



Universidad Católica Andrés Bello
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social
Mención Periodismo
Trabajo de Grado

**Elaboración de una revista digital especializada en golf para Hoyo 19
Venezuela**

Tesistas:

KAI Vargas, Jessica K.

Y

VEGA Pereira, Elizabeth A.

Tutora académica:

Lic. Jeanette Vargas

Tutora empresarial:

Lic. Inés Rodríguez

Caracas, septiembre de 2015

“Cuando una persona que amas se convierte en recuerdo...

Ese recuerdo se convierte en un tesoro”.

Para mi abuelo y Carlos Eduardo que me han acompañado en esta lucha desde el cielo.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a mis padres, Yexi y Jacqueline, quienes son mis máximos modelos a seguir, esas personas que siempre han estado para apoyarme en cada decisión de mi vida y sobre todo en mi carrera universitaria. Es a ustedes a quienes quiero hacer sentir orgullosos y trabajar cada día más duro por mi futuro. Porque siempre vamos a ser una familia sin importar las cosas que pasen o las situaciones que nos separen. Para ustedes, papá y mamá, que son mis motores de vida.

Gracias también a mi tías maternas Berta y Jeany, quienes han sido mis segundas madres, guías incondicionales y consejeras en todo momento. Porque siempre han demostrado ser las grandes compañeras de mi vida.

A nuestra tutora de tesis, Jeanette Vargas Lovelle, que con mucho cariño y paciencia se embarcó en este viaje con nosotras, y que con su responsabilidad e inmensa experiencia nos apoyó en cada paso de este trabajo.

A Inés Rodríguez, por ayudarnos en tantas ocasiones y brindarnos su conocimiento para la realización de este proyecto.

A Elizabeth, mi compañera de tesis, por acompañarme desde el día en que nació esta idea y siempre ser tan dispuesta y trabajadora, por tu habilidad de quedarte despierta hasta altas horas de la noche, porque somos amigas sobre todas las cosas.

Jessica Kai

AGRADECIMIENTOS

Ante todo quisiera agradecer a Dios por darme salud y regalarme la mayor bendición que puede tener una persona: la familia. Además, por brindarme la oportunidad de perseguir mis sueños a pesar de las dificultades.

A mis padres, Elizabeth Pereira y Sandro Bevilacqua, quienes con tanto esfuerzo han levantado unas bases sólidas en mi persona llenas de valores, buenos sentimientos y mucha valentía. Gracias por enseñarme con cada regaño y cada abrazo tantas cosas que no hubiera aprendido sin ustedes. A ustedes les dedico cada logro y derrota porque siempre me han acompañado a lo largo de mi camino, sin importa lo fácil o duro que haya sido. Por todo eso y más, hoy les devuelvo con esfuerzo lo que ustedes han hecho por mí durante toda la vida. A mi mamá por haber sido padre y madre durante un corto período de tiempo; y a ti, mi querido nano, por haber ocupado mejor que nadie el rol de padre.

A mi padre biológico, Juan Carlos Vega, por enseñarme que el lado negativo de la vida existe pero hay que saber superarlo. Y que a pesar de las dificultades siempre hay un lazo que es más fuerte que todas las circunstancias desfavorecedoras: la familia.

A mi abuela por ser un maravilloso ser que me vio crecer durante mi carrera universitaria, por brindarme apoyo y amor durante momentos difíciles. A ella que con cada palabra supo cómo hacerme sentir mejor y dichosa de la vida que tengo. A mi abuelo que siempre me enseñó a que siempre se puede ser mejor de lo que se es, que lo inmenso de una persona no está en su estatura sino en su corazón. A ti que me diste todo desde que nací y que aún hoy estando en el cielo me proteges y me das el coraje y la fuerza cuando más lo necesito.

Gracias también a esos dos maravillosos seres por regalarme en físico lo que define a las palabras solidaridad, amor y generosidad: mis dos pequeñas hermanas. Ellas han sabido darme ánimos con cada palabra y, aunque no siempre estemos de acuerdo, nada nos separará porque lo que los une es algo más de lo que nos haya tocado: la amistad por elección propia.

A Jeanette Vargas, nuestra tutora, por haber creído en nosotras y apoyarnos desde el principio hasta el final. Su paciencia y dedicación sirvieron para que este trabajo pudiera ser materializado. Gracias por siempre encontrar tiempo para guiarnos y enseñarnos mucho en el camino que no falta por recorrer.

A la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) por haberme permitido formar parte de esta gran familia y grandiosa casa de estudio. A esta Universidad que es mi alma máter le agradezco por haberme formado tanto profesional como personalmente. Por cada enseñanza y aprendizaje que me permite seguir adelante con mis sueños y metas. No me arrepiento que la UCAB sea mi segundo escalón en la carrera profesional.

Por último, pero no menos importante, quiero agradecer a Jessica, mi compañera de tesis, por darme su confianza aún sin conocernos. Por su paciencia en estos momentos de nervios y ansiedad. Agradezco por haberte conocido y por tu buena postura frente al trabajo y tus ganas de seguir adelante; y, porque una amistad trasciende los años y las aulas de clase.

Elizabeth Vega.

ÍNDICE GENERAL

| | Pág. |
|---|------|
| INTRODUCCIÓN | 11 |
| DELIMITACIÓN | 13 |
| JUSTIFICACIÓN | 14 |
| CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO | |
| 1.1 Periodismo Digital | 16 |
| 1.2 Usabilidad | 27 |
| 1.3 Redacción para la Web | 31 |
| 2. El Producto | 38 |
| 2.1 Definición de Revista | 39 |
| 2.2 Breve Historia de las Revistas | 40 |
| 2.3 Tipos de Revistas | 42 |
| 2.4 Revistas Digitales | 44 |
| 2.5 Consumo de Medios Digitales en Venezuela | 45 |
| 3. El golf | 51 |
| 3.1 ¿Qué es el golf? | 51 |
| 3.1.1 El golf en el Mundo | 52 |
| 3.1.2 Latinoamérica y golf | 54 |
| 3.1.3 Golf en Términos Económicos | 55 |
| 3.1.4 El Tour de las Américas y el PGA Tour Latinoamérica | 56 |
| 3.1.5 Carácter Turístico de la Disciplina | 59 |
| 3.1.6 El golf vuelve a ser Olímpico | 61 |
| 3.2 Golf Vinotinto | 62 |
| 3.2.1 Historia del golf en Venezuela | 62 |
| 3.2.2 Campos de golf en Venezuela | 63 |
| 3.2.3 Atletas Venezolanos | 64 |
| 3.2.3.1 La Leyenda del golf Venezolano: Ramón Muñoz | 64 |
| 3.2.3.2 Jugadores Actuales | 65 |
| 3.2.4 Medidas de Masificación del golf | 66 |
| CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL | |
| 2.1 Hoyo 19 Venezuela | 68 |
| 2.2 Misión | 69 |
| 2.3 Visión | 69 |
| 2.4 Productos y Servicios | 69 |
| 2.5 Aliados | 69 |

| | |
|--|----|
| 2.6 Anunciantes | 70 |
| 2.7 Estructura de Promoción | 71 |
| 2.8 El Producto <i>Hoyo 19 Magazine</i> | 71 |
| 2.9 Investigaciones sobre la Competencia | 72 |
| 2.10 Análisis de la Competencia | 73 |

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

| | |
|--|----|
| 3.1 Formulación del Problema y Terminología Básica | 77 |
| 3.2 Establecimiento de los Objetivos | 78 |
| 3.2.1 Objetivo General | 78 |
| 3.2.2 Objetivos Específicos | 78 |
| 3.3 Diseño y Tipo de Investigación | 78 |
| 3.4 Modalidad | 79 |
| 3.5 Unidades de Análisis | 79 |
| 3.6 Elaboración de Instrumentos para la Recolección de Información en cada Unidad de Análisis | 80 |
| 3.6.1 Selección | 80 |
| 3.6.2 Diseño | 80 |
| 3.6.3 Validación de los Instrumentos | 81 |
| 3.6.4 Método de Recolección de Datos | 82 |
| 3.6.4.1 Fuentes documentales | 82 |
| 3.6.4.2 El Cuestionario | 82 |
| 3.6.5 Elaboración de los cuestionarios | 83 |
| 3.6.6 Matrices de Análisis de Medios de Comunicación Especializados en golf | 83 |
| 3.7 Instrumento A: Cuestionarios | 84 |
| 3.7.1 Presidente de la Federación Venezolana de Golf (FVG) | 84 |
| 3.7.2 Presidente de la Asociación de Golfistas Profesionales de Venezuela (PGA de Venezuela) | 85 |
| 3.7.3 Directores de Medios de Comunicación dedicados al golf en Venezuela | 86 |
| 3.7.4 Jugadores de golf en el Exterior | 87 |
| 3.8 Instrumento B: Matrices de Publicaciones de Medios Venezolanos especializados en golf | 88 |
| 3.8.1 Matriz 1. Revista PAR 3 | 88 |
| 3.8.2 Matriz 2. Revista Golf Report | 90 |
| 3.8.3 Matriz 3. Revista Fairway | 92 |

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

| | |
|---|-----|
| 4.1 Matrices de Contenido | 94 |
| 4.1.1 Presidente de la Federación Venezolana de golf | 94 |
| 4.1.2 Presidente de la Asociación de Golfistas Profesionales de Venezuela | 97 |
| 4.1.3 Directores de Medios de Comunicación dedicados al golf en Venezuela | 100 |
| 4.1.4 Jugadores de golf Venezolanos en el Exterior | 104 |

| | |
|--|-----|
| 4.1.5 Análisis de Matrices de Publicaciones de Medios Venezolanos Especializados en golf | 113 |
| 4.1.5.1 Golf Report | 114 |
| 4.1.5.2 Fairway | 117 |
| 4.1.5.3 PAR 3 Junior | 119 |

CAPÍTULO V. EL PROYECTO

| | |
|---|-----|
| 5.1 La Propuesta | 120 |
| 5.2 La Revista Digital <i>Hoyo 19 Magazine</i> | 120 |
| 5.3 Planificación | 121 |
| 5.3.1 Definición del Objetivo de la Revista | 121 |
| 5.3.2 Nombre | 121 |
| 5.3.3 Definición de Periodicidad | 121 |
| 5.3.4 Secciones de la Revista | 121 |
| 5.3.5 Compaginación Publicación <i>Hoyo 19 Magazine</i> | 125 |
| 5.3.6 Herramientas y Programas | 127 |
| 5.3.7 Investigación y Selección de Contenido | 127 |
| 5.3.8 Promoción del Producto Editorial | 128 |
| 5.3.9 Medio de Difusión | 129 |
| 5.3.10 <i>Target</i> | 129 |
| 5.3.11 Distribución | 130 |
| 5.4 Elementos del Diseño | 130 |
| 5.4.1 Paleta de Colores | 130 |
| 5.4.2 Tipografía | 131 |
| 5.4.3 Logotipo | 132 |
| 5.5 Organigrama del Medio | 132 |
| 5.6 Financiamiento de <i>Hoyo 19 Magazine</i> | 133 |
| 5.7 Factibilidad de la Propuesta | 134 |
| 5.7.1 Factibilidad Técnica | 134 |
| 5.7.2 Factibilidad Social | 135 |
| 5.7.3 Factibilidad Económica | 135 |
| 5.7.3.1 Cotización por Páginas | 137 |
| 5.8 Apariencia general de la Revista Digital | 137 |

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|-------------------------------|-----|
| 6. Conclusiones | 139 |
| 6.1 Recomendaciones | 141 |

| | |
|---|-----|
| BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN | 142 |
|---|-----|

| | |
|------------------|-----|
| ANEXOS | 147 |
|------------------|-----|

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

| | Pág. |
|-------------------|---|
| FIGURAS | |
| <i>Figura 1.</i> | El Proceso de la Comunicación 19 |
| <i>Figura 2.</i> | Patrón de lectura en F 26 |
| <i>Figura 3.</i> | Patrón de lectura en E 26 |
| <i>Figura 4.</i> | Patrón de lectura en L Invertida 27 |
| <i>Figura 5.</i> | 2014 Digital Future In Focus Venezuela 46 |
| <i>Figura 6.</i> | 2014 Digital Future In Focus Venezuela 47 |
| <i>Figura 7.</i> | 2014 Digital Future In Focus Venezuela 48 |
| <i>Figura 8.</i> | 2014 Digital Future In Focus Venezuela 49 |
| <i>Figura 9.</i> | 2014 Digital Future In Focus Venezuela 50 |
| <i>Figura 10.</i> | Golf Around The World 2015 53 |
| <i>Figura 11.</i> | Golf Around The World 2015. 54 |
| <i>Figura 12.</i> | Golf Around The World 2015 55 |
| <i>Figura 13.</i> | <i>Hoyo 19 Magazine</i> 133 |
| <i>Figura 14.</i> | Ejemplo de Portada 138 |
| <i>Figura 15.</i> | Ejemplo de Sección 139 |
| <i>Figura 16.</i> | Ejemplo de Editorial 139 |
| TABLAS | |
| Tabla 1. | Campos de golf en Venezuela 64 |
| Tabla 2. | Jugadores Actuales 66 |
| Tabla 3. | Análisis DOFA Revista Par 74 |
| Tabla 4. | Análisis DOFA Revista Fairway 75 |
| Tabla 5. | Matriz Revista PAR 3 89 |
| Tabla 6. | Matriz Revista Golf Report 91 |
| Tabla 7. | Matriz Revista Fairway 93 |
| Tabla 8. | Presidente de la Federación Venezolana de golf 95 |
| Tabla 9. | Presidente de la Asociación de Golfistas Profesionales de Venezuela. 98 |
| Tabla 10. | Directores de Medios de Comunicación dedicados al golf en Venezuela 102 |
| Tabla 11. | Jugadores de golf Venezolanos en el Exterior 112 |
| Tabla 12. | Compaginación Publicación <i>Hoyo 19 Magazine</i> 127 |
| Tabla 13. | Cotización por Páginas 138 |

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito principal llevar a cabo la producción editorial de una revista digital especializada en golf, que cuyo objetivo primordial fue llenar el vacío informativo existente sobre las actuaciones de golfistas venezolanos en el exterior y contribuir con el reconocimiento de la disciplina en el país.

Este proyecto se llevó a cabo de la mano de la empresa Hoyo 19 Venezuela, la cual produce un programa televisivo dedicado al golf que se transmite en el único canal deportivo de señal abierta, Meridiano TV.

Para la realización del plan, se utilizaron medios de recolección de datos tales como cuestionarios y matrices de información, dichos instrumentos orientados a conocer las publicaciones de golf existentes en Venezuela y la opinión de jugadores y expertos en el deporte acerca de la puesta en práctica de la revista digital.

Los resultados de la investigación mostraron ser positivos en relación a la factibilidad del producto editorial y en base a estos indicadores se elaboró el proyecto, gracias al apoyo de Hoyo 19 Venezuela y su experiencia en el área golfística.

Palabras clave: producto editorial, golf, venezuela, revista digital, jugadores, atletas.

INTRODUCCIÓN

El golf, como deporte, ha experimentado cambios alrededor del mundo y, específicamente, en nuestro país. Cada día más personas deciden involucrarse con esta disciplina y practicarla tanto a nivel aficionado como profesional, lo que implica la necesidad de dar a conocer el impulso que ha cobrado el deporte y proyectar a los talentos venezolanos que destacan en el mismo.

Es importante resaltar que en algunos casos la información que presentan los medios de comunicación es antigua y no brindan una ventana para que los nuevos bastonistas puedan difundir sus logros, sobretodo en el exterior del país. Por esta razón, surge la necesidad de la empresa Hoyo 19 de crear un medio digital capacitado y dotado con la más reciente información sobre el golf en Venezuela.

En este Trabajo de Grado se le dará vida a *Hoyo 19 Magazine* una revista especializada en golf bajo el paraguá comunicacional del programa transmitido por Meridiano TV por más de diez años: Hoyo 19. En el presente se expondrán todos los motivos por los que Hoyo 19 Venezuela tomó la iniciativa de darle vida a este proyecto y materializarlo.

Para poder realizar el producto digital fue necesario contar con herramientas periodísticas para redactar las notas que compondrán a *Hoyo 19 Magazine*. Además, de las técnicas de recolección de datos que hicieron factible obtener entrevistas de importantes personajes dentro del mundo del golf. A continuación detallamos los seis capítulos que componen este Trabajo de Grado.

El capítulo I coincide con el marco teórico, parte fundamental para explicar la terminología básica que respalda la práctica. En este apartado se dan a conocer temas vinculados con los productos digitales, historias, evolución y herramientas relacionadas con el periodismo. Por otra parte, se dan conocer aspectos relevantes sobre el golf, tales como antecedentes en el país, en qué se basa este deporte, jugadores importantes, entre otros. Por otra parte, se ofrece una visión general de usuarios de Internet en Venezuela y cómo ha migrado el periodismo impreso a plataformas digitales.

El capítulo II presenta información de Hoyo 19 Venezuela. Cómo está constituida como empresa, cuáles son los objetivos que persigue y por qué su recorrido profesional representa una oportunidad para darle vida a este proyecto. Se da a conocer, además, cuáles son las personas encargadas de financiar el programa televisivo y que, por consiguiente, serán el otro soporte económico de *Hoyo 19 Magazine*.

Gracias a las diferentes herramientas de recolección de datos se mostrará de cerca las opiniones de quienes enaltecen el orgullo venezolano en cada torneo de golf al que asisten. Además, de la aplicación de cuestionarios, encuestas y entrevistas a grandes personajes involucrados con este deporte y que permitieron acercarnos aún más a esta disciplina. El tercer capítulo, marco metodológico, se pudo construir a partir de técnicas de elaboración de instrumentos, tales como cuestionarios, entrevistas, encuestas, entre otros. Esto permitió hacer de este proyecto una investigación de acuerdo al tema presentado.

Cada material presentado tuvo que ser analizado para proporcionarle al lector una idea sustentada con hechos veraces y verificables. Es por ello, que en este Trabajo de Grado se puede observar en el capítulo IV una serie de análisis profundos centrados en las respuestas obtenidas con cada encuesta realizada y presentada en el capítulo III.

El momento cumbre del presente Trabajo de Grado coincide con el penúltimo capítulo, ya que en este apartado se presenta toda la información concerniente al producto. “EL PROYECTO”, como fue titulado el capítulo V, da a conocer todos los aspectos relacionados con *Hoyo 19 Magazine*, desde la idea hasta la realidad. Cada aspecto tocado en este apartado supone todos los pasos necesarios para poder lanzar al mercado esta nueva publicación digital. Desde la idea hasta el aspecto físico de la revista, su factibilidad económica y social, la distribución y, sobre todo, su contenido.

Para culminar este Trabajo de Grado es necesario dar a conocer el aprendizaje que se obtuvo con cada hecho. La ardua investigación dio como fruto el cierre de muchas ideas que se pudieron hacer realidad.

DELIMITACIÓN

El espacio temporal de estudio estará comprendido entre el mes de octubre del 2014, fecha de primeras consultas y análisis que permitirán la elaboración de la publicación digital; hasta el mes de julio del año 2015, fecha la cual coincidirá con los últimos arreglos del proyecto de grado y posteriormente la publicación del producto digital.

Para lograr realizar el producto editorial es necesario conocer las opiniones de la muestra representativa, es decir, todas aquellas personas que practican y están interesadas en este deporte.

Los medios utilizados para recabar la información fundamental de la revista serán diferentes cuestionarios cortos, los cuales tendrán una serie de preguntas, cortas y cerradas, que servirán para determinar el nombre de la revista, las secciones que contendrá, a qué audiencia estará dirigida la revista, entre otros.

Además, será de suma importancia reunir a expertos en la materia y posible público para establecer a quiénes estará dirigida la revista y poder guiarnos conociendo la opinión del público meta.

El espacio geográfico de la elaboración de la revista estará limitado a la Región Capital; sin embargo, muchas de las fuentes utilizadas para el contenido se obtendrán por medios digitales, tales como correo electrónico o por conferencias de video llamadas, ya que la mayoría de los talentos destacados en este deporte se encuentran fuera del país.

JUSTIFICACIÓN

Hoy en día la Federación Venezolana de Golf (FVG) registra un total de 4.571 jugadores federados, sin embargo, se calcula que la cantidad de practicantes de la disciplina oscila entre los 5.500. El número de atletas con nivel competitivo en el exterior es de 25 aproximadamente y entre los más destacados, los siguientes:

Jhonattan Vegas (PGA Tour)

Verónica Felibert (LPGA Tour)

Wolmer Murillo (Asian Tour)

Alfredo Adrián, Otto Solís (PGA Tour Latinoamérica)

Jorge García (AJGA) Campeón mundial juvenil por dos años consecutivos.

María Andreína Merchán (AJGA)

Una de las grandes problemáticas del golf en el país es el vacío de información existente acerca de las actuaciones de estos atletas que compiten en el exterior. Por ello, la intención de este producto editorial como revista digital especializada en golf es funcionar como ventana informativa para los triunfos de estos jugadores venezolanos.

Se conoce que el gobierno venezolano no ha tenido una buena relación con este deporte por considerarlo de carácter elitista, sin embargo, luego de que el equipo vinotinto obtuviera el título mundial juvenil por primera vez en 2013, se ha observado un mayor acercamiento por parte del Estado a través del Ministerio del Poder Popular para el Deporte, que se ha visto reflejado en ruedas de prensa y condecoraciones.

Otra de las razones por las que consideramos pertinente el diseño de esta publicación es el hecho de que el golf volvió a ser considerado un deporte olímpico durante la sesión del Comité Internacional Olímpico (COI) en octubre del 2009, decisión que permitió la

participación del combinado venezolano en los Juegos Olímpicos de Nanjing el pasado mes de agosto del 2014.

Consideramos de relevante importancia llevar a cabo esta revista digital tomando como ejemplo los conocimientos obtenidos en artes gráficas, diseño periodístico, producción editorial y periodismo interactivo que hemos desarrollado durante nuestra formación como comunicadores sociales. Adicionalmente haremos uso de las herramientas sobre géneros periodísticos que hemos profundizado en nuestra respectiva mención.

I. MARCO TEÓRICO

1.1 Periodismo Digital

La noción del término “Web” para la mayoría de las personas se concibe como un descubrimiento reciente; sin embargo, este es más antiguo de lo que se conoce. Leandro Zanoni (2008) afirma que en la década de los 60 y 70 ya existía un conocimiento previo de la plataforma digital, pero fue durante los años 80 que se creó la interfaz:

Si bien en las décadas de los sesenta y de los setenta surgieron los primeros ensayos teóricos y técnicos de la Web, recién en los años ochenta, cuando el británico Tim Berners-Lee comienza a trabajar con el hipertexto para compartir información entre los científicos del CERN (Organización Europea de Investigación Nuclear, donde se desempeñaba) se crea la Web (p. 22).

A partir de que Tim Berners-Lee creó en 1980 la Web, numerosos fabricantes y compañías comenzaron a trabajar en la creación de los PCs personales. IBM, Dell y Apple fueron los grandes propulsores de la época en la fabricación de las computadoras. No obstante, “se pasó, una década más tarde, del millón de computadoras en 1980 a un parque de PCs de más de cien millones” (Leandro Zanoni, 2008, p.22).

En 1990 se consolidaron todos los ensayos y nociones sobre la Web. Es durante esta fecha donde se da a conocer la Web como una interfaz internacional:

Cuando arrancó la década del '90 se estandarizaron los protocolos de conexión TCP/IP y fue entonces que Berners-Lee diseñó el primer sistema de comunicación entre un servidor y el cliente. Aquello fue el inicio de la *World Wide Web* (WWW). Poco después, en 1993, se unificó el lenguaje Web gracias al *Hypertext Markup Language* (HTML), que aún hoy se usa (Leandro Zanoni, 2008, p.22).

El boom de la Internet marcó un hito en la historia del mundo, pues, grandes compañías se originaron durante los 90; al igual que numerosas páginas Web comerciales que hoy en día

se encuentran y son empresas firmes y consolidadas, tales como Yahoo!, Amazon, AOL, eBay y Google. En el momento que la Web comercial se da a conocer, los medios etiquetan a esta plataforma como la “nueva economía” (Leandro Zanoni, 2008, p.24). En cuanto a la recesión de la bolsa de empresas de tecnología se puede decir que sufrió un declive en el año 2000, en lo que Zanoni (2008) explica:

En abril de 2000 las acciones del Nasdaq (la bolsa norteamericana donde cotizan las empresas de tecnología) empezaron a caer en picada y sin freno, depreciando el valor de cientos de empresas punto.com que tuvieron que cerrar sus puertas. Miles de empleados (que habían sido tentados con acciones y altos sueldos) quedaron en la calle. La época pasó a la historia como la de la explosión de la “burbuja punto.com”. Sólo algunos pocos sitios con modelos de negocios sólidos y estrategias coherentes pudieron hacer pie en la crisis y salir a flote. Muchos son referentes indiscutibles de la Web actual y obtienen grandes ganancias. Entre ellas podríamos destacar a Amazon.com, AOL, eBay, Yahoo!, MSN, Google y las regionales Mercado Libre y DeRemate, entre otras (p.25).

Después de que este período en declive mejoró, la Internet siguió creciendo. Un estudio realizado por la consultora *ComScore* arrojó que para el mes de junio del año 2007 se encontraban “unas 53 millones de personas en Latinoamérica que acceden a Internet desde el hogar o el trabajo” (Leandro Zanoni, 2008, p.16). No obstante, otro estudio realizado por *Internet Live Stats* e *Internet Society* reveló que el año 2015 cuenta más de dos mil millones de usuarios conectados a Internet:

El 2015 inicia con tres mil millones de personas conectadas a Internet, una cifra que se traduce en que el 42% por ciento del orbe ya cuenta con algún tipo de acceso frecuente a la autopista de la información y la comunicación (CONATEL, 2015, S.A).

De acuerdo a la cantidad de personas que se encuentran conectadas a la Internet es común advertir que esta posesión de la tecnología cambia costumbres en la vida del ser humano. La inmediatez y el fácil acceso mundial a la interfaz hace que todo sea cada vez más globalizado e interconectado; por lo que la sociedad se ha vuelto más interactiva tanto en su

vida cotidiana como en su manera de buscar información. Hoy en día, al hablar de la Web surgen diferentes términos para la nueva era digitales, tales como Web 2.0, redes sociales y blogs. Este capítulo versará sobre qué se refieren los autores con la Web 2.0 y cómo ha cambiado esta vertiente digital la manera primitiva de hacer periodismo y la respuesta de los usuarios ante lo que leen en tiempo real.

Diversos autores han coincidido en que la definición de la Web 2.0 es muy compleja y amplia. De acuerdo con Leandro Zanoni (2008) no existe una definición universal sobre esta nueva forma de referirse al periodismo digital. Sin embargo, el origen del término ha significado un gran debate; pues, muchos afirman que la creación del periodismo digital se debe a Dermot McCormack en el libro *Web 2.0: 2003-2008 AC (After Crash)*. Otros afirman que su origen proviene de un artículo creado el 25 de septiembre del año 2005 realizado por Tim O'Reilly (CEO de la consultora O'Reilly Media), dicho artículo fue reconocido como "*What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*".

