

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a circular emblem. It features a central figure of a man in a red robe holding a book, surrounded by various symbols including a crown, a lion, and a shield. The Latin motto "CETERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER" is inscribed around the perimeter. The seal is rendered in a light, semi-transparent style.

**El Proceso De Planificación,
Aplicada Al Periodismo Deportivo Escrito**

Trabajo de tesis presentado por:
Justo Rubén Flores Coyoy

Previo a optar al Título:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesora

Máster Aracelly Krisanda Mérida González

Guatemala, abril de 2012

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

Director

Lic. Julio E. Sebastián Chilín.

Representantes Docentes

Lic. Víctor Carillas

M.A. Amanda Ballina

Representantes Estudiantiles

Néstor Aníbal de León Velásquez

José Jonathán Girón Ticurú

Representante de los Egresados

Lic. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M. Sc. Claudia Molina

Tribunal Examinador

MA. Aracelly Mérida

Lic. Gustavo Morán

Ing. Rodolfo Molina

Lic. Ismael Avendaño

M.A Elpidio Guillén

M.A Julio Ochoa



Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 02 de mayo de 2012
Tribunal Examinador de Tesis/orden de
impresión /P.E.C
Ref. CT-Akmg-No.03-2012

Estudiante

Justo Rubén Flores Coyoy
Carné **8916443**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, Zona 12.

Estimado estudiante **Flores**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por el Consejo Directivo en el Punto OCTAVO, del Acta No. 04-11, de sesión celebrada el 03-03-11. **OCTAVO:**... *Propuesta extraordinaria para la realización de tesis de grado para la carrera de Licenciatura. ...Al respecto el Consejo Directivo luego del análisis y deliberación. ACUERDA: a) Autorizar que en los criterios de verificación de la experiencia se exija: 1. Constancia firmada por el representante legal y sellada en hoja membretada de la institución donde se haga constar los DIEZ años mínimo de experiencia en el campo profesional de la comunicación; y 2. Constancia firmada por el representante legal y sellada en hoja membretada de la institución en donde labora actualmente: b) Que la temporalidad de este programa es de un (1) año. IMPRORRÓGABLE: inicia el 03 de marzo de 2011 y finaliza a las 18:00 horas del 03 de marzo de 2012; c) Que la fecha de presentación de los informes finales elaborados por los estudiantes inscritos en este programa principia el viernes 1 de julio de 2011 y finaliza a las 18:00 horas del 03 de marzo de 2012 y; d) Delegar a la Coordinadora de la Comisión de Tesis M.A. Aracelly Krisanda Mérida González la implementación de este programa y su respectiva divulgación.*

Con base a lo anterior y al haber aprobado el examen privado de tesis el **26 de abril de 2012**, ante el tribunal examinador, integrado por:

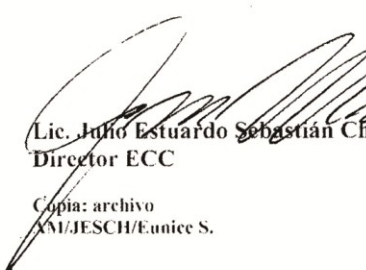
M.A. Aracelly Mérida, presidente(a)
Lic. Gustavo Morán, revisor(a).
Ing. Rodolfo Molina, revisor(a)
Lic. Ismael Avendaño, examinador(a).
M.A. Elpidio Guillén, examinador(a).
M.A. Julio Ochoa, suplente.

Nos complace informarle que se emite la orden de impresión, del trabajo de tesis de título: **EL PROCESO DE PLANIFICACIÓN, APLICADA AL PERIODISMO DEPORTIVO ESCRITO**. Apreciaremos que entregue dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad, seis tesis y dos cd's en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez tesis en la Secretaría de esta unidad académica ubicada en el 2º nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que posee las calidades para desenvolverse en el campo de la comunicación.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Lic. Julio Estuardo Sebastián Ch.
Director ECC

Copia: archivo
XMI/JESCH/Eunice S.




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Para efectos legales, únicamente
el autor es el responsable del
contenido de este trabajo.

Sea este trabajo un tributo a los dos grandes pilares de mi existencia; aquellos que dieron su vida y sus sueños para que yo alcanzara lo que alcanzo ahora. Quienes se brindaron sin límite alguno, que no cesaron en su anhelo por darme una oportunidad en la vida, hasta el último día de la suya.

A Rubén y Gloria, mis padres.

Índice

	Pág. no
Resumen	í
Capítulo 1	
Anotaciones Preliminares	
1.1 Introducción	1
1.2 Antecedentes	2
1.3 Justificación	2
1.4 Delimitación del tema	5
1.5 Objetivos	5
1.5.1 Objetivo general	
1.5.2 Objetivos específicos	
Capítulo 2	
Fundamentos Teóricos	
2.1 Periodismo	6
2.2 Periodismo deportivo	9
2.3 Periodista deportivo	12
Capítulo 3	
Planificación aplicada a periodismo deportivo	
3.1 Planificación	18
3.1.1 Planificación aplicada al periodismo deportivo	22
3.1.2 Pensar, el primer paso	32
3.1.3 Perspectivas, visualización, previsión, imaginación, preparación	44
3.1.4 Fuentes, el dilema de cuántas se necesitan	49

3.2 Cobertura periodística	50
¿Cómo, dónde, por qué?, lo que define nuestra ubicación en una actividad deportiva	56
3.3 Redacción deportiva	60
3.4 Ejemplos: casos prácticos	68
Conclusiones	70
Recomendaciones	72
Referencias bibliográficas	74
Glosario	77

Resumen

Periodismo deportivo y planificación deben ir de la mano. Ese es el punto principal de este trabajo, en el cual se abarca desde los referentes teóricos de la profesión en sí, pasando, obviamente, por la teoría de los expertos en planeación o planificación, hasta la puesta en práctica basados en la experiencia en la sala de redacción de Siglo.21.

Los estudiosos en el campo de la planificación ayudan a demostrar cómo esta disciplina puede muy bien amalgamarse, necesariamente a esta apasionante profesión llamada periodismo deportivo escrito. Las razones, las explicaciones y la visualización en la práctica como tal se convierten en un interesante texto que permitirá encontrarle sentido al tema que nos concierne.

Las formas, maneras y realidades del cómo se planifica en equipo, de cómo se pone en marcha un plan, para cumplir un objetivo, de cómo interactúan los diferentes elementos de la planeación con la cobertura periodística y su posterior redacción, están expresadas en los términos más claros posible.

Es indudable que la inevitable búsqueda de mejores perspectivas e información nos conduce por rumbos que parecen no congeniar, pero que, finalmente, son base necesaria para contribuir con la evolución del periodismo deportivo escrito.

Desde cómo generar o permitir el debate interno del grupo sección de deportes, pasando por la jerarquización de los temas y coberturas, pero también, desde dónde y cómo imaginar y prever situaciones o escenarios para tener un abanico de oportunidades durante las coberturas deportivas de cualquier disciplina deportiva. Este es el eje del presente trabajo.

Es un viaje extraordinario para aquel que busque ejercer de la mejor manera esta profesión, que pretenda no ir y pararse a ver qué pasa a un escenario deportivo, que adquiera el interés por toda clase de conocimientos sobre su especialidad (el periodismo deportivo y las múltiples disciplinas deportivas), que añore ser un elemento del grupo o de la sección de deportes proactivo, que en suma, sueñe con ser el mejor en su oficio y darle al lector los mejores temas, las mejores coberturas, con un plus para ser mejor que la competencia.

Capítulo 1

Anotaciones preliminares

1.1 Introducción

La planificación en el periodismo deportivo escrito es uno de los pilares que fundamentan ejercer de manera profesional esta labor. Por tal razón, es de vital importancia entender esta fase como la más importante, sin que por ello las otras etapas (reporteo, redacción, edición y revisiones finales), por cuestión de orden, entendiéndolo éste, como el proceso normal del inicio hasta la conclusión de una nota, pierdan jerarquía.

El saber encontrar el punto de la planificación da soporte a todo cuanto se realice a partir de ahí. En el entendido de que es primordial, lo que se pretende es que se conozcan los puntos medulares que contribuyen a generar la discusión no sólo para reportajes o notas (llamadas así, tal cual, en la jerga propia de la profesión dentro de una redacción), sino para las coberturas.

En éstas últimas, sólo variarán las naturalezas de cada una de las disciplinas deportivas, los intereses de la empresa como tal y las calidades de los reporteros-fotógrafos (las cuales pueden irse perfilando), pero, además, las prioridades de ejecución en la mesa de las secciones de deportes.

Se describe cómo la planificación repercute en mejores trabajos, más allá de los recursos humanos, económicos y logísticos que se posean, por lo cual se debe considerar impostergable su puesta en práctica, ya sea en el plano del corto, mediano y largo plazo. La planificación es el cimiento que aportará la solidez, precisión y certeza al trabajo periodístico, no sólo en la consecución de la información, sino en el producto que saldrá al público, y establecerá los estándares de calidad investigativa del redactor.

1.2 Antecedentes

El periodismo guatemalteco, en este caso el escrito, ha ido superando diferentes estadios, y no cabe ninguna duda de que la preparación académica permite tener, de manera rudimentaria, las herramientas teóricas para ejercer esta profesión.

El paso por diversas redacciones da la posibilidad de asegurar que las herramientas primarias, si bien permiten alcanzar el cometido que es informar, no bastan, según se determina, con base en la retrospectiva, que no es más que el análisis de los hechos que se han dado o realizado, en cuanto se entienda la praxis del periodismo en su devenir como elemento de trascendencia social.

Hoy se mantienen ciertas “costumbres” que no dejan alcanzar un nivel más alto, pero que de alguna manera han permitido, con limitaciones, sí, pero lo han hecho, por lo cual el camino puede allanarse hacia un futuro que llene los requisitos de una labor más científica.

Muy poco, o mejor dicho, nada se ha escrito en Guatemala acerca de la planificación en el periodismo escrito deportivo. Existen claro, para profesiones de naturalezas no humanistas, más técnicas, enunciados y publicaciones que expresan plenamente qué es la planificación, sin embargo, nada realmente considerado a partir de la producción periodística.

1.3 Justificación

La intención y el interés de esta tesis es brindar al estudiante de periodismo o al profesional que ya ejerce esta labor, las herramientas conceptuales, pero también expresar por medio de la experiencia, lo valiosa que es la planificación, en este caso, en el periodismo deportivo, que si bien se enmarca en las vivencias en las salas de redacción de algunos de los medios escritos de Guatemala, también puede valorarse para su aplicación, con los ajustes requeridos, para la televisión y la radio.

No se debe confundir la planificación con la común acción de asignar tareas, una rutina experimentada en las redacciones de los medios escritos. Y tampoco debe entenderse como un cambio de mentalidad por convencimiento, que en algunas se tengan algunos indicios del acto de planificar.

Una de las razones, es la vorágine tecnológica, debido a la rapidez e inmediatez con que se obtiene no sólo comunicación sino información. Esto ha generado que la prensa escrita, que es lo que nos interesa, busque salir lo más actualizada posible, por lo cual se consideran ciertos mecanismos para lograrlo.

Esta posible apariencia de planificación, más bien es, como una acción motivada por la inercia, condicionada, alejada de lo que debería ser una filosofía inherente al periodismo. El fin es simple y sencillo: ofrecerle al lector información seria y de primer nivel, que evidencie que el azar muy pocas veces tiene que ver con lo que se hace en el periodismo escrito. Es decir, profesional.

Sin embargo, hay que recalcar que el simple hecho de tener dichos conocimientos, no significa ejercer esta labor de la mejor manera, por lo que es necesario desarrollar ciertas condiciones, tanto internas como externas que ayuden al mejor desenvolvimiento, ya sea en términos de reporte, apreciación y ubicación, como de visualización, estudio de los temas, hechos o situaciones.

No está de más decir que la planificación no debe soslayar los recursos humanos y logísticos, pues las necesidades y facilidades, es decir, las debilidades y fortalezas de cada grupo o sección deportiva se deben considerar.

Es de suma importancia, además, la cantidad de gente forma parte del equipo de trabajo, ya que de esto dependen los alcances y las oportunidades.

Lo mismo sucede con las condiciones de transporte y movilización que posea el medio. Claro, esto no debe considerarse en función de debilitar el proceso de planificación, sino como un elemento que exige priorizar, una de las bases del tema que se tratará en este trabajo.

Tales aristas hacen prevalecer, como se expuso, la jerarquización de los temas, y obliga a que se atienda la discusión con argumentos valederos, que soporten el peso de los contra argumentos. Lo que debe hacerse notar es que el proceso puede ser doloroso, por lo cual exige que se aprecie más el valor del tiempo para pensar.

Con este trabajo se pretende ofrecer a los jóvenes y veteranos periodistas que busquen perfeccionar y optimizar sus cualidades individuales y grupales, una herramienta que debe desarrollarse a diario, para comprender que ser periodista no es solamente ver un hecho como una isla, sino que tiene vertientes que lo nutren, que le proporcionan fuerza y que, por tal sentido, el profesional de esta labor, debe saber estudiar para alcanzar mejores trabajos, mejores ángulos y darle más valor a su quehacer diario.

Los jóvenes periodistas, en primer lugar, pero también algunos veteranos, llegan a (o están en) las salas de redacción con los conocimientos básicos teóricos que les permite un mínimo acercamiento a la realidad que puede tener muchas vertientes, pero también con las debilidades de años de hábitos formados; sin embargo, carecen del sentido crítico, de previsión y analítico respecto a las notas, reportajes, pero por sobre todo, de las maneras y formas para realizar coberturas, en este caso, deportivas.

Es muy común que se crea que hacer una cobertura periodística deportiva consiste en sólo llegar y pararse y esperar que transcurra la actividad. Por supuesto que es una realidad constante, un mal visto como normal, pues más allá de esa intención primaria debe haber un fundamento planificado que dé la oportunidad de potenciar el nivel de información, que se conseguirá o que se pretende.

La acción tiene vestigios de simplicidad, sin atender que es muy compleja y requiere de las capacidades propias del periodista, pero también las adaptadas para expresar con certeza y precisión el trabajo final. Nuestro medio adolece de la implementación de estructuras, que deberían ser parte del pensum de estudios, que permitan al futuro periodista desarrollar esta cualidad, o mejor dicho, esta habilidad.

Consideran (los periodistas, novatos o no), por tanto, al llegar a la *zona de guerra*; es decir, a la sala de redacción, que un reportaje existe en sí mismo, igual que una cobertura, sin establecer con claridad que éstas o éstos, son parte de más hechos noticiosos y que no pueden verse de manera aislada. Que siempre hay una causa, un efecto, un antecedente, una explicación. Se sobreentiende que todo tiene como matriz a la noticia.

1.4 Delimitación del tema

Se narrará el proceso de la planificación a una cobertura o una nota periodística de cualquier disciplina deportiva en un medio escrito.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Describir el proceso de la planificación aplicada al periodismo deportivo escrito.

1.5.2 Objetivos específicos

- Explicar en qué consiste el proceso de la planificación aplicada al periodismo deportivo impreso.
- Detallar el proceso de la planificación por medio de un ejemplo.

Capítulo 2

Fundamentos Teóricos

2.1 Periodismo

El Diccionario de la Real Academia Española (www.rae.es) define periodismo como “la cosa o suceso que atrae la atención de la gente (...) o el factor que convierte un hecho en digno de ser noticia”. Pero las concepciones acerca del periodismo abarcan gran cantidad de perspectivas.

Por ejemplo, para el escritor y periodista Mario Vargas Llosa, según cita la obra *El Periodismo y sus límites en el Perú*, esta labor “es el mayor garante de la libertad, la mejor herramienta de la que una sociedad dispone para saber qué es lo que funciona mal, para promover la causa de la justicia y para mejorar la democracia”.

En la llamada Responsabilidad Social de los Medios, y, por consiguiente, del periodista y su quehacer periodístico, planteada en 1947 en el Informe de la Comisión Hutchins en la Universidad de Chicago, esta entidad señaló los siguientes aspectos o funciones que deben cumplir los medios en su entorno: “1. Hacer un relato comprensivo y real de los acontecimientos diarios con contexto y sentido. 2. Servir de foro para el intercambio de comentarios y críticas. 3. Proyectar la visión de la realidad de los grupos relevantes en la sociedad. 4. Presentar y explicar las metas y valores de la sociedad y 5. Garantizar el acceso pleno a la información relevante del día”.

Maxi Tell publicó en su blog (www.wordpress.com), la charla que sostuvo en septiembre de 2010 con el periodista colombiano Javier García Restrepo, director del consultorio ético de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, quien reflexiona sobre periodismo y ética, y advierte que “el periodismo es constructor de la sociedad” y que el periodista, “la información la debe entregar con la ilusión de que llegue a todos y todos la crean”.

Por si fuera poco, recalca en la identidad, porque, según él analiza, muchos “no tienen idea por qué son periodistas”. Ese es un reto actual, pero también lo es el que “hay que hacer un periodismo humano y humanizante”, sin olvidar que en estos tiempos de tecnología, el periodismo que sobrevivirá será el “que haga pensar”, ya que, como se menciona, ahora cualquiera tiene un móvil, puede enviar fotos, escribir un blog, pero, tal como él lo ve, el periodista en ese sentido puede ser reemplazado, pero si hace pensar a su público, cobra otro nivel.

