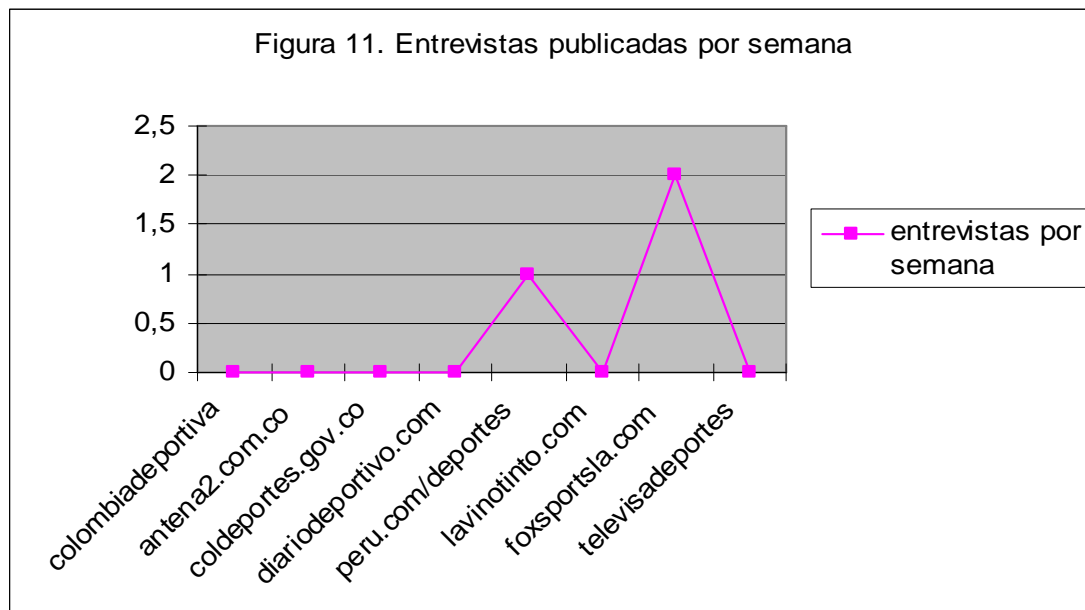
Cabe destacar que la página de Venezuela da importancia al fútbol colombiano en especial al Cúcuta deportivo por sus actuaciones destacadas en el año 2007 en el torneo local como la Copa Toyota Libertadores de América.

El fútbol es un deporte que genera grandes noticias en el área del deporte, por lo tanto es recomendable trabajarlo en los modelos de producción mixta de Coca, que son los mejores para trabajar páginas dedicadas a la producción de noticias.



Contando el total de noticias de fútbol por semana (204). Foxsportsla.com con un 27% de total de todas las páginas fue la que más dedicó tiempo y espacio a este deporte. Por Colombia se destacaron Antena2.com.co y Diariodeportivo.com dedicando parte de sus espacios al fútbol colombiano e internacional.

Estos resultados evidencian la importancia del futbol a la hora de generar noticias por lo tanto el modelo mixto de Coca es el mas funcional debido a que maneja mas elementos multimedia. Ejemplos: **entrevista** del jugador, **audio** del partido, **video** de los goles, **televisión en vivo** del cotejo.



Se registraron tres entrevistas en toda la semana, una en el portal deportivo peruano y dos referentes a futbolistas argentinos en foxsportsla.com. Los otros portales no usaron este medio para el complemento del relato multimedia.

La página peru.com publica entrevistas a nivel semanal de deportistas destacados en la rama aficionada y es una alternativa interesante para complementar los archivos de noticias.

La entrevista es una herramienta que hace parte del modelo mixto de producción y su función es la de conocer la preparación, cualidades, defectos del deportista, por eso muchas páginas periodísticas las realizan.

Cuadro 4. Días de mayor afluencia de noticias deportivas

Páginas deportivas	Día de mayor afluencia
Colombiadeportiva.com	miércoles
antena2.com.co	miércoles
coldeportes.gov.co	lunes
diariodeportivo.com	lunes
peru.com/deportes	jueves
lavinotinto.com	viernes
foxsportsla.com	domingo
televisadeportes	miércoles

Mayores días de afluencia de noticias: miércoles (3), lunes (2), jueves (1), viernes (1), domingo (1)

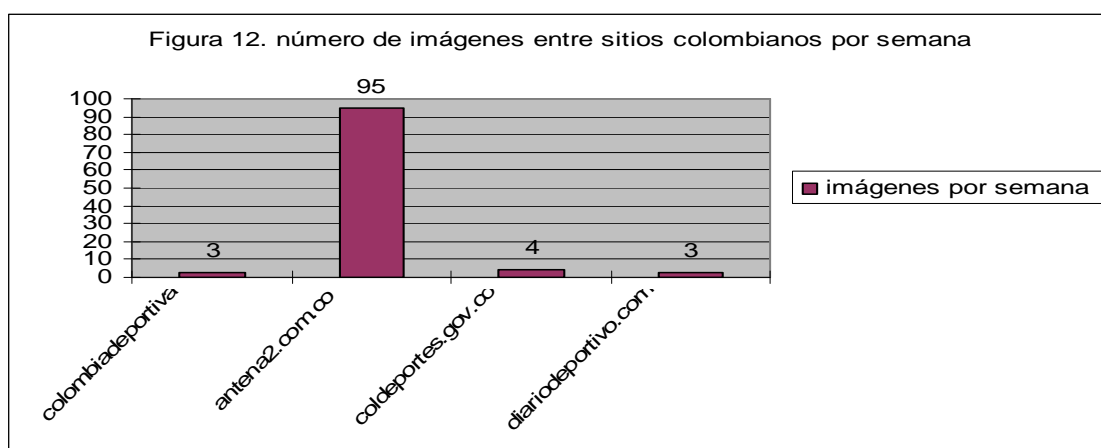
Sin registro: martes y sábado.