A pesar de las imprecisiones del término existen ciertos axiomas que se acercan a lo que podría ser la definición de Web 2.0. En este sentido, Leandro Zanoni (2008) hace énfasis en el artículo realizado por O'Reilly y explica en qué está basada esta nueva forma de escribir:

Según el documento de O'Reilly, los principios básicos de la Web 2.0 se inician como una forma de evolución natural de la Web inicial enfocada al usuario, pasando por una plataforma técnica para múltiples desarrollos de aplicaciones hasta arribar a una era en la que el usuario toma protagonismo real como productor, consumidor y difusor de contenidos y servicios (p.28)

El periodismo ha sufrido una transición desde que la *World Wide Web* (WWW) se dio a conocer. Anteriormente, eran los medios de masas quienes ejercían el control de la información basándose en el proceso fundamental de la comunicación y sus elementos básicos. Tal como se muestra a continuación en la siguiente gráfica:

Proceso de la comunicación

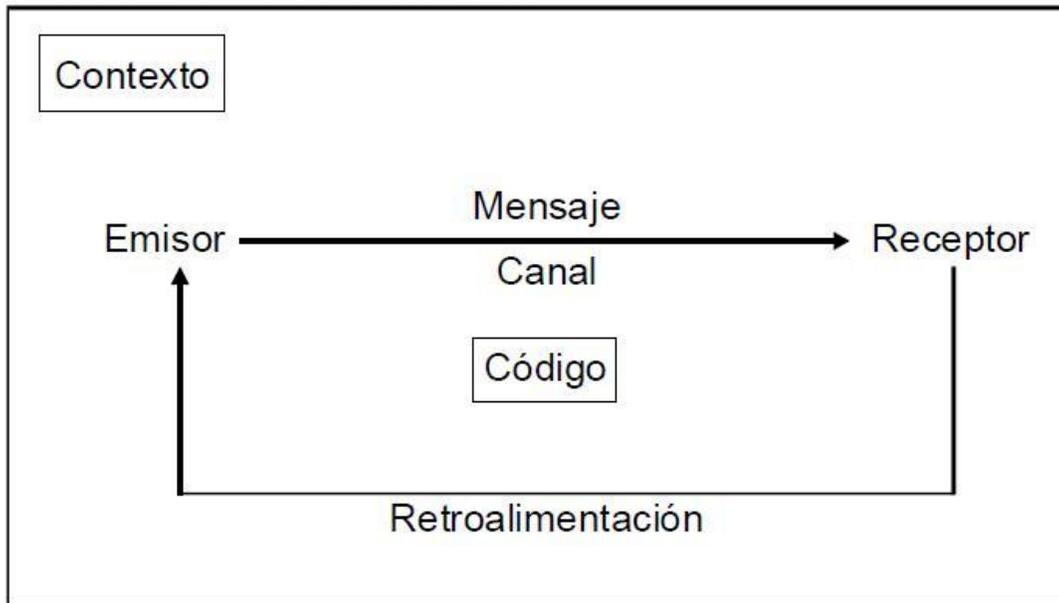


Figura 1. El Proceso de la Comunicación, www.etica-y-moral-wiki-personal.wikispaces.com

Así era concebida la comunicación anteriormente donde solo existía un mensaje que mandaba el emisor y que el receptor decodificaba a través de un canal, una vez que el receptor realizara su respuesta se lograba el fin de la comunicación: hacer llegar el mensaje. Cuando el emisor recibía la respuesta emitida por el receptor se hablaba de una retroalimentación o *feedback*. Esta antigua manera de comunicar era unidireccional y vertical. De acuerdo con Guillermo Franco (2009) este modelo está siendo sustituido por uno más dinámico e interactivo:

El modelo de comunicación vertical y unidireccional (nosotros hablamos, ustedes escuchan), típico del viejo mundo ‘mediacéntrico’, está siendo reemplazado por uno horizontal y multidireccional, en el que los individuos son tanto productores como consumidores de contenido, tanto emisores como receptores. Es la quiebra del paradigma de la comunicación de masas, que estuvo en vigencia durante la era industrial (p.6).

Anteriormente los usuarios no eran los protagonistas de la información, su participación se limitaba a correos electrónicos enviados a los medios masivos o a un espacio dedicado a los

lectores en los diferentes medios impresos del siglo pasado. Por lo tanto, en concordancia con Guillermo Franco, Leandro Zanoni (2008) afirma que:

Con la irrupción de los diarios masivos, a principios del siglo pasado, los lectores podían participar del debate escribiendo y enviando por correo sus opiniones, que después de sortear un filtro, podían llegar a ser publicadas en las clásicas secciones conocidas como “Carta de lectores”. Años después, la “voz” de la gente tuvo lugar también en las encuestas. Pero no mucho más.

Con el aumento de los contenidos generados por los usuarios y la evolución natural de las herramientas tecnológicas para su publicación, los medios tradicionales tuvieron que adecuarse a los cambios que se estaban produciendo y comenzaron a abrirse a las opiniones de los usuarios (p.76).

Cabe preguntarse cuál es ese modelo de comunicación en el que los individuos generan y consumen contenido. Ese modelo horizontal y multidireccional es conocido bajo diferentes términos (Web 2.0, periodismo 2.0, periodismo digital) que se refieren a uno en específico: el nuevo periodismo 2.0. A ese modelo en el que el modelo de comunicación básico es debatido y modificado bajo nuevos estándares de lectura y manera de escribir que proporciona la inmediatez de la Internet.

Entonces, ¿Qué es el periodismo 2.0? A pesar de que es un género nuevo que se considera “en construcción”, muchos autores y especialistas han analizado los diferentes elementos que integran a este nuevo modelo del periodismo y cómo el periodista sigue ejerciendo su función de manera digital. En cuanto al periodismo 2.0 o digital, Stephanie Falla (2009) lo define como “La convergencia de medios (Prensa, Radio, Televisión) y recursos en una misma plataforma: el Internet... Planteo el Periodismo Digital como un nuevo género periodístico, con características enfocadas al uso de nuevas tecnologías para informar y comunicar” (Consultado en: <http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>).

En adición a lo mencionado anteriormente, Guillermo Franco (2008) cita a Rehnfeldt, para explicar de qué manera la tecnología ha afectado al periodismo tradicional en cuanto a qué y cómo ha cambiado:

Hay mayor velocidad, instantaneidad, atemporalidad, transparencia para países tan cautivos como los nuestros, con dictaduras tan rígidas, y está desapareciendo ese modelo vertical, donde nosotros (medios y periodistas) teníamos la razón y nadie podía discutir. Estamos construyendo con nuestras comunidades; aparecen lectores, oyentes y televidentes cada vez más críticos... Incuestionablemente, del otro lado de la historia tenemos que hay gente que ha recuperado voz (p. 23).

El cambio de los medios tradicionales a los medios digitales es inminente y aunque muchos consideren a la tecnología como una amenaza, esta solo representa un cambio que va acorde con el espacio y tiempo en el que viven los millones de personas en el planeta Tierra. La tecnología ha simplificado en muchos aspectos los diferentes obstáculos por los que el periodismo tradicional ha tenido que atravesar, tales como alcance, acceso e inmediatez.

El periodismo digital es la nueva adaptación de los primeros medios masivos de comunicación, con características nuevas que se ajustan a la sociedad digitalizada del siglo XXI. Por lo tanto, se puede decir que el periodismo digital siempre tendrá sus bases en el periodismo tradicional con adaptaciones que se crean a medida que pasa el tiempo y a las exigencias de las personas. El periodismo siempre buscará transmitir un mensaje de forma efectiva para ser captado, basado en la ética y recopilación de informaciones basados en los métodos primitivos para obtener datos: el periodismo de investigación. Sin embargo, entre las diferencias que encontramos entre el periodismo 2.0 y el periodismo tradicional la más importante radica en la dirección de la comunicación y en el *feedback*.

La manera en cómo se redacta un contenido para la Web es variado y corresponde a la manera en cómo se comportan los lectores en la Internet. En este sentido, se evidencia la escritura horizontal y la multidireccionalidad a la cual se refiere Guillermo Franco en cuanto a este nuevo modelo de comunicación.

Con el paso del tiempo y la utilización de nuevas tecnologías la manera de hacer periodismo tradicional se ha ido quedando en el tiempo. Según Guillermo Franco (2008) el comportamiento de los internautas frente a la Internet es completamente diferente a los lectores de medios convencionales. La adaptación de la sociedad a los nuevos medios de difusión es cada vez más amplia alrededor del mundo. Portales Web noticiosos, aplicaciones y las redes sociales facilitan la interacción entre los internautas y ayudan con la inmediatez, la cual es la principal característica de esta nueva versión del periodismo.

La nueva tendencia del periodismo digital trata de comprender qué busca el usuario cuando ingresa a Internet para obtener la información. Por lo tanto, la redacción del contenido Web y la información en sí misma han roto con el paradigma unidireccional del periodismo tradicional: “nosotros hablamos, ustedes escuchan”, tal como explica Mark Briggs (2007). De acuerdo con esto hay que recalcar que este cambio se debe a la evolución de la sociedad y a la creación de nuevas tecnologías, las cuales permiten que la sociedad se abra y pueda ser más globalizada.

Mark Briggs (2007) se refiere a la Web 2.0 como una emigración del protagonista de la información:

Todo se trata de apertura –software de código abierto que permite a los usuarios control y flexibilidad, estándares abiertos para permitir la nueva creación-. Los editores Web están creando plataformas en lugar de contenido. Los usuarios están creando el contenido. Este es el movimiento que llevó a la revista Time a declarar a ‘Usted’ como el personaje del año, explicando: “En el 2006, la *World Wide Web* llegó a ser una herramienta para juntar las pequeñas contribuciones de millones de personas y hacer que importaran” (p.33).

A pesar de que los usuarios están generando contenido, los medios de difusión son los que siguen ayudando a conforma la agenda de opinión pública. Son estos los que con las noticias transmiten el mensaje a gran escala. Por ello, no se puede pasar por alto en cómo funciona la redacción de contenido dentro de las páginas y portales Web.

Guillermo Franco (2008) explica diferencias entre la forma de hacer periodismo tradicional y cómo ejercer la misma profesión en una era digital:

La vieja pirámide narraba tres veces el hecho. Primero en el título de seis palabras, enseguida el lid, y finalmente en el cuerpo. Se anunciaba el hecho (título), se ampliaba con los datos esenciales (lid) y luego se desglosaban esos datos (cuerpo). La nueva pirámide narra una sola vez, sin repetir, desde el título, que viene a ser el mismo lid, hasta el final del cuerpo. Título y lid pasan a ser uno solo, y el cuerpo agrega información.

Esta nueva forma exige palabras cortas, conocidas y precisas. Es una pauta para los textos de la red, que inevitablemente termina siendo pauta para todos los medios. Incluso la novela y el cuento, el reportaje y la crónica, el ensayo y el informe científico escritos en papel deben acomodarse a este nuevo estilo, el de palabras cortas conocidas y precisas. Un estilo que nos exige escribir fin en vez de propósito, porque es más corto; trabajo en vez de rol, porque es más conocido, y colibrí en vez de ave, porque es más preciso (si efectivamente es un colibrí) (p. 11).

La simplicidad y practicidad es el pilar a la hora de redactar contenido para la Web. Los usuarios suelen leer historias completas cuando es sumamente importante; de lo contrario, retienen mejor la información cuando la información que buscan es corta y concisa. Se ha roto con la tradición de la vieja pirámide invertida básica en los medios impresos. Hoy en día, la manera de escribir tiene que ver con patrones de lectura frente al computador.

Según Guillermo Franco (2008) en el año 2000 en *Poynter Institute*, centro de investigación y educación en periodismo con sede en Florida (Estados Unidos), realizó una investigación para determinar la longitud de los contenidos digitales, de manera que los usuarios no se agotaran y abandonaran la lectura.

Durante el 2004, el *Poynter Institute* en asocio con el *Estlow Center for Journalism & New Media* y la firma *Eyetoools*, dio vida al *EyeTrack III*, con este nuevo proyecto el fin no era busca la profundidad de lectura de los usuarios. “El formato de párrafos largos parece

desestimular su observación”, dicen Steve Outing y Laura Ruel. La superficialidad de lectura también fue puesta en evidencia por la forma en que los usuarios solo leían el primer tercio de los titulares” (Guillermo Franco, 2008, p. 27).

No obstante, Guillermo Franco (2008) indica que dicha investigación no fue tan exitosa como la que se realizó siete años más tarde con el *EyeTrack07*, con este nuevo experimento el fin era determinar qué es lo primero que a los usuarios les llama la atención, cuanta información logran leer y de qué manera lo hacían. Para llevar a cabo este experimento se creó el *EyeTrack07*: “Los participantes utilizaron unas gafas que incluían cámaras que rastreaban y registraban el movimiento de los ojos. De ahí el nombre de *EyeTrack* que, en traducción libre, significa ‘seguimiento’ o ‘rastreo del ojo” (p. 25).

Guillermo Franco (2008) explicó que el resultado del experimento arrojó lo siguiente:

En el caso del *Eyetrack07*, eran dos cámaras: una registraba los movimientos del ojo; la otra, el punto al que miraban en la pantalla o edición impresa. Los investigadores codificaron más de 300 elementos en las páginas que los participantes (605 personas) miraron. En total, se registraron, documentaron y analizaron más de 102.000 detenciones o fijaciones del ojo (p. 25).

De acuerdo con Guillermo Franco (2008) el resultado de la investigación indicó que los usuarios sí realizaban lecturas profundas en la Web:

Para una industria de periódicos nerviosa, una preocupación entre muchos es si los lapsos de atención de los lectores se han acertado irreversiblemente. Al menos entre los 582 lectores del *EyeTrack07* (de los 605 totales, cuyos registros de sesión se pudieron usar) no ha sido así. En este estudio, independiente del formato o del medio (impresos en tamaños sábana y tabloide, u online) cerca de dos tercios de las historias elegidas fueron leídas. Y, desafiando la noción de que los lectores online particularmente se mueven rápidamente adentro y afuera de las historias, nuestros lectores online leyeron incluso más profundamente las historias que los lectores del impreso”, dice el informe oficial de la

investigación, publicado por el *Poynter*, cuyos autores son Pegie Stark Adam, Sara Quinn y Rick Edmonds (p. 26).

El periodismo tradicional sigue vigente y la existencia del periodismo 2.0 no es garantía de su extinción. Su forma ha cambiado pero la estructura sigue siendo la misma. Para ello, Guillermo Franco ha contribuido con la recopilación de informaciones las cuales sirven de guía al momento de generar contenido digital. Basándonos en los resultados que arrojó la investigación, podemos decir que lo más importante del contenido Web es la creación de títulos llamativos, ya que es lo primero a lo que los usuarios le prestan atención.

Sin embargo, el comportamiento en todos los lectores no es el mismo. “El *EyeTrack07* divide a los usuarios en dos categorías (escaneadores y metódicos)” (Guillermo Franco, 2008, p. 36). Es decir, no todos los internautas tienen la misma reacción ante la información y esta dependerá de la búsqueda que realizan. Teniendo en cuenta las diferentes categorías entre los usuarios es importante resaltar que Jakob Nielsen de acuerdo a los resultados del *EyeTrack07* encontró diferentes patrones de lectura.

A pesar de que el periodismo 2.0 ofrece las herramientas audiovisuales, los usuarios se concentran más en el texto. Gracias a los resultados descubiertos por el *EyeTrack*, Jakob Nielsen halló diferentes formas en las que los usuarios realizaban las lecturas en la Web. De esta forma, surgieron las tres formas de patrón en la lectura digital: patrón en forma de F, patrón en forma de E y patrón en forma de L invertida.

Nielsen (citado por Guillermo Franco, 2008) explica cómo funciona el recorrido visual de acuerdo al patrón de lectura en forma de F:

(...)Hay un movimiento horizontal en la parte superior del área de contenido, de izquierda a derecha, luego se regresa, hay un movimiento vertical por la parte izquierda de la pantalla; hay segundo movimiento horizontal, pero más corto que el anterior y, finalmente, un movimiento vertical en la parte izquierda de la pantalla. Las flechas indican la trayectoria (p. 39).

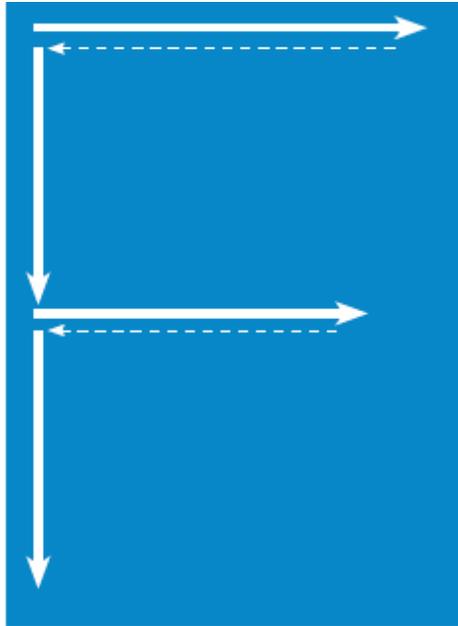


Figura 2. Patrón de lectura en F, “Cómo escribir para la Web” (2008)

No obstante, según advierte Nielsen, el patrón de lectura en F a veces adquiere forma de E. Igualmente, de acuerdo al recorrido de las flechas la lectura puede tornarse en un patrón en forma de L invertida. Este tipo de lecturas indican que el primer lugar donde aterrizan los ojos de los usuarios son los titulares.

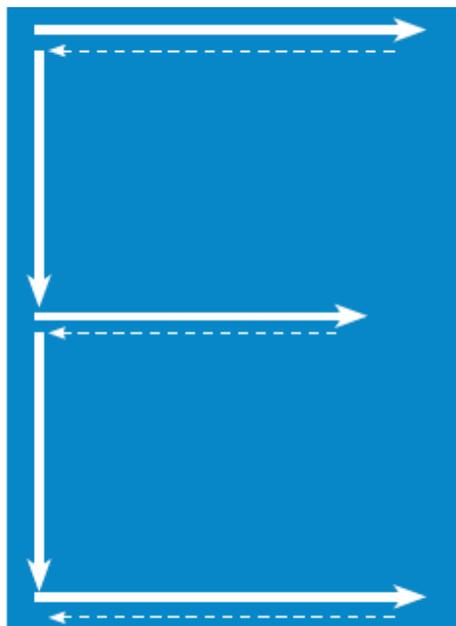


Figura 3. Patrón de lectura en E, “Cómo escribir para la Web” (2008)



Figura 4. Patrón de lectura en L Invertida, “Cómo escribir para la Web” (2008)

De acuerdo con estos resultados, Guillermo Franco (2008) comenta:

Previamente, la investigación de *Eyetrack III* había encontrado –como ya mencionamos– que el ojo de los usuarios aterrizaba primero en la parte superior izquierda de la página de inicio, normalmente dedicada a la historia principal o el titular dominante, lo que refuerza los hallazgos de Nielsen (p. 42).

Los textos dentro de un medio digital deben ser lo suficientemente completos sin ser extensos, ya que la mayoría de los usuarios suelen buscar justo lo que necesitan, ni más ni menos. Sin embargo, existen otros elementos que componen a los productos interactivos, tales como la usabilidad, el diseño, etc.

1.2 Usabilidad

El uso de la tecnología conlleva a nuevas percepciones y modos de uso de los recientes medios digitales y redes sociales. La información se disputa el rol protagonista con herramientas que son imperceptibles ante los ojos del usuario pero esenciales al momento de manejar una página Web o una aplicación. El diseño y el uso que los usuarios le pueden dar a estos medios es tan importante como el contenido que estos ofrecen.

Definir este término empleado en el mundo digital resulta complejo; es por ello que autores dedicados al periodismo 2.0 la tratan de explicar de una manera sencilla y comprensible. “La Usabilidad es definida como la efectividad, eficiencia y satisfacción con la que un grupo de usuarios específicos puede realizar un conjunto específico de tareas en un ambiente particular (*International Standards Organization –ISO–*)” (Guillermo Franco, 2008, p. 45).

Diversos autores coinciden en que la usabilidad es un elemento fundamental a la hora de crear un producto interactivo. Para Daniel Mordecki (2012) la usabilidad es:

La disciplina que tiene como objetivo reducir al mínimo las dificultades de uso inherentes a una herramienta informática, analizando la forma en que los usuarios utilizan las aplicaciones y sitios Web con el objetivo de detectar los problemas que se les presentan y proponer alternativas para solucionarlos, de modo de que la interacción de dichos usuarios con las aplicaciones y sitios Web sea sencilla, agradable y productiva (p. 3).

De acuerdo a lo expuesto por Guillermo Franco (2008) el término de Usabilidad se refiere a la importancia que se le otorga a la adecuada estructuración de la página y la adaptación de contenido periodístico para la Web. Si un producto interactivo está mal diseñado u ocasiona muchos problemas de uso al usuario este abandonará el portal Web o aplicación y el mensaje ofrecido no llegará al público; por lo tanto, todo producto interactivo debe satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios.

Para Guillermo Franco (2008) la Usabilidad es el esqueleto de cualquier producto interactivo; sin embargo, Hassan-Montero lo contradice e indica que lo más importante para los usuarios no es la Usabilidad, sino la utilidad: “Sería un error creer que lo que motiva el uso de un producto o aplicación es su Usabilidad. Los usuarios no buscan Usabilidad, buscan utilidad, entendida como el provecho, beneficio e interés que produce su uso” (S.P).

Hassan-Montero y Guillermo Franco (2008) explican los términos de Usabilidad y utilidad como dos concepciones distantes, la realidad es diferente. Ambos conceptos son

compatibles y es necesario que coincidan en el momento de dar vida a un producto interactivo para lograr el fin último de los medios digitales: satisfacer las necesidades del usuario de forma inmediata y sencilla para obtener una información que vaya de acuerdo a su búsqueda.

Dillon y Morris (1999) afirman que “la Usabilidad representa el grado en el que el usuario puede explotar la utilidad” (Consultado en:

<http://www.nosolousabilidad.com/manual/1.htm>, ¶31). De acuerdo a lo expuesto, es claro que la Usabilidad y la utilidad son factores que son imposibles de separar.

Por lo tanto, de acuerdo con Dillon y Morris (citados en Hassan-Montero, Y; Ortega-Santamaría, S, 2009) se puede decir que “la Usabilidad también representa el grado en que esta utilidad es percibida por el usuario. No es posible, por tanto, hablar de Usabilidad y utilidad como factores desconectados o independientes” (Consultado en: <http://www.nosolousabilidad.com/manual/1.htm>, ¶6).

Después de lo mencionado anteriormente, la Usabilidad y la utilidad no pueden ser vistos como elementos sin importancia al momento de crear un producto interactivo.

Desde el punto de vista de la realización de una página Web es fundamental contar con esta disciplina, tal como la define Mordecki (2012), ya que es la que facilitará la tarea de los usuarios dentro de su experiencia frente a la Internet. Cada elemento del producto interactivo tiene un por qué y una determinada manera a usarse. Por ello, el objetivo final de la Usabilidad, según Mordecki (2012) se basa en la simplicidad y uso de la página Web, de lo invisible ante el usuario en cuanto a la creación del producto interactivo.

De acuerdo con Mordecki (2012) el fin de la usabilidad está relacionado con la conexión que existe entre el usuario y las necesidades que buscan satisfacer en la página Web. Por lo tanto, el objetivo de esta disciplina es “hacer menos interfaz y no lo contrario. El destino final es construir aplicaciones donde el 100% de los esfuerzos del usuario estén destinados a la tarea y esto implica 0% de interfaz” (p.5).

Esta disciplina es la herramienta necesaria para facilitar la conexión e interacción de una aplicación o página Web con el usuario. Es la manera en que el consumidor satisface sus requerimientos y se logra desenvolver dentro del portal. En pocas palabras, es la relación que existe entre los requerimientos del usuario y cómo el producto interactivo resuelve y satisface la búsqueda de este.

Existen beneficios que la Usabilidad le aporta a aquellos que se arriesgan a hacer uso de ella y a estudiarla, estos se pueden tomar en cuenta a la hora de realizar un producto interactivo en cuanto al funcionamiento normal de una aplicación o página Web. En cuanto a esto Mordecki (2012) señala que existen cuatro beneficios básicos de la disciplina, los cuales son amplios e impactan en diversos aspectos:

- Usuarios más satisfechos: la satisfacción de los usuarios es un resultado directo de las posibilidades que tengan éstos de conseguir sus objetivos con el mínimo esfuerzo posible.
- Usuarios más fieles: la facilidad de uso produce una utilización mayor de funcionalidades tanto en frecuencia como en amplitud. Provoca en los usuarios el deseo de volver a utilizar el sitio o aplicación y de seguir indagando en sus funcionalidades.
- Menor costo de soporte: una aplicación más fácil de usar genera menos problemas a los usuarios y por tanto se reducen las necesidades de soporte y ayuda.
- Menor costo de mantenimiento: los problemas de Usabilidad surgen inmediatamente a la luz a través de las llamadas a soporte y quejas de los usuarios, lo que genera un ciclo permanente de modificaciones. Sin duda es mejor hacer las aplicaciones más usables al momento de construirlas (p. 6).

Cada uno de los beneficios expuestos contribuye con el desarrollo de una página Web. En conjunto produce una gran ayuda en cuanto a aspectos económicos, de diseño y de uso; y por consiguiente, una mejor reputación frente a los internautas. Si bien, la Usabilidad y la

Utilidad son fundamentales a la hora de crear un producto interactivo no es lo único que se toma en cuenta.

El beneficio de una página Web depende de ciertos aspectos que deben interactuar con la Usabilidad y utilidad de un medio digital. El usuario además de generar empatía con un producto interactivo por lo que este le ofrece en estructura, lo hace al encontrar información valiosa en él; es por ello, que es fundamental establecer cómo se debería redactar el contenido para un medio digital. La información adaptada a medios digitales es el otro vértice de la pirámide.

1.3 Redacción para la Web

Estructurar una noticia no es una tarea sencilla para los periodistas, realizar esta actividad requiere de mucha concentración y sobre todo práctica y experiencia. Con el pasar de los años, numerosos catedráticos y periodistas reconocidos han tratado de globalizar y definir aspectos para que la redacción de un artículo no sea una actividad complicada sino, que por el contrario, sirva para el disfrute del periodista.

La manera en cómo se organiza un texto noticioso no sigue una regla básica que indique cómo se construye; por el contrario, muchos periodistas no sabrían contestar cuál estructura siguen al momento de redactar una noticia. Esta carencia de una estructura que regule o indique cómo se escribe un texto trae como consecuencia una manera fija de escribir de los periodistas y el poco atrevimiento a innovar. En cuanto a esto, Mar de Fontcuberta (1993) resucita las palabras de Fox:

Se da por sobreentendido que los periodistas dominan el arte de escribir noticias. Pero cuando lo hacen adoptan más o menos un cliché fijo que solo procuran innovar algunos. La mayoría, sin embargo, suele ignorar las formas que han configurado y están continuamente configurando las noticias (p.71).

Los periodistas no son los únicos que continuamente configuran las noticias pues existen otros factores que han marcado un hito en la historia periodística. Uno de estos corresponde a la tecnología, ya que a medida que esta avanza se van creando nuevos medios y artefactos

que permiten a la comunicación y al periodismo evolucionar. El otro tiene que ver con “la interacción de las formas con los distintos medios de comunicación” (Mar de Fontcuberta, 1993, p. 72). El producto final de la aglomeración de diferentes medios hoy en día podría concebirse como la Internet, ya que este medio representa un híbrido de lo audiovisual con lo impreso.