Los grandes teóricos del periodismo, (Leñero y Marín, 1985) definen al periodismo, como la forma de “comunicación social”, que se da a conocer “mediante los diferentes géneros informativos”, que se alimentan de la noticia, como punto fundamental. Pero también agregan que la información periodística “responde a las preguntas esenciales qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué”.

Según el Código de Ética del Sindicato de Periodistas del Paraguay (SPP), el hacer periodismo implica “proporcionar al público información precisa y completa sobre los contextos y los antecedentes si correspondieren, estableciendo una clara distinción entre información, opinión y conjeturas”.

José María Desantes Guanter, catedrático de Derecho de la Información, en su lección magistral leída en la apertura del curso 1988-89 (Fundación Universitaria San Pablo –CEU-, Valencia 1988): “El deber de informar implica valores éticos, deontológicos y jurídicos. Derecho, Deontología y Ética son representables por círculos concéntricos que se van ampliando en el orden de enumeración”, y agrega: “El profesional de la información tiene derecho a la libertad para cumplir el deber de ser libre, que implica el de ser responsable”. (www.derecom.com).

El experto mexicano, Ernesto Villanueva, en su libro Deontología informativa (1999), expone: “El profundo respeto hacia los valores, códigos y naturaleza del periodismo obliga a responder coherentemente y en comunión con estas consideraciones, que todo aquel que se considere periodista, debe tener vigente”.

Entonces, ¿qué entendemos por periodismo? En términos concretos y llanos, es la profesión que tiene como gran objetivo, difundir todo hecho que sea interesante, importante, valioso y trascendental en la vida del ser humano como ente individual, pero también social, utilizando diferentes medios como la prensa escrita, la radio, la televisión, los libros y en la última década, el Internet.

Por supuesto, hay que agregar ahora el llamado periodismo ciudadano, que no es más que una manera de permitirle a las personas, en un plan aficionado, la posibilidad de sentirse parte de la estructura de los mass media. Tal sentencia se debe a que los periódicos y los otros medios, en la lucha por mejorar su relación con el público, pero también en su intento por generar simpatías y pretender ampliar sus mercados, se han abierto a la sociedad de una manera singular en los últimos 10 años.

¿La razón? La lucha por sobrevivir en esta época de la web, como medio de comunicación, información y globalización, pero por sobre todo, por su carácter de inmediatez.

Se debe entender a la información como todo aquello que alimenta el proceso de creación de una nota periodística, la cual se sirve de la síntesis, priorización y valoración, de una manera detallada y coherente, que tiene como finalidad llegar a un receptor o a muchos receptores, y que tiene como misión darle una visión a éste o éstos de un hecho o suceso.

La opinión también es un punto que no puede soslayarse, y ésta es todo aquello que explica la manera de ver, comprender y valorar, desde un plano muy personal, ese hecho o suceso; la imagen, en tal sentido, ha sido creada a partir de la información recibida.

El periodismo permite las conjeturas, que son suposiciones, que no es más que “leer entre líneas”, pero también, visualizar no sólo las probables causas, si no están muy claras, sino también las posibilidades, razones, juicios o conclusiones, que puedan surgir de la información obtenida, sin que exista en un momento dado la argumentación adecuada para confirmarlas. No está demás decir que todas están unidas de alguna manera, que sus fronteras son un hilo casi invisible.

El periodismo es un oficio inherente al ser humano, ya que a éste le ha fascinado situaciones, sucesos, hechos, que de alguna manera identifica como trascendentales y que lo obligaron a dejar constancia de su existencia. Se ve en las cavernas, en las pirámides o en las edificaciones americanas de los nativos de estas regiones, que hubo momentos que marcaron su presente y de alguna manera lo hicieron saber a otros.

2.2 Periodismo deportivo

“El periodismo deportivo combina en su confección lengua y lenguajes, de tal modo que la autoridad de comunicación no siempre corresponde al idioma. Es necesario comprender su complejidad. La comunicación deportiva ha pasado de ser la hermana pobre de la información a ser reclamada por la sociedad, y el periodismo deportivo aupado (enaltecido) por la expansión del deporte y los intereses creados a su alrededor, debido a ser una actividad inteligible por todos los seres humanos y abierta a todas las razas, ideologías y religiones, a convertirse en una faceta de la información con personalidad propia”, (Alcoba López, 2005).

Pero también critica “el desinterés académico y la falta de profesorado universitario preparado para tratar educativamente el deporte para reclamar una necesaria formación especializada para el periodismo deportivo”, y agrega que el periodismo deportivo tiene que ver “con la atracción de las masas, pero también con la terminología, desde el lenguaje bélico, pasando por el escueto, semiológico, audiovisual y artístico”.

“El periodismo deportivo es el vínculo del progreso común entre medios y deporte. Es la red que los ata, que acerca a las audiencias a ambos y sostiene un espectáculo económico, social y cultural en evolución constante. Su influencia sobre la apropiación de los dos fenómenos sociales es fundamental” (Alcoba López, 2005).

“Es hoy que este periodismo especializado pone al consumo deportivo en primera línea. Diversificado entre la prensa escrita, sea en pantalla con publicaciones *on-line*, blogs, wikis y redes sociales o en papel con los diferentes tipos de impresión; la radio y su vertiente en cuadrantes o a través de la *www*; la televisión en su versión abierta o de paga; y en las nacientes formas Peer-to-peer de transmisión de video a través de Internet, su demanda no para de aumentar, lo que hace preponderar sobre el alcance comercial, cultural y social que posee esta profesión” (www.razonypalabra.org.mx).

Y agrega: “Es cierto que el periodismo deportivo ha ganado en negocio, incrementando su difusión a la par de un mercado deportivo pujante (encontramos tantas noticias sobre deportes en un periódico como logotipos de cuentas patrocinadoras en el uniforme de un deportista), pero quizá no haya ganado en calidad de periodismo especializado, rebasado no por múltiples especialidades deportivas, sino por factores políticos, jurídicos y económicos que convierten al deporte en algo más que una competencia espectacular”.

Además, explica: “Lo relevante es que, desde la “prensa de penique” (epítome de la información como negocio) hasta la fecha, muy pocos periódicos han decidido prescindir de una sección deportiva, por el contrario, constituyendo una de las secciones más populares, la de deportes tiende a merecerse el espacio de un suplemento diario, como si el periódico de información general requiriese para su buen funcionamiento de un periódico secundario abocado por completo a los acontecimientos deportivos”.

“Esta autonomía temprana del periodismo deportivo ha venido precisamente a conferirle el honor de reconocerse como el primer periodismo especializado, mucho antes de que la teoría de la información periodística postulara la superación histórica del periodismo de masas; algunos autores comprenden a la “especialización periodística” (Casasús, 1991; Berganza, 2005) bajo la idea de una fase que es cronológicamente posterior y técnicamente superior a lo que conocemos tradicionalmente como el periodismo de masas”. (www.razonypalabra.org.mx).

“El periodismo deportivo, como clase de actividad que en los últimos años se ha convertido posiblemente, en el más atractivo de cuantos forman el espectro de la información periodística especializada pero, incomprensiblemente, dejado de lado en los estudios que se imparten en la facultades y escuelas de Comunicación Social” (www.borriones.net).

“El periodismo deportivo enciende y propaga la pasión competitiva de las multitudes. Es el gran animador de las concentraciones populares que con los rivales acompañan las emociones entre la pesadumbre de la derrota y el júbilo explosivo de las victorias. Su estilo intenso reproduce el fragor de los duelos más apasionantes y el frenesí del triunfo, como el silencio del perdedor y el delirio de las tribunas. En torno a sus páginas especializadas, transmisiones radiales y televisivas se congregan millones de personas sin distinción de credo, edad o preparación o condición social”. (www.borriones.net).

(Borrat, 1993), en cambio, define al periodismo especializado así: Una manera de producir textos caracterizados por la:

- coherencia interna de esos textos.
- correspondencia de sus afirmaciones con su realidad y
- pertinencia de los conceptos, las categorías y los modelos de análisis aplicados, fuere cual fuere el tipo de texto y el tipo de lenguaje escogido, el tipo de periódico donde se publican y el tipo de audiencia al que preferentemente se dirigen.

Como agregado se puede decir que ésta es una especialidad del periodismo, basada en transmitir los hechos importantes y trascendentales de las diversas temáticas del mundo deportivo. Para ejercerlo de la mejor manera es vital conocer las reglas mínimas de cada una de las disciplinas deportivas, entender que deporte no es sólo fútbol, y comprender el alto grado de competitividad que existe.

En esta vorágine de emociones que puede crear el periodismo deportivo, no se puede olvidar que es uno de los segmentos menos apreciados, sin olvidar que en los rangos de salarios, es uno de los dos de menor escala, junto al de farándula. Por supuesto, se exige la misma calidad reporteril, investigativa, pero aún más, la creativa para decir de mil maneras el acontecer diario.

2.3 Periodista deportivo

“El periodista deportivo deberá ser un buen conocedor y sobre todo entusiasta del deporte, y éste puede dar rienda suelta, sin exagerar, a sus virtudes literarias y culturales. Como cualquier periodista, el especialista en deporte, debe ser consecuente con el código ético y deontológico, por medio del cual se reconozca su imparcialidad”, expresa (Sánchez Araujo, www.ull.es).

Recalca (Sánchez Araujo, www.ull.es). que en la actualidad “el periodista deportivo no sigue una estructura interna fija”, ya que la “crónica actual es un género con unas características morfológicas y sintácticas propias”, y recalca que el periodista deportivo debe “ser un estudioso permanente del área a la que se dedique”. Mientras tanto, (García Cortázar, 1999. p. 43) destaca que “el periodista es un profesional que se dedica a la búsqueda de información de hechos y acontecimiento, temas de interés público para su posterior publicación”.

(Alcoba López, 2005), en tanto, indica que el “periodista deportivo es quien desarrolla una labor dentro de los diferentes campos del periodismo deportivo. Su perfil sugiere tener conocimiento y experiencia en las diferentes disciplinas deportivas”.

La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Palermo (www.palermo.edu) describe al periodista deportivo así: “No escapa a las características generales de esa profesión, sino que también debe seleccionar los hechos de ese ámbito que considera más trascendentes para la comunidad en que trabaja, narrarlos, describirlos, relatarlos o mostrarlos con la mayor veracidad y precisión posible. Incluso, muchas veces, está obligado a sacar conclusiones, evaluar, proyectar y analizar episodios que adquieren el rango de noticia porque así lo dice la prensa”

Al profesional del periodismo, como se manifiesta en los enunciados anteriores, se le designan características especiales, que van desde su comportamiento equilibrado, pasando por el tratamiento informativo con ética y responsabilidad, pero también la sapiencia en el uso del idioma y su expresión escrita, así como el bagaje necesario para redactar de la mejor manera cualquier nota sin importar la disciplina deportiva que le corresponda cubrir.

A esto se debe agregar la opinión de Juan Tomás, presidente de la Asociación de la Prensa de la Región de Murcia (Campus digit@l), quien asegura que la formación universitaria es vital, ya que contribuye a un “buen desempeño de la profesión de periodista y de los diversos quehaceres en las diferentes ramas o especificidades de un campo tan amplio como heterogéneo y atractivo”.

Claro, no deja de advertir que se “debe preparar alumnos que tengan unas grandes dosis de teoría, pero, al mismo tiempo, sin que parezca una capacitación de taller la que procuramos, hemos de defender un aprendizaje que invite y permita que los alumnos no vean las diversas rutinas de trabajo como algo que sólo conocen por libros”.

Al periodista deportivo le debe apasionar el deporte, pues requiere de buena dosis de empatía para desarrollar su potencial al máximo. Pero si a todo eso se expone el periodista deportivo, hay que añadirle como parte de sus atributos, que debe tener el temple necesario, pues los niveles de adrenalina se elevan, ya sea por la intensidad del hecho deportivo o por la agonía a la hora del cierre, que es parte de esta intensa profesión.

El tiempo es otra vertiente que debe considerarse, en especial el que se invierte en el proceso de obtención de la información, ya que el periodista deportivo sabe que la rapidez para escribir es un factor que pesa mucho en las salas de redacción. Las modalidades marcan el cómo de las estructuras de texto, pues no es lo mismo escribir para el guión de la radio o la televisión, que pueden permitirse algunas libertades, en especial en el sentido de la ortografía, por mencionar la más común, pues en estos medios lo que prevalece es el sentido, mientras que en un diario, no sólo pesa el sentido, sino las formas y el fondo.

Un ejemplo podría ser el siguiente. En la radio o la televisión, no importaría se escribiera algo de esta manera: “La *afición* del *hequipo* de futbol de la ciudad capital, logró silenciar a la de su adversario”. Mientras que en la prensa escrita sería un sacrilegio redactar con este tipo de faltas.

El periodista deportivo está hecho de un abanico de calidades y cualidades que se adquieren y / o potencializan en la práctica cotidiana. La frase “la práctica hace al maestro” es una verdad total en muchos campos de la vida, por lo que no puede ser menos en el “mejor oficio del mundo”, como argumentó en su momento el otrora periodista y hoy escritor Gabriel García Márquez.

No hay que olvidar que en la praxis de este campo del periodismo, en realidades distintas, y se habla de otros países, es común asimilar a ex deportistas de forma consistente y sistemática, para que se integren a los equipos de deportes a fin de que ejerzan, a partir de su experiencia, basados en sus conocimientos técnicos, tácticos y de conducta adquirida, un punto de vista distinto del que ofrece el más conocedor de los periodistas.

En este campo, y en Guatemala, específicamente, la televisión y la radio son los medios que más involucran a quienes practicaron alguna especialidad deportiva. Por supuesto, en nuestro entorno, son los ex futbolistas quienes más gozan de estas oportunidades, al valorarse el futbol como la máxima expresión deportiva y la que genera más adeptos.

En la prensa escrita el fenómeno no tiene ese grado de integración, pues requiere, no sólo el conocimiento adquirido por la práctica, sino también la instrucción en los campos de la redacción, obtención de la información, es decir, los fundamentos en cuanto a los géneros periodísticos y las reglas inherentes al periodismo escrito.

La transmisión de los hechos deportivos provoca un impacto fuerte en las sociedades, por lo cual, el periodista de deportes debe saberse responsable de ser lo más veraz y capaz de difundir su perspectiva basada en los hechos.

Un hecho fundamental es que regularmente al periodista deportivo se le tilda de cronista, dado que las notas que suele escribir tienen estas características, pues él se encarga de detallar, generalmente, de manera cronológica sus escritos. Sin embargo, la exigencia creada a partir de la aparición de la radio, la televisión e Internet obligó a trascender esa dinámica y se necesita ser no sólo un cronista, sino también analista en estas lides, tal como se expuso anteriormente.

Inicios del periodismo escrito en Guatemala

Cabe decir que todos los diarios, canales de televisión y corporaciones de radio, tienen secciones, segmentos o cápsulas deportivas. Uno de los pioneros en establecer la importancia dentro de la sociedad, pero también como colector de lectores fue el semanario Deportivo, creado en 1975, pero también El Gráfico Deportivo (1960), según se establece en el archivo del Centro de Investigaciones Regionales de Mesoamérica (CIRMA). Estas publicaciones fueron fundadas por Jorge Carpio Nicolle, quien luego crearía Diario El Gráfico, que contó con diversas secciones, incluida, la de Deportes.

Claro, no se puede obviar, que en 1951 nació Prensa Libre, con temáticas establecidas, incluida la de deportes, pero sin el énfasis, sino como una parte del diario. La historia nos permite establecer que uno de los primeros periodistas deportivos fue Salvador Girón Collier, quien, desde 1923, según reza un artículo publicado en la edición del 20 de agosto de 2011 de la Revista D, con motivo del 60 aniversario de este matutino, se inició en el periodismo deportivo. Lo mismo sucede con el Diario La Hora, creado en 1920.

Con el transcurrir del tiempo, dentro de ese grupo de publicaciones ahora se puede mencionar a Siglo Veintiuno, ahora Siglo.21, al día, Nuestro Diario, Publinews, La Hora, elPeriódico, todos con secciones especializadas en información deportiva. Algunos de ellos incluso han creado, eventualmente, suplementos que van insertos en la edición de los lunes. De éstos, el Diario de Centroamérica, con más de 131 años de existencia, y Siglo.21, con 20, son los más antiguos, junto a Prensa Libre.

Amén, claro de un sinfín de revistas que tienen como temática la publicación de especialidades específicas de disciplinas deportivas de pocos años de aparición en el mercado, y muchas que no han sobrevivido a las condiciones y han desaparecido. La mayoría se enfoca en el fútbol, pues como se ha mencionado, es el mercado que se advierte como más generoso en cuanto a lectores se refiere.

Existen dos entidades de prensa deportiva, que aglomeran a la mayoría de profesionales de esta especialidad del periodismo guatemalteco. La primera, la Asociación de Cronistas Deportivos (ACD), fundada en 1949 y, la segunda, Cronistas Deportivos de Guatemala (CDG) creada en 1971.

La pasión por esta división ha sido parte de la historia y el devenir del periodismo nacional. Y pese a ese largo caminar, la manifestación teorizada específica, no existe. Hasta hace poco, las escuelas de Periodismo o Ciencias de la Comunicación no contemplaban el área exclusiva del periodismo deportivo; sin embargo, en años recientes fue creada la carrera Licenciatura en Periodismo Deportivo de la Universidad Galileo, la cual requiere de cuatro años de aprendizaje para obtener dicho grado académico.