En la parte deportiva varios de los portales trabajaron más noticias el día miércoles debido a los torneos de fútbol internacionales como la Copa Libertadores y La UEFA Champions League.

Las páginas colombianas diariodeportivo.com y Coldeportes.gov.co, trabajaron el lunes las noticias de todos los resultados del domingo tanto en fútbol para la revista como en los resultados del deporte aficionado de la entidad oficial.

Peru.com/deportes trabajó más noticias el jueves debido a que sus deportistas compitieron en diferentes eventos a nivel nacional e internacional entre semana. Lavinotinto.com trabajó el viernes, gracias al seguimiento que ellos hacen a los entrenamientos de los equipos venezolanos de fútbol de primera en época de finales de torneo. Foxsportsla.com tiene más información el domingo debido a la fecha del fútbol argentino donde sobresalen las noticias de Boca, River Plate, Estudiantes, San Lorenzo y la selección Argentina.

Televisadeportes si bien hace gran seguimiento del fútbol mexicano, también da importancia al fútbol internacional y es por eso que los miércoles, un día donde se juegan torneos como Champions League, UEFA, Copa de la Concacaf y Libertadores, aumenta la cantidad de noticias.



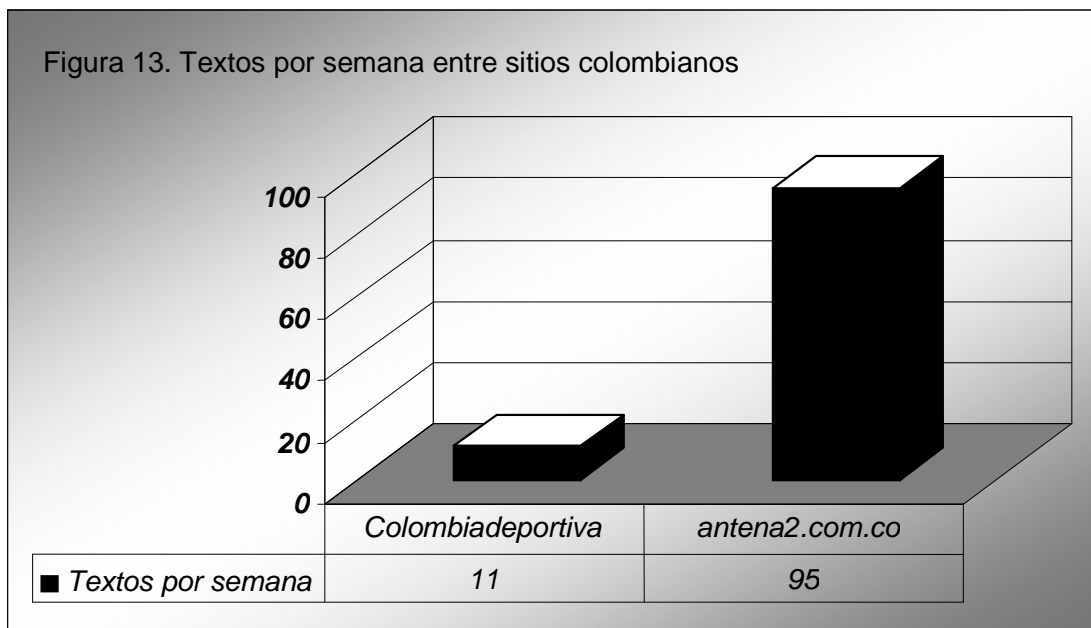
El 90 % de los gráficos fueron manejados por un solo sitio en Colombia. Si bien antena2.com.co, lideró esta estadística, sus gráficos aportaron muy poco a su contenido noticioso debido a problemas de tamaño y pixelaje que no están contribuyendo en la estructura noticiosa, simplemente adornan. El mal manejo de

la imagen es uno de los errores más frecuentes para el modelo de producción mixto de Fernández- Coca. Es preferible que no haya imagen y preocuparse por el texto. La coherencia del texto generará la calidad y esto hay que tenerlo en cuenta por que estamos hablando de páginas de medios de comunicación.

De 105 imágenes, 95 aparecieron en antena2, acompañando cada nota, sin embargo ninguna de ellas complementó el texto de manera adecuada. Hay un desperdicio de espacio que gasta memoria, cansa al lector y no contribuye a la coherencia del mensaje según los postulados del Modelo de Fernández -Coca.

Colombiadeportiva.com manejó una interesante estructura de imágenes combinada con animación grafica de deportes. Para resaltar resultados de los eventos de la región. Entre las páginas colombianas manejo la mejor calidad a nivel gráfico.

Fernández – Coca explica la combinación de elementos gráficos como una opción creativa que pueden procurar las páginas, para aumentar el número de usuarios.