Cada aparición de un nuevo artefacto o tecnología trajo consigo un cambio que al principio fue tomado como inadvertido y subestimado. “Si el teléfono acertó la frase —dice Marshall McLuhan—, la radio acertó la noticia y la televisión introdujo una nueva forma de hacer periodismo” (Mar de Fontcuberta, 1993, p. 72). El siglo XXI se caracteriza por la tecnología empleada en las diversas plataformas digitales, y estas nuevas redes iniciaron una gran revolución en cuanto a la estructura de las noticias, la migración de medios convencionales a medios digitales y al cambio de generadores de contenido.

Según Mar de Fontcuberta (1993) en los inicios de la prensa escrita no se concebía la estructura de la noticia como un rasgo importante; por el contrario, se pensaba que la información debía contener todos los detalles y los lectores iban a leer sin importar la longitud de la misma. La estructura más conocida para jerarquizar la información, la pirámide invertida, surgió gracias a la invención del telégrafo y a la guerra de Secesión americana, ante estas circunstancias los corresponsales tuvieron que idear la manera de transmitir la información e informar sobre lo que acontecía en los campos de batalla, la misma autora narra cómo fue el origen de la pirámide invertida:

Los corresponsales en los campos de batalla iniciaron una nueva forma de escribir y de enviar noticias. Después de una contienda importante, los corresponsales pedían preferencia al encontrarse en las oficinas del telégrafo. Para ganar tiempo no daban su opinión ni suministraban excesivos detalles al transmitir las noticias; intentaban informar de los acontecimientos más importantes (p. 73).

Esta iniciativa de los informadores fue decisiva para la historia del periodismo, ya que esta estructura se conserva y se utiliza hoy en día. El fin último de la pirámide es responder las

cinco W (por sus primeras letras en inglés): Qué (*what*) ha sucedido; quiénes (*who*) son los protagonistas; dónde (*where*) ha ocurrido; cuándo (*when*) ha sucedido; y por qué (*why*) ha sucedido. Las respuestas a estas preguntas básicas son las que le permiten al periodista reconstruir el hecho y convertirlo en un acontecimiento periodístico o noticia.

A pesar de que la pirámide invertida se ha mantenido vigente en los últimos años, cabe destacar que su utilización supone una disyuntiva y debate entre diversos periodistas. En cuanto a esto Guillermo Franco (2008) destaca que: “Internet no solo reivindicó la importancia de la pirámide invertida como la mejor estructura para presentar textos, sino que abrió la posibilidad de que el mismo usuario la construya” (Guillermo Franco, 2008, p. 50). La tecnología y la Internet cambiaron la forma primitiva de hacer periodismo, rompieron con la unidireccionalidad del texto y catapultaron al usuario como el gran protagonista y generador de contenido.

La utilización de la pirámide invertida pasó a ser un esquema utilizado para los medios impresos tradicionales y es considerada como una forma primitiva de redacción, tal como lo indica Fernando Ávila (citado por Guillermo Franco, 2008):

Aunque el esquema se siguió utilizando sin remilgos en las agencias de noticias, los académicos y sus alumnos comenzaron pronto a reevaluarlo. Aparecieron otras formas de contar los hechos noticiosos, y este tradicional recurso cayó en desuso en periódicos en general y diarios en particular, a tal punto que estaba ‘out’ su mención en la redacción de cualquier rotativo moderno (p. 10).

Una de las principales diferencias que existen entre los medios impresos y los digitales tiene que ver con el comportamiento que presentan los lectores ante las diferentes modalidades y con las herramientas que cada medio puede ofrecer. Debido a la interactividad de los medios digitales y a la interconexión que existe entre los usuarios estos esperan textos breves, concisos pero dotados de información valiosa; mientras que los lectores de los medios impresos dedican más de su tiempo a leer detenidamente artículos o noticias más largas, según indica Guillermo Franco (2008) en cuanto a los resultados que arrojó estudio del *EyeTrack*.

Nielsen (citado por Guillermo Franco, 2008) advierte sobre cómo debería comenzar un texto noticioso:

Comience el artículo diciéndoles a los lectores la conclusión, siga con la más importante información de apoyo y termine dando contexto. Este estilo es conocido como pirámide invertida por la simple razón de que da la vuelta al estilo tradicional de pirámide (p. 51).

Escribir para la Web supone unos pasos distintos a los utilizados para la redacción en periódicos, revistas impresas, etc. Para ello, existen diferentes tipos de estructuras de pirámide invertida que permiten adaptarse al contenido digital que el editor desee presentar.

Nielsen (citado por Guillermo Franco, 2008) explica un poco el comportamiento de los usuarios:

En la Web, la pirámide invertida llega a ser incluso más importante, ya que sabemos por varios estudios que los usuarios no hacen *scroll* (desplazamiento vertical de la pantalla), así que a ellos muy frecuentemente se les deja leer solo la parte superior del artículo. Los usuarios muy interesados harán *scroll*, y estas pocas almas motivadas encontrarán la base de la pirámide y obtendrán la historia completa en todo su detalle (p. 53).

“Se denomina internauta a la persona que navega por internet o la red de redes. La palabra internauta tiene su origen del *latin nautes* que significa navegante y la combinación de la palabra Internet” (Consultado en: <https://sites.google.com>). Lo primero que observan los internautas es el título de la noticia o artículo. Esta parte del texto debe ser lo suficientemente atractiva para que despierte la curiosidad del usuario y este decida hacer *scroll* y leer la noticia completa.

Además, debe tomarse en cuenta que el contenido presentado en la Web es de tipo no lineal, es decir, el lector es quién decide cómo va a leer la información, es quien le dará forma a lo que lee. Lo contrario sucede con los medios convencionales ya que son de tipo lineal, es decir, no hay ningún factor que pueda alterar el orden de la lectura.

En cuanto a la no linealidad del texto, Guillermo Franco (2008) explica lo siguiente:

Si el usuario puede alterar el orden de acceso –el orden en el cual la historia es contada–, el contenido es no lineal. El contenido no lineal puede ser movido a discreción del usuario. El usuario determina el orden de la narrativa; él puede escoger comenzar en más de un lugar, y puede saltarse una o más secciones de la historia, de acuerdo con lo que decida. Cada segmento de la historia es una historia en sí misma. Las historias no lineales están diseñadas con la exploración individual en mente (p. 54).

Que el usuario tenga la capacidad y dominio de cómo realizará la lectura y escoja qué parte del texto va a leer es una característica del periodismo 2.0. Por lo que Guillermo Franco (2008), considerado uno de los periodistas más importantes del periodismo digital, explica que hay tres tipos de niveles de la pirámide invertida que se aplican para cada contenido Web que se desea publicar:

Hay tres tipos de utilización de la pirámide invertida para contenido Web. “El nivel más básico de utilización implica simplemente la ubicación del texto (desarrollado según la estructura de pirámide invertida) en una misma página Web. Este nivel supone –como en el texto impreso– la estructura lineal del texto” (Guillermo Franco, 2008, p. 54).

El segundo nivel de utilización, según Guillermo Franco (2008) se refiere a la incorporación de subtemas en el texto lineal:

En este nivel, el autor/editor realiza el ejercicio de jerarquización y clasificación (o si se quiere, taxonomía) del texto. A partir del tema principal, expuesto en el primer párrafo, define subtemas que son presentados o introducidos por intertítulos dentro de la misma página. Si el autor/editor logra crear una independencia total de cada uno de ellos, permitiría al usuario una lectura no lineal dentro de la misma página. Es decir, el usuario podría escoger el subtema de su interés al escanear el texto, a partir de su exposición en el primer

pantallazo (p.56).

A pesar de que el segundo nivel de utilización presenta una estructura lineal, la incorporación de subtemas al texto hace que el lector pueda modificar la forma en que realiza la lectura. Esta es la diferencia que existe entre el segundo modelo y el tercero, ya que en el último es el usuario quien determina la importancia de la información.

Por lo tanto, Guillermo Franco (2008) explica el tercer modelo de utilización de la estructura de pirámide invertida: texto lineal dividido en subtemas que aparecen en diferentes páginas Web. Como se mencionó anteriormente, en este modelo son los usuarios quienes deciden cuál será su pirámide invertida jerarquizando la información que ellos consideren más relevante a través de la incorporación de los hipertextos dentro del contenido:

“Por consiguiente, esperaríamos que los escritores Web pedacearan su escritura en piezas más pequeñas, coherentes para evitar las páginas largas con desplazamiento vertical. Cada página estaría estructurada como una pirámide invertida, pero el trabajo entero luciría más como un juego de pirámides flotando en el ciberespacio que como un artículo ‘tradicional’. Desafortunadamente, es difícil aprender este estilo de escritura (p. 58).

Aunque los usuarios son los que jerarquizan la información en este tercer modelo de utilización, los editores no están libres de su cargo; pues, son estos los que introducen y presentan la información la cual el lector elegirá.

De acuerdo a todo lo expuesto anteriormente, se puede decir que escribir una noticia para la Web es un trabajo arduo y de mucha dedicación, ya que es fundamental que el texto sea lo suficientemente atractivo para el usuario pero debe estar expreso en la cantidad mínima de caracteres. Lo atractivo de las plataformas digitales, tales como las redes sociales, es que han establecido un ritmo de información muy rápido que no permite quedarse en una información; al menos que el lector tenga un interés específico sobre el tema.

Las investigaciones realizadas por el *Poynter Institute* en cuanto a la longitud del texto arrojaron que los lectores suelen leer tres veces más los textos cortos que los largos. Según

Guillermo Franco (2008) el término “brevedad” queda a la disposición de la persona a cargo de la publicación de la información:

El parámetro de brevedad es algo subjetivo; sin embargo, algunos autores llegan al extremo de sugerir número de palabras por pantallazo. Crawford Kilian, autor del libro *Writing for the Web*, por ejemplo, habla de ‘pedacear’ o romper la información en segmentos que no tengan más de 100 palabras, de forma tal que cada palabra dentro de un ‘pedazo’ sea visible en un pantallazo (p. 62).

Establecer la longitud de un texto para la Web es una acción muy subjetiva del editor, ya que la realidad es que cada lector tiene un gusto y reacción diferente. Según los resultados arrojados por el *Poynter Institute* al utilizar el *EyeTrack* se observó que los lectores leían más los artículos cortos que los largos; sin embargo, existe un pequeño porcentaje que dedica su tiempo a reportajes extensos. Por lo tanto, para satisfacer las necesidades e interrogantes de todos los internautas se debe hacer uso de las herramientas que ofrece la Web, tales como enlaces, hipertextos y elementos audiovisuales que no hagan tan pesada la información presentada.

De acuerdo a todo lo expuesto anteriormente, se puede decir que escribir una noticia para la Web es un trabajo arduo y de mucha dedicación, ya que es fundamental que el texto sea lo suficientemente atractivo para el usuario pero debe estar expreso en la cantidad mínima de caracteres. Lo atractivo de las plataformas digitales, tales como las redes sociales, es que han establecido un ritmo de información muy rápido que no permite quedarse en una información; al menos que el lector tenga un interés específico sobre el tema.

2. El Producto

El carácter personalista de los sujetos hizo que las revistas cobraran auge en los últimos años, pues las personas buscan las revistas porque abordan un tema de su particular interés. “En la medida que la sociedad occidental muestre preferencia por un camino personal hacia la información como entretenimiento, las revistas reflejarán esta situación y responderán a estas nuevas necesidades un tanto egocéntricas”. (p. 8). La característica unipersonal que tienen las revistas aumentan su objetivo de conseguir lectores fieles.

En adición a la afirmación de Leslie (2000), Turnbull y Baird (1992) definen a la revista como un íntimo amigo que nos visita periódicamente (semanal, mensual o trimestralmente) para tomar café y conversar. La revista es un medio de publicación capaz de ganarse la confianza de sus lectores, a tal punto de hacerlos sentir cercanos y crear sentimientos casi irrompibles.

De acuerdo a un proyecto de grado publicado en línea por la Universidad de Palermo, clasificar una revista dentro de un género es tan difícil como definir una crónica; sin embargo, diversos autores tratan de diferenciar las revistas con las otras publicaciones (libros y periódicos) para poder separarlas y otorgarle su carácter único.

Lewis Blackwell expone a Leslie (2000) las principales diferencias entre dichas publicaciones: “Las revistas son las peligrosas amigas de los libros, siempre inquietas por subvertir alguna norma. Al mismo tiempo son el pariente inteligente de los periódicos, pues visten un mejor papel, una buena tinta y excelente encuadernación” (p. 3). Las revistas disfrutan de la creatividad del editor para su diseño, imágenes y contenido, y esto le otorga más libertad y entretenimiento a esta publicación.

La fecha de caducidad entre las publicaciones influye en la revista como medio impreso preferido de los lectores, después del libro. La revista se diferencia del diario impreso por el trato que le da al contenido, este perdura en el tiempo. Mientras que los diarios impresos ofrecen noticias que solo importan en el momento y luego no son tomadas en cuenta, con excepción de los trabajos de investigación.

En cuanto a lo anterior, Constancio Vigil (1918) explica por qué la revista tiende a perdurar más en el tiempo:

Sobre el diario tiene la revista una superior e inapreciable ventaja. El diario desaparece a las pocas horas de publicado. La revista, si es semanal, tiene, cuando menos, tres días de vida; si es doctrinal, se encuaderna, se guarda y se repasa frecuentemente. La revista es menos superficial, trata de materias que merecen y exigen atención recogida; por eso cuando se recibe, se espera, para leerla, a que las ocupaciones diarias dejen algún tiempo de tranquilidad (p. 20).

Por otra parte, Leslie (2000) explica que una revista no es una sola cosa, sino muchas a la misma vez; se define por su publicación repetitiva y poco más; no se define en absoluto por sus contenidos ni por su formato. De esta manera la revista busca seguir con un plan que no pierde vigencia a través del tiempo, debido a la periodicidad de su publicación (semanal, mensual o trimestral).

Los tópicos de las revistas pueden ser diversos, pero los objetivos que las unen tienen que ver con sensibilizar al lector, en el sentido de crear nexos afectivos y provocar sentimientos. Por otra parte, también buscan marcar pauta y satisfacer las expectativas y necesidades del público. Que el lector se sienta emocional y afectivamente vinculado con la publicación certifica el éxito de la misma.

2.1 Definición de Revista

De acuerdo a la Real Academia Española, en su edición en línea (2012), el vocablo Magacín significa “publicación periódica con artículos de diversos autores, dirigida al público en general” (Consultado en: www.raes.es). A pesar de que el vocablo está admitido, es más adecuado referirse a la publicación como revista ya que es esta la forma de decirlo en español.

Por otra parte, Francisco Iglesias (2001) nos ofrece su visión de revista y la define como:

Publicación no diaria de papel, formato y características de impresión distintas a los diarios, cosida o encuadernada, y con cubierta del mismo u otro papel. Puede ser: revista de información general; revista de información especializada; publicación gratuita de interés local (p.96).

Según el Diccionario Panhispánico de Dudas (2005) el origen del vocablo Magacín proviene de la lengua inglesa, magazine, que quiere decir: “publicación periódica ilustrada que trata temas diversos’ y, más frecuentemente, ‘programa de radio o televisión de contenido muy variado. El Diccionario también aclara que “también es válida la grafía magazín, que conserva la -z- etimológica (→ c, 2.2). No obstante, es recomendable tener en cuenta que “Aunque, por su extensión, se admite el uso del extranjerismo adaptado, no debe olvidarse que, con el primer sentido, existe la voz española revista y, con el segundo, la expresión programa de variedades” (Consultado en: <http://lema.rae.es/>).

Revista Digital sobre Moda en Venezuela (2015) explica el origen etimológico del término Magacín:

De acuerdo con el *Online Etymology Dictionary* (2014), el término magacín proviene de la voz inglesa *magazine* que a su vez tiene origen en la palabra árabe *makhazin* que significa almacén y se utilizó para describir el lugar que se deposita gran cantidad de diversos productos, mientras que la analogía utilizada para describir un libro que contenía muchas informaciones útiles para los viajeros y navegantes (p. 27).

En pocas palabras, las revistas son un medio que se publican dentro de un intervalo de tiempo establecido que contienen diversos tópicos en su interior. Su éxito será garantizado en la medida que exista un grupo interesado en el tema que ofrezca la revista y un grupo dedicado a darle vida a la publicación.

2.2 Breve Historia de las Revistas

A continuación realizará un breve recuento histórico sobre el origen de las revistas según “Revista Digital sobre Moda en Venezuela” (2015):

El primer diario impreso en el mundo tuvo el nombre de *Gazzete* y surgió en Alemania en el año 1457 aproximadamente. El periódico se imprimió tan solo siete años después de la aparición de la imprenta, desarrollada por Gutenberg. Un poco más de dos siglos después de que se diera a conocer el diario *Gazzete* apareció la primera publicación a la que se le puede reconocer como una revista: la alemana *Erbauliche Monaths Unterredungen* (que traduce literalmente, Discusiones Edificantes Mensuales), publicada en 1663 por Johann Rist y abordaba sobre diversos temas sobre literatura y filosofía.

A pesar que la *Erbauliche Monaths Unterredungen* fue la primera concepción de revista, los primeros en realizar una publicación moderna fueron los ingleses a principios del siglo XVIII, estas eran semanales y más analíticas que los periódicos. De inmediato, los editores norteamericanos emularon la idea, según se explica en un proyecto de grado publicado por la Universidad de Palermo.

La primera revista norteamericana fue la *American Magazine*; no obstante, el título de la primera revista norteamericana estuvo en disputa con la revista de Benjamin Franklin, *General Magazine*. Luego de investigaciones, se consideró como la primera revista norteamericana a la *American Magazine*, ya que esta se publicó tres días antes que la de Franklin.

Después de las primeras publicaciones consideradas como revistas por su contenido específico y diseño diferente al de los periódicos, se crearon revistas especializadas que se dirigían a un público lector determinado: en 1828 se creó la revista *The Ladies Magazine*, revista norteamericana dirigida exclusivamente al género femenino. Posteriormente, se dio a conocer la *Scientific American*, y así comenzaron a nacer las revistas especializadas.

La tecnología y el alfabetismo ayudó a que las revistas pudieran enfocarse en un tema determinado, ya que la sociedad era más culta e interesada por temas particulares. Los avances contribuyeron a mejorar el diseño de las mismas y hacerlas más dinámicas. En la era del siglo XXI los lectores han emigrado a un modelo de lectura digital, representado por tabletas y teléfonos inteligentes.

2.3 Tipos de Revistas

De acuerdo a Felipe Martínez [citado en “Revista Digital sobre Moda en Venezuela” (2015)] existen tres tipos de clasificaciones de publicaciones periódicas:

- Los boletines o gacetas (*newsletters*): Difunden noticias e información de interés práctico e inmediato para los lectores, como eventos y convocatorias.
- Las revistas de divulgación (*magazines*): Le ofrecen al público en general, temas culturales, artísticos o científicos, evitando el lenguaje especializado. Esta sería el tipo de publicación en la que encajarían las revistas.
- Las revistas académicas (*scientific journals*): Ponen al alcance de los estudiosos de ciertos temas los hallazgos de algunos de sus miembros.

Por último, podría decirse que las revistas podrían clasificarse entre impresas o digitales. Las primeras son todas aquellas tradicionales que se distribuyen únicamente en físico y las última se definirán en profundidad en el siguiente apartado (p. 37).

Según la Biblioteca virtual de la Universidad de Alcalá las publicaciones periódicas son:

“Publicaciones editadas en fascículos sucesivos numerados con periodicidad fija o variable y con temática diversa. Ofrecen información actualizada por la frecuencia de la aparición. Tratan los temas de manera más concisa y con mayor actualidad y novedad que los libros” (Consultado en: http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/publicaciones_peridicas.html).

En contraposición con Felipe Martínez, la Biblioteca virtual de la Universidad de Alcalá clasifica a las publicaciones periódicas en cuatro categorías: “los periódicos, las revistas de entretenimiento, las revistas científicas y los boletines”. (Consultado en:

http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/publicaciones_peridicas.html).

Las revistas son publicaciones que tratan sobre diversos tópicos y por ello se subdividen en revistas de entretenimiento y revistas científicas. *Hoyo 19 Magazine* logra ubicarse en las revistas de entretenimiento, ya que busca despejar la mente del lector basándose en un tema específico (el golf). “Las revistas de divulgación, de entretenimiento o magazines contienen artículos e imágenes sobre diversas materias de interés popular y acontecimientos actuales”, indica la Biblioteca virtual de la Universidad de Alcalá (Consultado en:

http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/revistas_de_divulgacion_o_magazines.html).

Hoyo 19 Magazine será una revista especializada en el golf debido al auge que está tomando el deporte alrededor del mundo y a nivel nacional. Además de la importancia que está cobrando el golf, los jugadores venezolanos están siendo reconocidos, tanto nacional como internacionalmente.

Las revistas especializadas tienen características que las hacen particulares y diferentes de las demás publicaciones periódicas. En cuanto a esto, la Biblioteca virtual de la Universidad de Alcalá explica cuáles son y en qué consisten dichas características:

- Autores: los artículos están escritos por periodistas o autores de plantilla.
- Contenido: noticias, opiniones o acontecimientos de un amplio rango de temas, sin bibliografías ni referencias.
- Audiencia: se publican para un público general y se dirigen al lector medio.
- Publicación: son publicadas por editores comerciales.
- Edición: los artículos son aceptados por el editor que trabaja para la publicación.
- Apariencia: los artículos son muy vistosos, con fotografías y anuncios.

- Periodicidad: semanal o mensual.

(Consultado en:

http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/revistas_de_divulgacion_o_magazines.html).

La revista *Hoyo 19 Magazine* recoge todas las características expuestas por la Universidad de Alcalá. Será realizada y dirigida por estudiantes de periodismo de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Su contenido recoge hechos recientes, *Tips*, entrevistas, artículos de opinión referentes al golf. La audiencia es el público meta interesado en el deporte y a los que quieran conocer sobre el golf en Venezuela. Los aspectos de edición y publicación estarán en manos de los encargados de la empresa Hoyo 19 Venezuela para la cual esta publicación está siendo realizada.

Las publicaciones periódicas desde hace muchos años forman parte del día a día y de la rutina de los ciudadanos. La evolución de las publicaciones ha sido evidente y va acorde con cada innovación tecnológica; en una primera instancia la comunicación cambió con la invención del telégrafo, posteriormente se inventó la imprenta y luego en la era digital el Internet.

2.4 Revistas Digitales

Los medios digitales como los conocemos hoy en día han sido un producto de una revolución digital que comenzó con el origen de la Internet. A pesar de que la era digital ha desplazado a los medios impresos, no significa que estas estén desapareciendo o vayan a hacerlo. Según De La Rica (2000) “los ciclos de vida son cada vez más cortos, motivo por el cual es necesario optimizar las estrategias comerciales si queremos obtener un rendimiento de la investigación y el desarrollo” (p. 52).

Otros autores aseguran que con el tiempo han existido nuevas tecnologías que han amenazado el ciclo de vida de los medios impresos; sin embargo, todos los medios han aprendido a interactuar. “Con el paso del tiempo continúan apareciendo nuevos

competidores de la prensa, y también con ellos tendrá que aprender a convivir” (Francisco Iglesias, 2001, p. 67).

“Revista Digital sobre Moda en Venezuela” (2015) cita a Lopera (citado por Cortez, 2014) y definen las revistas digitales como la adaptación de las revistas impresas pero a la Web:

Las revistas digitales, al igual que las impresas, se caracterizan por la aparición periódica de artículos, que están agrupados bajo el nombre de una misma institución que certifica que la autenticidad de estos que no pueda ser modificada si no es con la publicación de otra versión, pero difieren en el sentido de que debe ser creada en un formato digital, y publicada y distribuida por medio de un dispositivo de almacenamiento portátil o mediante una red teleinformática (p. 24).

Además, este tipo de revistas son un producto que, como lo explican Ornelas y Cordero (2007):

Se asocia al uso de las computadoras, de la tecnología de la información y al crecimiento de las redes de telecomunicación y se conforma esencialmente por texto digital, es decir, por un conjunto de palabras transformadas a datos numéricos que son legibles por medio de una computadora, la cual requiere de tecnología necesaria para procesar, estructurar, almacenar, consultar y transmitir el texto digital.

(Consultado en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx>)

El consumo de diferentes medios electrónicos ha aumentado en los últimos años. Es por ello que *Hoyo 19 Magazine* será presentada al mercado bajo el formato digital.

2.5 Consumo de Medios Digitales en Venezuela

El avance de las tecnologías ha llevado a la sociedad a un mundo digital y electrónico protagonizado por las páginas virtuales y las aplicaciones. El vehículo por el cual estos medios electrónicos se han ido desarrollando y cobrando importancia alrededor del mundo

han sido las tabletas y los teléfonos inteligentes. La rapidez con que estos artefactos presentan información resulta irremplazable por los momentos por otros medios.

Las sociedad se han modernizado de tal manera que todo lo hacen desde sus teléfonos y esto ha traído consigo la creación de empresas que realizan estudios basados en esta revolución digital. Una de las compañías más importantes destinadas a estudiar la tecnología es *ComScore*.

ComScore realizó un estudio sobre el consumo de medios en Venezuela publicado durante el 2014. Esta investigación es un resumen del consumo digital en el país y cómo se proyecta la tecnología durante el 2015. Del *2014 Digital Future In Focus Venezuela* se extraen diversos aspectos relevantes que explican por qué *Hoyo 19 Magazine* será publicada como medio digital y no como una revista impresa.

Según *2014 Digital Future In Focus Venezuela* América Latina es el quinto continente en tener la mayoría de usuarios únicos en Internet: 170.506 internautas. La audiencia online en Latinoamérica es del 10%, de ese porcentaje Venezuela ocupa el 6%. Además, Venezuela ocupa el quinto lugar en Latinoamérica con la mayoría de visitantes únicos, con 10,7 millones.

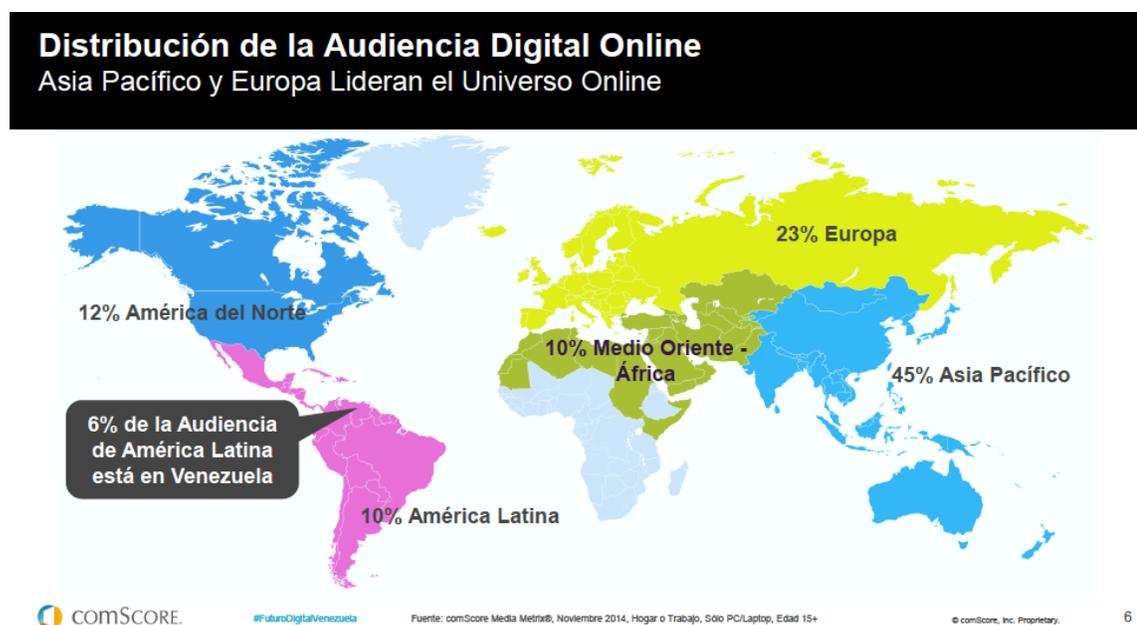


Figura 5. *2014 Digital Future In Focus Venezuela*.