Capítulo 3

Planificación aplicada al periodismo deportivo escrito

Las siguientes líneas y párrafos permitirán conocer la planificación, según los teóricos y expertos en la materia. Se debe entender como una herramienta, pero también como una acción que nos conduce hacia la consecución de los objetivos trazados de manera coherente, atendiendo los pros (fortalezas, oportunidades) y contras (debilidades y amenazas) con los que uno se puede encontrar en el camino, y que son parte del entorno del periodismo.

Es tal su incidencia, que cada quien, sin esquematizarla en una gráfica, la realiza en cada momento de su acontecer cotidiano. Por lo que es fundamental conocer cómo y por qué es parte primordial en los actos más sencillos, pero, especialmente, en procesos más complejos, que requieren de supervisión y controles, por mencionar un par de elementos que coinciden para su materialización.

El periodista, el editor o jefe de sección, en este caso de deportes, y el estudiante de periodismo, tendrá, a partir de conocer la teoría de la planificación, un mapa que lo ubique en una escena mucho más prolija, más enriquecedora en su quehacer periodístico, con la finalidad de mejorar el producto que entregará al lector cada siguiente día.

3.1 Planificación

Antes de iniciar una acción, es imprescindible determinar los resultados que se pretende alcanzar, así como las condiciones futuras y los elementos necesarios para que este funcione eficientemente. La planeación establece las bases para determinar el elemento riesgo y minimizarlo. La eficiencia en la actuación depende en gran parte de una buena planeación.

(Koontz y Wehrich, 2004: p.122) matizan que la planeación “es un procedimiento que implica la selección de misiones y objetivos y de las acciones para llevar a cabo las primeras y alcanzar los segundos, requiere tomar decisiones, esto es, elegir entre alternativas de futuros cursos de acción”.

Agregan los expertos que “los planes constituyen un método racional para el cumplimiento de objetivos preseleccionados”. Advierten que planear es estar en un lugar y visualizar hacia dónde queremos llegar, pero también que es imprescindible la planeación y el control, “hermanos siameses”, ya que no se puede soslayar el asunto pues es necesario saber si se avanza por el camino correcto hacia la consecución de los objetivos planteados.

(Steiner, 1987, p. 20-21) pregunta: “¿Qué es la planeación estratégica?”, aunque antes establece que “no existe un sistema de planeación el cual cada organización debe adoptar, sino que los sistemas deben ser diseñados para que se adapten a las características particulares de cada empresa”.

Y extiende su concepción así: “Debido a que cada organización difiere en algunos aspectos de las demás, lo mismo sucede con los sistemas de planeación”, aunque aclara que “existen características comunes entre los sistemas de planeación de empresas diferentes”. Y finalmente responde formulando cuatro explicaciones.

“Primero. La planeación trata con el porvenir de las decisiones actuales. Esto significa que la planeación estratégica observa las consecuencias de causas y efectos durante un tiempo, relacionada con una decisión real o intencionada que tomará el director (...) También observa las posibles alternativas de los cursos de acción en el futuro. La esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro”.

“Segundo. La planeación estratégica es un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estas metas, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados. También es un proceso para decidir de antemano qué tipo de esfuerzos de planeación debe hacerse, cuándo y cómo realizar, quién lo llevará a cabo, y qué se hará con los resultados.

“Tercero. La planeación estratégica es una actitud, una forma de vida; requiere de dedicación para actuar con base en la observación del futuro, y una determinación para planear constante y sistemáticamente como una parte integral de la dirección. Además, representa un proceso mental, un ejercicio intelectual, más que una serie de procesos, procedimientos, estructuras o técnicas prescritos. Cuatro. Un sistema de planeación estratégica formal une tres tipos de planes fundamentales que son: planes estratégicos, programas a mediano plazo, presupuestos a corto plazo y planes operativos”.

En tanto, (Branch, 1997: p.20) estima “que la experiencia acumulada en el ejercicio de la administración como ciencia, corrobora que el hombre tiene que considerar la planificación como un elemento esencial en toda actividad humana”. (Fayol, 1916) asegura que hay cinco principios básicos y con plena vigencia: prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar, que deben tomarse en cuenta para alcanzar los objetivos planteados.

En el folleto (Planeación, 1978: pp.25-27) se establece que “la planeación proporciona, antes de la actividad, la guía y los cursos de acción que requieren los gerentes para alcanzar sus objetivos” También se argumenta que “quien formula la planeación busca mejoras, escucha y se nutre de nuevas ideas poniéndolas en aplicaciones prácticas (...) Es el arma intelectual para nuestro progreso”.

Evidencia también sobre la importancia de la planeación, y recalca en que ésta “lleva tiempo”. “El pensamiento reflexivo, la reunión, el análisis de los hechos suficientes, la consideración de los cursos de acción y la formulación de un plan completo no pueden hacerse apresuradamente”. (Planeación, 1978. p.31)

Este documento también establece que el tiempo también tiene mucho que ver. “Cuando el tiempo es de máxima importancia, por lo general se descarta la planeación detallada, pero en tales casos se usa cierto grado de planeación, aún cuando la cantidad sea pequeña (...) La necesidad de una acción inmediata no evita la necesidad de la planeación”. (Planeación, 1978: p.31). Y sin embargo, aunque sin llegar a la contradicción, es importante hacer notar que la planeación o planificación tiene sus límites. “Ningún gerente puede predecir completa y totalmente los eventos del futuro”. (Planeación, 1978: p.51).

(Goodstein, Nolan y Pfeiffer, 2004: pp.5-6) consideran que la planeación “es el proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo”. Enfatizan además en que “para comprender el concepto de planeación estratégica se deben involucrar seis factores críticos”, uno de ellos reza: “La estrategia es un patrón de decisiones coherente, unificado e integrador; esto significa que su desarrollo es consciente, explícito y proactivo”.

Exponen los expertos citados en las líneas anteriores, que la “planeación estratégica debe responder a tres preguntas básicas (...): ¿Hacia dónde va usted?, ¿Cuál es el entorno? Y ¿Cómo lograrlo?”. Pero en todo este proceso, un elemento que no puede fallar es el de la comunicación.

(Steiner, 1987, p.47) expone que “un sistema de planeación bien organizado es una red de comunicación muy útil (...) Al completar un plan se habrá creado una comprensión a cualquier nivel directivo acerca de las oportunidades y problemas importantes para el director y la compañía”,

(Moragas Spá. 1985) advierte ésta como muy valiosa, ya que “permite esquematizar los principales protagonistas en un proceso de comunicación cualquiera: emisor, mensaje, medio y receptor, pero además supone que el intercambio de señales entre un emisor y un receptor, esté sujeto a un recurso de un sistema de codificación y decodificación que permita expresar e interpretar los mensajes”.

Sobre esto también opinan (Koontz y Weirich 2004, p.594) que la “comunicación tiene como objetivo suscitar un cambio, mover a la acción”, pero también que es necesaria para “1) fijar y difundir las metas de la empresa, 2) trazar los planes para conseguirlas, 3) organizar los recursos humanos y de otro tipo de las manera más eficaz y eficiente, 4) elegir, desarrollar y evaluar a los miembros de la organización, 5) dirigir, orientar, motivar y crear un ambiente en el que las personas quieran dar su aportación , y 6) controlar el desempeño”.

Pero todo esto, añaden y aclaran los autores mencionados, “que también hay que pelear contra los ruidos que pudiera haber durante este proceso comunicacional. Enemigos éstos, desde los físicos (el lugar o los gestos o posturas), hasta los inherentes al receptor y emisor, como podría ser la falta de comprensión, a partir de los prejuicios”.

3.1.1 Planificación aplicada al periodismo deportivo

El periodista y el editor pueden pensar ¿Para qué me sirve la planificación? ¿A cuenta de qué voy a seguir los planteamientos de tecnócratas (si vale la expresión)? Y son interrogantes válidas, especialmente, porque al periodismo se le visualiza como una profesión empírica, casi emocional.

Sin embargo, para cimentar los procesos y la consecución de objetivos, las siguientes líneas serán de vital ayuda, brindarán una ruta que puede adaptarse, con lo que se consigue fomentar el rostro científico, el nivel intelectual, de esta profesión. Es tal la importancia de este proceso, que éste ayuda, sin duda alguna, en esta especialidad (el periodismo deportivo) que exige tiempo y sacrificio, por cuanto hay que trabajar muchas veces en condiciones adversas, ya sea en un estadio de fútbol, en un campo de golf, o en un barco en una jornada de pesca.

El conocimiento de la naturaleza de cada una de éstas, y las muchas escenas que puede presentar una actividad deportiva, es vital. Es impensable no prever las enormes variaciones o vicisitudes que puedan presentarse el día de la cobertura, antes y durante. Algunas veces, el después también tiene algo que decir.

No se puede soslayar que en los trabajos desde la redacción, también juega un papel preponderante. Siempre se debe considerar inherente al quehacer en un medio impreso. Según Labrada Díaz (www.gestiopolis.com), “la actividad noticiosa debe estar sujeta a la planificación”, pero también es claro al afirmar que en este campo existen “pocas investigaciones y contenidos”, por lo cual, lo mejor es permitirse la libertad de “sustentarse en paradigmas afines”.

Advierte además que la virtud de la planificación “es guiar la acción hacia el objetivo propuesto, con la intencionalidad de poder conocer lo que podría suceder, a fin de informar de la mejor manera al receptor de la información”. También expone, que “gracias a esas vertientes paralelas”, y aunque la naturaleza del periodismo, hace de alguna manera volátil los posibles resultados, “de igual manera se puede tener un buen porcentaje de éxito”.

Labrada Díaz no olvida enunciar en el mismo documento que “el hecho de que esta temática tenga pocos antecedentes investigativos conocidos, significa que los resultados de su estudio constituyan una novedad, por cuanto al poner de manifiesto las relaciones entre la Planificación y la Comunicación Social en la actividad periodística, se llega a un nuevo conocimiento, el cual permite descubrir características positivas y negativas de esas relaciones, para contribuir a la adopción de cambios en la gestión gerencial”.

Asimismo (Campolongo, <http://www.planperiodistico.com.ar>), expresa que “la planificación de la actividad periodística es una tarea propia de todos los diarios modernos que responden a ciertas normas establecidas por la producción industrial. Esta planificación es emergente de un contexto histórico, político, social y económico que reproduce en el ámbito de las empresas la división del trabajo con tareas profesionales específicas”.

También reconoce que es fundamental dentro de esta dimensión, el marketing periodístico y el fenómeno denominado “segmentación de públicos” y enfatiza en que es obligación el “análisis sobre la perspectiva del lector como consumidor, grupos con características propias e intereses muy diferentes entre sí”.

Por su parte, uno de los puntos medulares de la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales PLANGESCO, de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, de la Universidad Nacional de La Plata en su enunciado Perfil de Formación, se establece que se plantea proporcionar de “manera sistemática los conocimientos en este campo (a los estudiantes), a través “de la investigación operativa”, la cual debe estar en pleno diálogo con otras disciplinas del saber”. (<http://www.perio.unlp.edu.ar>).

En tanto, sobre la visualización de este pilar del periodismo, García Ríos (www.periodismoicea.com.ar) expone: “La planificación en la actividad periodística es una etapa fundamental, ya que será el plan que debemos seguir para lograr ejecutar nuestros objetivos”. Enfatiza en que “existen diferentes criterios a la hora de planificar: “Algunos ponderan o privilegian los objetivos a cumplir por sobre los recursos disponibles; otros evalúan primero los recursos y luego fijan los objetivos o metas a alcanzar teniendo en cuenta las disponibilidades; otros evalúan tanto los objetivos como los recursos con los que se cuenta”.

Iza (jciza.wordpress.com) expone brevemente qué es planificar. “Es organizar, ordenar, seleccionar, ajustar al tiempo y medir las mejores acciones o propósitos”. Dentro de su explicación, apunta que el esquema de la planificación incluye “el tema, los ejes o hipótesis periodísticas, los cómo, los recursos gráficos, las fechas de investigación y de entrega, las ediciones y la publicación”.

(Fundes, es.scribd.com), argumenta: “La planificación de una investigación periodística puede basarse en el método científico, apoyarse en deducciones e inferencias”. (Gargurevich, 1982), afirma que se puede planificar por los hechos previsible, ya que crea las condiciones necesarias “para evitar el azar y la improvisación en la búsqueda de datos en las fuentes”. Pero el mismo (Gargurevich, 1982) apunta que “debe haber versatilidad” para poder reaccionar ante los hechos, que él llama “disfuncionales”.

Se puede explicar esta teoría en la práctica, pero debe reafirmarse, como se expuso líneas arriba, que, sin que el proceso gaste una planificación en todo el sentido de la palabra, se puede establecer un mecanismo inmediato, para encarar de manera coherente y sistemática la presentación del hecho.

Por lo cual es irremediamente necesario tener un banco de datos o ser sumamente capaz de realizar una búsqueda de prioridad uno, para que el suceso disfuncional, aunque mantenga su esencia, se perfeccione con la adherencia de distintos elementos que den más información al lector.

En cuanto al punto que marca (Gargurevich 1982), sobre que la posibilidad de planificar es enorme, esta visualización tiene que ver con que ahora los medios, en este caso particular, escritos (sin que por ello los otros no puedan considerar poseerla), buscan tener su propia agenda, que surge por la necesidad de aprovechar los espacios (en especial en los escritos, se recalca) y mantener una línea de información y de formas para trasladar los contenidos a su público lector. Acá pesa mucho también, la especialización del medio respecto a sus intereses.

Entonces, enfocándonos en los principios básicos (prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar), acciones pilares de todo proceso de planeación, podemos agregar algunas explicaciones desde nuestro punto de vista. Respecto al prever se puede establecer que no es más que el elemento que nos obliga a considerar los factores que en el futuro puedan manifestarse y contribuir o no al desarrollo de la información.

El segundo principio (organizar) nos garantiza, primero, el actuar de manera coherente, respecto a las necesidades u obligaciones establecidas del grupo, del individuo (en este caso el periodista), y, segundo, la realización o cumplimiento de las metas.

Sobre la dirección se puede argumentar que ésta permite corregir o procurar los ajustes debidos, durante la realización o el proceso, pero también establecer desde el inicio del proyecto periodístico, las rutas y estrategias. La coordinación apunta a imponer los mecanismos que le permitan al grupo o sección y al individuo (periodista), obtener el apoyo necesario (logístico y humano) de otros entes afines para alcanzar la meta deseada. Y, finalmente, el controlar, que significa verificar que los pasos, estadios o fases se cumplan de la mejor manera.

En otros campos manejan reglas, conceptos y fundamentos, que requieren de un proceso de evolución racional para la consecución de metas, y en éste (el periodístico) sería la obtención del material adecuado para publicar una información basada en la certeza y la consistencia, generadas gracias a la esquematización de un proceso riguroso.

Es sumamente importante exponer que la calidad de dicha información, no sólo es obligación del periodista como tal; el medio, debe imponer el mandato, más allá de que se sobreentienda, de que la noticia, el reportaje, la entrevista, el análisis, tienen que tener un carácter que le garantice al público, y esto es así, que lo que paga (en el caso de la prensa escrita) vale la pena.

El periodista siempre debe tener esto último presente, pues el alto nivel de calidad posibilita que el lector despierte un interés real, y no sólo curiosidad por ver qué salió en éste o aquél medio, sino que alimenta su lealtad hacia ese periódico que le brinda buena información, buenas noticias (en el entendido de que sean claras, certeras y confiables) y provoca la constante búsqueda para saciar su sed de información.

Se debe agregar que, tal como se expuso anteriormente, la comunicación tiene que ser de calidad, por tal motivo, la convicción acerca de la idea de que la preparación y el conocimiento de todos los miembros del equipo es fundamental, se acentúa, pues se considera que todos los miembros del equipo de trabajo tienen la capacidad de intercambiar propuestas.

Dichas propuestas deben servir en función de la priorización temática, pero también, de los caminos que es necesario seguir, pues esto implica el identificarse con la propuesta, la elección y la estructuración de la nota periodística, lo que genera más empatía entre los individuos que conforman el grupo.

Y, aunque la jerarquización en el organigrama funcional del departamento establezca un orden en el plano formal, en el asunto comunicacional puede condicionarse para que sea en dos direcciones, pero de manera lineal.

Este nuevo ladrillo conceptual le añade forma a la respuesta precisa que requiere el periodista guatemalteco en términos generales, pero, obviamente, el deportivo, que es el interés en este trabajo. La idea general es que la información periodística no se puede planificar. Y aunque se esté de acuerdo en que la noticia (que es la base de toda la actividad) es un hecho que se da en un momento determinado, que surge, que puede aparecer sin aviso, incluso permite un momento de reflexión para decidir el cómo.

Bien, y todo esto cómo se involucra en el campo de los deportes; pues, como se mencionó, la diversidad de segmentos no pueden ser islas en tanto se entienda que el periodismo deportivo, de noticia dura, de investigación o de farándula tienen lazos comunes.