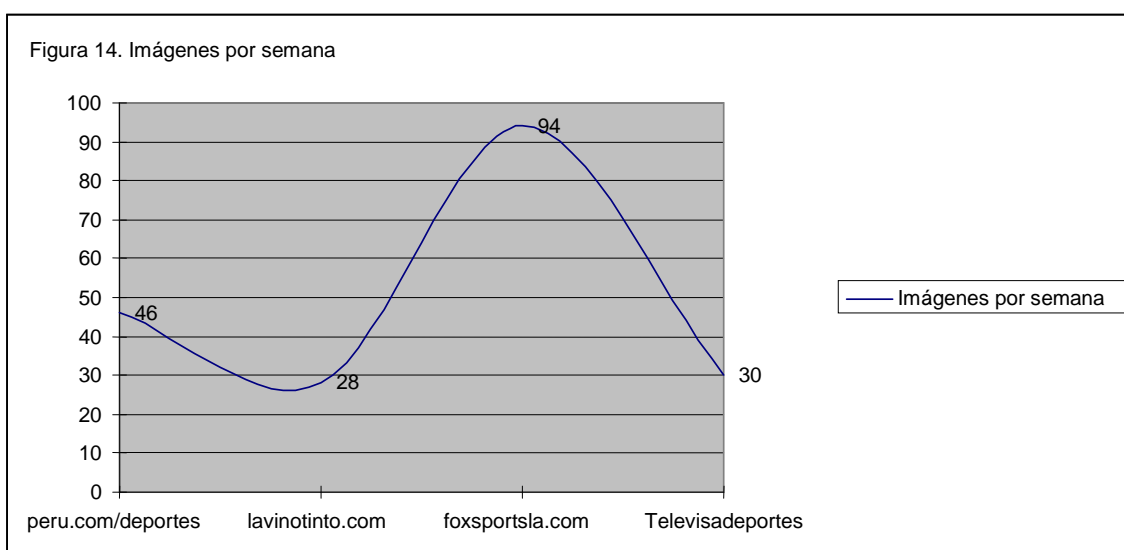
Los textos de antena2.com.co se caracterizaron por ser resúmenes de los resultados de las noticias deportivas del momento. Sin embargo se encontraron errores elementales de ortografía en algunas de sus noticias y en su estructura multimedia. Estos errores elementales son de los que Fernández - Coca describe como problemas de coherencia textual y siempre reitera que es el primer error que se debe corregir antes de avanzar con los demás elementos multimedia.

Por que si los demás elementos multimedia no funcionaron, el texto debe ser el primero en explicar claramente, con buena estructura de diseño, título acorde y buena ortografía lo que hablaron los atletas de los preámbulos o resultados de la competencia deportiva.

En el caso de colombiadeportiva.com no actualizó ninguna noticia en toda la semana, se concentraron de acuerdo con su duración los eventos y mostrar la totalidad de los resultados, de acuerdo con su duración, lo cual hace que sus ventanas de noticias sean extremadamente largas y difíciles de leer. Además esta página maneja fondos negros sobre letra blanca de bajo puntaje que hace más difícil seguir la lectura.

Ya de por si leer el monitor del ordenador cansa. Si el texto esta desarrollado con párrafos demasiado largos el cansancio será mayor⁸. Coca recomienda párrafos cortos para la lectura de pantalla.

Análisis entre sitios internacionales



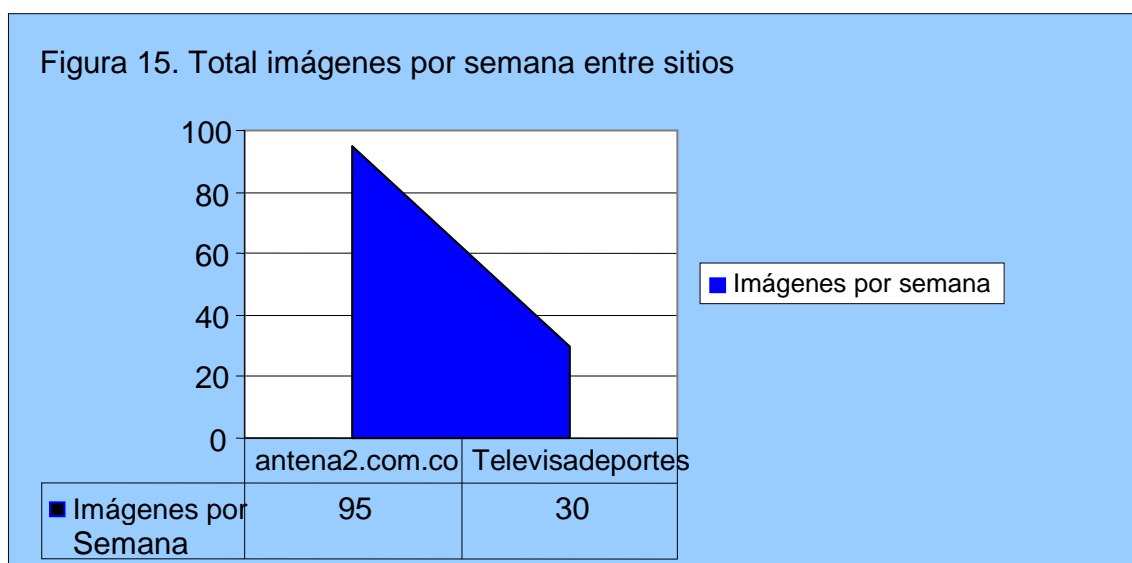
Más parejo fue el manejo de la cantidad y calidad de imágenes en los sitios internacionales. De 198 imágenes registradas, un 48% (94 imágenes) de gran calidad y actualización inmediata muy importantes para acompañar las noticias de su portal. Sin embargo la página venezolana, aunque produce buena cantidad de imágenes para sus notas, tiene problemas de pixelaje al igual que

⁸ Ibid., p. 163

antena2.com.co de Colombia. El otro problema de lavinotinto.com fue el mal manejo de imágenes.

Según el modelo de Fernandez- Coca para que una imagen pueda considerarse acertada en la estructura multimedia debe ser equitativa en cuanto al tamaño, el peso, el brillo, la saturación y sin cortes en los rostros o en las partes principales. De lo contrario causa molestia al lector.