A pesar de que América Latina solo representa el 10% de la audiencia mundial online, es el continente que tiene más usuarios menores de 25 años; luego sigue Asia. Esto quiere decir que la sociedad latinoamericana es joven y estos utilizan los medios digitales, sobre todo, para entretenerse. Mientras que en los otros continentes puede suceder que el uso online esté predeterminado por cuestiones laborales, más que por entretenimiento y recreación, tal como indica el estudio *2014 Digital Future In Focus Venezuela*

Perfil Demográfico en Venezuela

La audiencia predominante son hombres menores de 25 años

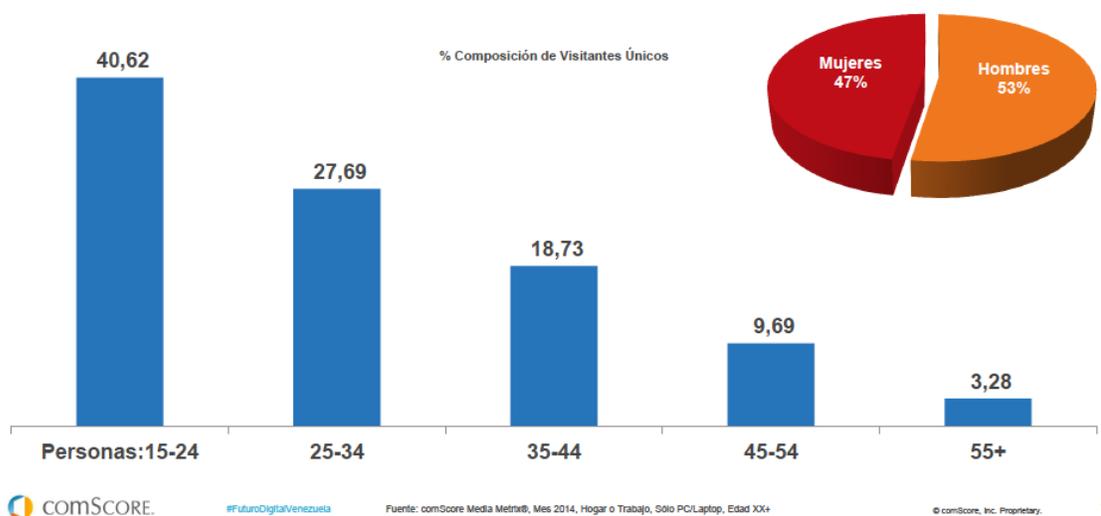


Figura 6. 2014 Digital Future In Focus Venezuela.

El *2014 Digital Future In Focus Venezuela* indica que el comportamiento digital de la audiencia en Venezuela está determinado por las redes sociales, a esto le sigue los servicios y en tercer lugar los negocios y las finanzas. No obstante, existen diversas categorías que se encuentran en crecimiento, tales como los *retails* (páginas de tiendas virtuales), las redes sociales y el deporte. En este trabajo de grado se tomará en cuenta el crecimiento digital en cuanto al deporte ya que se trata sobre una revista digital especializada en golf.

Principales Categorías en Venezuela

Social Media con 2.757 Millones de Páginas Vistas Lidera la Lista

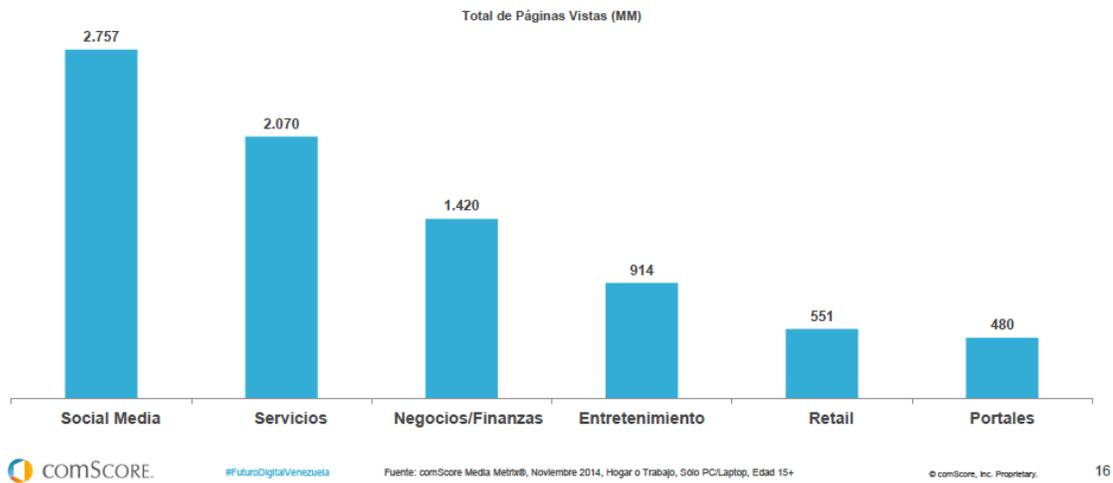


Figura 7. 2014 Digital Future In Focus Venezuela.

Venezuela representa el segundo país de Latinoamérica en tener más promedio de páginas por visita y promedio de minutos por visita en páginas deportivas. Las páginas más visitadas por los internautas son ESPN, Meridiano, As y Marca. La primera cuenta con 845 mil visitantes y Meridiano con 784 mil, respectivamente, afirma *2014 Digital Future In Focus Venezuela*.

Top 10 de los Sitios de Deportes en Venezuela

ESPN ocupa la primera posición en el Ranking con 845 mil Visitantes Únicos, seguido por MERIDIANO.COM.VE con 784 mil

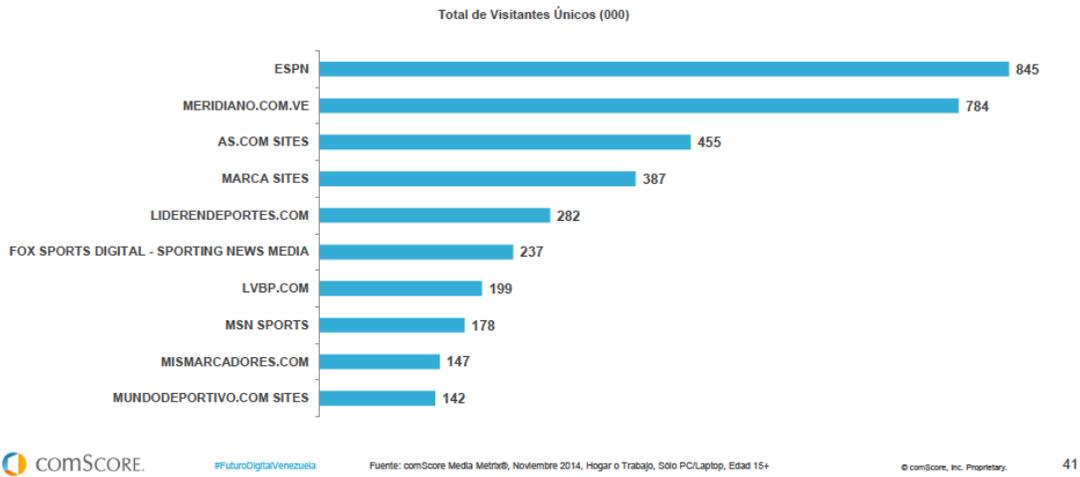


Figura 8. 2014 Digital Future In Focus Venezuela.

El aumento de internautas en distintas categorías y ramas de las plataformas digitales significa que innegable la transición de los medios impresos a los digitales. Hoy en día los venezolanos tienen más acceso a Internet y por consiguiente a medios electrónicos, más la escasez de papel, hace que estos se terminen de convertir en los protagonistas de la información, junto con los usuarios.

Categoría: Deportes

Venezuela es el 3° País en América Latina con el Mayor Promedio de Minutos por Visitante, mientras que en Promedio de Páginas por Visitante es el 2°

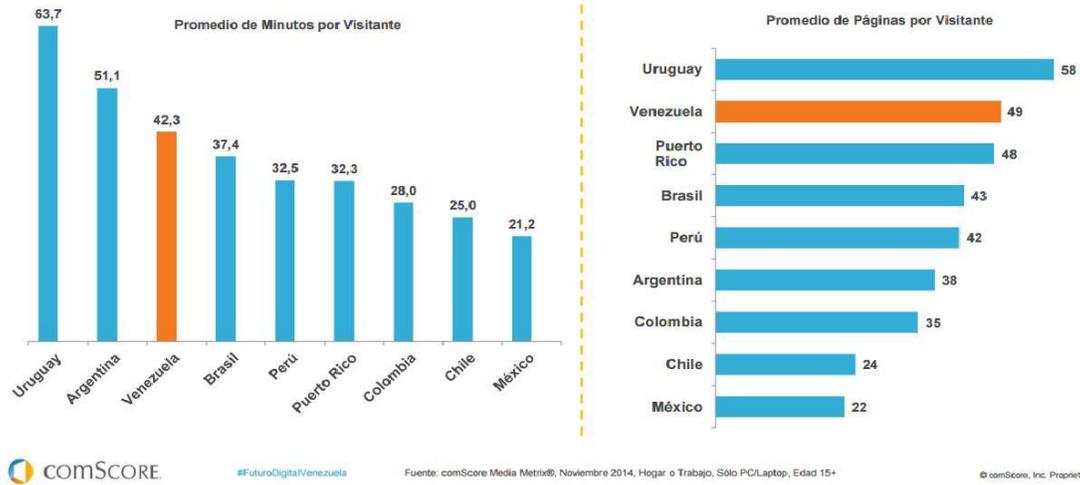


Figura 9. 2014 Digital Future In Focus Venezuela.

La creación de *Hoyo 19 Magazine* apunta a la innovación y al futuro al tratarse de una revista digital. Los medios impresos venezolanos han subestimado el potencial del deporte y existen muy pocos medios que tratan sobre un tema deportivo especializado. *Hoyo 19 Magazine* busca ocupar una posición importante en el mercado deportivo tratando temas de interés para los amantes del golf y aquellos que estén interesados en él.

3. El Golf

3.1 ¿Qué es el golf?

El Diccionario de la Real Academia Española (DRAE), define este deporte como:

Juego de origen escocés, que consiste en impeler con un palo especial una pelota pequeña para introducirla en una serie de hoyos abiertos en un terreno extenso cubierto ordinariamente de césped. Gana el jugador que hace el recorrido con menor número de golpes. (Edición 22, 2012)

En el golf, cada participante realiza sus propias anotaciones, por lo que estimula los valores humanos. Según la organización de golf *The First Tee* (s.f), los valores relacionados con la práctica del deporte son:

- **Honestidad:** Es la cualidad o estado de ser veraz y no engañoso. El golf es único frente a los demás deportes porque los jugadores reportan su propia puntuación.
- **Integridad:** Es la adhesión estricta a un valor o conducta, generalmente la honestidad personal y la independencia. El golf es un juego de etiqueta y compostura. Los jugadores son responsables de sus acciones y conducta personal en el campo de golf, aún cuando los demás puedan no estar observándolos.
- **Deportividad:** Es el respeto a las reglas de juego y el ganar o perder con gracia. Los jugadores deben conocer y cumplir con las reglas del golf y ser capaces de comportarse de forma amable y respetuosa hacia los demás, incluso en un juego competitivo.
- **Respeto:** El sentir o demostrar estima hacia algo. En el golf es importante mostrar respeto por uno mismo, los compañeros de juego, los demás competidores, al campo de golf y al honor y las tradiciones del juego.
- **Confianza:** El sentimiento de confianza en sí mismo. La confianza juega un papel clave en el juego que uno logra. Los jugadores pueden aumentar la confianza en sus

capacidades al ser positivos y centrarse en algo que están haciendo bien sin importar el resultado.

- **Responsabilidad:** Al representar las acciones de uno mismo. Los jugadores son responsables de sus acciones en el campo de golf. Les corresponde llevar la cuenta, las anotaciones, las reparaciones de las marcas de la bola en el *green*, y mantenerse al día con el ritmo del juego.
- **Perseverancia:** El mantener una idea, propósito o tarea a pesar de los obstáculos. Para triunfar en el golf, los jugadores deben continuar a pesar de su mala suerte y sus mismos errores, para así obtener aprendizaje de las experiencias pasadas.
- **Cortesía:** El comportamiento considerado hacia los demás, un gesto cortés. Una ronda de golf debe empezar y terminar con un apretón de manos entre los competidores. Los jugadores deben permanecer tranquilos y en silencio mientras los demás se disponen a golpear la bola.
- **Juicio:** La capacidad de tomar una decisión o formarse una opinión, adoptada luego de considerarla. El uso del buen juicio es muy importante en el golf. Esto entra en juego al decidir una estrategia, la selección de un club, al decidir cuando jugar seguro o tomar un riesgo, al decidir los tipos de golpes que los jugadores usarán, así como también al tomar decisiones saludables dentro y fuera de la cancha.

(Consultado en:

http://www.thefirsttee.org/club/scripts/library/view_document.asp?NS=PUBLIC&DN=INEVALUES).

3.1.1 El golf en el Mundo

El golf en el ámbito mundial ha logrado un desarrollo significativo con el pasar de los años, hoy en día se registran millones de jugadores y miles de campos de la disciplina.

Ortega (s.f) afirma acerca del número de jugadores y campos:

Durante la pasada década el golf ha experimentado un crecimiento muy importante a nivel mundial que muy pocos podían haber previsto diez años atrás. Entre 1985 y 1990 el número de jugadores de golf en todo el mundo ha pasado de unos 35 millones a alrededor de 48 millones, mientras que el número de campos de golf ha pasado de 23.000 a 26.000 (p.1)

Dichos datos permiten observar el aumento de personas interesadas en la actividad, así como también la cantidad de espacios disponibles para practicarla en las distintas partes del planeta. De acuerdo a este panorama, los países que más han evolucionado en relación al deporte son aquellos que poseen mayor tradición golfística, como indica Ortega (s.f) “el mayor crecimiento del golf en términos absolutos ha tenido lugar en los países de mayor población y tradición golfística, como Estados Unidos, Japón, Reino Unido, Canadá y Australia” (p.24)

El país con mayor número de campos de golf es Estados Unidos, que según un estudio proporcionado por la máxima autoridad del golf en el mundo, La R&A (*The Royal and Ancient*) del año 2015 registra un total de 18.145 campos de golf, seguido del continente europeo con 7.403 campos distribuidos en diversos países de la Unión Europea.

| Region | Population | Golf holes | Golf facilities | Population/ golf hole |
|--|---------------|------------|-----------------|-----------------------|
| Africa | 1,110,635,062 | 12,447 | 911 | 89,229 |
| Asia (including the Middle East) | 4,298,723,288 | 91,536 | 4,778 | 46,962 |
| Europe | 742,452,170 | 127,770 | 7,403 | 5,811 |
| North America (plus Central Am. & Caribbean) | 561,072,904 | 303,999 | 18,145 | 1,846 |
| Oceania | 38,303,620 | 31,632 | 2,111 | 1,210 |
| South America | 410,932,390 | 9,150 | 663 | 44,911 |
| The World | 716,219,434 | 576,534 | 34,011 | 12,570 |

Figura 10. *Golf Around The World 2015, R&A.*

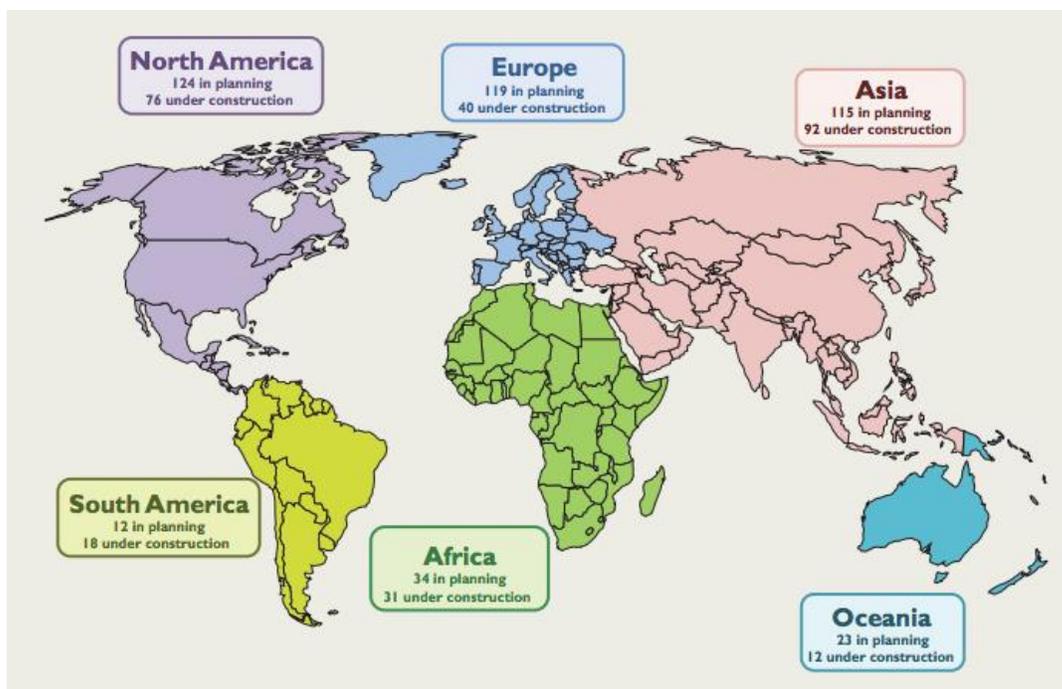


Figura 11. *Golf Around The World 2015*, R&A.

El estudio *Golf Around The World 2015* de la organización R&A expresa que un total de 269 campos alrededor del mundo están siendo construidos durante el año 2015 y 427 canchas están bajo planificación. En Latinoamérica, 18 campos de golf están en proceso de construcción y 12 adicionales en planificación.

3.1.2 Latinoamérica y golf

De acuerdo con el análisis *Golf Around The World 2015* de la R&A (*The Royal and Ancient*) (2015), Argentina y Brasil, los dos países más grandes de la región, poseen el 67% de la oferta de golf. Y a pesar que Argentina es menos de un tercio del tamaño de Brasil, tiene dos veces y medio el mayor número de campos de golf (319 frente a 123).

El golf en Argentina es principalmente parte del “estilo de vida de los country clubs”, pero no es la actividad central en estos clubes, que están destinados para toda la familia y poseen múltiples actividades como tenis, natación, equitación y polo. Argentina es también el hogar del campo de golf más austral del mundo,

el Club de Golf de Ushuaia, situado a una latitud de 54° 49' 56" S. (*Golf Around The World*, 2015).

Según lo expresado en *Golf Around The World* (2015), Suramérica posee 663 instalaciones de golf y reúne aproximadamente el 2% de la oferta de golf mundial. Los 14 países de la región cuentan con al menos un campo de golf pero las instalaciones se concentran en las zonas más pobladas de América del Sur. De hecho, el 90% de los campos de golf de Suramérica se encuentran en sólo cinco países.

| Top 5 golfing countries in South America | Number of golf facilities |
|--|---------------------------|
| Argentina | 319 |
| Brazil | 123 |
| Chile | 77 |
| Colombia | 60 |
| Venezuela | 25 |

Figura 12. *Golf Around The World 2015, R&A.*

Venezuela se encuentra entre el top cinco de países golfistas de Suramérica, con un total de 25 campos del deporte, el 7,83% de campos en comparación con Argentina, que es el país suramericano que posee más canchas de la disciplina (319 campos). En esta misma clasificación se encuentran los países Brasil, Chile y Colombia.

3.1.3 Golf en Términos Económicos

Asimismo, la región latinoamericana no se ha quedado atrás de las grandes potencias en relación al golf. Muchos son los factores que indican el alto potencial de desarrollo del deporte en estas latitudes, como por ejemplo el notable crecimiento económico en la zona. Giles Morgan, jefe del Grupo de Patrocinios HSBC, afirmó en un reportaje de la Federación Colombiana de Golf:

Es muy difícil creer que, si las predicciones para Latinoamérica resultan correctas, el crecimiento de la economía y su influencia en el negocio global no incrementarán la demanda por el golf, al tiempo que una parte de esa inversión no será dedicada al golf (Morgan, s.f.¶6)

El estudio realizado por la unidad *Global Connections Trade Forecast* del Banco HSBC a principios del 2012 contempló que entre el 2012 y el 2026 los negocios internacionales incrementarían en un 86%, con la particularidad de que en Latinoamérica el crecimiento será un 30% más rápido que en el resto del mundo. Esta particularidad refleja el potencial de la región Latinoamericana en términos de crecimiento económico.

Asimismo, una investigación de la *Golf Benchmark Survey* de KPMG (unidad dedicada al estudio de inteligencia de mercado de golf) en el 2008 arrojó que en la región suramericana existen un total 550 campos de la disciplina y un estimado de 130 en construcción. La construcción de mayor cantidad de canchas en la región refleja la inversión realizada para el deporte y su evolución en la zona.

3.1.4 El Tour de las Américas y el PGA Tour Latinoamérica

Hoy en día el Tour de golf más importante para la región latinoamericana es el PGA Tour LA, el cual tuvo su origen en una iniciativa anterior, El Tour de las Américas.

De acuerdo al sitio web oficial del Tour de las Américas (TLA), este fue un tour profesional de golf creado en el año 2000 cuya misión fue cubrir toda la región Latinoamericana y el Caribe. Su objetivo principal fue lograr una amplia cobertura de medios para como consecuencia obtener una gran exposición a nivel regional e internacional:

La misión del TLA es transformar el golf latinoamericano de una serie de eventos individuales a una gira profesional que se asimile a las más importantes del mundo tales como las que se juegan actualmente en Estados Unidos, Europa y Asia. (Consultado en: <http://www.tlagolf.com/nosotros/>).

El golfista profesional venezolano, Henrique Lavié, formó parte de la creación de este circuito en el año 2000. En una entrevista a Golf Report, Lavié expresó:

“(…) yo pensaba que había terminado una etapa en Margarita al igual que pasó antes en Izcaragua y que tenía que irme a este nuevo proyecto que aunque me quitaba mucho tiempo para jugar, económicamente era aún mejor y era la oportunidad de tener en Latinoamérica lo que siempre había soñado para el golf profesional, desde ese momento en el año 2000 fundamos el Tour de las Américas, donde yo era el Director Ejecutivo (…)” (2005, p.33).

Para principios del 2003 el TLA ya había organizado 33 eventos en 17 países a lo largo de la región con más de tres millones de dólares repartidos en premios y proporcionando oportunidades competitivas para profesionales de más de veinticinco países.

Este Tour profesional latinoamericano realizó importantes alianzas con el *European Tour*, el *Canadian Tour* y el *Nationwide Tour* mediante las que los torneos más importantes del TLA otorgaban pases a los jugadores a algunos eventos de estos otros circuitos. El principal torneo del TLA era el *TLA Players Championship*, cuyo último ganador fue el argentino Luciano Dodda en el año 2009.

La última temporada del Tour de las Américas se realizó entre marzo y junio del año 2012 ya que luego de esta fecha, el PGA Tour (circuito profesional estadounidense) absorbió al circuito americano para convertirlo en el actual PGA Tour Latinoamérica, que realizó su primera temporada entre septiembre y diciembre del 2012.

Actualmente dicho circuito posee 22 torneos en su calendario del año 2015 que tienen lugar en países como Argentina, México, Ecuador, Perú, Panamá, Honduras, Uruguay, Chile, Brasil y Colombia.

El PGA Tour Latinoamérica se considera un circuito de mucha importancia ya que los ganadores de los torneos reciben al menos seis puntos para el ranking mundial profesional,

sin mencionar el carácter monetario de las bolsas de las competiciones, que cada una cuenta con un mínimo de 130 mil dólares en premios.

Recientemente, el golfista profesional venezolano Felipe Velázquez se convirtió en el primer criollo en ganar un torneo de este circuito, el Honduras Open que tuvo lugar el 31 de mayo del presente año.

Por otro lado, los jugadores latinoamericanos han obtenido grandes triunfos en circuitos de relevancia a nivel mundial y esta característica despierta interés por el golf en esta región. Algunas de las victorias más importantes:

- El argentino Ángel Cabrera y su triunfo en el US Open 2007 y en el Masters del 2009 (primer latinoamericano en ganar dicho evento), ambos torneos *majors* catalogados como los más importantes del circuito profesional masculino PGA Tour.
- Las victorias de la colombiana Marisa Baena y la chilena Nicole Perrot en el LPGA Tour en el 2005.
- El primer lugar de la colombiana Mariajo Uribe en la HSBC LPGA Brasil Cup en el año 2011.
- El triunfo del venezolano Jhonattan Vegas en el Bob Hope Classic del PGA Tour en 2011.
- Los títulos de Campeón Mundial Juvenil del venezolano Jorge García en 2013 y 2014.
- La victoria del equipo venezolano en el Mundial Juvenil de Golf en el 2013, formado por Jorge García, Gustavo León, Gustavo Morantes y George Trujillo junto a su entrenador Daniel Escalera y el capitán del combinado, Víctor Fookes.
- La victoria del argentino Fabián Gómez en el St. Jude Classic, torneo del PGA Tour en el 2015.

3.1.5 Carácter Turístico de la Disciplina

Si bien las destacadas actuaciones de los latinoamericanos en circuitos mundiales es un indicador de la evolución de la disciplina en esta región, el carácter turístico del golf aporta interesantes avances en diversos países del territorio suramericano. Según datos de la Secretaría de Turismo mexicana (Sectur) del año 2010, “el Golf en México es una actividad turística y no deportiva, en la que 33.9% de los campos se encuentra en zonas turísticas de sol y playa, 25% en ciudades industriales o de negocios y 3.6% en zonas de descanso y diversión para turistas de Estados Unidos y Canadá”.

El número de visitas a los campos mexicanos es un referente del carácter turístico de esta disciplina y el aporte monetario que esta actividad genera para el país y que pudiera representar para cualquier país que quisiera explotar el deporte desde el punto de vista turístico. “En estos campos se tiene un promedio de visitantes anuales de 7.797 con una mezcla promedio de 63.8% nacionales y 36.2% extranjeros principalmente de Estados Unidos (90%) y Canadá (5%) el promedio de rondas por jugador es de dos” (Ramírez, 2011, ¶14).

De acuerdo a una publicación del Ministerio de Turismo de la Nación argentino, la *International Association of Golf Tour Operators* (IAGTo), entidad global que promueve el turismo del golf, ha premiado a Argentina como “Mejor Destino de Golf del Año 2011” en Latinoamérica y el Caribe. Dicho reconocimiento ya había sido obtenido por el país suramericano en el año 2008, y es el primer territorio en obtener el honor en dos ocasiones.