Todos los medios tienen sus secciones deportivas, y, aunque siempre van al final de la edición impresa, no por ello deben verse como un relleno, y por lo tanto, tienen la posibilidad, necesidad y responsabilidad de aplicar la planificación. Tal como sucede con los otros ámbitos de interés del medio y de los lectores, los hechos noticiosos deportivos son conocidos con cierto margen de tiempo, por lo cual, visualizar las formas y los cómo para alcanzar los mejores resultados en la cobertura como tal, es un paso que no puede obviarse.

Un campeonato de fútbol, de béisbol (cabe destacar que no se tildan estas dos palabras, acusando la manera en la cual se pronuncian en Guatemala, a diferencia de algunos países sudamericanos, por ejemplo), una actividad de natación, los Juegos Olímpicos.

Pero también, un Mundial de fútbol o de cualquier deporte, por mencionar algunos casos, incluso, hasta una conferencia de prensa, son actividades que se proyectan en el tiempo, y permiten planear, imaginar algunos escenarios externos e internos.

Pero, por supuesto, también existe la posibilidad de que surjan hechos fortuitos o sucesos dentro de la actividad primaria, a los cuales siempre se debe estar atento y en condiciones de controlar. Esa versatilidad es una cualidad que con la práctica pierde su naturaleza de añadida, para convertirse en una inherente, cual acto reflejo en el periodista y en el grupo de periodistas que conforman una sección de deportes.

Y cómo se logra una planificación aceptable y con alto nivel de calidad. Pues la práctica indica y muestra que todo parte de la capacidad de quienes están al frente de una sección de deportes, pero que no se presume que existe pretensión alguna en ubicar en un plano supra terrenal al editor o jefe de deportes, sino en la dimensión de que es la guía, es quien permite, facilita y genera que el resto del grupo maximice sus potencialidades.

La apertura en cuanto a que la capacidad es fundamental, no puede soslayarse que el rol de los reporteros es valioso en grado superlativo, pues son éstos quienes alimentan y da un valor agregado al potencial del grupo de cara a un hecho o competencia. Un reportero debe considerarse los ojos, el oído, el corazón de una sección de deportes, pues él mejor que nadie esta inmerso en la fluidez que ensancha el impetuoso río de la información.

Por tal motivo, como se mencionó anteriormente, el conocimiento es fundamental; el estar al 100% compenetrado en los flujos de información, a partir del constante monitoreo de las fuentes asignadas, ya sea de manera periódica, diaria, semanal o mensualmente, aunque en este punto se pueden establecer más posibilidades.

Estas posibilidades ayudan a que el periodista deportivo adquiera la habilidad necesaria para no verse limitado, no sólo en su aprendizaje sobre las diversas especialidades deportivas, sino también en su banco de fuentes y que éstas lo reconozcan como lo que es, ya que es indispensable que de alguna manera quienes generan la información creen un lazo de confianza con el periodista, que supone un entendido de respeto entre uno y otros.

Cabe decir que en algunos casos, dentro del diseño organizacional elegido, ya sea por condicionantes de cantidad de elementos o por la idea de que todos debemos estar enterados de todo; es decir, saber que lo que conocemos es el primer paso para poder realizar este trabajo.

Esa cantidad de información genera un abanico de posibilidades, y ya depende de cuan importante es la actividad, para incluirla, o no, en la agenda inmediata. Por ejemplo, no todos los partidos de futbol son igual de importantes. Hay unos más que otros, pero también hay otras actividades que pueden ser más valiosas en un momento determinado, por lo que ese es uno de los pasos principales que hay que dar.

El punto crítico es el día a día. Hay que saber organizar el tiempo para dedicarle un espacio aceptable a desarrollar este arte, pues, más que un mecanismo, es una oportunidad de crear y hacer siempre mejores trabajos, no sólo desde el punto de vista periodístico, sino gráfico.

No hay que olvidar que la visualización de cómo quedarán las páginas publicadas al siguiente día o para cuando se programe la publicación del trabajo o nota periodística, también tiene que ver con la opinión y el matiz que se busque, y en ese sentido, el periodista tiene mucho que opinar.

No se puede escapar a la realidad de que, en el caso de un medio escrito catalogado como diario, el tiempo es el elemento más valioso. Las horas de cierre marcan mucho y por esa razón la planificación cobra más valor.

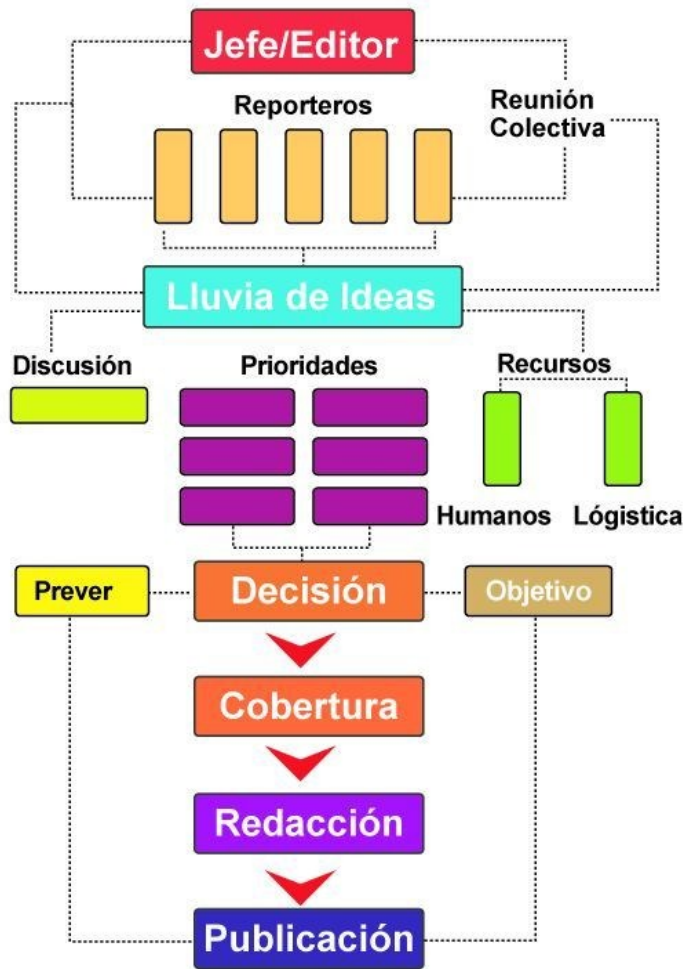
Pero hay otros factores que están en juego. La experiencia responde de una manera significativa en este punto. Los diferentes elementos que convergen y forman parte de la actividad periodística deben considerarse de vital importancia sin importar el orden por el cual se inicie o finalice. Uno de esos factores son los recursos de diversos tipos.

Están los económicos, los tecnológicos y los humanos. Aunque los primeros pudieran decidir en buena parte el desarrollo de la actividad periodística, las facilidades que significan los segundos, si se maximiza su utilización, pueden representar salir adelante en la búsqueda de los objetivos trazados.

No se puede dejar por un lado el recurso humano, el cual debe entenderse en un plano complejo, que se compone de la determinación, carácter, conocimiento, pasión, interés, curiosidad y deseo de superar los límites que pueda suponer o establecer la escasa presencia de los económicos.

Pero la explicación se extiende, al considerar de acuerdo con (García Ríos, www.periodismoicea.com.ar) que “(establecer la cantidad y calidad de recursos) es importante a la hora de pensar y formular los objetivos que cumplan con las siguientes características: ser claros, explícitos, precisos, realistas, flexibles, constantes, estar jerarquizados con un escalonamiento gradual, ser evaluables y medibles, tener un tiempo de cumplimiento”. Ver esquema de planificación página 32.

Esquema de Planificación



Fuente: elaboración propia.

3.1.2 Pensar, el primer paso

Una sala de reuniones, un espacio abierto, uno mínimo. Cualquier lugar puede servir. Aunque las condiciones físicas del lugar debieran ser las óptimas, con ciertas características de comodidad y tranquilidad, finalmente lo que vale es la predisposición para encarar el primer reto, más allá de los fundamentos teóricos compartidos en los segmentos anteriores.

Y ese primer reto es tomar la decisión de que hay que invertir tiempo para poder obtener lo mejor de cada uno de los que conforman una sección de deportes. Es establecer un espacio en medio de la intensidad de la jornada diaria, encontrar la sensibilidad para aprovechar esos minutos valiosos, considerados a partir de la estresante hora de cierre.

Para aquellos que se inician en esta faceta, la realidad marca una gestación, a veces dolorosa y de mucho sacrificio, ya que hay que considerar que en grupos reducidos, la carga de trabajo expone al o los periodistas a un alto nivel de estrés, causante de muchos males, como por ejemplo, la poca o a veces nula claridad mental para concretar de la mejor manera las ideas o sugerencias.

Es un hecho. Es difícil. Un tormento. Las jornadas pueden extenderse. Pero lo que se invierte ahora significará la calma de la siguiente jornada. Son ciclos que se cumplen y repiten. Es la realidad. No hay horarios. No se trabaja de ésta a aquella hora. Pueden ser cinco, 10 ó 16 horas. Porque hay que entender que el periodista muy pocas veces tiene la oportunidad o el *premio* de trabajar una nota diaria. Puede tener cinco o seis, o quizá más. Y se habla desde la realidad que se vive en la redacción de Siglo.21, ya que otros diarios tienen suficiente elemento humano para dosificar los esfuerzos. Pero esto es el periodismo.

Bien, una vez visualizado ese factor, el cual, como se mencionó, puede influir en la claridad del grupo, también hay que dejar claro, especialmente entre quienes inician su periplo por estas rutinas, que muchas veces, la mayoría mejor dicho, no se sabe de dónde partir y cuánto se quiere abarcar. No es tan sencillo como sentarse y ya. Requiere olfato, tacto, encontrar el punto.

No escapa a la realidad que los rostros de los jóvenes y no tan jóvenes periodistas, incluido el editor o jefe y el coeditor, pueden reflejar incertidumbre, atravesar momentos de intenso silencio, de miradas perdidas.

Así también, de libretas manchadas de garabatos en sus primeras sesiones de planificación. El temor, la vergüenza, la duda, todos estos elementos que conforman al ser humano como tal, pueden aparecer y atentar contra la intención del grupo.

Sin embargo, como en todo proceso, la práctica va calando y genera la confianza, esa que muchas veces es lo que le falta al grupo para lanzarse al *océano de la planeación*, que no es más que el sinfín de posibilidades, opciones y oportunidades para desarrollar éste o aquel tema.

¿Pero que tiene que ver la confianza? La respuesta es mucho. La confianza se dirige en dos sentidos, pero especialmente debe ser un canal que debe ser abierto por el jefe el editor o coeditor, hacia el grupo de trabajo, que le permita a los componentes del equipo, saber que sus opiniones serán tomadas en cuenta, en menor o mayor medida. Que no existe falsedad o es solamente apariencia.

Y entonces es aquí donde se empieza a notar de lo que se apuntó anteriormente, relativo a la comunicación para crear lazos, pero también para establecer los códigos de entendimiento entre quienes forman la célula de deportes.

Cuando este estadio de limitación colectiva se supera, aparece en escena lo que se podría llamar lluvia de ideas (herramienta creada por el ejecutivo de publicidad y uno de los fundadores de la agencia BBDO, Alex Faickney Osborn en 1938), banco de actividades o clarificación del proceso mental que permite “sacudir al grupo” con propuestas de alto valor.

Es de hacer notar que, por ejemplo, en un grupo de cuatro personas (jefes y reporteros), que es lo mínimo con lo que se puede hacer una sección respetable y digna (capaz de responder a las necesidades que se tienen), pueden surgir, mediante la experiencia y calidad de reporte, por ejemplo, 20 temas.

Esto sería, cinco por integrante de la sección, o cuatro temas, uno por periodista, pero de los cuales pueden derivarse otros que amplíen la lista, esos que están entre líneas, que pueden ser hasta más valiosos que los primarios. Los que en su naturaleza obvia, no son tomados en cuenta.

Estos temas variarán su personalidad, su estilo y manera. Unos pueden funcionar como entrevistas, otros como reportajes, como análisis o híbridos. La decisión se basa en la idea de que debe haber diversificación en la presentación del material que se publicará. Tan sencillo como eso.

¿En qué momento se decide esto? No hay una regla establecida, pero el tema en sí puede sugerir cómo podría ser publicado. Es decir, que tienen su personalidad, y eso hay que saber verlo. Este tema o este personaje, por lo que se perciba que puede ofrecernos, dará la pauta para lo que finalmente será su presentación.

Bien, una vez establecida la lista de temas, ideas o sugerencias, se da paso a la fase de priorización, fase de la que se hablará en las líneas siguientes. En esa lista creada con la participación de todos los que conforman el grupo de trabajo, y después de conocer los temas, actividades o hechos noticiosos deportivos que interesan, se debe tener el tiempo adecuado, no sólo en extensión, sino en calidad para visualizar el por qué de establecer o no, dentro de ese grupo de propuestas, aquellas que sean de mayor relevancia.

Pero cómo se comprende la relevancia, cómo se sabe que esta idea, información o propuesta es la adecuada. Qué contribuye a tener claro esta parte del proceso. Es acá donde la priorización cobra vigencia. Es de vital importancia saber que las razones son varias. El valor puede considerarse a partir de la coyuntura o de la filosofía del medio.

La coyuntura tiene que ver con la importancia en cuanto al tiempo de un hecho en sí y se puede explicar a partir de lo siguiente. Por ejemplo, no se puede dar el mismo nivel de prioridad a una actividad que se realizará en un mes, aunque sea de trascendencia global, como un Mundial de fútbol (que es la actividad por excelencia y que llama la atención en todo el orbe), si, por ejemplo, hoy o mañana existe uno de carácter regional en el que sí participe un equipo o un atleta guatemalteco.

Y no importa si este representante cuenta con muchas o pocas posibilidades de obtener un logro importante, lo cual es un agregado a la relevancia del hecho que se pretende trabajar, todo, en sintonía de la coyuntura.

La balanza se inclinará, sin pensarse dos veces, y es hacia allí donde el joven periodista (o el veterano) deben apuntar sus argumentos. Empero, hay noticias que por su peso y perfil mundial, ya sea en el plano colectivo o individual, superan el grado de interés promedio.

Un caso que puede mencionarse es el del ex jugador argentino Diego Maradona, considerado uno de los mejores de la historia del fútbol mundial. El nivel de conocimiento de la gente acerca de este personaje es alto, por lo que, cuando en 2004 estuvo a punto de morir por problemas cardíacos, el mundo se paralizó y los diarios del globo terráqueo brindaron en sus páginas principales de deportes, todo cuanto acontecía alrededor del jugador.

Fue tal el poder de convocatoria del hecho, que la vigencia del mismo duró varias semanas. Poco a poco, en la curva de interés, el descenso se hizo sentir, especialmente porque, curiosamente, la salud de la figura (en otras palabras, el sujeto de la noticia) mejoró.

Un hecho reciente fue en el plano nacional. La relevancia que alcanzó el resultado que obtuvo la selección de fútbol de jugadores menores de 20 años, durante el Mundial de la categoría realizado en Colombia en 2011 marcó la pauta.

La única victoria, en más de 100 años de historia del balompié guatemalteco, en un torneo de esta magnitud, conseguida frente a la representación de Croacia, que por añadidura significó avanzar a una ronda siguiente, alcanzó niveles de atención superlativos.

Sin olvidar que cuatro meses antes, cuando este equipo logró su clasificación, el hecho tuvo trascendencia casi mundial, pues por vez primera el este deporte guatemalteco estaría en un torneo de este nivel. Esos son hechos de coyuntura que no pueden soslayarse, más allá, incluso, del perfil establecido del medio periodístico.

Es aquí donde se ve el nivel de perfección de la planificación, ya que todos los medios estarán inmersos en tales temas, por lo que el reto es proveer el mejor seguimiento, con la más completa información para satisfacer de la mejor manera, no sólo por inercia, al lector.

En el caso de los intereses o filosofías del periódico, la situación es la siguiente. Un medio puede enfocarse en deportes que regularmente no ofrecen otros, para captar o establecer un nicho (entiéndase nicho por un espacio dentro del público del que se apropia el diario).

Los hay algunos que pueden considerar que a su lector objetivo le interesará más la Liga de fútbol de España, que la local, por lo cual invierte esfuerzos en capitalizar ese gusto, dando la más variada información de la primera opción, que de la segunda, la cual, por supuesto, estará presente, pero en espacios menores.

Todas las perspectivas en este punto son válidas. Lo que dice mucho de la capacidad periodística es el producto que se entrega al lector. Hay que recordar y acordar, que todo cuanto se escriba, muestre o presente en las páginas de un diario, tiene como fin, llegar a un público ávido de buena información, y que suele ser muy exigente.

Pero este público, además de ser muy exigente, también, hay que recordar, ya ha sido bombardeado por una gran cantidad de información, surgida no sólo por la radio y la televisión, sino que ahora por Internet y las redes sociales, un fenómeno, valga la redundancia, social, que obliga a buscar elementos diferentes para dárselos a conocer.

¿Qué sucede en nuestro medio? En Guatemala las tendencias del mercado marcan que las secciones de deportes priorizan o enfocan su interés en la especialidad del fútbol, que es vista como una tradición de la que, para bien o para mal, hay que informar.