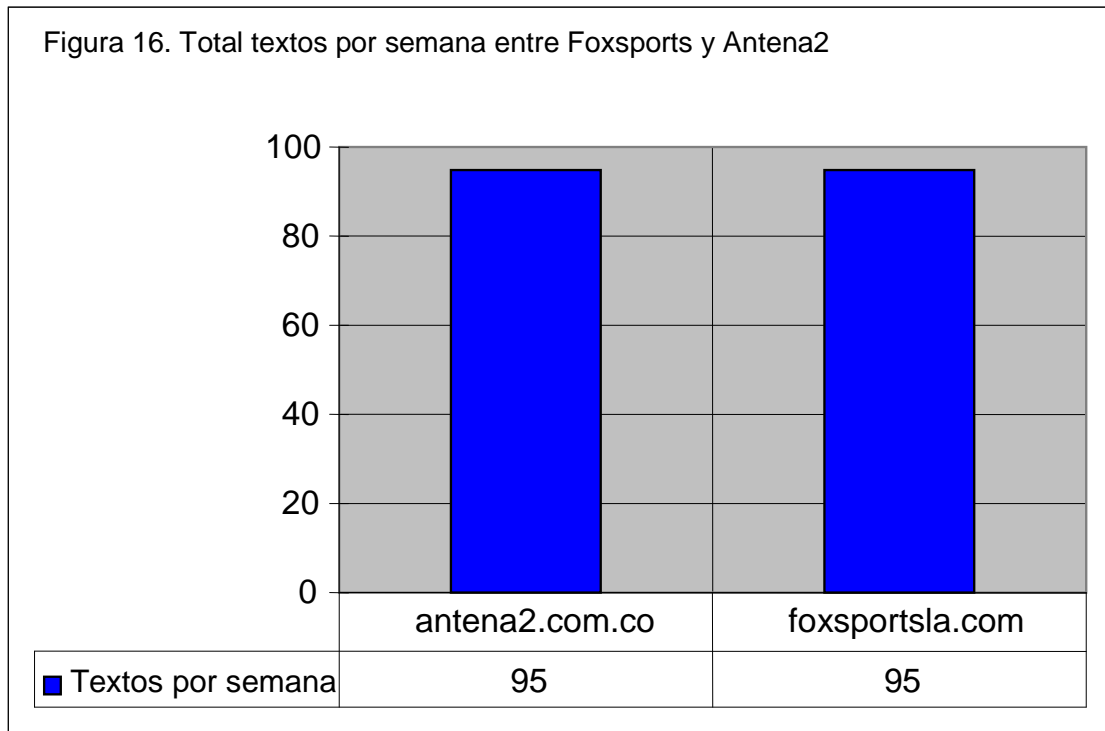
Calidad de las imágenes entre portales colombianos e internacionales



El portal mexicano Televisadeportes.com no necesitó publicar gran cantidad de imágenes para el complemento de su relato multimedia. Mientras que en la página de inicio sólo necesitaron la imagen central de la noticia deportiva del día. Las otras notas gozaron de imágenes gran calidad. Tal vez el único problema y que se reflejó en los resultados de las matrices de seguimiento fue la posición de la imagen en la ventana de texto.

Antena2.com.co manejó una imagen por noticia. 95 noticias, 95 imágenes que no complementaron al texto. Para crear un modelo de estructura mixto, los gráficos deben tener coherencia. Los criterios según Fernández - Coca para el manejo de imágenes son: un correcto tamaño, equitatividad en el peso del archivo y evitar los cortes de rostros. De lo contrario es preferible trabajar solo el texto

Fernández - Coca reitera nuevamente que los modelos mixtos son mejores opciones para las noticias debido al manejo de varios elementos gráficos que son la preferencia de los usuarios.