Algunos de los mejores campos turísticos en América Latina según un reportaje de Golf Channel Latinoamérica son:

- **Puntacana Resort & Club República Dominicana:** complejo turístico que cuenta con varios campos de golf, uno de ellos “La Cana” fue creado por el famoso diseñador Pete Dye y es el primero en todo el Caribe en utilizar un tipo de grama que tolera el agua salada.

- **Punta Del Este Golf and Art Resort (Hotel Del Lago) Uruguay:** ofrece una topografía única con una importante particularidad, tres circuitos en 20 hoyos, todos distintos entre sí y seis lagunas artificiales que realzan la belleza de este circuito.
- **Marquis Los Cabos México:** rodeado de campos verde esmeralda y numerosas vistas marinas, es uno de los mejores campos de América Latina con 36 hoyos.
- **Hiltos Cancún Golf & SPA México:** único hotel con propio campo de golf de 18 hoyos, repleto de pastos Bermuda rodeados por manglares.
- **Casa de Campo República Dominicana:** reconocido por el World Travel Awards como el Mejor Resort de Golf del Mundo. Tres de sus campos han sido diseñados por Pete Dye, considerado por muchos el mejor arquitecto de campos de golf en el mundo.
- **Llao Llao Argentina:** 18 hoyos en medio de un marco de montañas y aguas cristalinas. Ofrece al golfista un lugar estratégico para la práctica del deporte en alto nivel.
- **Terravista Golf Brasil:** diseñado por el arquitecto Dan Blankenship con una particularidad. Los primeros nueve hoyos se juegan en medio de un ambiente forestal con temperatura y humedad típica. Los otros nueve se juegan en la costa con vistas de mar y playa.
- **Four Seasons Golf Club Costa Rica:** amplias vistas del Océano Pacífico en 14 de los 18 hoyos. Diseñado por Arnold Palmer con anchos *fairways* y amplios *greens* en un ondulante terreno.
- **Cielo Paraíso Golf Course Panamá:** su diseño arquitectónico explora vistas al Volcán Barú y al Océano Pacífico.
- **Patagonia Virgin Golf and Resort Chile:** 18 hoyos con vista a volcanes vecinos como Osorno, Puntiatgudo, Tronador y Calbuco, rodeado por un centenario bosque nativo en el sur de la Patagonia.

3.1.6 El golf vuelve a ser Olímpico

El 9 de octubre del año 2009 la Asamblea del Comité Olímpico Internacional (COI o IOC en sus siglas en inglés) aprobó durante su 121 sesión la inclusión del golf en el programa olímpico para los Juegos de 2016 en Río de Janeiro y los del año 2020. Según una noticia del diario español El País (2009), el golf recibió 63 votos a favor y 27 en contra, junto a dos abstenciones; lo que permitió su entrada al programa de las disciplinas que se jugarán en las próximas Olimpiadas.

El golf como deporte estuvo fuera del programa olímpico durante 105 años, las únicas dos veces que el deporte fue parte de las Olimpiadas fue en los años 1900 y 1904.

Para el presidente de la Real Federación Española de Golf, Gonzaga Escauriaza (2009), la inclusión del golf representa un importante avance:

Es un hito en la larga historia del deporte, entre otras cosas porque responde a un deseo histórico justificado por su universalidad, por el elevadísimo número de practicantes en todo el mundo, por su enorme capacidad mediática y, sobre todo, por los valores que transmite de humildad, superación y compañerismo (¶2).

Según el presidente del Comité Olímpico Internacional (COI o IOC en sus siglas en inglés) Thomas Bach (2015), la aparición del golf en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016 será la mejor oportunidad para promover el deporte:

En mi opinión el deporte puede ganar en cuanto a la atención universal que recibirá, el hecho de que los Juegos Olímpicos sean transmitidos en todos los países del mundo con billones de espectadores será el mejor escenario para promover el deporte. Estoy bastante confiado de que el golf se verá beneficiado con esta situación (Consultado en: <http://www.igfgolf.org>).

Asimismo, el emblemático profesional y diseñador de campos estadounidense Jack Nicklaus (2014), considera que los Juegos Olímpicos promoverán el deporte

mundialmente: “La vuelta del golf a los Juegos Olímpicos va a significar un papel muy importante en el crecimiento del golf en el mundo (...)”.

Según lo expresado en *Golf Around The World* (2015), el golf recibirá mucha atención en el tiempo previo y durante los Juegos Olímpicos, ya que esta es la primera vez en 110 años que el golf es un deporte olímpico.

La inclusión del golf como deporte olímpico representa un avance para la disciplina, tanto por su difusión como por la capacidad de ser reconocido como un deporte más accesible en todas partes del mundo.

3.2 Golf Vinotinto

3.2.1 Historia del golf en Venezuela

De acuerdo al documental “El golf en Venezuela, la Herencia de Las Barrancas” (Crema, 2013) el golf en Venezuela tiene sus inicios entre los años 1912 y 1916 de la mano de una serie de ejecutivos y empresarios que llegaron al país en busca de participar en la explotación petrolera de la época. En consecuencia, fueron esos personajes quienes traen la disciplina a Venezuela. Los extranjeros practicaban el golf en Caracas, sobre un terreno conocido como Las Barrancas, al oeste de la ciudad, específicamente en el camino de Antímamo.

En 1917 se decide construir la primera cancha de golf sobre el terreno de Las Barrancas, sin embargo, debido a la irregularidad del terreno, fue diseñada con un solo hoyo (*green*) y nueve diferentes puntos de salida (*tees*). En 1918 se inaugura este proyecto y en ese mismo año, los golfistas de la época Luis Vaamonde y William H. Phelps contribuyen con la construcción del club campestre Caracas Golf Club inaugurado el 23 de febrero.

Desde el año 1924 la cancha del Maracaibo Golf Club abre sus puertas y el 1ero de diciembre de 1930, se inaugura el primer campo de Golf con 18 hoyos del país en terrenos de la antigua Hacienda Blandín en Chacao. Este campo se mantiene hoy en día y es

conocido por pertenecer al Caracas Country Club. Dicha cancha fue diseñada por el arquitecto americano Charles Banks y la ambientación y paisajismo estuvo a cargo de la firma *Olmsted Brothers*, quienes realizaron a finales del siglo XIX el proyecto del Central Park en Nueva York.

Para el año 1951, se legaliza la Asociación Venezolana de Golf, presidida por el Dr. Carlos Eduardo Frías, en el Caracas Country Club. A partir de ese momento, se otorgó carácter oficial a los Campeonatos Amateurs Masculino, Femenino y Juvenil en el país. Actualmente la Federación Venezolana de Golf es presidida por Freddy Alcántara y organiza una gran cantidad de torneos profesionales y amateurs a lo largo del año.

3.2.2 Campos de golf en Venezuela

Según la Federación Venezolana de Golf (FVG) (2015) en Venezuela se registran 25 campos del deporte:

| Campo | Ubicación |
|-------------------------------|----------------------------------|
| Barquisimeto Golf Club | Barquisimeto, Lara |
| Caraballeda Golf & Yacht Club | La Guaira, Vargas |
| Caracas Country Club | Caracas, Distrito Capital |
| Cardón Golf Club | Punto Fijo, Falcón |
| Caronoco Golf Club | Puerto Ordaz, Bolívar |
| Country Club de Maracay | Maracay, Aragua |
| Cumanagoto Golf Club | Cumaná, Sucre |
| El Menito Golf Club | Zulia |
| El Morro Golf Club | Puerto La Cruz, Anzoátegui |
| Guataparo Country Club | Valencia, Carabobo |
| Isla Margarita Golf Club | Isla de Margarita, Nueva Esparta |
| Izcaragua Country Club | Izcaragua, Miranda |
| Junko Golf Club | El Junquito, Miranda |

| | |
|------------------------------------|----------------------------|
| La Cumaca Golf Club | Valencia, Carabobo |
| Los Anaucos Golf Club | Charallave, Miranda |
| Los Canales Golf Club | Río Chico, Miranda |
| Lagunita Country Club | La Lagunita, Miranda |
| Los Chaguaramos Golf Club | Anaco, Anzoátegui |
| Maracaibo Country Club | Maracaibo, Zulia |
| Morichal Golf Club | Maturín, Monagas |
| Puerto La Cruz Golf & Country Club | Puerto La Cruz, Anzoátegui |
| San Miguel Country Club | Maturín, Monagas |
| San Luis Country Club | Valencia, Carabobo |
| Valle Arriba Golf Club | Caracas, Distrito Capital |

Tabla 1. Campos de golf en Venezuela, Hoyo 19 Venezuela

3.2.3 Atletas Venezolanos

3.2.3.1 La Leyenda del golf Venezolano: Ramón Muñoz

Ramón Muñoz es el máximo campeón nacional de golf profesional del país. Obtuvo la victoria en el Campeonato Nacional de Profesionales un total de 17 veces. Muñoz comenzó su carrera deportiva como *caddie* del Valle Arriba Golf Club ubicado en Caracas. Hoy en día a sus 73 años continúa practicando el deporte.

En el año 1968 se hizo profesional y compitió en torneos nacionales e internacionales. “En todos los países a los que iba a jugar me posicionaba entre los primeros. A la Copa del Mundo fui dieciocho veces, y por ello me dieron un reconocimiento como el golfista que más ha competido en la Copa Mundial” (Ramón Muñoz, comunicación personal, 2014).

Entre las más destacadas distinciones que logró el venezolano están: el Golfista del Siglo, La Orden del Metro de Caracas, el Golfista más Destacado por el Círculo de la Fuerza Aérea de Venezuela, el Meridiano de Oro y el Campeón Nacional de Profesionales.

Actualmente Ramón Muñoz se desempeña como profesor de la Escuela de Golf del Valle Arriba Golf Club de Caracas.

3.2.3.2 Jugadores Actuales

De acuerdo con lo expresado por el presidente de la Federación Venezolana de Golf (FVG) Freddy Alcántara (comunicación personal, diciembre 15, 2014), hoy en día existen cerca de 4.571 jugadores federados y la cantidad de practicantes de la disciplina oscila entre los 5.500. A su vez, Alcántara asegura que “existen cerca de 25 atletas con nivel competitivo en el exterior y ese número aumenta con rapidez”.

De acuerdo con Hoyo 19 Venezuela (2014) los golfistas venezolanos en el exterior más destacados son:

| Atleta | Circuito |
|------------------------|---|
| Jhonattan Vegas | PGA Tour (principal tour mundial) |
| Verónica Felibert | Symetra Tour (del LPGA Tour) |
| Otto Solís | PGA Tour Latinoamérica |
| Alfredo Adrián | PGA Tour Latinoamérica |
| Cipriano Castro | PGA Tour Latinoamérica |
| Diego Larrazábal | PGA Tour Latinoamérica |
| Felipe Velázquez | PGA Tour Latinoamérica |
| Wolmer Murillo | Tour Asiático |
| María Andreína Merchán | University of South Florida, Tampa |
| Jorge García | American Junior Golf Association (AJGA) |
| Alejandro Garmendia | Minorleague Golf Slinger Tour |
| Carla Maestre | University of California, Pensilvania |
| Claudia de Antonio | Florida State Golf Association (FSGA) |
| Gustavo Morantes | American Junior Golf Association |

| | |
|------------------------|--|
| | (AJGA) |
| Ariadna Fonseca | Lee Westwood Golf School Florida |
| Gabriela Coello | American Junior Golf Association (AJGA) |
| Ignacio Arcaya | Scholarship Golf Tour |
| Julio Vegas | Web.com Tour |
| Rafael Guerrero | Swingthought Tour |
| George Trujillo | Indian Hills Community College |
| Dismary Márquez | Southeastern Conference |
| Luis Martínez | The British School Weston Florida |
| Sebastián Díaz | PGA South Florida Section |
| Christian A. Hernández | Creek Golf Club Texas |

Tabla 2. Jugadores Actuales, Hoyo 19 Venezuela

Estos venezolanos actualmente desarrollan sus carreras deportivas fuera del Venezuela y frecuentemente alcanzan logros de relevancia, sin embargo, no obtienen la difusión informativa de parte de los medios de comunicación nacionales, situación generada por el desconocimiento del deporte en el país y sus protagonistas.

3.2.4 Medidas de Masificación del golf

Luego de unas declaraciones del ex presidente Hugo Chávez en el año 2009 durante el programa número 359 de Aló Presidente, se concretó el cierre de siete campos petroleros de golf de carácter público y fueron amenazados con expropiación varios clubes privados, entre ellos, el Caraballeda Golf & Yacht Club ubicado en La Guaira, estado Vargas.

El motivo de esta acción fue para el mejor aprovechamiento de los espacios en algunos campos de golf en el país a través de la construcción de viviendas para los sectores más pobres. Desde ese momento el golf en Venezuela se ha encontrado con diversas dificultades que impiden su desarrollo en el país.

A pesar de esta situación, el actual presidente de la Federación Venezolana de Golf, Freddy Alcántara, aseguró que la institución tomará nuevas medidas para popularizar el golf nacional:

La Federación ha adoptado unas medidas muy interesantes y nuevas que es que antes, para poder jugar golf y torneos de la Federación debías ser miembro de un club, hoy en día nosotros estamos dejando que la gente se afilie sin ser miembro de un club, nosotros los metemos en lo que llamamos un “club virtual” para tener la facilidad de jugar en todas las canchas mientras los inviten, porque son miembros de un club que está auspiciado por la Federación Venezolana de Golf. (comunicación personal, diciembre, 2014).

A pesar de todas las dificultades, el golf es un deporte que continúa abriéndose camino en el país y la muestra de ello es la cantidad de atletas criollos que compiten fuera de las fronteras, el calendario de torneos que tienen lugar anualmente en Venezuela y las iniciativas de la Federación Venezolana de Golf para atraer más jugadores y fomentar la disciplina.

II. MARCO REFERENCIAL

2.1 Hoyo 19 Venezuela

Hoyo 19 es un programa televisivo de carácter deportivo y de producción nacional independiente dedicado a la difusión del acontecer del golf en Venezuela. Es transmitido en televisión de señal abierta, por el único canal deportivo de Venezuela, Meridiano TV. Desde el 2004, Hoyo 19 ha estado al aire ininterrumpidamente en las pantallas venezolanas desde hace 11 años, cumpliendo así con su principal objetivo: servir como ventana para comunicar los logros y avances de la disciplina en el país.

Hoyo 19 es un producto de 1/2 hora de frecuencia semanal cuyo contenido reúne la transmisión de torneos y eventos de golf nacionales, noticias de jugadores venezolanos destacados que compiten en el exterior, entrevistas a personalidades del deporte y además eventos corporativos relacionados con la disciplina.

La producción ejecutiva de Hoyo 19 está a cargo de la comunicadora social y periodista deportiva Jeanette Vargas Lovelle, quien también es su conductora junto al profesional de golf con certificado TPI (*Titleist Performance Institute*) Alexander Capitulo.

Hoyo 19 es transmitido principalmente por el canal de señal abierta Meridiano TV, sin embargo, también ha formado parte de la programación de los canales por cable ATEL TV (Americana de Televisión) y TV Venezuela.

Hoyo 19 recibió este año un reconocimiento muy importante por parte de la Federación Venezolana de Golf, su máxima distinción “La orden Carlos Eduardo Frías“, en reconocimiento a su labor ininterrumpida por más de 10 años. Adicionalmente su productora Ejecutiva y Conductora recibió el carnet honorario de la PGA de Venezuela que la acredita como miembro profesional de su institución por su labor en la promoción del deporte a través de Hoyo 19.

2.2 Misión

Hacer del deporte no tradicional un mecanismo de publicidad y promoción efectivo para nuestros clientes y contribuir con el desarrollo y engrandecimiento del deporte y sus protagonistas. Cerrar el ciclo entre la inversión publicitaria de nuestros anunciantes, la mejora del deporte, su difusión y el retorno de la inversión.

2.3 Visión

Ser el programa líder de televisión deportiva de golf que proyecte el desarrollo y crecimiento de los venezolanos y del deporte en el mundo.

2.4 Productos y Servicios

Hoyo 19 ofrece a sus clientes los siguientes servicios:

- Cobertura de eventos nacionales de golf.
- Edición y producción de programas televisivos de 1/2 hora.
- Transmisión del programa televisivo por el canal de señal abierta Meridiano TV.
- Promoción de eventos por medio de redes sociales del programa.

2.5 Aliados

Los principales aliados de Hoyo 19 son la Federación Venezolana de Golf (FVG) y la Asociación de Golfistas Profesionales de Venezuela (PGA de Venezuela). No obstante, la institución ha trabajado en equipo con otras organizaciones de golf venezolanas como lo son:

- La Asociación de Golfistas Senior de Venezuela (AGSV).
- Movistar (con la Gira Nacional de Golf Movistar).

- Barquisimeto Golf Club (con el Abierto de Barquisimeto).
- Guataparo Golf Club (con la Copa Ryder del Guataparo).
- Fundación Merand (con el Torneo Tee Off a la Educación).
- Fundación Jhonattan Vegas.
- Gira Nacional Samsung.
- Empresas organizadoras privadas: Sport Elite, Event Golf, entre otras.

2.6 Anunciantes

Durante su trayectoria, Hoyo 19 ha contado con los patrocinantes:

- Movistar.
- Motorola.
- Lazzara Custom Yachts.
- Sea Ray Boats.
- Chrysler.
- Mitsubishi.
- Platino Ristorante.
- Rudy Project.
- Samsung.
- Fletes GAG.

- Merand Real Estate.
- Seguros Pirámide.

2.7 Estructura de Promoción

Hoyo 19 hace uso de sus redes sociales como generadoras de contenido en materia de golf nacional e internacional y al mismo tiempo difunde noticias sobre las actuaciones de golfistas venezolanos que compiten en el exterior. Este mecanismo ha permitido también promocionar el contenido de los programas de cada semana y mantener a su vez el contacto directo con su público. Las redes sociales que posee Hoyo 19 son:

- Cuenta de Facebook: “Hoyo 19, el programa de golf de Venezuela”
<https://www.facebook.com/pages/Hoyo-19-el-programa-de-Golf-en-Venezuela/40218112944>
- Cuenta de Twitter: @hoyodiecinueve <https://twitter.com/hoyodiecinueve>
- Canal de Youtube: hoyo19vzla <https://www.youtube.com/Hoyo19Vzla>

2.8 El Producto *Hoyo 19 Magazine*

Actualmente el golf en nuestro país ha experimentado grandes momentos debido (en su mayoría) a las destacadas actuaciones de jugadores venezolanos que compiten en los circuitos más importantes del golf a nivel mundial: PGA Tour, Tour Asiático, PGA Tour Latinoamérica, Symetra Tour y otras competiciones.

A pesar de sus esfuerzos, sus prácticas no han logrado obtener la difusión esperada en los medios de comunicación nacionales, debido al poco conocimiento que posee la población venezolana referente a esta disciplina y sus protagonistas. Por esta razón, Hoyo 19 Venezuela (2013) considera que “es de importancia crear un producto editorial que no

solamente destaque los logros de los jugadores en el exterior sino que también se convierta en un medio de referencia para todo el público interesado en el deporte en el país”.

Por esta razón, fue propuesto el proyecto de elaboración de una revista digital especializada en golf de parte de los estudiantes en conjunto con la institución Hoyo 19 Venezuela. De esta manera se combinarán los esfuerzos de ambas partes en materia de conocimientos sobre la disciplina y herramientas o destrezas relacionadas con la producción editorial, adquiridas por los alumnos durante su carrera académica de Comunicación Social mención Periodismo.

2.9 Investigaciones sobre la Competencia

Una de las primeras tareas en conjunto con la empresa Hoyo 19 fue la búsqueda y observación de medios de comunicación venezolanos especializados en golf. Los resultados obtenidos producto de esta investigación fueron:

- Revista Par.
- Revista Par 3.
- Revista Golf Report.
- Revista Fairway.

De acuerdo con Hoyo 19 Venezuela (2014) la observación arrojó la siguiente información:

- **Revista Par:** fundada en el año 1981 por su editor José Luis Tellerías. Ofrece a sus lectores un registro de hoyos en uno realizados en los clubes del país. Hasta el momento tienen registrados unos 200. Su distribución se realiza en los clubes de golf de Venezuela.
- **Revista Par 3:** revista dedicada a niños golfistas, de abundantes colores e ilustraciones. Su contenido es simple. Su editora es Mariella Hoffmann, actualmente la revista ya no está en circulación.

- **Revista Golf Report:** fundada por su editor Carlos Rojas Garrido. Brinda al lector numerosas entrevistas a distintas personalidades del golf nacional. Actualmente sólo mantiene su versión web, www.golfreportlatino.com. En un principio fue diseñada para cuatro medios: revista impresa, página web, micros de radio y programa de televisión.
- **Revista Fairway:** fundada en 1994 por su editor Eduardo Pérez París. Ofrece a los lectores numerosas secciones de *Tips* de golf. Es la única de las revistas de golf que posee una versión digital. Se ha expandido a otros mercados con su edición Fairway Panamá. Puede ser leída vía Web.

2.10 Análisis de la Competencia

El análisis de la competencia se realiza para estudiar los componentes y elementos de los demás competidores del sector para así tomar decisiones acerca del proyecto y contribuir a innovar y satisfacer necesidades que la competencia no cubre.

En palabras de Borello (1994):

El análisis DOFA es una herramienta gerencial que facilita la evaluación situacional del proyecto y permite estudiar los factores internos, es decir, las debilidades y fortalezas del proyecto o producto, así como los factores externos, amenazas y oportunidades, que tiene ante los competidores del sector. Una de las aplicaciones del análisis DOFA es la de determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad. (p.157).

El método consiste en una matriz conformada por los cuatro elementos: oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, las cuales se enumeran para tener en cuenta el panorama de cada competidor.

Como parte de la investigación, se realizaron los análisis DOFA de cada uno de los medios (en este caso revistas) especializados en golf que hay en Venezuela:

Ambos análisis se realizaron de acuerdo a las revistas especializadas en golf que aún se encuentran en existencia en el país, como lo son Revista Par y Revista Fairway. Se excluyeron la Revista Golf Report y la Revista Par 3, la primera, debido a que ya no es una publicación impresa sino un sitio web y la segunda porque desde hace varios años ya no se encuentra en circulación. Por tanto, estas últimas no se consideran competencia para la revista digital *Hoyo 19 Magazine*.

Análisis DOFA Revista PAR

| Revista PAR | Análisis DOFA | |
|-------------------------|--|--|
| Análisis Interno | Fortalezas | Debilidades |
| | Pionera como revista especializada en golf | No posee versión digital |
| | Reconocida por el público meta | Altos costos de impresión y distribución debido a su formato impreso |
| | Más de 30 años en el mercado | |
| Análisis Externo | Elemento diferenciador: Récord de hoyos en uno | |
| | Oportunidades | Amenazas |
| | Incorporación al mundo digital | Aumento de costos de producción |
| | | Ingreso de nuevos competidores al sector |

Tabla 3. Análisis DOFA Revista PAR, Las autoras

En el primer análisis DOFA, correspondiente a la Revista Par, se consideró una fortaleza el hecho de ser una de las revistas especializadas en golf pioneras en el mercado. Su amplia trayectoria le ha permitido posicionarse como una de las publicaciones clásicas del deporte en el país.

Otra de las fortalezas de la revista Par es su récord de hoyos en uno, este elemento es distintivo del medio y consiste en el registro de cerca de 200 hoyos en uno realizados en los clubes del país. Se tomó en cuenta este elemento como una fortaleza ya que ningún otro producto editorial posee dicha recopilación de datos.

Como debilidad principal, la revista Par no posee versión digital ni sitio web. En la actualidad, no ser parte del universo 2.0 es una desventaja frente a quienes poseen presencia en la web. Por otro lado, otra debilidad de este medio es continuar como producto de circulación impresa, ya que en nuestro país los costos de impresión y de papel son muy elevados, por esta razón, la publicación puede verse afectada de manera negativa y directamente.

Análisis DOFA Revista Fairway

| Revista Fairway | Análisis DOFA | |
|-------------------------|--|--|
| Análisis Interno | Fortalezas | Debilidades |
| | Más de 20 años en el mercado | Contenido simple, géneros periodísticos escasos. |
| | Gran cantidad de anunciantes | |
| | Sitio web y versión digital actualizados | |
| Análisis Externo | Oportunidades | Amenazas |
| | Universalidad debido a la versión web | Ingreso de nuevos competidores al sector |
| | | Mejora de contenido por parte de posibles competidores |

Tabla 4. Análisis DOFA Revista Fairway, Las autoras

La fortaleza principal de Fairway es que posee una versión digital y un sitio web actualizados y de fácil acceso a la información. Además de llevar 20 años en el mercado, Fairway se extiende a otras fronteras con su versión Fairway Panamá.

Otra fortaleza que posee Fairway es su gran cantidad de anunciantes, los cuales permiten mantener la versión impresa de la revista a pesar de los altos costos de impresión y papel en el país. Sin embargo, el contenido de Fairway podría ser mejorado incorporando mejor redacción en los géneros periodísticos, uno de los objetivos primordiales de *Hoyo 19 Magazine*.

El análisis DOFA de Fairway refleja que en términos digitales, la revista se mantiene en la vanguardia. Sin embargo, en términos de contenido, la información y redacción pueden ser de mejor calidad, y este aspecto se considera una oportunidad para *Hoyo 19 Magazine*.

Los análisis DOFA de las revistas consideradas como competencia, permiten conocer los aspectos positivos y negativos de cada medio de comunicación, lo que facilita la toma de decisiones al momento del diseño y estructura del proyecto digital *Hoyo 19 Magazine*. El objetivo de la publicación es crear un producto de alta calidad, amigable para los lectores y con contenidos correctamente redactados y de interés para el público general.

Hoyo 19 Magazine se diferenciará de las demás revistas de golf nacionales porque su foco principal es difundir información de los golfistas venezolanos en el exterior, y este objetivo será el elemento diferenciador de la revista frente a los demás medios.

III. MARCO METODOLÓGICO

El presente proyecto de grado consiste en una tesis de modalidad pasantía, debido a la relación laboral existente entre los estudiantes con la empresa Hoyo 19 Venezuela para llevar a cabo un producto editorial mediante el uso de las herramientas comunicacionales adquiridas durante la carrera profesional. El diseño de la revista digital permitirá el logro de una serie de objetivos comunicacionales requeridos por la empresa y culminará en la puesta en práctica del proyecto editorial digital.

3.1 Formulación del Problema y Terminología Básica

A lo largo de los años, el golf se ha impulsado como deporte de gran importancia en Venezuela; sin embargo, es escasa la información que se encuentra sobre es la actividad.

Los diferentes talentos venezolanos con grandes logros en el exterior son poco conocidos en el país a pesar de su desempeño internacional.

Debido a este gran vacío de información, Hoyo 19 Venezuela (empresa con más de 10 años trabajando con el golf venezolano mediante un programa de televisión en un canal nacional) está interesada en crear una publicación donde puedan informar a los aficionados de este deporte lo que está ocurriendo en el mundo del golf

Tomando en cuenta la problemática existente surge el problema de esta investigación:

CÓMO REALIZAR LA PRODUCCIÓN EDITORIAL DE UNA REVISTA DIGITAL ESPECIALIZADA EN GOLF EMITIDA POR LA EMPRESA HOYO 19 Y DIRIGIDA A JUGADORES Y AFICIONADOS DEL GOLF.

3.2 Establecimiento de los Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Elaborar una revista digital especializada en golf para Hoyo 19 Venezuela.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Evaluar el mercado de revistas de golf en Venezuela y examinar otros modelos de publicaciones digitales.
- Determinar la opinión del nicho de mercado para la creación la revista.
- Difundir el acontecer del Golf nacional e internacional mediante herramientas digitales.
- Destacar las actuaciones de los bastonistas venezolanos en el exterior.