Una mirada a las páginas de deportes de los diarios evidencia que su fin principal es la proyección del balompié local. El 90% de la información que se obtiene es de fútbol. El pobre nivel de competitividad interna como externa de esta disciplina obligaría a repensar esta tendencia, y las razones de este paupérrimo nivel pueden ser motivo de un análisis que, sin embargo, no es el fin de este trabajo.

Ya sea de la llamada Liga Nacional (que es la que aglomera a los 12 equipos de más representatividad, es decir, de más incidencia), ya sea de la Primera División (la cual aglutina a los 20 clubes que están a las puertas de ascender o incorporarse, por méritos deportivos, en el mayor de los casos, a la Liga Nacional), pero que aún no tienen arraigo de manera general, sino más bien regional, cuatro de los cinco principales diarios del país enfocan sus intereses en este deporte.

El quinto busca equilibrar sus tendencias en lo que al deporte nacional se refiere, pero inclina su balanza hacia el fútbol foráneo, especialmente el que tiene que ver con España y uno de los torneos más fuertes en el mundo como lo es la Liga de Campeones de la Unión Europea de Fútbol Asociado (UEFA).

Como un detalle, valioso para entender algunas connotaciones que tienen ciertos términos, nos vemos en la obligación de destacar que en la jerga deportiva se habla de arraigo o arrastre popular al poder que tiene un actor deportivo, para llamarlo de otra manera, entre el público. Es decir, la extensión de su popularidad es tal, que se agencia parte o por completo, el apoyo de las mayorías.

Por ejemplo, si se mantiene el hilo conductor, que en este momento es el fútbol, los clubes de la Liga Nacional, Comunicaciones o Municipal, siendo entidades nacidas en el entorno de la capital del país, son equipos que trascienden la frontera capitalina y generan adeptos en casi todos los departamentos. No así un Sacachispas, club oriundo de Chiquimula, equipo que será reconocido en su lugar de fundación expresamente. Entre líneas se puede leer una razón por la cual los medios dan espacios preferenciales al fútbol.

La tendencia también nos confirma en el día a día, que los medios tienen como consigna el valorar otras disciplinas en la medida en que éstas alteran el orden normal de la rutina; primero, por logros o triunfos en el exterior y, segundo, por cuestiones que superen los márgenes deportivos. No así en el caso del fútbol, porque siempre se mantiene una línea constante, en la cual cotidianamente se repiten los temas, con la única diferencia de que lo que cambia, la mayoría de las ocasiones, es el personaje. Es decir, que la regla es hacer importante lo que es común.

Otro caso es el de otras disciplinas. Para explicar esto, no cabe más que agregar dos muestras. La primera, la que involucra el logro deportivo: la conquista de la cima del Monte Everest por personajes guatemaltecos como Jaime Viñals (2002), Francisco Arredondo (2008) y Andrea Cardona (2010). Ellos marcaron en el montañismo nacional un hito.

La segunda. El tema extra deportivo. Aunque muy pocas veces se da, más que por falta de intención, por cuestiones de tiempo, ya que requieren un período extenso de recopilación de datos, son los trabajos que hablan del mal manejo del dinero en el deporte.

Pero también de sucesos dramáticos, tales como el ocurrido en 1996, cuando varias decenas de personas fallecieron a causa de una avalancha humana en la zona de gradas, conocida como general sur, del estadio Mateo Flores, antes de que se realizara un partido de fútbol por las eliminatorias al Mundial de Francia 1998, entre las selecciones de Guatemala y Costa Rica.

En contadas excepciones ha habido espacios preferenciales continuos para esas otras actividades deportivas y para temas de relevancia mundial, a menos que sea como el caso planteado de Maradona. Muy pocas veces el deportista que está fuera del entorno del fútbol tiene la ocasión de ganarse una portada, y sus logros deben ser extremadamente trascendentales para merecerse espacios.

Por lo regular, se verá que las otras disciplinas juegan un papel de meros complementos de las páginas deportivas. A partir de esta imagen planteada acerca de cómo los medios se decantan hacia un lado u otro, y cómo presentan sus prioridades por identidad o por relevancia, es posible establecer el camino que el grupo debe trazar gracias a esa lista de temas, hechos o noticias requeridas anteriormente.

Después de la imprescindible lluvia de ideas, se tiene que responder algunas preguntas vitales: por qué y para qué, como punto principal. En la respuesta a estas dos interrogantes se da el orden de importancia en el que se abordarán los reportajes o notas periodísticas.

El por qué determina la relevancia del hecho o suceso, es decir, qué elementos de fuerza lo hacen ser el tema elegido o al que se le dará un tratamiento especial, que no es otra cosa que brindarle más espacio y más recursos (de tiempo, humanos si fuera posible, y de reporte).

Y el para qué contempla la finalidad o el espíritu del trabajo. Es decir, que la nota periodística se potencia en tanto se establece qué se desea transmitir al lector, o cómo puede influir en su plano personal o entorno social. Vale decir, la intención.

En este momento del proceso se define cuáles son las acciones que se realizarán para la ejecución del trabajo que se publicará, pero también se da el espacio de exclusión. Hay que considerar que el tiempo y los recursos (tanto humanos como logísticos, elementos que ya se consideraron anteriormente como fundamentales) también son variables que inciden en este segmento de la planificación.

Obviamente, el tiempo juega un papel vital. Especialmente porque tanto el calendario como el reloj no se detienen y, en oposición a esto, la información o hecho noticioso tienen un ciclo de vida. Los recursos, pese a que pueden ser abundantes, podrían no ser suficientes, lo que nos devuelve a la premisa de que la planificación o planeación debe ser el eje de nuestro trabajo.

Después de establecer que esas dos interrogantes son vitales, se considera como acciones para la realización del trabajo, a los pasos que se darán para alcanzar la meta deseada. Si se van a hacer entrevistas con personas que sean especialistas o analistas (in situ o por teléfono), encuestas; investigación, qué y cuántas fuentes (tema del que se hablará posteriormente).

También se debe establecer qué elementos debe tener la nota. Por ejemplo, baste mencionar algunas aristas que funcionan y dan mucho más valor a los trabajos: frases resaltadas, recuadros de antecedentes, tablas estadísticas, las tan comunes numerarias, que son esos datos que tienen como base un número o cifra que destaca un punto en particular, que puede ser o no, parte del tema central, o un elemento que se suma al texto principal.

Además, el tipo de fotografía que requiere y que esté en comunión con el punto central del trabajo, y uno de los recursos de alto valor informativo como lo son las infografías, que son como su nombre lo indica, información expresada por medio de un gráfica, que pueden variar su esencia; es decir, que pueden ser las normales de una encuesta, o las que detallan cómo funciona un motor de un barco, cómo está hecho el zapato especial de la estrella más brillante del fútbol mundial o la camiseta de éste o aquél equipo, o como explicación de una seria lesión de un deportista.

Pero todo ese proceso planteado, sería difícil de cumplir si no se considera un hecho que es fundamental. Para alcanzar el cenit en la puesta en escena (en términos teatrales) de la nota, se enfatiza en que es imposible lograrlo, si de por medio no existe la capacidad, no sólo de propuesta sino de argumentación. Un tema flojo caerá a la más mínima corriente en contra o al más mínimo cuestionamiento.

Cuál es la premisa que debe cumplirse. No es otra que validar un tema u otro, y que tenga todos los elementos básicos, de niveles medio y alto, para que sea un producto de calidad, que logre, cuando esté en el papel, repercusión, que genere polémica, adherencias, que impregne conocimiento al lector, que lo informe, que satisfaga todas las dudas respecto a la temática tratada, más allá de cumplir con aquellas dudas primarias (quién, qué, cómo, cuándo y dónde de la famosa pirámide invertida. Algunos intelectuales añaden el por qué).

Esto, es la intención. Toda nota periodística tiene que causar algo en el lector. Por esa razón es que se encuentra en un buen porcentaje de publicaciones, historias breves o de regular extensión. Llegar al sentimiento es parte del periodismo actual. Si no se logra, resultará ser una nota intrascendente a todas luces o de nivel básico, en todo caso. Y este es el valor agregado del material, el plus que no tendrán ni la radio, ni la televisión, ni el Internet.

Justo lo que en el primer capítulo dice el periodista Javier García Restrepo, al concebir que para soportar este vendaval de información constante, el periodismo debe “hacer pensar”, pero que, además, se debe hacer un periodismo “humano y humanizante”.

Una nota del montañista, del jugador de fútbol, que sin importar todas sus carencias de origen logró trascender, o de aquel que, pese a sufrir una lesión que pudo costarle la vida, ahora vuelve a su disciplina con la misma pasión de siempre. Se busca que el lector se identifique con el personaje, y en deportes esto es oro puro.

¿Y cómo entender esta expresión? El deporte, y ahora hasta la noticia dura (entiéndase nota roja o sucesos, política, económica o internacional) tiene en su esencia, el poder crear héroes, plasmar dramas, inmortalizar atletas, potencializar lo bueno o malo de un individuo o un colectivo.

Es decir, contar la historia de un Lionel Messi, aquel pequeñín al que nadie en Argentina quiso ayudar en su tratamiento para que creciera más, o la del basquetbolista Earwin *Magic* Johnson, quien en su lucha por no ser una víctima más del sida, dejó el deporte de sus amores para escalar en el mundo de los empresarios y ser, 20 años después, una figura de trascendencia.

O aquellos atletas guatemaltecos, que con muchas limitaciones, desde lo socioeconómico han sabido trascender, como lo son una Jamy Franco, o un humilde Erick Barrondo, campeones panamericanos (Guadalajara, 2011), o aquel niño de la colonia Bellos Horizontes, sí, ese al que le dicen Pescado, pero que lleva por nombre Carlos Ruiz, quien alcanzó niveles de primer orden en el fútbol.

Pero también de ese personaje que a fuerza de golpes se hizo una leyenda como lo es Mike Tyson, el pugilista estadounidense, héroe y villano a la vez. Eso y mucho más es lo que nos permite el deporte, y eso es lo que puede y debe aprovechar el periodismo deportivo. Las posibilidades son infinitas, sólo hay que saberlas mirar.

En este sentido, los protagonistas de la sala de reuniones no cumplen su papel tal cual, si no evidencian los valores intrínsecos de la premisa formulada. Los pros y contras, las fortalezas y debilidades de un tema en sí son necesarios. Sin esos argumentos sería imposible tener un trabajo de calidad periodística.

3.1.3 Perspectivas, visualización, previsión, imaginación, preparación

Sin lugar a duda, el camino hacia un trabajo bien realizado no es fácil. Romper el paradigma de que es imposible perder tiempo en este proceso es un tema excesivamente complejo. Pero conforme se vuelve una rutina, las habilidades se perfeccionan y el tiempo invertido, será considerado así.

Anteriormente, se habló de la calidad de la comunicación, y esto se grafica así: en la práctica cotidiana asegura contar con la participación de los miembros, reporteros-fotógrafos o periodistas y editores o jefes. Emisores y receptores al mismo tiempo, con señales comunes que permiten la fluidez del mensaje. En otras palabras, la valoración de cada una de las opiniones, pero también su fortaleza para resistir el contra-argumento, mejora la calidad del producto.

Después del intercambio generoso, intelectual y, algunas veces apasionado, encontramos otras veredas que deben caminarse. Una de ellas es la de las perspectivas y la visualización. Éstas atienden el cómo queremos dar a conocer nuestro trabajo.

Será mediante un reportaje descriptivo, un análisis optimizado con opiniones especializadas, una entrevista, una crónica, un ensayo. Hay que considerar y hacer énfasis en que no puede descartarse que todo debe tener como referente una noticia, a la que se le dará un tratamiento especial, ya sea por coyuntura o interés del medio.

En el devenir de esta actividad específica, la previsión también es sumamente valiosa. Se habla de los ya mencionados pros y contras de por qué una entrevista, un reportaje o un ensayo, pero también de los mecanismos que se utilizarán, por ejemplo, el tipo de fuentes a las que buscaremos, sus perfiles, los cuales se considerarán de acuerdo con sus conocimientos en determinado tema, su validez y su poder de darnos una opinión sobria y lo más objetiva posible.

En una nota sobre una lesión seria de un protagonista, por ejemplo, se debe establecer que las fuentes primarias serán médicos especializados en este tipo de problemas físicos. Otra fuente vital es el protagonista víctima de la lesión, y si hubiera antecedentes de otros jugadores que sufrieron el mismo daño, buscarlos para que den su punto de vista, que en muchos casos puede servir para motivar al personaje, eje central del trabajo en cuestión.

Pero también se debe considerar la facilidad para poder acercarse o contactar a las fuentes determinadas, ya sea por tiempo o por condiciones tecnológicas. Obligadamente se debe poseer un banco de fuentes alternas o secundarias que puedan suplir a las primarias. Todo esto contribuye a la rapidez para concretar el trabajo periodístico.

Es decir, el periodista dueño o ejecutor de la nota, no tendrá que volver a la mesa de reuniones o, en todo caso, avocarse al editor, pues ya tendrá preestablecido qué pasos dar si hay inconvenientes.

Por supuesto, esto no quiere decir que no haya un monitoreo o control, así como también el informe regular acerca de los avances del trabajo en cuestión. Esto último, considerado desde la posibilidad de que existe más de un día para la realización del tema en cuestión.

Siguiendo el caso del atleta o jugador lesionado, se puede decir que el médico especializado en los diferentes tipos de lesiones deportivas es nuestra fuente principal, pero si por cualquier situación es imposible que sea parte de esta nota, se buscará al segundo mejor calificado para obtener el dato que nos interesa. Y si éste tampoco puede ser sujeto de obtención de explicaciones, razones e información, pues se tendrá que buscar a un médico que sea, por ejemplo, un traumatólogo, y que tenga el conocimiento general del asunto que se está tratando.

Es evidente que la imaginación y la preparación van tomadas de la mano con la previsión, ya que la primera nos permite dar un paso adelante, no sólo por las posibles soluciones o problemas que puedan presentarse durante el proceso de reporte, y la segunda, tiene que ver con la calidad de información que tenga el reportero, el editor o jefe, acerca del tema que se trata. De alguna manera esto se percibe en el contenido que habla acerca de la argumentación de los temas.

¿Pero cómo ponerlo en la práctica? Bien, si se plantea la planificación acerca del tema principal elegido, respecto a un reportaje sobre la ciudad en la cual se desarrollará un partido de fútbol de suma importancia, y en el cual está involucrada la Selección Nacional, se debe establecer tanto las posibilidades de viajar a ese lugar, pero también las de no poder realizar la cobertura en el epicentro del hecho noticioso, previo al juego mencionado.

En el primer caso, pues se valorarán cuántos periodistas viajarán (de la mano se visualizarán los costos). Si las condiciones ameritan que vaya sólo uno, pues se le advertirán los matices que debe considerar para, no sólo los textos, sino las fotografías. No es un exceso recalcar que un buen número de periodistas deportivos tienen las cualidades y calidades para desarrollarse tanto en el perfil de redactor como en el de fotógrafo.

Entonces, superado el análisis de cuánto se gastará o invertirá y cuántos periodistas deportivos harán la cobertura en el lugar, se plantean algunas interrogantes. ¿Qué se desea saber de la ciudad? ¿Cuáles son sus preferencias deportivas? No es lo mismo una ciudad latinoamericana o europea, que una estadounidense.

¿Cuál es la razón? Los latinoamericanos y los del Viejo Continente consideran al fútbol como un buque insignia de identidad y alto nivel emocional, mientras que los norteamericanos (entendidos éstos como los anglosajones de Estados Unidos) se plantean otro modelo de cultura deportiva, enfocado en el béisbol, el fútbol americano, el baloncesto y el hockey sobre hielo.

También qué piensan las personas oriundas del lugar acerca del hecho noticioso (el partido de fútbol) que se desarrollará allí. Pero la imaginación permite pensar que la ciudad en sí es sujeto de un reportaje. Sus costumbres, sus lugares principales, su comercio, qué comen sus habitantes, a qué se dedican.

Pero qué sucede si a última hora, suele pasar, esa intención de hacer la cobertura en el lugar se torna imposible. O por el contrario, desde un inicio se decidió que no era viable viajar. Pues la manera de reaccionar ya se habrá puesto en marcha, si desde ese momento se establece que el periodista (reportero-redactor) no puede ir a ciegas al lugar, por lo cual, la preparación del periodista es fundamental.

Los medios tecnológicos más avanzados de la actualidad permiten establecer contactos en muchos lugares y realizar reportajes a miles de kilómetros de distancia. Pero tampoco se puede dejar de mencionar que el teléfono sigue siendo parte fundamental del quehacer periodístico.

En el año 2005, a una periodista de Siglo.21 se le asignó la tarea de realizar un reportaje a distancia. La tarea era trascendental: plasmar, desde la redacción, una *radiografía* sobre la ciudad norteamericana de Oxnard, en California.

Fue tal la exigencia externa (de jefes) como la interna (la de ella), que, aunque hubo lágrimas, la nota fue una de las mejores que publicaron en su momento. En el trabajo publicado parecía que la reportera se encontraba en el lugar, pues habló con personas del sitio mencionado y ellas le dibujaron tal cual a su terruño, lo cual a ella le sirvió para hacer un gran reportaje que no dejó nada en el tintero y, además, se consiguieron fotografías.