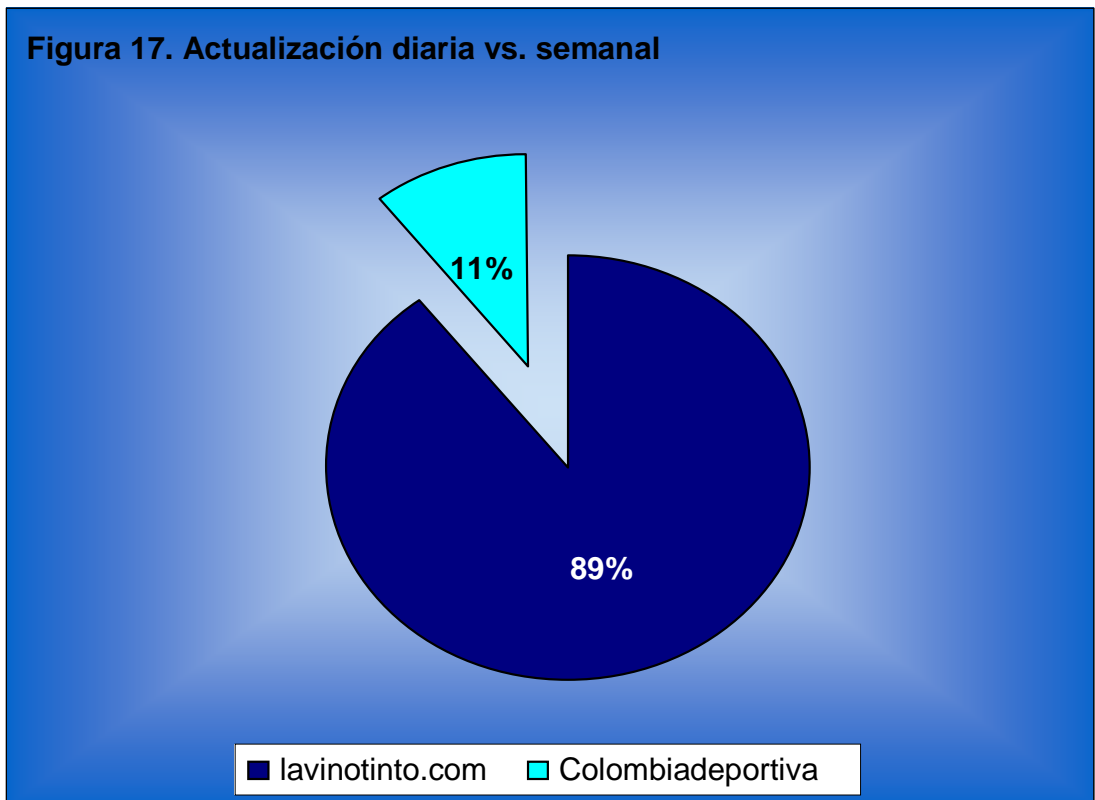


La cantidad de noticias entre los dos portales fue igual (95 para cada portal durante toda la semana) sin embargo la calidad de estructuración de textos es diferente.

El portal colombiano en varias de sus noticias mostró problemas de sintaxis, omisión de tildes en varias palabras, oraciones inconclusas, palabras cortadas, mal escritas y párrafos inconclusos. Esto sin contar los textos sin justificar y sin espacio entre párrafos.

La página estadounidense-argentina casi no tuvo errores ortográficos. Las noticias están justificadas a buen espacio y en un tamaño de letra legible. La excesiva publicidad y algunos problemas con la carga del espacio son algunas fallas de la página foxsportsla.com.

La estructura textual es la base de la creación de una página web, un texto incoherente, causa malestar en el usuario y hace quedar mal al medio de comunicación. Fernández - Coca enfatizó que no existen modelos de producción multimedia que resistan los ojos de los usuarios sin trabajar una buena estructura de párrafos: equivalentes, espaciados y al grano.



Los periodistas que trabajan estos dos sitios manifestaron como un problema el no tener más personal calificado para mejorar los servicios de sus sitios. Sólo 11 noticias se trabajaron en la página de inicio durante los ocho días de seguimiento del sitio deportivo hecho en Cali-Colombia, precisamente por problemas de tiempo y personal.

La página venezolana trabajó 93 rindiendo un 89% más que su similar de trabajo. www.lavinotinto.com es un sitio más activo para los usuarios y con mayor predisposición a que lo visiten.

Las fases de preproducción de un sitio web requieren de un equipo de trabajo organizado, calificado y que disponga de tiempo. Fernández - Coca insistió en que la escogencia de las personas a trabajar el portal, depende de las competencias que tengan sobre los temas de producción multimedia.

6.2 RESULTADOS FICHAS DE CONCLUSIÓN

<p>Análisis de contenido noticioso de sitios Web deportivos</p> <p>Ficha de conclusión metodología de relato multimedia sobre la estructura de la noticia</p> <p>Jorge Andrés Bello Pérez</p>
--

Tabla 3. www.colombiadeportiva.com

1. Página Virtual : www.colombiadeportiva.com		Ficha 001
Noticias por semana	11	
Imágenes por semana	3	
Videos por semana	0	
Noticias referentes al fútbol por semana	5	
Noticias referentes a otros deportes por semana	6	
Entrevistas por semana	0	
Deportes fueron tratados en toda la semana: Fútbol, Automovilismo, Baloncesto, Vela, Tenis		
Día de mayor afluencia de noticias	Miércoles	
Cuál fue la causa (Motivo): Actualización mas reciente en comparación de la ultima noticia publicada		
2. Observaciones: Página de actualización semanal/mensual. No hay elementos multimedia que acompañen salvo texto, imagen y algunas animaciones en flash. Hay errores de ortografía y desorden de tipos, tamaños, colores de palabras en algunos textos.		
Mayor problema: tiempo		
Mayor virtud: tocar el deporte aficionado		
Conclusiones finales: Esta página no cumple con una acertada metodología multimedia para sus contenidos noticiosos		

Tabla 4. www.antena2.com.co

2. Página Virtual: www.antena2com.co		Ficha	002
Noticias por semana	95		
Imágenes por semana	95		
Videos por semana	0		
Noticias referentes al fútbol por semana	47		
Noticias referentes a otros deportes por semana	48		
Entrevistas por semana	0		
Deportes fueron tratados en toda la semana: Fútbol Colombiano (A y B), Fútbol internacional, Ciclismo, Boxeo, Atletismo, Juegos Panamericanos, Tenis de campo			
Día de mayor afluencia de noticias	Miércoles, jueves(21)		
Cuál fue la causa (Motivo): Noticias referentes a eventos del fin de semana. Y participación de colombianos entre semana en varios deportes			
2. Observaciones: La estructura multimedia del contenido noticias es la misma. Hay problemas en el manejo de las imágenes (pixelaje), algunas noticias tienen errores de ortografía.			
Conclusiones finales: No existe una metodología multimedia para el contenido noticioso			

Tabla 5. www.coldeportes.gov.co

3. Página Virtual: www.coldeportes.gov.co		Ficha	003
Noticias por semana	12		
Imágenes por semana	4		
Videos por semana	0		
Noticias referentes al fútbol por semana	0		
Noticias referentes a otros deportes por semana	12		
Entrevistas por semana	0		
Deportes fueron tratados en toda la semana: atletismo, Juegos Nacionales, Juegos Panamericanos, gimnasia, día del niño			
Día de mayor afluencia de noticias	lunes		

Cuál fue la causa (Motivo): Resumen eventos fin de semana
2. Observaciones: Faltan elementos multimedia de complemento para las noticias. Problemas de tiempo en la entrada al index. Estructura formal del sitio, buen archivo de información.
Conclusiones finales: Metodología multimedia limitada. Mejor estructura de los elementos interactivos