3.3 Diseño y Tipo de Investigación

El desarrollo del producto editorial se llevará a cabo mediante una investigación exploratoria, ya que el golf en Venezuela es un tema del cual no existen diversas investigaciones. Adicionalmente es necesario indagar y utilizar las técnicas de recolección de datos como la revisión bibliográfica especializada, las entrevistas y los cuestionarios.

“Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (Sampieri, 1997, p. 44).

La investigación exploratoria permite abrir caminos y comenzar a tomar decisiones importantes que permitirán desarrollar el producto editorial. Dicho método se utiliza para obtener un análisis preliminar de la situación, lo que en este caso es fundamentalmente necesario para conocer los datos del estudio de mercado y aplicar los resultados al diseño de la publicación.

3.4 Modalidad

De acuerdo al Manual del Tesista de Comunicación Social, por tratarse de la relación simbiótica entre estudiantes y una empresa específica el presente proyecto de grado corresponde a la modalidad de “Pasantías”, ya que gracias a la ayuda de la empresa Hoyo 19 podremos realizar un producto editorial considerado como un medio de comunicación digital.

Según lo mencionado anteriormente, el Manual del Tesista también expone que esta modalidad pretende involucrar al estudiante con el campo laboral y de servicio social a través de una empresa que le permita el logro de una serie de objetivos específicos en un área relacionada con la comunicación.

El público meta de este producto serán los jugadores del deporte, los aficionados y todo aquel que esté interesado en la disciplina. Cabe destacar que la audiencia debe tener acceso a Internet para poder visualizar cada edición de la publicación.

Para el diseño de este medio, es necesario conocer y manejar correctamente las herramientas que un comunicador social obtiene en su formación, ya que se pondrán en práctica los géneros periodísticos y los conocimientos de producción editorial estudiados.

3.5 Unidades de Análisis

Para llevar a cabo el desarrollo del producto editorial digital especializado en golf, es necesario recabar información de las siguientes unidades de análisis:

- La empresa Hoyo 19 Venezuela, ya que por más de 10 años ha trabajado dentro del ámbito golfístico del país y su programa televisivo reúne al público meta específico destinado a la revista digital a desarrollar. Asimismo, la información requerida para el contenido de la misma será obtenida gracias al apoyo de la institución.
- Jugadores de golf venezolanos, a quienes se les realizará un cuestionario destinado a obtener sus opiniones personales acerca de la publicación digital de golf venezolana y a

su vez, la manera en la que se obtendrán datos de sus desempeños personales en el deporte para el contenido de la revista.

- Publicaciones venezolanas especializadas en golf, cuyo análisis permitirá conocer las características de cada producto y los elementos que las diferencian. De esta manera se obtendrá un panorama completo de los medios existentes relacionados con la disciplina.

Cada uno de estos grupos aportará al trabajo distintas percepciones acerca del deporte en el país y el desarrollo de una publicación digital dedicada al mismo. Al integrar sus respuestas, se logrará el correcto desarrollo del producto editorial.

3.6 Elaboración de Instrumentos para la Recolección de Información en cada Unidad de Análisis

3.6.1 Selección

El mercado meta de la publicación digital de golf será el mismo público al cual está dirigido el programa televisivo de la empresa Hoyo 19 Venezuela. En este caso, para definir las tácticas comunicacionales específicas para la realización del producto, se realizarán cuestionarios a especialistas en publicaciones venezolanas de golf, jugadores de golf criollos que compiten en el exterior y expertos en productos editoriales venezolanos. Según Sampieri (1997) un cuestionario “consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p.217).

3.6.2 Diseño

El diseño de los cuestionarios estuvo orientado a obtener la mayor cantidad posible de información acerca de las características de las publicaciones de golf del país, así como también sobre el deporte y su desarrollo en Venezuela. Los cinco modelos de cuestionarios se diseñaron con distintos propósitos:

- **Instrumento 1:** Destinado a obtener la opinión del presidente de la Federación Venezolana de Golf, Freddy Alcántara, acerca del ámbito golfístico en el país y su desarrollo.
- **Instrumento 2:** Orientado a conocer el punto de vista del presidente de la Asociación de Golfistas Profesionales de Venezuela (PGA de Venezuela) Miguel Martínez, sobre la institución y el desarrollo de la disciplina en Venezuela.
- **Instrumento 3:** Dirigido a conocer información referente a las publicaciones de golf venezolanas, estructura, diseño y elementos diferenciadores para la creación del producto digital.
- **Instrumento 4:** Aplicado a los jugadores de golf venezolanos que compiten actualmente en el exterior, con el fin de fijar canales por los cuales se obtendrán datos acerca de sus desempeños deportivos.
- **Instrumento 5:** Matrices de análisis de publicaciones venezolanas especializadas en el deporte, cuyo objetivo es conocer los medios de golf existentes, sus características y diferencias para posteriormente elaborar un producto más completo y mejor diseñado.

3.6.3 Validación de los Instrumentos

La validación de los 5 modelos de cuestionarios se sometió al juicio de los siguientes especialistas:

- Gianinna Olivieri: Directora de la Escuela de Letras de la UCAB y profesora universitaria.
- Osvaldo Burgos: Profesor universitario con experiencia en el área de la informática aplicada a la comunicación.
- Inés Rodríguez: Comunicadora social y especialista en golf venezolano.

3.6.4 Método de Recolección de Datos

Según Sampieri (1997), el método de recolección de datos “implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (p.198). Considerando este planteamiento, para el desarrollo de la investigación se recurrió a la realización de cuestionarios presenciales y por correo electrónico a personalidades del golf venezolano, expertos en publicaciones y jugadores de golf criollos, así como también la consulta de fuentes documentales para la realización del marco teórico del trabajo de grado.

3.6.4.1 Fuentes documentales

En primer lugar, la obtención de información para el presente trabajo de grado se realizó vía la investigación de fuentes documentales, la cual proporcionó datos de valor que fueron añadidos en el marco teórico de la misma. La investigación de fuentes documentales requirió la revisión de libros, trabajos de grado, revistas y publicaciones en línea.

3.6.4.2 El Cuestionario

El cuestionario es un tipo de formulario destinado a ser llenado por la persona interrogada sin la intervención del encuestador (Ander-Egg. p.125). En los cuestionarios que fueron realizados vía correo electrónico, explica Weiers (1986), no se cuenta con un entrevistador que haga las preguntas, por ello se lo aplica a sí mismo el respondiente; esto, según comenta el autor, brinda la ventaja de permitir a las personas que contestan “formular y registrar con más cuidado sus contestaciones a un ritmo tranquilo y sin distracciones” (p.179).

Ángeles y Münch definen el cuestionario como un formato redactado en forma de interrogatorio en donde se obtiene información acerca de las variables que se van a investigar. Los autores aclaran que puede ser aplicado personalmente o por correo y en forma individual o colectiva.

3.6.5 Elaboración de los cuestionarios

Según Ángeles y Münch (1997:55-56), las preguntas que se realizarán en los cuestionarios deben seguir los siguientes requisitos: deben ser específicas y concretas, y no deben dar lugar a respuestas ambiguas, se debe evitar redactar las preguntas en forma negativa o que sugieran respuesta, cada pregunta debe referirse a una sola idea.

Las preguntas utilizadas en los cuestionarios fueron abiertas, puesto que la necesidad primordial era ampliar la información sobre el tema.

3.6.6 Matrices de Análisis de Medios de Comunicación Especializados en golf

Esta técnica fue recomendada por el profesor Osvaldo Burgos durante la validación de los instrumentos, y se integró a la investigación para conocer los elementos diferenciales de cada revista venezolana especializada en golf. Dicho análisis permitió reunir los aspectos gráficos y de contenido de cada producto editorial para posteriormente idear el diseño de un producto editorial digital especializado en golf con herramientas novedosas y componentes originales.

3.7 Instrumento A: Cuestionarios

3.7.1 Presidente de la Federación Venezolana de Golf (FVG)

Instrumento 1. Freddy Alcántara presidente de la FVG.

- ¿Cómo ve el desarrollo del golf en América Latina y particularmente en Venezuela?
- ¿Se están tomando las medidas en el país para que el golf crezca y se masifique?
- ¿Cómo influye la aceptación del golf como Deporte Olímpico?
- ¿Cómo se escogerá el representante de Venezuela para participar en la Olimpiadas?
- ¿Qué acuerdos tiene la FVG con el Ministerio del Deporte?
- ¿Cuántos golfistas venezolanos están activos en el deporte fuera de Venezuela?
- ¿Cómo reciben información sobre ellos? ¿Se encuentran ellos Federados?

3.7.2 Presidente de la Asociación de Golfistas Profesionales de Venezuela (PGA de Venezuela)

Instrumento 2. Miguel Martínez presidente de la PGA de Venezuela.

- ¿Cómo ve el desarrollo del golf profesional en Venezuela?
- ¿Cuántos profesionales tiene la PGA de Venezuela?
- ¿Podría hablarnos de la historia de la institución?
- ¿Cuántos profesionales están jugando fuera de Venezuela?
- ¿En cuáles tours participan? ¿Al jugar en la PGA de Venezuela tienen derecho a participar en algún tour latinoamericano?
- ¿Cómo ve el desarrollo del golf en Venezuela como Deporte Olímpico?
- ¿Cómo se escogerá el representante de Venezuela para participar en la Olimpiadas?

3.7.3 Directores de Medios de Comunicación dedicados al golf en Venezuela

Instrumento 3. José Luis Tellerías (Editor Revista PAR), Eduardo Pérez París (Editor Revista Fairway), Carlos Rojas Garrido (Editor Revista Golf Report)

- Háblenos de los inicios del medio que usted dirige.
- ¿Cuál es la característica diferencial de su revista?
- ¿Qué puede decirnos acerca del récord de Hoyos en uno de la revista? (*solo para revista Par)
- ¿Cómo obtienen información de los jugadores venezolanos en el extranjero?
- ¿Qué espacio le dedican a los venezolanos en el exterior?
- ¿Qué recomendaría para la publicación digital de Hoyo 19?
- ¿Cuáles son los planes futuros del medio?

3.7.4 Jugadores de golf en el Exterior

Instrumento 4. Verónica Felibert, Carla Maestre, Alejandro Garmendia, María Andreína Merchán, Saraid Ruiz, Alfredo Adrián.

- ¿En dónde desarrollas tu carrera como golfista?
- ¿Cómo los venezolanos obtienen información de tu desempeño?
- ¿Tienes un mecanismo de comunicación regular con la FVG para la difusión de tus logros?
- ¿De qué manera Hoyo 19 podría obtener información frecuente y de manera rutinaria de tus actividades en el deporte?
- Háblanos de tu torneo más importante este año.
- ¿Cómo te involucraste con el deporte?
- ¿Cuál es la mejor anécdota vinculada con el golf?
- ¿Cual fue tu mejor día de golf en Venezuela?
- ¿En qué países has jugado y cuál es tu campo favorito? ¿Y de Venezuela?
- ¿Qué extrañas de tu país?
- ¿Cuál es tu campo favorito del mundo y de Venezuela?

3.8 Instrumento B: Matrices de Publicaciones de Medios Venezolanos especializados en golf

3.8.1 Matriz 1. Revista PAR 3

| Características de la Portada | Características de la Estructura | Publicidad y Anunciantes | Contenido |
|---|---|---|--|
| Fondo de portada: Fotografías de jugadores tanto venezolanos como extranjeros. | Página 1: Editorial firmada por Mariella Hoffmann. | Publicidad a página completa: Reverso de portada, contraportada y reverso de contraportada. | Géneros periodísticos: Entrevista de tipo Ping Pong, Reseña de eventos. |
| Características del logo: Sin variaciones en todas las ediciones. | Página 2: Índice. | Publicidad a media página: En buena cantidad de páginas. | Características de las entrevistas: De tipo ping pong, con un número no mayor a 5 preguntas realizadas a personajes del golf y a algunos jugadores. |
| Títulos del contenido con distintas tipografías. | Secciones fijas de contenido: Entrevista, Ética y Reglas, Mente de Campeón, Sabías Qué, Los Pro Nos Cuentan, Estrellas del Golf, Golf 3D, Noti-Torneos, Club en Marcha, Calendarios de Torneos, Técnica, Otras Caras del Golf. | Anunciantes: La Diadema, Rafael Liendo Corredor de Seguros, Centromueble, Células Madre, Juguetería Kadine Toys, Importaciones Kadine, Foto Studio Corrales, 3C Publicidad Exterior, ToyoMaya C.A., Fletes GAG, Servicios de Corrugado Maracay, Equipos Gym Tech, Tecnología Pasteur, Zona Xerox, Mayé Boutique, Hoyo en uno Pro Shop. | Características de las reseñas de eventos: Utilizadas para describir eventos nacionales relacionados con el deporte. |

| Características de la Portada | Características de la Estructura | Publicidad y Anunciantes | Contenido |
|-------------------------------|--|--------------------------|-----------|
| | Secciones flotantes de contenido: Diver-Golf. | | |
| | Secciones fijas y flotantes no tienen un lugar determinado en la compaginación de la revista. | | |
| | Tipo de letra utilizada para el contenido: Misma tipografía en todas las ediciones. | | |
| | Tipo de letra utilizada para los títulos del contenido: Tipografía varia. | | |
| | Número de páginas por edición: Oscila entre 24 y 28 páginas. | | |
| | Cantidad de columnas de diagramación: De 1 a 3 columnas, dependiendo del artículo. No es una cantidad fija. | | |
| | Fotografías del contenido: Hasta 10 fotos por página. Fotos muy pequeñas y difíciles de visualizar. | | |

Tabla 5. Matriz Revista PAR 3, Las autoras

3.8.2 Matriz 2. Revista Golf Report

| Características de la Portada | Características de la Estructura | Publicidad y Anunciantes | Contenido |
|--|--|---|--|
| Fondo de portada: Fotografías de profesionales de golf venezolanos. | Página 1: Editorial firmada por Carlos Rojas Garrido. | Publicidad a página completa: En ocasiones en la contraportada y con frecuencia en las páginas impares. | Géneros periodísticos: Entrevista de tipo ping pong, reseñas, reseña de eventos. |
| Características del logo: Mismo logo pero de colores distintos en cada edición. Amarillo, naranja, verde, vinotinto y azul. | Página 2: Índice. | Publicidad a media página: En buena cantidad de páginas. | Características de las entrevistas: De tipo ping pong, con un promedio de 5 preguntas realizadas a personajes del golf y a algunos jugadores. Las entrevistas resumen casi todo el contenido de la revista. Abundantes entrevistas en cada edición. |
| Títulos del contenido con la misma tipografía. | Secciones fijas de contenido: Entrevista, Golf Tips, Fitness, Tecnología y Psicología Deportiva. | Anunciantes: Audi, Motorola, Fama de América, Sony, DirecTV, Arizona Grill, Vivax, Circuito X, Polar, 7 Mares Restaurant, Toyota, Visa, Stanford Bank, Oakley, Hesperia, Movistar, Mitsubishi, Titleist, Hoyo 19, Hoyo en 1 Pro Shop, Avior Airlines, La Venezolana de Seguros, Reactor Watch. | Características de las reseñas de eventos: Utilizadas para describir eventos nacionales relacionados con el deporte. |

| Características de la Portada | Características de la Estructura | Publicidad y Anunciantes | Contenido |
|-------------------------------|--|--------------------------|-----------|
| | Secciones flotantes de contenido: PGA, Notas de Prensa, Reglas y Etiquetas, Golf, TLA. | | |
| | Secciones fijas y flotantes no tienen un lugar determinado en la compaginación de la revista. Tipo de letra utilizada para el contenido: Misma tipografía en todas las ediciones, texto justificado. | | |
| | Tipo de letra utilizada para los títulos del contenido: Misma tipografía. | | |
| | Número de páginas por edición: 48 páginas por edición. | | |
| | Cantidad de columnas de diagramación: De 2 a 3 columnas, dependiendo del artículo. Con mayor frecuencia de 3 columnas. | | |
| | Fotografías del contenido: Hasta 3 imágenes por página. | | |

Tabla 6. Matriz Revista Golf Report, Las autoras

3.8.3 Matriz 3. Revista Fairway

| Características de la Portada | Características de la Estructura | Publicidad y Anunciantes | Contenido |
|--|---|---|--|
| Fondo de portada: Fotografías de profesionales nacionales y extranjeros. | Página 4: Índice. | Publicidad a página completa: Patrón: páginas 2,3 y 5 y la contraportada. Páginas impares según la edición. | Géneros periodísticos: Entrevista de tipo ping pong, reseña de eventos, artículo de instrucción (tips), reportaje. |
| Características del logo: Mismo logo en todas las ediciones sin variar. | Páginas 6 y 7: Editorial firmada por Eduardo Pérez París. | Publicidad a media página: En buena cantidad de páginas. | Características de las entrevistas: De tipo ping pong, con un promedio de 5 preguntas realizadas a personajes del golf y a algunos jugadores. |
| Títulos del contenido con la misma tipografía. | Secciones fijas de contenido: Recuento Histórico, Galería Fairway, Reporte Especial, Golf & Turismo, Entrevista Especial. | Anunciantes: Taittinger, Lidotel, Colombia Travel, Turaser, Pattio, FVG, DirecTV, Bancrecer, Toyota, Movistar, Hyatt, Omega, Seguros Constitución, Fletes GAG, Grupo Jach, On Fit, Digitel, Rudy Project, Titleist. | Características de las reseñas de eventos: Utilizadas para describir eventos nacionales relacionados con el deporte. |
| | Secciones flotantes de contenido: son abundantes, de mayor cantidad que las secciones fijas. Varían de acuerdo a la edición de la revista. | | Características de los artículos de instrucción: Son abundantes en la revista, En una misma edición pueden haber hasta 3 artículos de tips de golf. |
| | Secciones fijas y flotantes no tienen un lugar determinado en la compaginación de la revista. | | Características de los reportajes: Género utilizado en secciones como “Recuento Histórico”. |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | Tipo de letra utilizada para el contenido: Misma tipografía en todas las ediciones, texto justificado. | | |
| | Tipo de letra utilizada para los títulos del contenido: Misma tipografía, texto sin justificar. | | |
| | Número de páginas por edición: entre 60 y 80 páginas por edición. | | |
| | Cantidad de columnas de diagramación: A 2 columnas en todas las ediciones. | | |
| | Fotografías del contenido: Hasta 3 imágenes por página, salvo la sección de Galería Fairway, hasta 7 fotografías por página. | | |

Tabla 7. Matriz Revista Fairway, Las autoras

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Matrices de Contenido

La interpretación de resultados de los cuestionarios será sometida a una matriz de contenido, que según Krippendorf (1990) es el análisis de contenido de significados y mensajes, sus funciones dependiendo del ámbito en el que se encuentren, y finalmente sus efectos”.

4.1.1 Presidente de la Federación Venezolana de golf

| Preguntas | Freddy Alcántara |
|--|---|
| ¿Cómo ve el desarrollo del golf en América Latina y particularmente en Venezuela? | El golf en Venezuela y en América Latina está explotando gracias a alianzas con el Tour de los EEUU, con la organización del Masters, que se han empeñado en promover el golf en Suramérica en materia amateur, y eso ha sido una gran iniciativa primordial para el golf en la región. |
| ¿Se están tomando las medidas en el país para que el golf crezca y se masifique? | Lo primero que debemos hacer es actos para que la gente conozca que el golf existe, sepan de qué se trata. Clínicas en televisión y ese tipo de cosas para que las personas lo conozcan porque yo no puedo enfrentarme a una audiencia de 100 personas y hablar de golf cuando no saben ni con qué se juega. Entonces es eso, enseñarles, darles a conocer y luego masificarlo. |
| ¿Cómo influye la aceptación del golf como Deporte Olímpico? | Es un gran logro para nosotros volver a ser considerados un deporte olímpico luego de 110 años. Esto generará una difusión mundial para el golf de la cual nos veríamos beneficiados de gran manera. |

| | |
|---|---|
| <p>¿Cómo se escogerá el representante de Venezuela para participar en la Olimpiadas?</p> | <p>-</p> |
| <p>¿Qué acuerdos tiene la FVG con el Ministerio del Deporte?</p> | <p>Estamos adscritos al Ministerio del Deporte y como somos olímpicos también al Comité Olímpico. Hemos tenido grandes apoyos, desgraciadamente en el caso del Ministerio del Deporte han habido desacuerdos no solo con la FVG sino con las demás federaciones por el tema de las divisas, desde julio del 2014 no recibimos divisas por parte de ellos para nuestros planes. Pero el Comité Olímpico nos ha apoyado constantemente, ha asistido a los torneos internacionales donde juegan nuestros golfistas y ha acompañado al golf en Venezuela.</p> |
| <p>¿Cuántos golfistas venezolanos están activos en el deporte fuera de Venezuela?</p> | <p>Cerca de 25 atletas con un alto nivel competitivo se encuentran afuera representándonos en distintos tours del mundo. Un orgullo para nosotros tener tantos jugadores de alto nivel.</p> |
| <p>¿Cómo reciben información sobre ellos? ¿Se encuentran ellos Federados?</p> | <p>Nos comunicamos con ellos vía correo electrónico y revisamos constantemente las páginas de los tours donde compiten.</p> |
| <p>¿Por qué se otorgaron los recientes reconocimientos al golf? ¿Bajo qué criterio?</p> | <p>Se entregaron a los protagonistas del golf en nuestro país. Los jugadores destacados, los medios de comunicación que con tanto empeño generan información de la disciplina y a personajes que trabajan por el crecimiento del golf en el país. Para nosotros es muy importante reconocerles su trabajo en pro de este deporte que tanto queremos.</p> |

Tabla 8. Presidente de la Federación Venezolana de golf, Las autoras

De acuerdo a las respuestas que brindó el presidente de la Federación Venezolana de Golf Freddy Alcántara, observamos que existen diversos mecanismos y proyectos que están en marcha para el crecimiento y desarrollo del deporte, como lo explica Alcántara: “gracias a alianzas con el Tour de los EEUU, con la organización del Masters, que se han empeñado en promover el golf en Suramérica en materia amateur, y eso ha sido una gran iniciativa primordial para el golf en la región”.

Por otro lado, el presidente del ente más importante en materia del golf en Venezuela expresó que para masificar este deporte hace falta mayor conocimiento sobre el mismo, ya que en nuestro país esta disciplina es desconocida para diversos grupos de personas. Alcántara sugirió el mecanismo de clínicas de golf en televisión cosa que el producto Hoyo 19 TV ya ofrece en forma de *tips*, por lo que la revista *Hoyo 19 Magazine* servirá de medio productor de información relacionada con la disciplina para que todo aquel que le interese el deporte pueda ser lector de la revista y conocer más acerca del deporte.

Con respeto a las alianzas que posee la FVG con el Ministerio del Poder Popular para el Deporte (Mindeporte), se evidencia que desde julio del año 2014, la FVG no recibe divisas de parte de este ente nacional, sin embargo, la situación afecta a otras diversas federaciones deportivas debido a la situación económica actual del país. Sin embargo, Alcántara afirmó que la FVG ha trabajado en conjunto con el Comité Olímpico Venezolano (COV) en diversas ocasiones, por lo que cuentan con su apoyo para distintos proyectos.

La cantidad de atletas venezolanos en el exterior con buen nivel competitivo está entre los 25 jugadores, algunos de los cuales se comunican con la Federación para compartir información sobre su carrera deportiva. En otros casos, la FVG realiza la búsqueda de sus desempeños en los sitios web de los circuitos en donde participan. En general, es necesario establecer un mecanismo de contacto directo que permita a *Hoyo 19 Magazine* mantenerse constantemente actualizado en relación a las participaciones de los jugadores.

4.1.2 Presidente de la Asociación de Golfistas Profesionales de Venezuela.

| Preguntas | Miguel Martínez |
|---|--|
| <p>¿Cómo ve el desarrollo del golf profesional en Venezuela?</p> | <p>El desarrollo del golf en Venezuela en estos momentos ha sufrido un impacto de crecimiento por el tema económico del país, en los últimos años no se han podido construir ningún campo de golf en ningún estado, ni aun en los lugares turísticos de Venezuela y los que aun tenemos en Venezuela han sido cerrados.</p> |
| <p>¿Cuántos profesionales tiene la PGA de Venezuela?</p> | <p>La pga de Venezuela cuenta hoy en día con aproximadamente 100 profesionales de golf y en los últimos 3 años hemos tenido un crecimiento de un 35%. Los profesionales están divididos en jugadores, profesores y <i>green keepers</i>.</p> |
| <p>¿Podría hablarnos de la historia de la institución?</p> | <p>La institución de la PGA de Venezuela desde sus inicios en el año 1961 con la visión del profesional cubano venezolano Julián Fernández tuvo la iniciativa con otros profesionales de crear esta plataforma para una nueva categoría que jugara por el Golf rentado, donde hoy muchos se han desarrollado siendo golfistas profesionales.</p> |
| <p>¿Cuántos profesionales están jugando fuera de Venezuela?</p> | <p>Los únicos que están jugando en tours de relevancia son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jhonatan Vegas PGA Tour - Wolmer Murillo Asian Tour - Felipe Velázquez PGA Latinoamericano |
| <p>¿En cuáles tours participan? ¿Al jugar en la PGA tienen derecho a participar en algún tour latinoamericano?</p> | <p>Solo cuando se realizan clasificaciones de series de desarrollos del PGA Latinoamericano en el país cuenta como participación.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>¿Cómo ve el desarrollo del golf en Venezuela como Deporte Olímpico?</p> | <p>El Golf como deporte olímpico se ha desarrollado de una manera incierta, teniendo oportunidad de abrir campos, están siendo cerrados, contamos con poco apoyo y aportes del Ministerio del Deporte hacia nuestros jugadores Profesionales y hacia la disciplina. La PGA de Venezuela es el ente con más conocimiento y sus jugadores están mucho más preparados para asumir este tipo de retos.</p> |
| <p>¿Cómo se escogerá el representante de Venezuela para participar en las Olimpiadas?</p> | <p>Nosotros como organización nos apegamos al ranking Mundial donde podemos ubicar actualmente a Jhonattan Vegas, Felipe Velázquez y Wolmer Murillo.</p> |

Tabla 9. Presidente de la Asociación de Golfistas Profesionales de Venezuela, Las autoras

En relación a la información suministrada por el presidente de la PGA de Venezuela, Miguel Martínez, el desarrollo del golf en el país ha experimentado un descenso debido a que no han sido construidas nuevas canchas de la disciplina, ni para fines turísticos, sino que las existentes han sido cerradas. Este aspecto es considerado crucial para el avance del golf en el país, ya que sin campos públicos o privados para practicar la disciplina se hace más difícil su popularización.

La PGA de Venezuela cuenta hoy en día con 100 profesionales venezolanos del deporte y durante estos últimos tres años ese número ha aumentado un 35%. Esta particularidad muestra el número de practicantes con alto nivel competitivo que posee Venezuela.

Por otro lado, el presidente de la PGA de Venezuela considera que los jugadores que están compitiendo en tours de importancia mundial son:

- Jhonattan Vegas en el PGA Tour.
- Wolmer Murillo en el Asian Tour.
- Felipe Velázquez en el PGA Tour Latinoamérica.