La doble página publicada fue un poema a la planificación, sobre lo que se necesitaba saber. Porque nadie en el medio (la prensa escrita) pudo plasmar, pese a estar en Oxnard, lo que se dijo, escribió, detalló y expuso en ese trabajo. La importancia del tema tiene que ver con dos situaciones: la primera, que nadie más imaginó enfocar de esa manera esa tierra norteamericana, y, la segunda, porque la planeación permitió saber qué era lo que deseábamos publicar.

Pero el prepararse para posibles situaciones futuras, también se aplica a entrevistas, por ejemplo. Es decir, el periodista debe saber quién es, qué hace, cuál es el recorrido, el palmarés, leer entrevistas anteriores, conocer cómo piensa el sujeto de la entrevista. Siempre hay que considerar que no siempre se tiene el tiempo adecuado (muchas de las ocasiones por la agenda del personaje) ni las oportunidades para conversar con ese alguien, por lo que es imprescindible ir un paso adelante.

Establecer qué tipo de entrevistas ha dado, si han sido sobre un punto en particular, un logro específico, sobre asuntos generales que le conciernen y de los cuales él puede opinar, o si el perfil ha sido en lo humano. La intención es aprovechar al máximo el tiempo que permite el deportista en cuestión. Pero claro, no es sólo para aprovechar el tiempo, sino para no preguntar sobre lo que otros han preguntado.

En un partido del deporte que sea, se deben tener antecedentes o historia, ángulos sobre el cual podría girar la nota, saber generalidades, como mínimo, del protagonista o protagonistas. El estilo periodístico más la visualización de que hay maneras de encontrar la información deseada pasó la prueba. Una vez agotado este estadio, se ha cumplido con el 75% del trabajo periodístico. Nótese la relevancia en términos estadísticos que se le da, pues es el cimiento del trabajo.

3.1.4 Fuentes, el dilema de cuántas se necesita

Ya se estableció anteriormente que es fundamental determinar las fuentes de información que nos serán útiles para la realización de nuestras notas (ya sea un reportaje, una noticia dura, un ensayo, un análisis), pero es un hecho que nunca serán suficientes, puesto que siempre habrá opiniones o perspectivas infinitas; sin embargo, también puede decirse que en la medida en que se elija a las más especializadas y de trascendencia o peso dentro del ambiente en cuestión, así será la calidad del material que saldrá a la luz.

Se matiza que si se desea establecer parámetros del fracaso o triunfo de un equipo de fútbol, pues las fuentes primarias deberán ser técnicos de fútbol, por supuesto; ex jugadores, quienes poseen el conocimiento empírico de temas como la dinámica del grupo y táctica, y en algunos casos, como fuentes alternas, analistas especializados en esta rama.

Lo mismo sucede con las otras disciplinas. Esto, claro, en términos de aportes técnicos. No así en una columna de opinión, porque resulta ser muy atractivo el poder tener la visión, por ejemplo, de un jugador de boliche, o un jinete, acerca de un partido de fútbol, pues su punto de vista tendrá que ver más con la apreciación y valoración del esfuerzo o la entrega, y, para romper el ritmo tradicional.

Hay muchas maneras de enriquecer una nota. También hay que considerar las históricas, entre las cuales pueden mencionarse personajes de antaño que pueden dar una opinión, o las bibliográficas, que pueden añadir datos estadísticos. También se pueden agregar las privadas o institucionales. Pero también tiene que decirse que el periodista debe ir alimentando su base de fuentes, tanto institucionales como individuales, pues es un enorme paso hacia el aprovechamiento del tiempo, tener en una agenda a la mayor cantidad de gente involucrada en el deporte, que puede ser fuente de información y buscar a esa fuente a último momento.

Por supuesto, habrá casos extremos en los que surja la necesidad de agregar una o varias visiones que superen el banco de datos de personas, clubes o instituciones que se poseen, por lo que habrá que atender esa circunstancia con prontitud. Sin embargo, no debería ser la mayoría.

3.2 Cobertura periodística

Esta acción no es otra que la actividad del periodista en el lugar de los hechos, en el que se obtiene la información de primera mano, de los protagonistas, de los testigos, de las valoraciones del reportero o fotógrafo.

En el caso de los periodistas deportivos, regularmente se acentúa la dualidad de funciones, como ya se estableció anteriormente, lo que exige una mejor preparación, concentración para procesar la gran cantidad de información que recibe y percibe.

Y, no se puede olvidar, además, los conocimientos de las nuevas tecnologías incorporadas a las cámaras fotográficas y los ahora, de moda, nuevos modos de transmisión de fotografías, entre los que se incluyen la laptop y el modem de internet inalámbrico, por ejemplo.

Explicaba en algunas charlas y clínicas, el periodista costarricense Guillermo Fernández, que un periodista (reportero-redactor) “debe estar atento, no los 90 minutos de un partido de futbol, sino 120, si se considera un antes y un después”. Se valora que el choque deportivo no es sólo el juego, sino una gran cantidad de sucesos que forman parte de este hecho noticioso, pero que hay que saber encontrar, y para eso es que no es sólo de ir a pararse a ver qué pasa, sino llevar una intención.

¿Qué queremos, qué pretendemos? La naturaleza de la actividad y de las prioridades del medio tiene mucho que ver. Si es una conferencia de prensa, por ejemplo, ésta nos permite prepararnos para conocer sobre las probables informaciones que podrían generarse.

Es un hecho que en este tipo de actos, siempre se tiene la oportunidad de obtener información previa para llegar con valoraciones, ideas y, por sobre todo, preguntas para hacer más completa la información que se publicará. Esto sirve cuando es un tema genérico, como podría ser la presentación de un certamen internacional de ecuestres que se realizará en Guatemala, o uno de ajedrez, beisbol, natación, por mencionar algunos.

Pero pueden ser acerca de un personaje: el guatemalteco José Toledo, quien en breve participará en un torneo mundial de golf, y que detallará sobre este certamen que se avecina, o que el deportista extremo, también chapín, Juan Carlos Sagastume, realizó la travesía en el océano Atlántico en un barco de remos y desea compartir su experiencia; o quizá el campeón mundial de atletismo en 100 metros planos, el jamaiquino Usain Bolt, que visita nuestro país, o que por vez primera en Guatemala y Centroamérica llega el monarca de la Fórmula Uno, el alemán Sebastián Vettel.

De tal cuenta, las oportunidades de “escarbar” a esa figura, son aún mayores y no es muy inteligente preguntar cuestiones o abarcar temas de los cuales la figura ya ha hablado en otros lugares u otras actividades, a menos que se sepa leer entre líneas un discurso distinto al obvio. Pero en estos casos, hay que aclarar que la grabadora es sólo una herramienta que nos ayuda, pero que no hace el trabajo, aunque muchos así lo crean y lo evidencien cuando redactan sus notas, las cuales son como un boletín informativo y adolece del más mínimo asomo de acuciosidad periodística.

Una actividad deportiva como tal, sea ésta un partido de futbol, un campeonato de natación, un torneo de tenis, permite establecer los puntos sobre los cuales hay que enfocarse. Es decir, si lo que interesa es la generalidad del espectáculo, un hecho particular, un personaje o un grupo. No siempre interesa todo, no siempre se debe desechar todo, y todo es importante, pues nada es una isla.

Siempre es fundamental poseer o adquirir información previa del certamen o protagonistas (algo que ya se mencionó), para definir qué haremos antes, durante y al concluir la acción o la participación de los actores principales ya sea en lo individual como en lo colectivo.

La previsión en cuanto a las muchas oportunidades o posibilidades de que haya información alrededor debe ser un acto reflejo, que redundará en la visualización, de parte del periodista que cubre una actividad, de más de una arista informativa.

Para graficar más este extremo, baste un ejemplo: en un partido de fútbol se puede ir por el juego en sí; sin embargo, durante el compromiso deportivo pueden aparecer más hechos que generan noticia o historias.

Siguiendo el hilo, en el antes de un juego, uno podría toparse con que un jugador llegó acompañado de su familia y que todos los miembros de la misma se vistieron de un color en particular, por cuestiones de cábala. Por esa razón el periodista deportivo debe estar atento (el estado de alerta se agiliza durante el proceso de planificación, pues él irá predispuesto) a observar y a encontrar, donde pocos o nadie han puesto su mirada, hechos noticiosos de valía o aristas que nos permitan darle un rostro distinto a nuestra nota.

Y el estar atento redundará en que buscará el por qué de esa indumentaria, a quién se le ocurrió, desde cuándo se dieron cuenta de que esa ropa o el color les dio alguna satisfacción de manera constante como para considerarla un amuleto de la buena suerte; y eso puede generar, en principio, un punto interesante dentro de la nota primaria, y, posteriormente, un reportaje sobre las supersticiones en el fútbol o en el deporte.

Pero también explicaciones lógicas, que sean la contraparte del asunto. Es decir, conseguir la novedad, afrontar las dos caras de la moneda y brindarle al lector un tema de conversación o de reflexión, porque posiblemente uno, varios o miles de lectores tendrán por ahí alguna cábala y se identificarán con el trabajo y los personajes.

Quizá durante ese mismo partido, el periodista observa que un jugador equis, por su rendimiento, puede ser parte de una nota; pero ojo, no puede circunscribirse a ese futbolista que hizo cuatro goles, que merecido tendrá un sobresaliente, pero quizá la historia está en el otro extremo. Sí, en el polo del portero que lloró, porque jamás había recibido tal cantidad de anotaciones, o aquel jugador que sin mucha bulla creó al héroe de los cuatro goles.

Pero también puede ser que al final del choque deportivo se vea a un aficionado en exceso triste o alegre, sentimientos que deben ser superlativos, pues tampoco se puede ni se debe *inflar* las historias, ya que éstas tienen que salir de lo común, romper la monotonía de los hechos cotidianos y merecer la pena como un segmento de la información primaria que era la cobertura del juego de fútbol.

En este sentido, esta arista será un valor agregado a la nota, y, por qué no, la esencia que tendrá como pretexto el resultado y los detalles del encuentro. Hay que recordar que el público ya se habrá enterado por la radio, televisión e Internet de lo acontecido en ese choque futbolístico, y nuestro interés es darle eso que esos medios no pueden, no ven, no alcanzan a visualizar.

Y si hablamos de un torneo de equitación. Ahí los componentes son caballo y jinete. Pareja indisoluble, en plena armonía en la lucha contra los elementos creados y naturales de su esencia. Porque tanto el animal como el humano pueden ser historias individuales, pero unidas en un punto determinado.

Pero cuáles serán esos elementos creados: sencillo; en estos certámenes se dibujan pistas o recorridos, ya sea en arena o césped. El diseñador expresa sobre los espacios convenidos, niveles de dificultad transformados en obstáculos, pero también en el flujo del desempeño de la pareja. Es decir, cómo se deben superar una a una las barreras.

Y cuáles son los propios e inherentes a los competidores. Pues los que tienen que ver con la preparación o falta de ella del jinete con el caballo, porque debe haber una unión ejemplar en la pareja, porque finalmente, durante la actividad son uno. Fallas técnicas del jinete que no ha corregido, o temores surgidos en un momento dado en el animal. Todo eso tiene peso a la hora de las competencias, y por ello es que el periodista deportivo debe estar pendiente de eso.

Extendiendo nuestro horizonte con este ejemplo, el ver el simple acto del jinete entregándole una zanahoria a su pareja puede ser fuente de inspiración para dibujar con letras y técnicas periodísticas, y plasmarlas en las páginas del diario. Conocer la intimidad de ese dúo, las razones más allá de las evidentes del por qué de ese triunfo o decepción y tristeza.

El drama de aquel que no quiso saltar el último obstáculo, o de aquel, como sucedió en Italia, cuando al equino le dio un ataque cardíaco frente al público, segundos antes de competir en un certamen de salto de obstáculos.

O los casos de dopaje en el deporte. Primero hay que saber, por supuesto, quién es el personaje. Si ya sabemos con qué se dopó, pues habrá que responder a cuestiones tales como, cómo es que funciona la transfusión de sangre (o la sustancia que utilizó para transgredir el llamado juego limpio), qué genera, qué produce, qué provoca. Cómo se hace, dónde se la hizo el competidor, sus razones para arriesgarse a perderlo todo. Todo hecho tiene una explicación; un antes, un ahora y un después.

Las oportunidades se multiplican, como ya se ha mencionado, en tanto el periodista y el grupo que compone la sección de deportes estén en la misma sintonía, gracias a la planeación y al deseo de darle al lector la mejor información posible, a la búsqueda de historias humanas, interesantes, que asuman el riesgo de no pasar sin trascendencia alguna.

En pocas palabras, tener perspectivas, visualizar, prever, imaginar y preparar. Cada mirada a lo que parece, es vital, cada sensación de curiosidad es importante. Tan sencillo como eso.

¿Cómo, dónde, por qué?, lo que define nuestra ubicación en una actividad deportiva...

La interrogante con la cual se identifica este segmento, se explica a partir de la presencia o búsqueda de los detalles de la información, ahora con énfasis en la consecución de las imágenes o fotografías. Por esa razón, un elemento más que pesa en una cobertura deportiva como tal es que el periodista deportivo (visualizándolo en su dualidad de funciones reportero-fotógrafo, pero también en su función individual: un periodista y un fotógrafo) debe tener el conocimiento mínimo de los lugares en los cuales se desarrollan las actividades deportivas.

Esta información sobre los recintos en los cuales se desarrollan los torneos, juegos o partidos es esencial para alcanzar los objetivos trazados. Esto, dado que las dimensiones de los escenarios deportivos varían y pueden significar un punto a favor o en contra para el trabajo. Las canchas deportivas tienen distintas medidas, no sólo por espacio físico, sino por la naturaleza del deporte en sí. Ya sea un estadio de fútbol, una cancha de tenis, una piscina o una pista de equitación. Cada una tiene sus particularidades y sus puntos adecuados para el mejor desempeño de las labores periodísticas.

Además de esa información es importante tener la capacidad aeróbica para recorrer distancias largas, como en una actividad de cross country (que puede ser humana o de equitación) o un torneo de golf, por mencionar algunas. Deportes en los cuales las distancias pueden ser amplias y demandar esfuerzo. Primero, para soportar el trajín físico que supone junto a su equipo fotográfico, y, segundo, para mantener la claridad mental para poner atención a esos famosos detalles que muy pocas veces están a simple vista.

Aparte de eso, debe poseer la sagacidad y la astucia para ubicarse en puntos estratégicos, los cuales pueden definirse a partir de las ya mencionadas necesidades y valoraciones establecidas en el seno de la sección de deportes. Es decir, de acuerdo a lo que pretendamos en la cobertura.

En los estadios de fútbol, por las dimensiones, y pensando en la optimización de recurso humano básicamente (ya sea éste un solo periodista, dos o más), es de suma importancia visualizar no sólo la trascendencia de un partido, sino los atributos deportivos de los protagonistas para descifrar en un alto porcentaje en qué lugar debe ubicarse el periodista para, en principio, tener las mejores imágenes.

Este proceso debe tener en cuenta la calidad y el equipamiento que utiliza el periodista (fotoperiodista o reportero-fotógrafo de deportes) para realizar su labor de la mejor manera posible. No es lo mismo, por ejemplo, tener un lente 400, que puede captar acciones y primeros planos hasta el medio campo del terreno de juego, que llevar un lente 200, que no tendrá ni la capacidad de alcance, quizá la luminosidad del otro, pero permitirá, en cambio, tener imágenes más cercanas en distancia, aunque más panorámicas que las otras.

Lo mismo se puede decir de las coberturas en una piscina, o en un deporte de constante cambio y condiciones variables como lo es el ciclismo, o un maratón, o una carrera de medio fondo. Cada uno debe tener su manejo especializado, el conocimiento adecuado de las reglas existentes para ser parte del espectáculo, y en el cual se definen los movimientos que puede o no dar el periodista.

Porque claro, en todas y cada una de las actividades, por cuestiones de orden o de seguridad, los organizadores delimitan áreas para que los periodistas se ubiquen, por lo cual, el saber eso de antemano ayuda a visualizar de manera eficaz lo que se quiere.

Existen ciertas condiciones para partidos de futbol de alto riesgo, de un torneo internacional o un Mundial. Lo mismo sucede para campeonatos locales, Juegos Olímpicos, Juegos Panamericanos, Centroamericanos y Centroamericanos y del Caribe. Todos tienen sus particularidades.

Además, el conocimiento de los recintos deportivos altera o no, la actividad del periodista. Algunos son pequeños, como los estadios de fuera de la capital en los que se desarrolla actividad de alto nivel, y otros como el Mateo Flores o el Cementos Progreso, en los que los perímetros permiten una mejor movilización.

En algunos estadios donde se juega futbol de liga profesional, que no están en la capital, las distancias entre el punto donde se debe colocar el periodista, el límite de la cancha y donde está el público, varía entre el metro y medio y tres metros, mientras que en los dos más grandes de la capital, hay más espacio; eso permite más libertad de movimiento, un poco más de seguridad y tranquilidad para realizar el trabajo o la cobertura.

En el caso del ejemplo del ciclismo o de una carrera masiva, no sólo de participantes, sino de aficionados, entra en juego la habilidad y colmillo (es decir, tener la experiencia de otras coberturas idénticas y saber los momentos que marcan la expresión y contundencia de una buena foto) para ubicarse sin poner en riesgo su seguridad y tener el mejor material. Hay que recordar, que en el deporte pedalístico salen a escena más elementos que forman parte del hecho.