Tabla 6. www.diariodeportivo.com

4. Página Virtual: www.diariodeportivo.com	Ficha	004
Noticias por semana	57	
Imágenes por semana	3	
Videos por semana	0	
Noticias referentes al fútbol por semana	44	
Noticias referentes a otros deportes por semana	13	
Entrevistas por semana	0	
Deportes fueron tratados en toda la semana: Fútbol, boxeo, tenis, atletismo, ciclismo		
Día de mayor afluencia de noticias	lunes	
Cuál fue la causa (Motivo): Resumen fin de semana		
2. Observaciones: No hay elementos multimedia para complementar el contenido noticioso. Algunas noticias no cargan, otras redireccionan a noticias diferentes		
Conclusiones finales: No existe una estructura de metodología multimedia		

Tabla7. www.peru.com/deportes

5. Página Virtual: www.peru.com/deportes		Ficha	005
Noticias por semana	46		
Imágenes por semana	46		
Videos por semana	0		
Noticias referentes al fútbol por semana	0		
Noticias referentes a otros deportes por semana	13		
Entrevistas por semana	1		
Deportes fueron tratados en toda la semana: Kitesurfing, bicicross, tenis, automovilismo, voleibol femenino, kickboxing, karate, bádminton, judo, Juegos Olímpicos, Deporte en general, ciclismo, vela			
Día de mayor afluencia de noticias	jueves		
Cuál fue la causa (Motivo): Seguimiento a deportistas peruanos en el deporte nacional e internacional			
2. Observaciones: Manejan una gran diversidad de deportes, algunos usuarios hacen comentarios de opinión, Algunas imágenes están pixeladas, no se aprovechan los recursos audiovisuales (videos, galerías, audio, TV). Es una página con un gran potencial si se aplicaran los elementos multimedia			
Conclusiones finales: No existe una estructura de metodología multimedia (recursos audiovisuales nulos). La página tiene potencial a desarrollar			

Tabla 8. www.lavinotinto.com

6. Página Virtual: www.lavinotinto.com		Ficha	006
Noticias por semana	93		
Imágenes por semana	28		
Videos por semana	0		
Noticias referentes al fútbol por semana	69		
Noticias referentes a otros deportes por semana	24		
Entrevistas por semana	0		

Deportes fueron tratados en toda la semana: Fútbol venezolano, colombiano, internacional, béisbol, automovilismo, voleibol, kitesurfing, natación, ciclomontañismo	
Día de mayor afluencia de noticias	viernes
Cual fue la causa (Motivo): Resultados de deportistas venezolanos en el deporte internacional y seguimiento a entrenamientos del fútbol venezolano de primera división	
2. Observaciones: No hay elementos multimedia para complementar el contenido noticioso. La entrada al index demora mas de dos minutos en varios días	
Conclusiones finales: No existe una estructura de metodología multimedia, lentitud en la entrada a las noticias y problemas con el manejo de las imágenes.	

Tabla 9. www.foxsportsla.com

7. Página Virtual: www.foxsportsla.com		Ficha	007
Noticias por semana	95		
Imágenes por semana	94		
Videos por semana	18		
Noticias referentes al fútbol por semana	72		
Noticias referentes a otros deportes por semana	13		
Entrevistas por semana	2		
Deportes fueron tratados en toda la semana: Fútbol, boxeo, tenis, béisbol, automovilismo			
Día de mayor afluencia de noticias	domingo		
Cuál fue la causa (Motivo): Jornada matinal del fútbol argentino y ligas internacionales			
2. Observaciones: La página es hecha por una empresa estadounidense, algunos problemas en la carga de la página. Buen desarrollo de videos y galerías para el fútbol argentino			

Conclusiones finales: existe una estructura de metodología multimedia para el index y algunas noticias, hecha por la empresa MSN Estadounidense, de las 8 páginas analizadas fue la más acertada en el desarrollo de la estructura.

Tabla 10. www.televisadeportes.com

8. Página Virtual: www.televisadeportes.com		Ficha	008
Noticias por semana	56		
Imágenes por semana	30		
Videos por semana	8		
Noticias referentes al fútbol por semana	32		
Noticias referentes a otros deportes por semana	24		
Entrevistas por semana	0		
Deportes fueron tratados en toda la semana: Fútbol, Juegos Panamericanos, tenis, béisbol, automovilismo, golf			
Día de mayor afluencia de noticias	Miércoles		
Cuál fue la causa (Motivo): Torneos internacionales de fútbol entre semana (Copa Toyota Libertadores, UEFA Champions League)			
2. Observaciones: La página de Televisa maneja algunos elementos multimedia, sin embargo la mitad de los videos tuvieron problemas de carga. El sistema de TV funciona desde ciertos servidores y las imágenes están mal acomodadas en las ventanas de noticias.			
Conclusiones finales: existe un intento de estructura de metodología multimedia para el index aunque hay desorden en el manejo de los elementos gráficos.			

7. CONCLUSIONES

La producción de páginas web requiere de una diagramación, iniciando en fases de preproducción donde se desarrollan las ideas, luego la producción donde se crean todos los guiones gráficos y la postproducción para hacer un mantenimiento de la estructura, según el modelo de Coca. Este modelo se vio evidenciado en los portales internacionales de Foxsports, Televisa y Peru.com/deportes.

Interés de los contenidos.

El estudio demostró que el tema deportivo es de los preferidos por el usuario que consulta sitios noticiosos. La incoherencia textual en varias de las páginas colombianas afectó el interés de la noticia y le crea malestar al usuario. Algunos periodistas de los sitios están de acuerdo en que el audio y el video son elementos que atraen al usuario, pero por desconocimiento en el uso de la tecnología no es fácil incluirlos.