Sin embargo, la investigación realizada ha demostrado que existen más jugadores venezolanos que compiten en otros circuitos de importancia en el mundo, como por ejemplo Alfredo Adrián en el PGA Tour Latinoamérica y Verónica Felibert en el Symetra Tour, que es el tour que permite la entrada al circuito LPGA Tour (*Ladies Professional Golf Association*) el mayor tour femenino de golf.

Un aspecto en el que concuerda Martínez con el presidente de la FVG, Freddy Alcántara es el poco apoyo que brinda el Ministerio del Poder Popular para el Deporte para la disciplina y los jugadores. En este aspecto el golf se ve afectado ya que las oportunidades para practicarlo dentro y fuera del país son escasas.

4.1.3 Directores de Medios de Comunicación dedicados al golf en Venezuela

| Preguntas | José Luis Tellerías | Eduardo Pérez París | Carlos Rojas Garrido |
|---|--|---|--|
| <p>Háblenos de los inicios del medio que usted dirige.</p> | <p>Empezando el año 81, en una entrevista en el Junko Golf Club, el entonces director de la FVG Ángel Nava, llevó la inquietud de producir una revista de golf. Posteriormente en una reunión con el Sr. Vicente Amengual, presidente de la FVG, acordamos realizar la publicación. El primer ejemplar circuló el 15 de mayo de ese año en Maracaibo, donde se estaba jugando la Copa Simón Bolívar. Han transcurrido 34 años.</p> | <p>Empezó en 1994, vengo del mundo de la publicidad. La idea nació de la FVG.</p> | <p>La idea se empieza a gestar en el año 2003. Luego de un año y medio de investigación, pusimos en papel el proyecto "Golf Report" para 4 medios: Revista Impresa, Página Web, Radio y TV. Comenzamos con la revista impresa, la producción comenzó a principios del 2005, la revista fue lanzada al público en Julio de 2005 y estuvo publicada hasta el año 2009 y por razones de costos de producciones pasamos a la Página Web "www.golfreportlatino.com" que sigue en el aire. En radio estuvimos un año haciendo los micros "Golf Report en la radio" en el circuito X. También en el 2009 realizamos un piloto para TV para el feed Colombia Venezuela de ESPN, pero no se hizo la concesión al grupo venezolano y allí terminó.</p> |

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>¿Cuál es la característica diferencial de su revista?</p> | <p>Hemos tratado de atender el golf en sus distintas aristas: profesionales, amateurs, damas, senior y sobretodo menores. Les prestamos mucha atención, y una de las cosas que más nos enorgullece es el trabajo que hemos hecho de la recopilación de los hoyos en uno.</p> | <p>Creo que hemos hecho un buen trabajo con la página web y la versión online.</p> | <p>Hacemos una revista con todo lo que se refiere al golf profesional nacional e internacional, dando detalles de los torneos de los principales tours del mundo: PGA Tour, European Tour, LPGA, PGA Latinoamérica, Web.com con mucho énfasis en los jugadores latinoamericanos y lo más destacado de los jugadores venezolanos profesionales y amateurs en sus presentaciones internacionales. También hacemos videos de tips para mejorar el juego y tenemos 4 colaboradores internacionales que escriben sus instrucciones a través de las preguntas que les hace el público que visita la página. Damos guías de viaje para el turismo del golf y hacemos entrevistas a jugadores y celebridades de este deporte.</p> |
| <p>¿Qué puede decirnos acerca del récord de Hoyos en uno de la revista?</p> | <p>Tengo registrado más de dos mil hoyos en uno. Vamos a sacar a finales del año una publicación con ese historial. Estamos conscientes de que alguno se nos va a quedar, porque todos los clubes no tienen un registro como Lagunita. Depende mucho de la memoria de algunos socios.</p> | <p>No aplica</p> | <p>No aplica</p> |
| <p>¿Cómo obtienen información de los jugadores venezolanos en el extranjero?</p> | <p>En las distintas páginas web de los circuitos en los que juegan. A veces tratamos de hacer contacto directo con ellos vía correo electrónico.</p> | <p>Mediante la Federación, correo electrónico, en ocasiones en las páginas de los torneos.</p> | <p>Lo hacemos siguiendo las páginas de los diferentes tours, a través de Golf Channel y ESPN.</p> |

| | | | |
|---|---|---|--|
| <p>¿Qué espacio le dedican a los venezolanos en el exterior?</p> | <p>Todas las ediciones tratamos de incluir algún artículo sobre alguno de ellos.</p> | <p>En todas las revistas incluimos informaciones de sus logros y sus actuaciones y competencias.</p> | <p>El espacio va acorde con lo que hacen en cada torneo, no hay una regla, sin embargo, siempre va la reseña de ellos en las noticias, igualmente con todos los jugadores latinos.</p> |
| <p>¿Qué recomendaría para la publicación digital de Hoyo 19?</p> | <p>Hay que ser muy constantes. En estos días sacamos un registro y ha habido un aumento de los costos en el 4.000% desde que salió la primera edición hasta que salió la última. Hoy en día no nos podemos alejar del mundo digital, es parte de todos, cuidado si nosotros nos pasamos a eso también, porque no hay materias primas y además los costos de impresión son muy elevados.</p> | <p>Mis palabras empiezan por lo que dijo el editor del diario New York Times hace unos años, él dijo en una conferencia “Yo no sé si el NY Times va a seguir imprimiéndose, lo que sí sé es que va a seguir en el internet”. Es una idea muy buena, el camino es el internet. Fairway ha crecido a través de la internet, es la manera adecuada a promover el golf en Venezuela. Cuentan con todo mi apoyo.</p> | <p>Mantener la línea editorial del programa de TV, solo que debe ser más dinámico, ya que el acontecer del golf es diario, las noticias hay que darlas al momento, sino se pierde el público.</p> |
| <p>¿Cuáles son los planes futuros del medio?</p> | <p>Migrar al formato digital, debido al alza de precios de los materiales.</p> | <p>Los proyectos de Fairway son fuera de las fronteras, a gran escala. Ya estamos 4 años en Colombia, dos en Panamá, y nos queremos extender a Argentina, España, República Dominicana. Ese es el futuro, para allá vamos.</p> | <p>Seguir informando al público objetivo y seguir ampliando en nuestros servicios de videos, tips de instrucción y viajes, seguir dándole apoyo a el golf profesional latinoamericano y en especial al venezolano que venimos haciendo desde los inicios de Golf Report.</p> |

Tabla 10. Directores de Medios de Comunicación dedicados al golf en Venezuela, Las autoras

Luego de analizar las respuestas obtenidas por los directores de medios de comunicación venezolanos especializados en golf, se evidencia que los tres MMCC (Par, Fairway y Golf Report) poseen al menos una década de experiencia en el ámbito deportivo de la disciplina. Dos de los tres medios se crearon gracias a una iniciativa de la Federación Venezolana de Golf.

Un elemento diferenciador de la revista Par es el registro de hoyos en uno que llevan desde el año de su primera circulación. Esta característica consiste en un conteo mayor a dos mil hoyos en uno realizados en los diferentes clubes del país. La revista Par reseña estas hazañas y nombra a sus protagonistas (tanto profesionales como aficionados, dándoles un espacio de participación importante a cada uno), lo que convierte este mecanismo en una ardua pero original labor para revista Par.

El análisis del cuestionario demuestra que no solamente se han puesto en práctica iniciativas referentes a la producción editorial en el mundo del golf venezolano. Golf Report en sus inicios se proyectó para cuatro medios: revista impresa, página web, programa de radio y programa de televisión. Esta particularidad demuestra que el golf puede ser tratado desde múltiples ámbitos comunicativos.

Otro aspecto que logró conocerse gracias a la aplicación de este cuestionario fue el mecanismo de comunicación que poseen los demás medios con los jugadores venezolanos. La mayoría de las publicaciones toma información de las páginas web de los tours donde participan los atletas, o se apoyan con la Federación Venezolana de Golf. Ya que el objetivo principal de la revista *Hoyo 19 Magazine* es difundir información sobre los golfistas venezolanos en el exterior, es necesario entablar un mecanismo de comunicación directa que permita conocer sus logros lo más pronto posible.

Entre las recomendaciones que nos brindaron los expertos para la revista digital *Hoyo 19 Venezuela* observamos:

- Constancia.
- Desarrollo de una versión digital.
- Seguir la misma línea editorial del programa televisivo Hoyo 19.

Todas estas recomendaciones serán tomadas en cuenta para el desarrollo del producto editorial digital *Hoyo 19 Magazine*.

4.1.4 Jugadores de golf Venezolanos en el Exterior

| Preguntas | Verónica Felibert | Carla Maestre | Alejandro Garmendia | María Andreína Merchán | Saraid Ruiz | Alfredo Adrián |
|--|---|--|---|--|--|--|
| ¿En dónde desarrollas tu carrera como golfista? | En Estados Unidos. | Actualmente me encuentro desarrollando mi carrera golfística en los Estados Unidos en la Universidad de California en Pensilvania. | Estoy desarrollando mi carrera en Estados Unidos, vivo en Weston FL. | Mi carrera como golfista la estoy desarrollando en Miami y a la misma vez en Tampa en University of South Florida donde estoy 100% becada. | Me gradué de Tyler Junior College, y estoy por empezar en una D1 en Daytona Beach que se llama Bethune Cookman University. | En estos momentos la desarrollo en el PGA Tour Latinoamérica. |
| ¿Cómo los venezolanos obtienen información de tu desempeño? | En la página web de los tours LPGA o Symetra. | Los venezolanos pueden obtener información sobre mi desempeño en la página de la Federación Venezolana de Golf o en la página de la universidad www.calvucans.com | Por el momento publico mis logros en instagram @alegarmendi a11. Pronto me crearé una página web para que la gente pueda estar informada de mis logros y conozcan un poco de mi historia. | La información de mi desempeño puede ser encontrada en internet en la página de deportes de la universidad y en la página de la FVG. | La verdad los que saben es mi familia y yo cuando pongo algo en Facebook, los únicos que se han preocupado por mi desempeño estos dos últimos años han sido ustedes (Hoyo 19), el Valle Arriba Golf Club y la revista Fairway. | Pueden buscarme en mi web page www.alfredoadrian.com , también en www.pgatourla.com y en mi instagram pueden buscarme como Alfredo Adrián. |
| ¿Tienes un mecanismo de comunicación regular con la FVG para la difusión de tus logros? | No. | Si, mantengo comunicación con la Federación a través de correos. | No. | Si, cada vez que logro algo importante la FVG es notificada y la mayoría de las veces es publicado en la página de la Federación. | No | No tengo comunicación regular con la FVG. |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|---|---------------------------------|
| <p>¿De qué manera Hoyo 19 podría obtener información frecuente y de manera rutinaria de tus actividades en el deporte?</p> | <p>Páginas web de los tours. Uso más instagram que twitter pero igual no soy la más activa. O como hace Jeanete que me escribe por whatsapp.</p> | <p>La mejor manera de obtener información frecuente es a través de la página de la universidad que en ella están presentes los resultados de cada torneo a las 3 horas de haberlo terminado.</p> | <p>Tendrían que seguirme en instagram para poder ver mis logros y así difundirlos, hasta que tenga mi página web.</p> | <p>La información puede ser obtenida vía Internet y no tengo ningún problema de comunicarlos vía email lo que estoy haciendo como también mis resultados.</p> | <p>Cuando empiece la temporada en la página de la Universidad, que es www.bcuathletics.com y lo que necesites me escribes y yo te mando la información.</p> | <p>A través de mi whatsapp.</p> |
| <p>Háblanos de tu torneo más importante del año</p> | <p>Este año estoy jugando Symetra todo el año así que obvio que mientras mejor es la bolsa pues mejor ganarse ese torneo, pero la verdad todos son importantes para mí. Así mismo los panamericanos fueron especiales también.</p> | <p>El torneo hasta ahora más importante en este año ha sido la clasificación a la Copa Los Andes en Venezuela, fue una gran prueba tanto física como mental, y siempre es una gran recompensa para todo el trabajo duro realizado el haber podido ganarlo y tener la oportunidad de ser parte del equipo de Venezuela por segundo año consecutivo en tan prestigioso evento.</p> | <p>Este año como estoy regresando de mi lesión en la muñeca izquierda no tengo status en ningún tour así que por el momento he estado jugando en el Minorleague Golf Slinger Tour en el cual llevo 5 victorias desde enero y 9 en total desde que comencé a jugar este minitour que se juega en el sur de la Florida. También logré pasar el Prequalifier del Honda Classic y el local qualifier del US Open pero me quedé en última etapa. Estoy tratando de conseguir recursos económicos para poder jugar el Qschool del web.com y el Qschool del PGA Tour Latinoamérica</p> | <p>Este año no he jugado ningún torneo ya que salí de una lesión en la muñeca izquierda en Mayo pero lo que si puedo decirles es que estoy muy emocionada por el primer torneo que voy a jugar con la Universidad en Missouri.</p> | <p>El más importante fue nacionales, la verdad no me fue muy bien este año, pero si quedé campeona regional como equipo e individual mis dos años con Tyler.</p> | <p>-</p> |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | y así poder tener un status en uno de estos prestigiosos tours el año que viene. | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | |
|---|--------------------|--|--|---|----------|---|
| <p>¿Cómo te involucraste con el deporte?</p> | <p>Mis padres.</p> | <p>Me involucré en este deporte gracias a mis padres, ambos golfistas.</p> | <p>Mis abuelos de parte materna eran socios del Valle Arriba Golf Club por esto mi papá se hizo asociado familiar del club. Mi papá que había jugado tenis de alto nivel en Venezuela empezó a jugar golf y le fue agarrando el gusto al deporte entonces me empezó a llevar con él. Al ver que tenía facilidad me metió en clases de golf y al poco tiempo empecé a participar en torneos federativos. Tuve éxito en cada categoría que me tocaba y quedé enganchado.</p> | <p>Me involucré en este deporte gracias a mi papá. Cuando yo tenía 6 años, mi papá nos llevó a mí y a mi hermana con él a jugar un día y nos encantó. Desde entonces no hemos parado.</p> | <p>-</p> | <p>Mis padres me llevaban desde muy temprana edad al Country Club de Maracay a practicar.</p> |
|---|--------------------|--|--|---|----------|---|

| | | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|--|
| <p>¿Cuál es la mejor anécdota vinculada con el golf?</p> | <p>Ir ganando un torneo del LPGA en mi año de novata.</p> | <p>Tengo muchas anécdotas vinculadas con el golf, pero hasta ahora la mejor ha sido tener la posibilidad de tener como caddies a mis padres en la clasificación Copa Los Andes, mi primer año compitiendo tuve la opción de que mi papá como profesional me cargara los palos, y este año mi madre me cargó los palos, fue una de las mejores experiencias, ya que pude jugar bien y los tuve a mi lado en esos momentos, cosa que es muy poco usual ya que vivo fuera del país.</p> | <p>Mi mejor anécdota creo que es la de cuando clasifiqué al Honda Classic PGA Tour en el 2012. Después de haber pasado la clasificación me quedaban par de días para jugar el monday qualifier, entre esos días recuerdo haber visto una valla publicitaria muy grande sobre el Honda Classic en la autopista que pasaba cerca de mi casa y en ese momento me imaginé jugando el torneo y pegando pelotas al lado de Tiger. Justamente se dio lo que imaginé, logré pasar el monday qualifier y el segundo día del torneo iba a calentar en el range antes de mi salida y había un puesto libre entre Tiger y Olazabal, mi caddie puso mi maleta en ese puesto y tuve el placer de pegar pelotas al lado del jugador que admiré desde muy pequeño y que me motivó a agarrar este deporte como</p> | <p>Sin duda alguna tengo que decir la Inauguración de las Olimpiadas Juveniles en China en el 2014. La piel se me puso de gallina y para qué mentir, algunas lágrimas se me salieron.</p> | <p>La primera vez que salí del país representando a Venezuela en un torneo.</p> | <p>Haber representado a Venezuela en el mundial profesional de golf Omega Mission Hills en China en el año 2009.</p> |
|---|---|--|---|---|---|--|

| | | | | | | |
|--|--|--|-------------------------|--|--|--|
| | | | mi carrera profesional. | | | |
|--|--|--|-------------------------|--|--|--|

| | | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|---|
| <p>¿Cual fue tu mejor día de golf en Venezuela?</p> | <p>El día que me gané como infantil el Campeonato Nacional Infantil, Prejuvenil y Juvenil (le gané a todas las categorías) en el Junko. El día que hice 8 menos en La Lagunita para clasificar para el mundial en San Diego. O el día que hice el corte en el Campeonato Nacional de Profesionales en el 2009 compitiendo contra los hombres... Y puedo seguir jajaja.</p> | <p>Yo pienso que mi mejor día de golf en Venezuela fue cuando mi hermano vino de visita y pudimos jugar en familia, jugamos en equipos de a dos, mi hermano y mi madre en uno y mi papá y yo en otro. Son momentos divertidos en familia los que hacen disfrutar mucho más este juego.</p> | <p>Mi mejor día de golf en Venezuela creo que fue el día que gané la Copa RS21 de la PGA de Venezuela siendo juvenil a los 16 años lo que me convirtió en el jugador más joven en ganar un torneo profesional en Venezuela. Aunque está difícil ponerlo por arriba de los dos Campeonatos Nacionales de Profesionales que gané en 2011 y 2013 ya que estos dos fueron especiales también. El del 2011 lo gané con 18 años lo que me convertía en el más joven en ganarlo y en el 2013 lo gané estando lesionado de la muñeca y estando enfermo de dengue lo cual hizo un logro grande dadas las circunstancias.</p> | <p>No me acuerdo la fecha exacta pero sí sé que fue la Clasificación para algún Suramericano.</p> | <p>Cuando me dejaron jugar el torneo en el Country donde yo era la única mujer participando.</p> | <p>El día que pude ganar el Abierto Sambil después de haber terminado en cinco oportunidades en el segundo lugar. También el día que clasifiqué al mundial Omega Mission Hills, el ambiente de la gente fue muy bonito.</p> |
|--|--|--|---|---|--|---|

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|---|---|
| <p>¿En qué países has jugado y cuál es tu campo favorito? ¿Y de Venezuela?</p> | <p>En muchos países toda Sudamérica y Estados Unidos, Canadá, Puerto Rico, México, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Australia, Inglaterra, Escocia, Japón, y Taiwán... Creo que no me falta ninguno.</p> | <p>Hasta la fecha he jugado en Estados Unidos, Chile, Perú, Argentina e Inglaterra. Yo considero que mi campo favorito en el extranjero es el Purgatory Golf Club, ubicado en Indiana, Estados Unidos. En mi opinión todos los campos de Venezuela son increíbles cada uno con su nivel de dificultad propio, pero mi campo favorito siempre será el Caronoco Golf Club, y tengo el privilegio de decir que es la cancha donde he crecido como golfista.</p> | <p>He jugado en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Perú, México, República Dominicana y Estados Unidos. Mi campo favorito de los que he jugado en el mundo es Torrey Pines en California y el campo que más me gusta jugar en Venezuela es el de Maracaibo Country Club.</p> | <p>He jugado en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Brasil, Paraguay, Uruguay, Perú, Bolivia, República Dominicana, Estados Unidos, China, Japón, Inglaterra y Turquía.</p> | <p>He jugado en Colombia, Perú, Ecuador, USA y Suecia. Mi favorito es probablemente Inka Golf Club en Perú. Y en Venezuela me encantan Valle Arriba y Lagunita.</p> | <p>USA, China, México, Guatemala, Honduras, Panamá, Colombia, Ecuador, Perú, Chile, Argentina, Uruguay, Brasil, Puerto Rico, Aruba, República Dominicana, Mi campo favorito el Torrey Pines y en Venezuela Lagunita Country Club.</p> |
| <p>¿Qué extrañas de tu país?</p> | <p>Mi tierra, los paisajes, el clima, mi comida, mi gente, mi idioma...</p> | <p>Extraño muchas cosas de mi país, la comida, la gente, pero extraño más que todo a mi familia.</p> | <p>De mi país me hacen falta los restaurantes de parrilla, que en mi opinión son los mejores del mundo.</p> | <p>Mi familia, mis amigos, Izcaragua y Río Chico.</p> | <p>La gente, la comida y sobre todo mi familia.</p> | <p>Mi familia, mis amigos, las playas y la comida.</p> |

| | | | | | | |
|---|--|--|---|---|---|---------------------------------------|
| ¿Cuál es tu campo favorito del mundo y de Venezuela? | Del mundo que haya jugado St Andrews. De Venezuela, mi club... La Lagunita. Aunque el Country siempre me trata bien y le tengo un cariño especial. | Mi campo favorito del mundo (y que espero tener la oportunidad de jugarlo algún día) Oakmont Country Club, y de Venezuela el Caronoco Golf Club. | El campo que más me gusta jugar en Venezuela es el de Maracaibo Country Club. | Mi campo favorito en Venezuela y en cualquier parte del mundo es Izcaragua Country Club. Sitio que me vio crecer personalmente y en mi carrera golfística. Prácticamente una segunda casa que me apoya en cada paso de mi vida. | Inka Golf Club en Perú y Lagunita y Valle Arriba. | Torrey Pines y Lagunita Country Club. |
|---|--|--|---|---|---|---------------------------------------|

Tabla 11. Jugadores de golf Venezolanos en el Exterior, Las autoras

Con base a la información obtenida por los jugadores venezolanos consultados, se demuestra que el medio de difusión de sus logros es, en su mayoría, la página web de los circuitos o universidades donde compiten, esto quiere decir que no existe un medio de comunicación específico de carácter nacional que publique información sobre el desempeño de los golfistas consultados, dedicado al público interesado en el deporte.

Esta particularidad genera una oportunidad de mercado para *Hoyo 19 Magazine*, que como expone Kotler (2009) “es toda aquella necesidad o interés de los compradores que una empresa puede satisfacer de manera rentable” (p.52).

Con respecto al mecanismo de comunicación de los atletas con la Federación Venezolana de Golf, sólo dos de los cinco jugadores examinados poseen comunicación regular con la institución, lo que revela que la mayoría de los golfistas no tienen intercambio de información con el ente más importante del país en materia de golf.

En cuanto a la herramienta elegida para que *Hoyo 19 Magazine* obtenga información sobre las actuaciones de cada atleta, se presentaron las siguientes opciones:

- Comunicación vía correo electrónico.
- Comunicación vía la aplicación móvil *Whatsapp*.

- Obtención de información a través de páginas webs personales de cada atleta.
- Obtención de información mediante las páginas webs de los circuitos o universidades de cada jugador.
- Obtención de información vía la aplicación *Instagram*.

Esta interrogante permitió conocer los mecanismos de comunicación que los jugadores estarían dispuestos a utilizar para dotar de información a *Hoyo 19 Magazine* sobre su participación en competencias. Para la empresa, la herramienta de comunicación que le ha resultado efectiva a través de los años para el programa televisivo Hoyo 19 Venezuela, ha sido la aplicación móvil *Whatsapp*, en la cual se logra el contacto directo y personal con los atletas y permite la obtención de información casi inmediatamente.

La incógnita referente a los lugares donde han competido los atletas venezolanos, posibilitó conocer la cantidad de países en los cuales los golfistas han representado a Venezuela con su participación en torneos internacionales. Este aspecto es de gran importancia para la investigación ya que la idea fundamental de la publicación digital es ofrecer información sobre los atletas que se encuentran en el exterior.

Las interrogantes referentes a opiniones personales como lo que más extrañan del país, su campo favorito y el mejor día de golf en Venezuela, se realizaron con el fin de incluirlas en futuros artículos del contenido de la revista.

4.1.5 Análisis de Matrices de Publicaciones de Medios Venezolanos Especializados en golf

Cada publicación especializada en golf en el país representa una competencia directa para Hoyo 19. Conocer y analizar a la competencia representa una ventaja para esta nueva publicación, ya que se pueden tomar las características por las cuales se consideran exitosas y las desventajas que presentan para no cometer los mismos errores. “La necesidad que toda empresa tiene de conocer con profundidad a sus más directos competidores es

evidente” (Francisco Iglesias, 2001, p. 29). En cuanto a dicha necesidad, Martín Armario (citado por Iglesias, 2001) expone que:

La orientación la orientación hacia el cliente es una condición necesaria pero no suficiente para guiar el enfoque de marketing de la empresa. Es necesario además que la oferta que la empresa haga a sus clientes sea más eficaz que la que hacen sus competidores y el conocimiento de sus características y formas de actuar es algo imprescindible para orientar la estrategia de la empresa (p. 223).

A través de las matrices tomamos las características más relevantes de tres publicaciones de golf existentes en el mercado y poder diferenciar a Hoyo 19 de cada una de ellas.

4.1.5.1 Golf Report

Según la página virtual de la Federación Venezolana de Golf (FVG) la revista impresa Golf Report fue fundada en el año 2005; con una frecuencia de publicación mensual y con distribución en todo el ámbito nacional. (Consultado en: www.fvg.org).

Para poder analizar estructuralmente las diferentes publicaciones especializadas en golf en Venezuela, se desglosaron cinco aspectos que definirían a la revista en cuanto a su diseño y forma: característica de la portada, estructura de la revista, publicidad, anunciantes a página completa y anunciantes a media página. Estas cinco áreas, por decirlo de alguna manera, engloban aspectos relacionados con el exterior e interior de la publicación, cómo ordenaban las secciones e información y quiénes mantenían con vida a la revista (publicidad y anunciantes).

- Característica de la portada: gracias a las especificaciones de este rasgo se pudo tomar en cuenta aspectos de diseño en cuanto a la primera página con la que se encuentran los lectores. Cuáles aspectos hacían que esta publicación fuese comprada y por qué llama la atención del lector.

- Estructura de la revista: en cuanto a esto se pudo observar cómo se había diagramado la información y las secciones: títulos, tipografías, alineación, colores, etc.
- Publicidad (anunciantes a página completa y anunciantes de media página): es uno de los aspectos más importantes ya que se puede conocer qué empresas o personas jurídicas están dispuestos a financiar la revista y, de esta manera, garantizar la publicación continua de la misma.

Una vez definidos cada uno de los aspectos elegidos para analizar las publicaciones, se procederá a explicar cada elemento estudiado de la publicación Golf Report.:

- Portada: El fondo de esta página siempre corresponde a la fotografía de algún jugador importante. En ella, se encuentran los titulares más importantes de la edición ubicados en el lado derecho de la misma. Cada titular está escrito con la misma tipografía y esto es una regla, pues, se mantiene en cada edición. El logo no varía, siempre coincide con las letras de Golf Report; no obstante, el color de este sí cambia según la edición. Los colores que se han utilizado para el logo han sido amarillo, naranja, verde, vinotinto y azul.
- Estructura de la revista: los titulares de cada sección presentan tipografía variada, al igual que los colores. Los colores presentados son: azul, vinotinto, blanco, azul claro, rojo, verde, marrón y naranja. Cada artículo tiene un cintillo que identifica la sección; la tipografía de este elemento coincide con el tipo de letra utilizado en los artículos. El texto de cada artículo siempre se encuentra justificado y su tipografía no varía, en todas las ediciones hacen uso de la fuente *Calibrí*. El contenido puede ocupar entre dos y tres columnas (en promedio) por página. No obstante, es más frecuente encontrarse con la longitud de tres columnas.