Desde la cantidad de competidores, pasando por la de acompañantes del grupo competitivo, entre quienes se encuentran los organizadores, jueces, periodistas (sin olvidar que eso implica una enorme presencia de vehículos, ahora no sólo de cuatro ruedas sino de motocicletas), los naturales como pueden ser la lluvia (considerando la época en la cual se realiza, por ejemplo la Vuelta Ciclística a Guatemala), las condiciones del asfalto de las carreteras.

También, las velocidades que se pueden alcanzar “persiguiendo al pelotón”, la neblina (hay lugares, como la cima de Alaska, camino a Quetzaltenango donde ésta es un manto blanco que impacta y minimiza la capacidad de visión) o las caídas, que siempre las habrá, hasta la multitud a orillas del camino o a la llegada a las metas, especialmente la final del recorrido del día.

En cada una de las actividades hay que pensar en los riesgos que se puede correr. No ir a la deriva significa evitar percances propios o ajenos. Por ejemplo, un pelotazo puede ser más que una anécdota, para convertirse en un drama. Sirvan dos muestras para entender cómo algo que es parte del juego o la actividad puede repercutir en la integridad del periodista.

En un partido de fútbol, un pelotazo fue directo al rostro del periodista, quien en ese momento buscaba una buena imagen o fotografía y tenía, obviamente, la cámara pegada a su cara. El golpe fue descalificador, al punto que el periodista sufrió un desmayo y fractura de la nariz. En softbol, una acción parecida repercutió en un problema serio del periodista, quien murió semanas después, a consecuencia de ese pelotazo.

En automovilismo, es vital saber dónde estar para estar lo más lejos posible de las vicisitudes que surgen, como podría ser un derrape de un auto, o un choque que puede generar que los vehículos se salgan de su ruta, y descontrolados sean un arma letal para el piloto, aficionados y periodista. El riesgo es parte del juego, tal como el periodista deportivo, pero puede minimizarse.

Bien, una vez cumplida la parte de la cobertura periodística, llega el momento de plasmar por medio del teclado, ahora de una computadora, la nota para su publicación. Y en este punto, el periodista debe haber ejecutado, paralelamente, la acción de sintetizar y saber cómo iniciará su redacción.

3.3 Redacción deportiva

En Cambios en la redacción periodística del Deporte en América y España en el Siglo XXI (www.revista.unam.mx), se lee: “En los últimos años, la comunicación deportiva iberoamericana ha generado el consumo de un singular espectáculo en los medios. Reacciones del público y competición en los recintos han sufrido diversos cambios en su presentación formal a las audiencias con el fin de evolucionar de una mera emoción popular a una representación vital de gran trascendencia social que atrae la atención y mueve el ánimo del público”.

¿Qué significa esto? Es indudable que el fenómeno deportivo ha trascendido los límites del hecho lúdico en sí, y se ha transformado en una actividad que genera muchos intereses no sólo en el atleta o deportista, sino en el entorno (por esa razón es que ahora existen los representantes o apoderados de los deportistas, los patrocinadores, los intermediarios, los contratos, las agendas de los grandes torneos que ofrecen premios en metálico a los competidores y la prensa no escapa a querer ser parte de este fenómeno).

Por lo cual en el seno del periodismo estos agregados también son considerados y establecen nuevas maneras de expresión, especialmente sobre aquellos que tengan más aceptación y tengan un peso mediático mucho más fuerte. Pero eso tiene más que ver con el punto de interés coyuntural o empresarial, puesto que en esencia la redacción responde a la emoción y el uso de palabras para desarrollar la nota.

La experta Alicia Zorrilla (www.revista.unam.mx) cita que “los cambios de la información deportiva en el siglo XXI han afectado la estructuras de la redacción y a los propios niveles del idioma. Se han puesto en marcha varios principios en la codificación lingüística de noticias: escribir para el lector, captar su atención para mirar y leer –no para leer e imaginar-, crear nuevos hábitos de lectura, dar personalidad al medio con recursos no lingüísticos, ordenar especialmente la información y redactar de una manera compleja”.

Agrega (Zorrilla, en Cervantes.es), que, “la lengua se exhibe como espectáculo en la prensa deportiva y policial y, lamentablemente, muchas veces éste muestra grandes carencias lingüísticas. Es un espectáculo alejado del arte (...) Su lectura nos convierte en espectadores de auténticas representaciones vitales, porque se refieren a la vida y porque asumen gran importancia y trascendencia, con escenarios muy definidos, personajes actores y objetos rayanos en lo literario y en lo cinematográfico, y decorados que, a veces, improvisan las circunstancias. Se yergue, pues, el gran teatro de la comunicación”.

Se advierte, por supuesto, una crítica fuerte hacia las maneras, pero al mismo tiempo se exhibe una especie de admiración enfocada en las imágenes que puede llegar a crear la redacción, en el caso que nos concierne, deportiva. Y continúa: “La lectura de estos textos como la de otros es un acto semiótico. El lector penetra una gran historia imagen y, al mismo tiempo, desmenuza su tejido, encuentra los hilos que originan la trama. Y una vez inmerso, participa secretamente de los hechos con deleite, asombro, dolor u otros afectos”.

Es lo que procura en sus talleres de redacción, Guillermo Fernández, al afirmar que hay que “contar historias que generen algo, que no pasen indiferentes al lector”. Pero tienen razón los anteriores ponentes, acerca de las formas, estructuras y deslices que pueden cometerse en la redacción.

La redacción deportiva añade otro elemento a su, llamémosle así, *ADN*, tal como lo evidencia y explica (De Aguinaga 2000, p. 307-325), ya que la nueva teoría indica que “los conceptos de información, interpretación y comentario no pueden verse más como compartimentos estancos”. De Aguinaga exalta que este es un avance respecto a las concepciones tradicionales y busca darle validez científica a la premisa de que todo Periodismo propiamente dicho es intrínsecamente interpretativo.

¿Cuál es la razón de exponer tales ideas y teorías? La necesidad de explicar cómo la redacción deportiva es la que potencia tales argumentos en el 90% de sus casos. Para graficar estos conceptos se pueden utilizar los siguientes ejemplos.

Primero. Una nota periodística puede ser información pura: “La selección de Guatemala venció 2-1 a su similar de México, por las eliminatorias al Mundial de Brasil 2014 y sumó tres puntos que la colocan en la tercera casilla de la tabla de posiciones de la hexagonal final, la cual da tres boletos directos al torneo, y medio pase para disputar un repechaje con un equipo de Oceanía”.

Segundo. Una nota que contiene información, interpretación y comentario podría redactarse así: “La Selección Nacional de Guatemala, gracias a su espíritu de lucha y ese plus de no rendirse nunca, logró imponerse 2-1 a México, en un partido en el que los aztecas creyeron tener el control del esférico, pero no entendieron nunca que los tres puntos que peleaba el equipo chapín valían oro. Tal determinación se evidenció, pues el equipo de la franja peleó hasta el final, y obtuvo frutos, pues ahora se encuentra con muchas posibilidades de pelear por uno de los tres boletos que da la hexagonal hacia el Mundial de Brasil 2014”.

Reconocidos como cronistas deportivos, debido a los matices que cobran los trabajos elaborados a partir de un acto deportivo de cualquier índole, los periodistas especializados en deportes deben poseer una buena dosis de libertad para expresar sus contenidos.

Los guardianes y puristas, no sin algún grado de razón, argumentan que los periodistas deportivos profanan el idioma (ya quedó claro en las líneas anteriores), ya que éstos se permiten licencias, que en los otros ámbitos del periodismo no son mayoría.

Por supuesto, estas licencias, tomadas o apropiadas, no implican que se soslaye la responsabilidad de escribir de la manera más objetiva y correcta posible, pero entendiendo que las fronteras se han diluido. Pero por supuesto, en este caso, la noticia dura (en deportes también existe) es un campo que no puede minarse de ninguna manera, pues ésta podrá llevar opinión de los protagonistas, pero no del periodista.

Utilizando el modelo de un partido de fútbol, pero puede ser de tenis, una competencia de atletismo, las valoraciones o interpretaciones no son permitidas, en especial, si la información con la que se cuenta es la mínima y el periodista no tuvo la oportunidad, ni siquiera, de ver la actividad por televisión o, ahora, por Internet.

Pero se retoma el punto sobre el que se ha venido hablando con anterioridad. El periodista puede informarse de las aristas que componen la actividad en sí, pero también algunas del entorno. ¿Qué logra con eso? Añadirle más valor a su información, y, algunas veces, acercarse a tal punto a la realidad del hecho noticioso que podrá, con cierto cuidado, calificar al personaje o el hecho en sí.

¿Cómo entender el anterior extremo? Sencillo. Una nota con el mínimo de información surgida del hecho o actividad deportiva podría redactarse así. “El atleta guatemalteco Erick Barrondo terminó en el puesto 10 en la especialidad de Marcha 20 km del Mundial de Atletismo realizado en Deagu, Corea del Sur. Según la página oficial de la competencia, el guatemalteco inició entre los punteros (...).

Se puede agregar:“(...) pero en el kilómetro 10 ya estaba en el segundo grupo de participantes. Al término de la carrera, el chapín concluyó en la casilla 10, recuperó terreno y obtuvo un puesto de privilegio. En la marcha masculina compitieron 55 atletas, siendo la mayoría de Rusia y China...”.

Una nota con elementos añadidos, gracias al interés de hacerla más completa podría ser publicada de esta manera: “En un clima caluroso, pues la temperatura ambiente se reportó en 32 grados centígrados, y una humedad del 69%, se disputó la competencia de los 20 km marcha en el Mundial de Atletismo de Daegu, Corea del Sur, en la que el guatemalteco Erick Barrondo supo responder a las exigencias y terminó en el puesto 10.

“El puesto del chapín trasciende, pues es el mejor de un deportista nacional en una competencia de este nivel, ya que anteriormente, hace 10 años exactamente, el mejor había sido Julio Martínez, quien se ubicó en la casilla 12, en la especialidad de marcha 50 km...”

No podemos escapar a la realidad que nos enseña que es permitido tener preferencias. En Guatemala se da el caso (tal como en otros países), pero éstas deben quedar en segundo plano cuando un hecho se publica, sin que por ello no pueda expresarse con interpretación incluida, la descripción del acto deportivo.

El periodista puede expresar en su entorno social y familiar sus afinidades, pero eso no lo exime de la responsabilidad de decir si estuvo bien o mal, no sólo respecto a su esencia, sino en relación con su entorno un hecho noticioso. Es decir, que si el personaje protagonista de la información es quien provocó, por un error, la derrota en una competencia. Se debe dejar plasmado desde el punto de vista profesional y no emocional, aunque sea el mejor amigo o la fuente más asequible del periodista. Los límites deben estar marcados.

Otro hecho que es evidente es que los términos deportivos o la jerga utilizada cambia de acuerdo con la naturaleza del deporte o disciplina, y la utilización de recursos como la analogía, la hipérbole y la metáfora son parte del contenido. Dentro del esquema se visualizan los calificativos que implican pasión, atrevimiento, contundencia, fuerza, que añaden valores superlativos, en muchos de los casos.

“El Barcelona, campeón de Europa, avasalló a su rival de turno, dejándolo tirado sobre el césped, sin oportunidad alguna de responder a cada uno de los goles, que fueron cuchillos en el corazón del conjunto Juventus de Turín, en duelo épico, causante de las más claras muestras de emoción y de asombro...”.

“El tenista serbio Novak Djokovic, número uno del mundo, terminó de rodillas frente al nivel exhibido por el español Rafael Nadal, número dos del orbe, quien lo sacudió desde el primer game, durante la final del primer Grand Slam de la temporada jugado en Melbourne, Australia...”.

Muchos recursos provienen de la redacción literaria, pero deben ser acentuados con los técnicos, que denotan el conocimiento de los deportes, de parte del periodista. No es lo mismo: “Los Yankees de Nueva York vencieron a los Red Sox de Boston, gracias a la enorme calidad de sus jugadores...”, que: “Con dos cuadrangulares en el noveno inning, de parte de su tercera base Álex Rodríguez, más la calidad de lanzamientos, en especial de la recta, de su pícher C.C. Sabathia, los Yankees vencieron...”.

El fútbol (o soccer como le llaman los estadounidenses), el tenis, el golf, el fútbol americano, el beisbol, la equitación, la natación, el automovilismo, el baloncesto, etc., aunque permiten en términos generales compartir calificativos, cada uno tiene su personalidad, y en tal sentido es vital comprender que las maneras y formas sean de marcada diferencia.

No se puede decir: “El Real Madrid conectó tres goles”, pues la palabra conectó es propia del tenis, del beisbol o cualquier deporte de contacto (karate, artes marciales mixtas o boxeo).

No podemos permitirnos el libertinaje de ninguna manera, ya que todo debe ser procesado en el entendido de que el orden, la exactitud, precisión y certeza no son elementos secundarios sino fundamentales para el desarrollo y ejecución de las notas periodísticas.

Estilo: entre la seriedad y rigurosidad de la pirámide invertida y la literatura

Hay que iniciar por establecer que las herramientas que se necesitan son los géneros periodísticos. Según (Leñero y Marín, 1999), los géneros periodísticos se distinguen entre sí por el carácter informativo, interpretativo o híbrido de sus contenidos”. Explican, además, que “la entrada, conocida también con el nombre de Lead (introducir, conducir) es el primer párrafo de la noticia y allí se da a conocer lo más sobresaliente del hecho”. (Leñero y Marín, 1999: p. 53).

Agregan que “tiene que seducir al lector, persuadirlo para que continúe la lectura: atraerlo, informarlo. Por esto debe ser claro, directo, sencillo”. Hay algunos que responden dos preguntas, pero también existen los compuestos, es decir que las interrogantes no necesariamente serán parte de ese primer párrafo.

Existen modelos que nos permiten combinar la seriedad de la pirámide invertida con el tema literario, que da riqueza, si se sabe utilizar el recurso, al trabajo; ya sea una entrevista, un reportaje, una crónica o un híbrido. Los límites se han ido diluyendo, la pureza tal no existe, según marca la experiencia en Guatemala en los medios escritos, aunque pesa mucho el estilo de quien escribe, pues la mayoría redacta de la manera más apegada a las cánones y son muy pocos los que se atreven a buscar un estilo más personal.

Ni malo, ni bueno, son composiciones que si se ciñen a los principios básicos del periodismo ancestral y la literatura, aportan información, conocimiento, autenticidad, pero también, solaz al lector. “El montañista guatemalteco Jaime Viñals cruzó la frontera de lo imposible, al vencer el 23 de mayo de 2001, el indomable poder del Monte Everest, el pico más alto que posee el globo terráqueo (8,848 msnm), ubicado en el Himalaya (continente asiático), ese imponente pico, que ya le había dicho no en dos oportunidades anteriores...”.

Lo normal hubiera sido: “El guatemalteco Jaime Viñals llegó a la cima del Monte Everest (8,848 msnm) el 23 e mayo de 2001, luego de su tercer intento. En condiciones complicadas por la naturaleza del coloso ubicado en el Himalaya, en el continente asiático, en connacional por fin alcanzó el objetivo trazado”.

3.4 Ejemplos: casos prácticos (ver páginas 68 -69)

PROCESO DE PLANIFICACIÓN

ACTIVIDAD*	<ul style="list-style-type: none"> • Cobertura sin presencia de un enviado al lugar de los hechos. • Juego de selecciones mayores entre Paraguay y Guatemala.
DETALLES QUE SE DEBEN DE CONSIDERAR	<ul style="list-style-type: none"> • Material fotográfico y tiempo (hora de juego, tiempo para redactar, elaborar los textos y diagramar la página, y hora de cierre). • Dejarle claro al periodista que debe estar atento a cualquier vicisitud y no desentenderse de los detalles menos evidentes.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar, mínimo, dos días antes el apoyo fotográfico de diarios del lugar donde se jugará el partido. • Establecer (en reunión) un día antes del juego, los elementos que se considerarán desde la perspectiva editorial (prever cuánto espacio en páginas, cuánto texto, si nos interesan las alineaciones de ambos equipos (en este caso nos interesa más la de Guatemala), y cómo se presentará (se decide utilizar un recurso original del medio, es decir, unas canchitas con los movimientos tácticos del plantel, graficados con flechitas) y, un recuadro de los momentos más atractivos o importantes del encuentro. • Repasar, una hora antes de la actividad, los detalles, por si hubiera algún cambio de última hora o para ratificar lo que se estableció en la primera reunión del grupo.
EJEMPLO*	<ul style="list-style-type: none"> • Vea el material publicado, en la página siguiente.
ACTIVIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Cobertura con presencia de periodistas del medio en el lugar de los hechos. Se aplica a cualquier situación.
DETALLES QUE SE DEBEN DE CONSIDERAR	<ul style="list-style-type: none"> • Qué nos interesa de la actividad (el hecho en sí, un protagonista, el entorno, las curiosidades, o todo) y por qué nos interesa. • Cuántos periodistas son necesarios para la cobertura y por qué. Dónde se ubicarán, cómo se relevarán en determinados momentos; en cuanto a la redacción qué queremos y cómo queremos expresar lo que aconteció (será texto corrido, con recuadros, con frases). • Fotográficamente, qué deseamos, qué buscamos. • Cuánto despliegue se le dará a la actividad (1, 2, 3 páginas). • Cuánto tiempo tenemos para hacer lo que deseamos (es decir si no nos complica con otros temas, otras coberturas o con la hora de cierre). Prever el tiempo que se invertirá. • Dejarle claro al periodista o periodistas que deben estar atentos a cualquier detalle o vicisitud que surja; todo es noticia.
ACCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar con tiempo los viáticos respectivos (si la cobertura es fuera del perímetro capitalino). • Solicitar la unidad móvil que trasladará al periodista o periodistas. • Salir con tiempo de sobra por los posibles contratiempos. • Repasar lo que se planteó anteriormente para ratificar o evidenciar algún cambio. • Mantener el respectivo monitoreo de las acciones que cumple el periodista o periodistas para conocer si se están cumpliendo los objetivos planteados. • Saber reaccionar a los cambios, especialmente desde el punto de vista de los espacios (páginas), pues no es improbable que por cuestiones de anuncios haya cambios (reducción o ampliación del número de páginas).