En los sitios colombianos, peruanos y venezolanos estudiados, se encontraron fallas en el manejo de la tecnología que no permitió utilizar más elementos multimedia como audio, video, fotogalerías actualizadas o televisión en línea. Estos sitios se asemejan más al modelo textual de Coca en donde las imágenes u otros elementos multimedia, no existen o son demasiado concretas.

Galería fotográfica actualizada.

Foxsports y Televisa deportes trabajaron las mejores galerías de fotos gracias a ventanas especiales. Los otros sitios incluyeron algunas imágenes junto al texto. Los sitios colombianos de antena2, Diariodeportivo y Coldeportes tienen problema en el manejo de la imagen, uno de los elementos que se deben trabajar de la mejor manera para no generar molestias al usuario según el modelo mixto de estructura multimedia de Coca.

Fácil acceso a los elementos Multimedia.

Las páginas colombianas trabajaron modelos textuales de producción indirectos con algunas fallas en la coherencia del texto, problemas de carga y noticias no relacionadas. El portal peruano, tuvo problemas con la carga de entrada al sitio por el peso de las imágenes; el venezolano manejo mal algunas imágenes, dos problemas que se deben corregir en la etapa de producción cuando se trabajan modelos mixtos de producción.

Calidad del análisis de la noticia.

Los resultados demostraron que la página estadounidense – argentina y la mexicana, han evolucionado en el manejo del contenido mixto de sus portales. Los sitios se preocuparon por la coherencia de los textos y aprovecharon los elementos gráficos como audio, video y televisión en línea, para crear modelos mixtos de producción como lo dice Fernández – Coca.

Los portales deportivos colombianos no aprovecharon las ventajas de los modelos mixtos de producción multimedia y por el contrario se encontraron algunas fallas en el elemento primordial de la organización multimedia: la coherencia textual, según Fernández – Coca es la base de cualquier estructura web.

Combinación de todos los elementos multimedia.

Los portales internacionales manejaron una mejor coherencia textual; también se preocuparon por acompañar el texto con imágenes actualizadas. Foxsports y Televisa acompañaron las noticias de cada deporte con videos actualizados y televisión en línea. Fernández -Coca enfatizó que la interactividad ideal es aquella donde la navegación es clara e invita a ir descubriendo los nuevos elementos del documento. Un mejor manejo de elementos mejora el grado de interactividad con el usuario.

Días preferidos para navegar.

El miércoles y el domingo fueron los días que más noticias se escribieron por los medios electrónicos, principalmente por los eventos de fútbol internacional que se desarrollan normalmente entre semana y las ligas locales que juegan regularmente los fines de semana.

Deporte emblema de los portales deportivos

El tema del fútbol sigue siendo la prioridad en la mayor parte de los portales deportivos, debido a que generan la mayor cantidad de noticias, por la gran cantidad de torneos que hay en el año. Por la gran cantidad de información que maneja el fútbol (noticias, imágenes, videos de los goles, audio de los jugadores) el modelo mixto de Fernández – Coca es el más aconsejado de utilizar a la hora de crear un sitio noticioso en el área deportiva.

8. RECOMENDACIONES

Las instituciones educativas deben aprovechar este tipo de estudios para apropiarse del tema y para propiciar a docentes y estudiantes que investiguen más sobre el campo.

Aprovechando las materias enfocadas en el plan de estudios de comunicación social – Periodismo, la Universidad Autónoma de Occidente debería crear un grupo de investigación especial para el desarrollar proyectos en el periodismo electrónico en la ciudad.

Las universidades deben orientar a otros alumnos, a través de este tipo de proyectos, a que se animen a investigar sobre el tema de desarrollo multimedia, en todas las áreas de la comunicación social.

Los profesores de los programas de comunicaron social cuentan con este trabajo como una herramienta para conocer el manejo de la multimedia en el periodismo y retroalimentar los resultados a los estudiantes, en las materias dedicadas a nuevas tecnologías.

Más que pensar en el atraso tecnológico, los portales colombianos pueden aprender del trabajo de estructura multimedia de grandes medios como *Foxsports* y *Televisa Deportes* para mejorar la configuración de sus metodologías de relato multimedia.

Este trabajo va dirigido a los medios de comunicación dedicados a la divulgación de las actividades deportivas, para que los mismos evalúen cómo se está desarrollando la metodología de relato multimedia en sus portales electrónicos y empiecen a crear nuevas metodologías de estudio.