Fuente: elaboración propia.



Editor **Rubén Flores**
ruben.flores@siglo21.com.gt
Coeditora **Brenda Reyes**
breyes@siglo21.com.gt

PRIMER TIEMPO

DT: Ever Hugo Almeida



SEGUNDO TIEMPO



TODO. La zaga chapina tuvo que multiplicarse para aguantar las ofensivas guaraníes. Inserto, Carlos Ruiz celebra su gol.

Fotos: Cortesía, Diario Popular, Paraguay

LA SELE CABE 2-1 ANTE PARAGUAY

¡DERROTA!

EL EQUIPO DE EVER HUGO ALMEIDA JUEGA SU PRIMER EXAMEN PREVIO A ENCARAR LA SIGUIENTE FASE ELIMINATORIA MUNDIALISTA EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO.

Mynor Mazaniegos, **Siglo21**
mmazaniegos@siglo21.com.gt

Con goles de Edgar Benítez y Ariel Bogado, Paraguay derrotó 2-1 a Guatemala; el descuento llegó al 83 por Carlos Ruiz, en el amistoso jugado ayer en el estadio Feliciano Cáceres de Luque. Durante el juego, Ricardo Jerez fue figura del plantel guatemalteco.

El primer examen previo a la fase clasificatoria rumbo al Mundial de Brasil 2014 para la Selección Nacional fue en tierras guaraníes, ante Paraguay (27 en el ranking de la FIFA) que llegó sin sus legionarios, pero con un equipo bien ordenado, dirigido por Francisco Arce.

La bicolor salió con un 1-5-4-1 que no funcionó en el primer

tiempo, y el local invadió de centros el área de Jerez con jugadas que nacían de desbordes desde las puntas; Benítez hizo lo que quiso con Manuel Ovando y Elías Vásquez, que nunca se posicionaron bien en el terreno de juego, y adelante Carlos Ruiz tuvo sólo un balón, pero fue desviado. En total, la albirroja tuvo 6 tiros al arco de Jerez, quien fue fundamental para no recibir más anotaciones después del 1-0. Mientras, la bicolor no hizo ni un disparo al arco guaraní y se vio lenta.

Para el segundo período se vinieron los cambios. La azul y blanco salió con un 1-4-4-2; Mario Rodríguez tuvo algunas pinceladas de ataque, pero apenas jugó 26 minutos, luego de haber ingresado por Samayoa, y en su lugar apareció Rafael Morales. Al parecer, no le gustó a Almeida que Rodríguez atacara demasiado, ya que había ingresado como volante; atrás, Jaime Vides que entró por Ovando mostró mayor seguridad. Figueroa intentó por la izquierda, pero Paraguay siguió dominando y encontró el segundo gol por la vía del penal.

Carlos Ruiz marcó el descuento con un potente disparo, después de un mal despeje de la zaga sudamericana, y en los últimos minutos Guatemala buscó el empate, pero no llegó. El próximo fogueo de la bicolor será el 29 de este mes ante Guyana.

TABLA DE APUNTES

Min. 18: Benítez centra desde la izquierda, Ocampo dispara y el balón da en el poste.

Min. 26: mal pase de Vásquez a Jerez, Benítez dispara y el balón pasa cerca del arco guatemalteco.

Min. 33: Salcedo centra para Benítez, que en soledad anota el primer gol paraguayo. Las marcas se extravían.

Min. 47: Mario Rodríguez le pega desde fuera del área y el arquero se queda con el balón en doble intervención.

Min. 70: Ariel Bogado anota el segundo gol paraguayo, de penal.

Min. 81: la zaga guaraní despeja, el rebote le queda al Pescado Ruiz, que de primera descuenta.

Min. 93: contragolpe paraguayo, Jerez achica, y el balón da en el poste.



SALUDO. Arce, Bobadilla y Almeida, antes del duelo.



POSTAL. La Sele, durante el acto protocolario.



APOYO. Pocos, pero fieles. Este chapín animó al plantel.



OTRO. Bogado (centro) festeja el segundo tanto paraguayo.



Síguenos en www.facebook.com/s21gt

facebook

twitter



Conclusiones

1. La actividad periodística no se puede aislar de los procesos de planificación, pues éstos le dan un carácter científico, que permiten realizar trabajos de la más alta calidad, con el objetivo principal de ofrecerle al lector información valiosa, con aristas que no se verían ni se tomarían en consideración si la planificación no existiera.
2. El periodismo deportivo, además de ser una de las especialidades más exigidas, no sólo en el plano cognoscitivo, sino en cuanto al tiempo se refiere, también está sujeto a diferentes etapas para su realización.
3. El manejo de la comunicación grupal es valiosa desde todo punto de vista, ya que a partir de ésta es que el grupo de deportes logra fomentar el proceso de planificación como tal, no en el plano teórico sino en el pragmático.
4. La principal etapa para aquellos que inician este recorrido, considerada así la planificación, es la de pensar, que a decir de la experiencia, es el punto crítico por excelencia. Se debe tener la paciencia en principio, la disciplina y la imaginación suficientes para encarar este reto.
5. El periodista deportivo debe tener mucha pasión por su especialidad, poseer amplio conocimiento de los diferentes deportes o disciplinas y sus fundamentos, y obviamente, de los géneros periodísticos para matizar sus notas.
6. El profesional del periodismo deportivo puede o no tener afinidades, pero esto no debe ser excusa para que su trabajo pierda la objetividad o el equilibrio crítico.

7. La planificación enseña y muestra los pros y contras, evidencia las tendencias o intereses, ya sea en el plano empresarial, ya sea en el de la filosofía del medio, y no soslaya el tema de los recursos, tanto humanos como logísticos. A partir de este conocimiento, el trabajo periodístico tiene un norte, una razón y objetivos claros.

8. En el plano práctico, la planificación concede las herramientas adecuadas para la ejecución de las notas periodísticas, así como para la cobertura adecuada en los distintos escenarios y de los diferentes deportes.

Recomendaciones

A:

Los periodistas jóvenes o veteranos, pero también a los estudiantes de Periodismo, especialmente a aquellos a quienes la especialidad en deportes les entusiasma.

- Valorar el potencial que se puede desarrollar mediante la planificación, la propuesta surgida a partir del conocimiento, de la confianza y de la claridad en los objetivos, intereses y coyunturas del medio.
- Considerar que el hecho noticioso no es una isla, sino la convergencia de muchas vertientes que permiten un sinfín de posibilidades de crear y obtener información.
- Valorar el conocimiento teórico, pero también el práctico para desarrollarse de la mejor manera.
- Prepararse para poder optimizar sus conocimientos, a partir de la comunicación y el diálogo, pero también de la discusión sana y precisa para el desarrollo de sus habilidades de propuesta.
- Que el hecho en sí de que el gusto sea por el deporte es apenas el primer paso para comprender el amplio espectro que significa esta profesión y especialidad.

Docentes y Escuelas de Comunicación, en especial en el ámbito del periodismo.

- Establecer en el pensum de estudios la unidad de planificación periodística.
- Contribuir a fomentar el potencial de planificación y la discusión profesional para que el alumno salga a la realidad con un panorama mucho más claro de qué es lo que se exige de él en un medio escrito (especialmente, radial o televisivo, pero también en el ejercicio de su labor en cualquier especialidad).

Medios de comunicación

- Considerar necesaria la planificación como medio para la consecución de mejores trabajos.
- Ser constantes en esta exigencia, más allá de los tiempos que siempre serán el primer valladar por vencer.
- Contribuir al desarrollo de esta herramienta, en pro de un plus respecto a la competencia.

Referencias bibliográficas

1. Alcoba López, Antonio. 2005. Periodismo Deportivo. Madrid, España: Editorial Síntesis.
2. Borrat, Héctor. 1981. Once versiones noratlánticas. Montevideo, Uruguay. s.e.
3. De Aguinaga Enrique 2000, Nuevo concepto de Redacción Periodística. Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Universidad Complutense de Madrid (España) no. 6: pp. 307-325.
4. Del Valle, Florentino. 1974. Periodismo Deportivo. Diccionario de moral profesional .s.d.e
5. Fayol, Henry. 1983. Principios de la Administración Científica. México, Herrero.
6. García Cortázar, María Luis. 1999. Profesionales del periodismo. España: s.e.
7. Gargurevich Juan. 1982. Géneros Periodísticos. Quito. Ecuador. Editorial Belén.
8. Goodstein Leonard, M. Timothy Nolan y William Pfeiffer. 2004. Planeación Estratégica Aplicada. Santafé, de Bogotá: McGraw-Hill.
9. Koontz, Harold, Heinz Weihrich. 2004. Administración, una perspectiva global. 12ª ed. México: McGraw-Hill.
10. Leñero, Vicente y Marín, Carlos. 1985. Manual de Periodismo. 7ª ed. España: Grijalbo.
11. Moragas Spá, Miquel. 1985. Sociología de la comunicación de masas. Barcelona, España: Gustavo Gilli. Tomo II.
12. Planeación. 1978 Guatemala: Cooperativa de la Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de san Carlos de Guatemala.
13. Sánchez Araujo, José Antonio. 1997. La Crónica Deportiva. Sevilla, España. s.e.
14. Steiner, George A. 1987. Planeación Estratégica –lo que todo director debe saber México: Continental.
15. Villanueva, Ernesto. 1999. Deontología informativa. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo. México: Universidad Iberoamericana.

e-grafía

1. Archivos del Centro de Investigaciones Regionales de Mesoamérica (CIRMA)<http://archivos.cirma.org.gt/> Fecha de consulta 23 de agosto de 2011.
2. Campolongo, Carlos. Planificación de la actividad periodística I. Universidad de Buenos Aires. <http://www.planperiodistico.com.ar/> Fecha de consulta 23 de agosto de 2011.
3. Castañón Rodríguez, María del Rosario. La Redacción Deportiva. Cambios en la redacción periodística del deporte en América y España en el Siglo XXI. Facultad de Educación de la Universidad de Valladolid, España. charocas@mpc.uva.es. Fecha de consulta: 15 de octubre de 2011.
4. Desantes Guanter, José María. El derecho de la información (Adenda). <http://www.derecom.com/> Fecha de consulta. 24 de mayo de 2011.
5. Diccionario de la Real Academia Española. 21ª ed. www.rae.es. Fecha de consulta: 26 de mayo de 2011.
6. Fundes, Juan Jorge. Aporte a una metodología para la planificación de la investigación periodística. es.scribd.com/. Fecha de consulta: 25 de julio de 2011.
7. García Ríos www.periodismoicea.com.ar. Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2011.
8. Iza, Juan Carlos. 2009. La planificación periodística. <http://jciza.wordpress.com/>. Fecha de consulta: 8 de noviembre de 2011.
9. Labrada Díaz, Rafael. La planificación como elemento rector del periodismo radial. www.gestiopolis.com Fecha de consulta: 12 de octubre de 2011.
10. Redacción Periodística Especializada. <http://www.borriones.net/>. Fecha de consulta: 2 de diciembre de 2011.
11. Revista Razón y Palabra; Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. Deporte, Cultura y Comunicación, Número 69. www.razonypalabra.org.mx. Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2011.
12. Tell, Maxi 2010. Entrevista con Javier Darío Restrepo. <http://maxitell.wordpress.com/> Fecha de consulta: 22 de julio de 2011.

13. Tomás, Juan. Asociación de Prensa de la Región de Murcia. Campusdigit@l. Fecha de consulta: 28 de noviembre de 2011.
14. Universidad Palermo. Facultad de Ciencias Sociales. Periodismo Deportivo. 2011. <http://www.palermo.edu>. Fecha de consulta: 15 de septiembre de 2011.
15. Zorilla, Alicia. El español estándar y sus variedades en los medios de comunicación, la lengua como espectáculo: entre la crónica deportiva y la noticia policial (Cervantes.es: congresos internacionales de la lengua española.congresosdelalengua.es/. Fecha de consulta: 8 de mayo de 2011.

Bibliografía y e -grafía consultada

1. Comunicación Deportiva, Cambios en la redacción periodística del deporte en América y España en el Siglo XXI. Revista Digital en línea. No. 7 www.revista.unam.mx/ Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2011.
2. Costa, José María. 2008. Códigos de Ética Periodística. Los principios. Las normas. (Documento PDF) <http://www.slideshare.net/> Fecha de consulta: 8 de mayo de 2011
3. Mérida González, Aracelly Krisanda. 2011. Como elaborar y presentar una monografía. Guatemala: Editorial Luna. 75 p
4. Palacios Meléndrez, Jhon Omar. 2010. El periodismo y sus límites. (Documento PDF). <http://www.slideshare.net/>, Fecha de consulta 8 de mayo de 2011
5. Troyano, Héctor. Periodismo Cultural y Cultura del Periodismo, Ariel. 1999.

Glosario*

Actitud: manera en la que se encararan los retos propuestos, y de ella depende el buen o mal resultado en las metas propuestas.

Agenda propia: son los temas que decide el medio para trabajar, más allá del caudal informativo que surge a diario.

Analogía: es una relación de semejanza entre cosas distintas.

Bagaje: conjunto de conocimientos que posee un individuo.

Conjeturas: juicio que surge a partir de las observaciones o por los indicios acerca de algo.

Cronista: aquel que se dedica a relatar hechos de manera cronológica.

Devenir: cambio y movimiento de alguien o algo en función del tiempo.

Estadios: diferentes etapas de un proceso o de la elaboración de un trabajo periodístico.

Escarbar: buscar, indagar, no quedarse con lo obvio, llegar a más.

Géneros periodísticos: formas y maneras de presentar la información periodística (noticia, entrevista, reportaje, gran reportaje, etc.).

Lenguaje bélico: El tiro libre del jugador fue un misil que hizo temblar el reducto de un equipo que batalló por conquistar la victoria.

Lenguaje escueto: El juego finalizó 0-0; el héroe fue el nuevo jugador.

Hora de cierre: tiempo en el que se deben enviar las páginas al taller, para que se imprima, en la hora deseada, el periódico.

Hecho deportivo: noticia o actividad relativa a todo lo de deportes y los deportistas.

Hecho noticioso: noticia o suceso que genera curiosidad y es importante para la sociedad.

Inmediatez: que se debe informar en el menor tiempo posible. Ahora existen la Internet y las redes sociales como herramienta de los medios de comunicación y en especial de la prensa escrita.

Inflar historias: se dice de aquellas notas que no merecen mayor espacio, pero que, por muchas razones, se busca exagerar para llamar la atención. Buscarle atributos que no tiene.

Jerga: lenguaje característico propio de algunas disciplinas deportivas, profesionales o sociales.

Jerarquización: establecer la importancia de una noticia sobre otra.

Nota: cualquier trabajo periodístico.

Objetivo: lo que queremos alcanzar.

Opinión: expresión y pensamiento personal acerca de un hecho o un tema.

Oro puro: información de alto nivel, que es impactante y trascendental, pero también, en deporte, que en el público haya reacción, que no pase sin causar algún sentimiento.

Ortografía: conjunto de normas para escribir correctamente.

Paradigma: esquema formal, establecido, que no se pone en duda.

Periodismo deportivo: transmitir e informar sobre el acontecer deportivo.

Planificación: acción de prever, coordinar, controlar y decidir qué y cómo se desarrollará una labor para alcanzar un objetivo específico.

Praxis: llevar a la práctica toda la teoría aprendida.

Prejuicios: ideas formadas sin pleno conocimiento de la realidad.

Priorización: acción de decidir a qué apostarle en la actividad periodística.

Redacción: manera de expresar por escrito la información.

Reporteo: acción de buscar, por distintos medios, la información requerida.

Revisión: acción de cotejar y visualizar si el trabajo marcha como se previó.

Síntesis: reducir al máximo la información de un hecho noticioso, pero que no someta a su brevedad lo valioso de la información, sino al contrario.

Suceso: hecho, acto o situación que genera noticia.

Vorágine: en la cobertura o en la sala de redacción, momentos que se suceden unos detrás de otros y que exigen al máximo una reacción adecuada para cumplir con los tiempos impuestos.

Zona de guerra: puede ser la sala de redacción o estar en el lugar del hecho noticioso.

***Incluye muchos términos de la jerga periodística deportiva.**