BIBLIOGRAFIA

- CODINA, Luís. Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. En: Revista española de documentación científica. Vol. 23, No.1 (Ene. – Feb. 2000); p. 9-44.
- COLOMER, Anthony; RUFOLS, Rafael. El diseño audiovisual: Producción multimedia. Barcelona: ed Gustavo Gil S.A, 2003. 245 p.
- DE LA GUARDIA, Carlos, GUTIERREZ Fernando y ISLAS Octavio. Internet: inteligente medio de comunicación. En: Razón y Palabra. Vol. 3, No. 1 (May. - Jul. 1996); p. 29.
- Estudio del panorama de las telecomunicaciones en Colombia, 2006 [en línea]. Bogota: Centro Investigación de Comunicaciones CINTEL, DANE, 2006. [Consultado 8 de Marzo 2007]. Disponible en Internet en: www.cintel.org.co
- Estudio Eyetrack, ojo de la mirada AIMC [en línea]. Estados Unidos: Universidad de Stanford, 2005. [consultado 07 de febrero 2007]. Disponible en Internet: http://poynterextra.com/index.htm/tesis/20grado/Eyetracking/20Media/20España_archivos/pdf
- Estudio sobre el Ciberperiodismo en América latina [en línea]. Bogota: Diario El Tiempo, 2006. [Consultado 15 de Abril de 2007]. Disponible en Internet: <http://eltiempo.terra.com.co/cult/21deabrilde2004/ARCHIVO/ARCHIVO-1590172-0.pdf>
- FERNÁNDEZ – Coca, Antonio. Producción y diseño gráfico para la World Wide Web: Estructura de producción multimedia. Barcelona: ed PAIDOS, 1998. 221 p.
- MANCHON, Eduardo: La conducta de navegación de los usuarios, sus características [en línea]. Barcelona: Consultorias Ainda, 2003. [Consultado 30 Enero de 2007]. Disponible en Internet: <http://www.Ainda.info/articulos-usabilidad.html>
- MARQUÉS, Pérez: Los espacios Web multimedia: tipología, funciones, criterios de calidad [en línea]. Madrid: Marques didáctica, 2003. [Consultado 12 Marzo de 2007]. Disponible en Internet: <http://www.dewey.uab.es/pmarques.tipoweb.htm>
- NAVARRO, Zamora Lizy: Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores [en línea]. Caracas: Sdp, 2005. [Consultado 18 de Abril de 2007]. Disponible en Internet en: <http://www.saladeprensa.org>

NIMDOCK, Webmaster: Reglas del foro Controversia [en línea]. Montreal: Controversia.net, 2007. [Consultado 3 de febrero de 2007]. Disponible en Internet en: www.controversia.net/reglasdelforo.php

Principales figuras del deporte Argentino en su historia [en línea]. Estados Unidos Wikipedia Foundation Inc. 2007. [Consultado 26 de Abril de 2007]. Disponible en Internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte_en_Argentina

ANEXOS

Anexo A. Listado de fichas de análisis diario para análisis multimedia del contenido noticioso.

1. Descripción General		Matriz de evaluación Diaria			
Página Deportiva www.antena2.com.co	País/Ciudad Bogota - Colombia	Día Miércoles 28 Abril	Tiempo de entrada 4.1 seg.	Traffic Rank 312.249	N. Ficha 001
Libre acceso si	Incluye Publicidad 1 anuncio de Intro (Renault) 3 anuncios Toyota, Bic, La Tienda Ganadora	Propósito de la página Resumen deportivo diario de todos los deportes donde hayan participado atletas colombianos			
Características de la página: página de la cadena radial antena2. Fondo blanco, ventana de inicio color amarillo, al lado izquierdo, buscador de noticias en la parte alta de la derecha y copyright del 2004. Ultima actualización: no hay # de actualizaciones diarias: no hay		Tema de la noticia: Automovilismo Titulo: Colombiano Goldstein, mejor piloto de Audi en Monza Referencia: Mejor resultado del colombiano para su equipo en la categoría Créditos de la noticia: Miami Posibilidad de acceder a la nota en otro idioma: No			

2.Relato Multimedia		Características del contenido noticioso				
Texto si	Imagen si	Video x	Animación x	Audio x		
Análisis x	Entrevista x	Encuesta x	Espacios para usuarios x	Otros x		
Calificación		Excelente	Buena	Aceptable	Baja	Nula
Interés de los contenidos				x		
Galería fotográfica actualizada						x
Fácil acceso a los elementos multimedia					x	
Texto en relación a la imagen				x		
Calidad del análisis de la noticia				x		
Combinación de todos los elementos multimedia					x	
Características del texto		Color : negro		Puntaje y tipo de letra : Times New Román 10 (cuadrícula)		Párrafos 6

3. El Usuario	Relato Multimedia / Interacción		
Que elementos de opinión existen	Foro x	Blog x	Comentario x
	Concursos x	Quejas x	Chat x
¿de que habla el usuario? (si existe alguno de los elementos)			
Comentario de usuario:			
Correos electrónicos del sitio: no			
Teléfonos: no se encuentra : no			

4. Observaciones	Resultados del análisis
<p>Observaciones a considerar: existen muy pocos elementos interactivos, siendo una página de una cadena radial podría contener el audio donde el piloto relate como obtuvo el buen resultado en la carrera en Italia.</p> <p>La letra del texto no esta justificada y no existe un crédito de la noticia. El texto no tiene ningún error de ortografía, ni de reiteración de palabras o frases incoherentes La noticia salio el día lunes.</p>	
<p>Dificultades y limitaciones a considerar: La imagen de archivo puede ser explotada de una mejor manera, aprovechando el espacio de la página, casi no se puede ver la imagen del corredor levantando el trofeo.</p>	
<p>Aciertos: el texto explica lo que ocurrió en la carrera, que posición obtuvo el piloto y las clasificaciones. No es un texto pesado de leer y habla del triunfo de un colombiano que no es Montoya en el automovilismo.</p>	
<p>Páginas de contenido similar o complementario:</p> <p>*www.motor.com.co (página especializada en autos - da resultados y una clasificación general diferente)</p> <p>*http://www.eltiempo.com/deportes/otrosdeportes/noticias/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR-3517292.html</p> <p>*www.wradio.com.co (posee un audio, que funciona y se escucha la voz del colombiano)</p>	
<p>Recomendaciones: interesante ver una de contenido similar como radio si tiene el audio con la voz del corredor y no requiere de poner un texto para crear una opción de relato multimedia.</p> <p>Es necesario replantear el uso de la imagen, elemento gráfico que a pesar que esta, no se complementa bien con el texto y no se aprovechan los elementos siendo una cadena radial, con una gran potencialidad para crear el relato multimedia en sus contenidos noticiosos usando la herramienta audio.</p>	