Las páginas de la revista también es una regla, pues, siempre son 48 por cada edición. La primera página de contenido de la revista siempre coincide con la editorial y esta es realizada por el Director de la publicación: Carlos Rojas Garrido. La segunda contiene al índice, y esto no varía. Las demás páginas de la revista están distribuidas entre

publicidad y contenido; el contenido va de acuerdo a la sección que le corresponde. Se encontró cinco secciones fijas en la publicación: Entrevista, Golf Tips, Fitness, Tecnología y Psicología Deportiva; estas aparecen en cada edición de Golf Report.

- La sección de entrevistas son encuentros con grandes del golf, en estas conversaciones presentadas como entrevistas de personalidad no romanceadas.
- Golf Tips se pueden encontrar diversos consejos sobre cómo golpear la pelota, posturas, cómo agarrar los instrumentos, etc. Tecnología engloba aquello en lo que ha evolucionado el golf como más allá de un deporte.
- Psicología Deportiva son consejos de expertos en cuanto a cómo manejar ciertas situaciones de estrés, felicidad o tristeza en un encuentro deportivo, bien sea del golf u otro deporte.

Además del contenido, las secciones cuentan con elementos visuales; cada sección cuenta con un mínimo de tres fotografías por cada página, y la excepción se encuentra en la sección de Tips ya que presenta más contenido visual que las demás. No obstante, ninguna sección (fija o flotante) presenta páginas específicas, a diferencia de las publicidades.

Las páginas finales: con frecuencia en la página final se encuentra la sección de Notas de Prensa; sin embargo, la página final no le corresponde a ninguna sección específica. Otro rasgo fundamental de Golf Report es la incorporación de abundante color en su interior, lo cual hace que el lector pueda perder la lectura entre tantos elementos que distraen al lector (los colores).

- Publicidad: las páginas donde se encuentran las publicidades a página completa son: 03, 09, 11, 15, 17 y 19. Aunque en ciertas ediciones estos números varían lo que se mantiene es la publicidad en página de números impares. Además, en ocasiones la publicidad se encuentra en la contraportada; no obstante, la publicidad que aparece en la contraportada es de anunciante o cliente o sobre la agencia que realiza la revista.

- Anunciantes a página completa: las empresas o personas jurídicas que ocupan una página completa son aquellos anunciantes que proporcionan más ingresos económicos a la publicación.
- Anunciantes a media página: las empresas o personas jurídicas que ocupan media página son aquellos anunciantes que generan ingresos menores que los de una página completa.

4.1.5.2 Fairway

De acuerdo a la página virtual de la Federación Venezolana de Golf (FVG) la revista Fairway fue fundada en el año 1994; con una frecuencia de publicación mensual y con distribución en todo el ámbito nacional. (Consultado en: www.fvg.org).

- Portada: lo primero que se observa en la portada de la revista Fairway es la abundancia del color verde, tanto en su borde como en el logo y en el último titular el cual la mayoría de las veces comienza con: “ESPECIAL GOLF”. Los titulares que se presentan contienen la misma tipografía y siempre están escritos en el color blanco; sin embargo, en ciertas ocasiones hay titulares en otros colores, el cual casi siempre es el amarillo. Además, se puede observar que al lado de los titulares se encuentra el número de la página donde se ubica el artículo presentado, funcionando así como un índice. Por último, se puede observar un cambio en cuanto a la posición del principal patrocinante de la revista: Toyota; en las primeras ediciones, este se encontraba en el medio de la parte inferior de la revista. En las últimas ediciones, este se encuentra en la parte inferior izquierda de la publicación.

El logo de la revista se mantiene sin importar la edición de la misma. Por otra parte, existe una coincidencia entre la foto de fondo de la portada y el último titular; pues, el evento o jugador al cual esté relacionado el titular será la foto de fondo de la portada.

- Estructura de la revista: La tipografía del contenido de los artículos y la de los títulos es la misma y no varían; los colores de los títulos son blancos con el fondo verde, a excepción de la editorial. Al igual que Golf Report, Fairway presenta cintillos para

identificar a cada sección y el tipo de letra que utilizan es diferente a la de los artículos. El texto de los artículos siempre se encuentra alineado y justificado y este no presenta cambios en las diferentes ediciones. El contenido ocupa, generalmente, entre dos y tres columnas incluyendo la incorporación de fotografías (en las páginas normales pueden haber hasta un máximo de tres fotos. No obstante, en las galerías se pueden encontrar siete fotos por página aproximadamente).

El número de páginas totales de la revista varía según la edición; no obstante, los números oscilan entre 60 y 80 páginas, aproximadamente. Un aspecto que no cambia de acuerdo a las ediciones son las páginas donde se encuentra en índice y la editorial; pues, el índice siempre se encuentra en la página número cuatro. Y la editorial se ubica en las páginas seis y siete, esta siempre ocupa dos páginas y es elaborada por el Director, Eduardo Pérez París. Las secciones fijas de Fairway son: Recuento Histórico, Galería Fairway, Reporte Especial, Golf y Turismo y Entrevista Especial. Las secciones flotantes abundan más que las fijas. No obstante, estas secciones aparecen de acuerdo a cada edición de la revista. Ninguna sección cuenta con páginas fijas. En las secciones fijas se encuentra información como:

- Recuento Histórico: cuentan historias antiguas en las que se vea involucrado el golf.
- Golf y Turismo: se encuentran reportajes o noticias que muestran cómo se ha impulsado el golf en el mundo.
- Entrevista Especial: son entrevistas basadas en personajes muy importantes del golf.

En la página final se encuentra con frecuencia la sección de Notas de Prensa.

- Publicidad: las páginas fijas donde se encuentra la publicidad a páginas completas son: 2, 3, 5 y la contraportada. El resto de la publicidad de las ediciones se colocan en páginas impares y varían según la edición de la revista. El gran patrocinante de esta publicación es Toyota y se evidencia en la presencia del logo en la portada de Fairway.

4.1.5.3 PAR 3 Junior

Como indica la página virtual de la Federación Venezolana de Golf (FVG) la revista Par 3 Junior surgió en el año 2007; con una frecuencia de publicación bimestral y se distribuye en todos los clubes e instalaciones de golf del país (Consultado en: www.fvg.org).

- Portada: Se encuentran fotografías de jugadores venezolanos y jugadores internacionales en las diferentes portadas de las ediciones de la revista. En cuanto al logo, observando diversas ediciones, se mantiene y no varía. En esta página se encuentran los titulares más resaltantes de la edición y en cuanto a la tipografía de cada uno es diferente.
- Estructura de la revista: cada sección contiene un cintilo que la identifica, este siempre está entre los colores verde, naranja y amarillo. . El tipo de letra utilizada en el contenido es siempre el mismo; no obstante, el de los títulos varía. Un elemento que resalta entre toda la información es la abundancia de color, no hay coherencia ni concordancia entre la gama de colores que se encuentran en el interior de la revista. El contenido de los artículos no siempre está justificado, no sigue un patrón; además, hay más de 10 fotografías por página y muchas son difíciles de visualizar.

El número total de páginas de la revista no es estático; pues, depende de cada edición. Generalmente oscila entre las 24 y 28 páginas. Un aspecto que no cambia es la ubicación de la editorial, esta se encuentra siempre en la primera página; además, siempre la escribe la Directora de la publicación: Mariela Hoffman. Otra página que se mantiene estable y no cambia es el índice, ya que esta siempre coincide con la página número dos de cada edición. París. Las secciones fijas de Par 3 son: "Entrevista", "Ética y Reglas", "Mente de Campeón", "Sabías Qué", "Los Pro Nos Cuentan", "Estrellas del Golf", "Golf 3D", Noti Torneos, Club En Marcha, Calendarios de Torneos, Técnica y "Otras caras del Golf". Tiene una sola sección flotante la cual es: Diber Golf. Y en la página final siempre se puede encontrar la sección: "Otras Caras del Golf".

- Publicidad: en la revista solo se encontró publicidad a página completa en la portada, en el reverso de la portada, en la contraportada y en el reverso de la contraportada.

V. EL PROYECTO

Este capítulo comprende la realización del objetivo general de este trabajo de grado en Comunicación Social mención Periodismo: la elaboración de una revista digital especializada en golf para Hoyo 19 Venezuela.

5.1 La Propuesta

El golf en Venezuela carece del cubrimiento informativo del que gozan muchos otros deportes tradicionales, como el béisbol y el fútbol. La disciplina resulta poco conocida para gran parte de la población y los logros de los atletas venezolanos pasan desapercibidos para la gran mayoría.

Por esta razón, la propuesta se centró en crear una revista digital especializada en golf que resalte las actuaciones de los golfistas venezolanos, tanto en el interior como el exterior del país y que funcione como ventana informativa para difundir el acontecer del deporte nacional.

Junto con el apoyo de la empresa Hoyo 19 Venezuela se elaboró un producto editorial digital amigable para los lectores y cuyo contenido atraiga a los entusiastas de este deporte, para lograr el reconocimiento de quienes lo practican y contribuir con el desarrollo de la disciplina en Venezuela.

5.2 La Revista Digital *Hoyo 19 Magazine*

En concordancia con el programa televisivo Hoyo 19 Venezuela, el producto editorial digital para dicha empresa se pondrá en práctica para engrandecer tanto al deporte como a sus protagonistas, así como también para ofrecer información sobre la disciplina y captar la atención de los interesados en el golf.

5.3 Planificación

A continuación se enumeraron los procesos tanto creativos como técnicos necesarios para la elaboración de este proyecto:

5.3.1 Definición del Objetivo de la Revista

La finalidad de *Hoyo 19 Magazine* como revista es convertirse una ventana de difusión del golf como deporte en el país, además de dar a conocer los logros de sus protagonistas y los avances de la disciplina a nivel nacional. Al igual que el programa televisivo Hoyo 19, la revista digital perseguirá el objetivo de fomentar el deporte en Venezuela y darlo a conocer.

5.3.2 Nombre

El nombre que se le dará al producto editorial será el mismo del programa televisivo, ya que la publicación digital será una extensión del programa de TV. A esta marca se le agregará la palabra “*Magazine*” para diferenciarla del otro producto Hoyo 19. Por esta razón, la revista llevará por nombre “*Hoyo 19 Magazine*”.

5.3.3 Definición de Periodicidad

Se propuso una periodicidad mensual, es decir, que la revista digital será publicada cada mes, ya que el programa televisivo es de frecuencia semanal y reúne suficiente información del acontecer del golf nacional y mundial para ser publicado en cada edición del producto editorial. Además, la frecuencia mensual de la revista permite dedicarle el tiempo necesario a las investigaciones y entrevistas destinadas al contenido de cada tirada.

5.3.4 Secciones de la Revista

La revista contará con doce (12) secciones fijas sin contar el editorial y el índice, las cuales se indican a continuación:

- 1. Editorial Hoyo 19:** Según Leñero y Marín (1989), el editorial es el género mediante el cual una publicación da a conocer sus puntos de vista sobre un acontecimiento de interés actual. Por tanto, el editorial de la publicación *Hoyo 19 Magazine* será el espacio dedicado a presentar el punto de vista del equipo de trabajo de la empresa con respecto a la información tratada en cada edición del producto.
- 2. Índice:** El índice o también llamado sumario de la revista *Hoyo 19 Magazine* resumirá el contenido total de la edición y ayudará al lector a ubicar de manera específica cada artículo de la publicación.
- 3. Swing al green:** En esta sección se entrevistarán jugadores que recientemente se hayan titulado en algún torneo de importancia en el país. Los bastonistas podrán ser de cualquier categoría: profesionales, amateurs, juveniles o seniors, la condición principal es que hayan sido ganadores de algún torneo reciente dentro del país. Las entrevistas a realizar en “Swing al green” serán de tipo “semblanza”, que acorde con Leñero y Marín (1989) es aquella que se realiza para captar el carácter, las costumbres, el modo de pensar, los datos biográficos y anécdotas de un personaje. De acuerdo a esto, “Swing al green” tendrá como objetivo exponer el lado más humano de cada golfista que practica la disciplina en Venezuela.
- 4. Tee Time:** La sección “Tee Time” estará destinada a reportajes de torneos emblemáticos de Venezuela. En ella se relatarán (en compañía de fotografías) todos los acontecimientos de eventos de golf realizados en el país. Esta sección proveerá un resumen de los aspectos más destacados de cada competencia.
- 5. La Vinotinto del Golf:** Esta sección se dedicará exclusivamente al tratamiento informativo de los jugadores de golf venezolanos que compiten en el exterior. “La Vinotinto del Golf” aportará en cada edición una entrevista de personalidad a un golfista venezolano cuya carrera deportiva se desarrolle fuera del país. Según Martínez Albertos (1974), las entrevistas de personalidad son aquellas en las que interesa sobre todo la personalidad del entrevistado. Estas entrevistas tendrán un mínimo de cinco (5) preguntas y un máximo de diez (10).

La sección “La Vinotinto del Golf” permitirá conocer los aspectos personales y profesionales de la vida de los atletas que representan al país en esta disciplina. “La Vinotinto del Golf” se eligió como nombre para la sección de la revista ya que el programa de televisión Hoyo 19 posee un espacio nombrado de la misma manera, dedicado a la difusión de noticias de jugadores venezolanos fuera del país. De esta forma, se mantiene una línea en concordancia entre ambos productos.

6. Historias de campo: Para la realización de esta sección de la revista, se llevará a cabo una investigación referente a una historia u anécdota de algún personaje o un hecho ocurrido en algún campo de golf venezolano. Los géneros periodísticos a utilizar serán la crónica y la entrevista. La crónica, según Leñero y Marín (1986) es la exposición, la narración de un acontecimiento, en el orden en que fue desarrollándose.

“Historias de campo” publicará en cada edición de la revista Hoyo 19, una crónica de un suceso o una entrevista de tipo semblanza a un personaje característico de un campo del país. El objetivo de esta sección es contar las historias de aquellas figuras características de cada campo. El artículo incluirá de una (1) a tres (3) fotografías.

7. Venezuela golfista: La sección “Venezuela golfista” se centrará en publicar fotografías de los campos de golf del país. El máximo de imágenes por página será de tres (3). Esta división tiene como objetivo mostrar los paisajes de los campos venezolanos. Los lectores tendrán la oportunidad de enviar fotografías de sus canchas, y las mejores imágenes serán publicadas en este apartado.

8. Turismo y golf: “Turismo y golf” dedicará su espacio a un reportaje referente a campos de golf destacados del mundo. De acuerdo a lo expuesto en el Manual de Estilo del Diario El País de España (s.f) el reportaje es el género que combina la información con las descripciones e interpretaciones de estilo literario, y por esta razón se hará uso de esta clase de artículo para generar información sobre las canchas de golf y su importante relación con el turismo de cada país.

- 9. Semillero:** En “Semillero” se realizarán a entrevistas a los más pequeños del deporte, los niños que se empiezan a destacar en la disciplina. El mínimo de preguntas en cada entrevista será de tres (3) y el máximo de seis (6). En este apartado se publicarán las historias de los atletas que empiezan a iniciarse en el deporte.
- 10. Coaching con Alexander Capitillo:** Esta sección será redactada por el profesional de golf con certificado TPI (*Titleist Performance Institute*) Alexander Capitillo, y recopilará consejos, tips, ejercicios y recomendaciones de parte del experto en materia de golf para los lectores. “Coaching con Alexander Capitillo” incluirá fotografías explicativas del tema a tratar.
- 11. El Club:** El apartado “El Club” servirá de ventana informativa para publicar informaciones importantes sobre los clubes de golf en el país. Cada edición de la revista incluirá información sobre un club. Algunos aspectos del contenido a tratar en esta sección serán: iniciativas del club para el deporte, torneos próximos a celebrarse, reseñas de actividades realizadas, entre otras comunicaciones. Según Olga Dragnic (s.f) la reseña es el género periodístico informativo que tiene como fin proporcionar al lector o receptor una versión sobre el desarrollo de un acontecimiento importante.
- 12. Golf Global:** “Golf Global” es una sección destinada a reseñar los torneos internacionales destacados del momento. En este apartado se puede incluir información acerca de las actuaciones de los venezolanos que compiten en los circuitos internacionales de golf. El género periodístico a utilizar será el reportaje o la noticia, ambos acompañados de fotografías de los eventos.
- 13. Tecnogolf:** En “Tecnogolf” se publicarán noticias y artículos relacionados con todos los avances tecnológicos en relación al deporte. De acuerdo con Leñero y Marín (1986), la noticia es la información de un hecho. Este apartado tendrá como objetivo principal informar a los lectores sobre la evolución del deporte en términos científicos.
- 14. Próximos torneos:** “Próximos torneos” es una sección dedicada a publicar el calendario de competiciones venezolanas venideras, para así brindarle al lector una guía de los eventos que están por realizarse.

La utilización de secciones flotantes será una posibilidad que quedará abierta de acuerdo a las características de cada edición de la revista.

5.3.5 Compaginación Publicación *Hoyo 19 Magazine*

| |
|-----------------------|
| Compaginación |
| |
| PUBLICIDAD |
| PUBLICIDAD |
| Editorial Hoyo 19 |
| PUBLICIDAD |
| Indice |
| PUBLICIDAD |
| Indice |
| Swing al green |
| Swing al green |
| PUBLICIDAD |
| Swing al green |
| Tee Time |
| Tee Time |
| PUBLICIDAD |
| Tee Time |
| PUBLICIDAD |
| Historias de campo |
| PUBLICIDAD |
| Historias de campo |
| Historias de campo |
| Venezuela golfista |
| PUBLICIDAD |
| Venezuela golfista |
| Venezuela golfista |
| La Vinotinto del golf |
| La Vinotinto del golf |
| La Vinotinto del golf |
| PUBLICIDAD |

| |
|----------------------------------|
| La Vinotinto del golf |
| Turismo y golf |
| Turismo y golf |
| Turismo y golf |
| Semillero |
| PUBLICIDAD |
| Semillero |
| Semillero |
| Coaching con Alexander Capitillo |
| Coaching con Alexander Capitillo |
| Coaching con Alexander Capitillo |
| El Club |
| El Club |
| El Club |
| PUBLICIDAD |
| PUBLICIDAD |
| Golf Global |
| Golf Global |
| Golf Global |
| Tecnogolf |
| Tecnogolf |
| Tecnogolf |
| Próximos torneos |
| PUBLICIDAD |
| PUBLICIDAD |

Tabla 12. Compaginación Publicación Hoyo 19 Magazine, Las autoras

En el cuadro de compaginación de la revista *Hoyo 19 Magazine* la publicación contendrá en total 50 páginas de contenido y publicidad. Esta decisión se tomó debido al carácter digital del producto. La publicidad de los anunciantes irá siempre en las páginas impares del producto para ofrecer mayor visibilidad y efectividad. El tema más importante de la revista “La Vinotinto del Golf” ocupará siempre las páginas centrales de cada edición.

5.3.6 Herramientas y Programas

La herramienta escogida para la diagramación de la revista digital es el programa desarrollado por *Adobe System*: **InDesign CS6** para MAC OSX. InDesign es una herramienta de maquetación de páginas, revistas y publicaciones. Actualmente es una de las aplicaciones más populares y conocidas en el mundo. El programa puede ser utilizado para diagramar pósters, libros, periódicos, revistas, volantes y cualquier otro tipo de documento impreso. InDesign permite la creación de documentos en formato EPUB y SWF utilizados en su mayoría para el diseño de publicaciones digitales y *e-books*, compatibles para tabletas y dispositivos móviles.

La herramienta elegida para la lectura web de la revista digital será **Issuu**, el cual es un servicio en línea gratuito que permite la visualización de material digitalizado electrónicamente, tal como libros, portafolios, números de revistas, periódicos y demás medios impresos. Issuu fue seleccionada en el 2009 como uno de los 50 mejores sitios web por la revista *Time*. Cada edición de la revista Hoyo 19 será publicada en la plataforma **Issuu** lo cual le permitirá a los lectores la lectura de cada tirada de la publicación sin necesidad de descargarla en sus dispositivos.

5.3.7 Investigación y Selección de Contenido

Para obtener información sobre el desempeño de los jugadores de golf venezolanos, se consultarán los siguientes sitios web:

- <http://www.pgatour.com>

- <http://www.pgatourla.com>

- <http://www.symetratour.com>

- <http://www.calvucans.com>

- <http://www.alfredoadrian.com>
- <http://www.bcuathletics.com>
- <http://www.fvg.com>
- <http://www.agsv.com.ve>
- <http://www.pgadevenezuela.com>

Al mismo tiempo, se mantendrá contacto con los jugadores mediante correo electrónico o por la aplicación *Whatsapp*. Otra vía de investigación de contenido serán los eventos a los que el programa de televisión Hoyo 19 asiste a cubrir, que generalmente son torneos de golf y la asistencia a dichas competencias permitirá la realización de entrevistas, reseñas y reportajes para el contenido de *Hoyo 19 Magazine*, y al mismo tiempo permitirá agregarle al programa la ventaja adicional para sus clientes de una ventana digital para la difusión de sus eventos.

5.3.8 Promoción del Producto Editorial

La difusión de la revista digital se hará mediante las redes sociales del programa de TV y a su vez se promocionará por esa vía en cada episodio del espacio televisivo. Las redes sociales a utilizar serán:

- **Fan Page de Facebook:** permite la interacción directa con los usuarios y a su vez, posibilita recursos como fotografías y videos de buen tamaño para conocer el *feedback* de la revista.
- **Cuenta de Twitter:** la inmediatez de Twitter permite la difusión de contenidos con facilidad. Esta herramienta será utilizada para notificar sobre las ediciones de la revista así como también para conocer la opinión de los lectores acerca de la publicación. Otra cuenta de Twitter que será utilizada para la promoción de *Hoyo 19 Magazine* será la

cuenta oficial de la productora y conductora del programa Hoyo 19, Jeanette Vargas Lovelle.

- **Programa de TV:** en cada edición del programa Hoyo 19 se hará un *insert* con mención de la publicación digital en la que se invitará a los televidentes a leer el producto editorial.
- **Página web Hoyo 19:** en el sitio web <http://www.hoyo19tv.com/> permitirá a los usuarios la lectura de la revista digital gracias al link de la aplicación Issuu que se agregará en la web.

5.3.9 Medio de Difusión

Como medio de difusión de la revista digital, usaremos el Internet, ya que gracias a su universalidad, cualquier usuario que posea un dispositivo con conexión a la red podrá acceder al contenido de la publicación. El uso de Internet permite la visualización de videos, hipervínculos a sitios Web externos y un *feedback* más inmediato de parte de los lectores, bondades que no se obtienen al elaborar un medio impreso. Otra de los beneficios que aporta el Internet es que cualquier usuario de cualquier parte del mundo podrá leer el producto digital debido al alcance que ofrece la red. A su vez, debido al elevado costo de impresión y la escasez de papel que hay en el país, se tomó la decisión de sólo producir la revista en formato digital.

5.3.10 Target

Principalmente *Hoyo 19 Magazine* irá dirigida al público venezolano interesado en el golf. Como en su mayoría casi todos los interesados en esta disciplina son practicantes de ella, la publicación reunirá numerosos contenidos de calidad y atractivos sobre este deporte, para así llenar el vacío informativo que hay sobre este pasatiempo. El rango de edades no es limitativo ya que tanto adultos como niños podrán leer los artículos de *Hoyo 19 Magazine*,

en efecto, una de las secciones del producto (Semillero) será dedicada a los más pequeños del deporte.

5.3.11 Distribución

La distribución de *Hoyo 19 Magazine* será a través de la página web <http://www.hoyo19tv.com/> por ser una revista de carácter digital. En esta página web todos los usuarios tendrán acceso a cada una de las ediciones de la revista y podrán visualizarla en línea mediante una computadora, una tableta o un dispositivo móvil. Se agregará la opción de descargar cada tirada de la publicación para ser leída posteriormente sin uso del Internet, de esta manera se facilita la lectura para todos los usuarios.

5.4 Elementos del Diseño

5.4.1 Paleta de Colores

La paleta de colores a utilizar en una revista es un elemento de gran importancia ya que permite a los lectores la identificación del medio y la definición de la apariencia final del producto. Para el diseño de *Hoyo 19 Magazine* se ideó una paleta de colores que agrupa tonos que representan las imágenes de la empresa Hoyo 19. La gama de colores utilizados no variará en ninguna edición de la revista (a excepción de las ediciones aniversario) para así brindar la noción de uniformidad del medio digital.

Los colores a utilizar son los siguientes:

- **Verde:** el color verde además de ser el principal tono con el que se identifica el golf, a su vez indica conexión con la naturaleza y esto va en concordancia con los campos de este deporte, que son en su mayoría poseen paisajes naturales.
- **Blanco:** el color blanco se utilizará como fondo neutro de color para otros tonos, este color es utilizado para significar la pureza, la limpieza y la suavidad.

- **Negro:** el color negro será utilizado como fondo de otros colores y a su vez resaltarán las formas de los elementos del diseño. El negro transmite elegancia y uniformidad, dos elementos que interesan ser identificados en el producto editorial.

5.4.2 Tipografía

Por tratarse de un medio digital, la tipografía a utilizar es de gran importancia, ya que existen estudios que comprueban que las familias de letras “palo seco” facilitan la lectura en formatos digitales. La tipografía apoyará la manera en que el lector se enganchará con la información suministrada por la revista digital *Hoyo 19 Magazine*.

El profesor de la Universidad Jaime I, José Luis Navarro Lizandra (2007) afirmó sobre las familias de letras “palo seco”:

Las fuentes *sans serif* se fueron expandiendo progresivamente, pues la ausencia de remates y sus trazos finos las hacían muy apropiadas también para títulos y textos grandes usando pocas palabras y para ser advertidos a distancia, como es el caso de rótulos, carteles. etc. Estas fuentes incluyen todas las Palo Seco, indicadas especialmente para su visualización en la pantalla de un ordenador, aunque se dice que en textos impresos no conviene utilizarlas si son textos extensos (..) (p.85)

Por esta razón, *Hoyo 19 Magazine* combinará dos tipos de letras sin serif diferentes: Avenir para los textos y el contenido general y Gill Sans para los títulos. El detalle del uso de la tipografía será el siguiente:

Texto: Avenir. 12 puntos. Justificado. Interlineado simple.

Títulos: Gill Sans. 24 puntos. Centrado.

Antetítulos: Avenir. 12 puntos. Mayúscula. Centrado.

Subtítulos: Gill Sans. 12 puntos. Negrita. Subrayado. Alineado a la izquierda.

Leyendas: Gill Sans. 10 puntos. Alineado a la izquierda.

5.4.3 Logotipo

El Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) define el logotipo como “distintivo formado por letras, abreviaturas, etc; peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto.” (Edición 22, 2012). En el caso de *Hoyo 19 Magazine*, el logotipo a utilizar será el mismo del programa televisivo Hoyo 19, ya que la revista será un apéndice del espacio de TV.



Figura 13. Hoyo 19 Magazine

El logotipo de *Hoyo 19 Magazine* combina elementos gráficos y tipografía. Entre los elementos que agrupa están un palo de golf y golpeando una pelota sobre la grama con referencia directa al deporte. Los colores del logo serán los tonos principales del diseño de la revista, para así crear uniformidad y equilibrio en el producto editorial.

5.5 Organigrama del Medio

Hoyo 19 Magazine debe ser una publicación diseñada para funcionar con poco personal, mientras el proyecto esté en sus primeras etapas. El personal que trabajará en el medio debe ser responsable, ser capaz de encargarse de diferentes tareas y trabajar en equipo con sus colegas. Los comunicadores sociales a contratar serán preferiblemente de la mención

periodismo, ya que es muy importante conocer en detalle las características de todos los géneros periodísticos y la manera de escribirlos.

- **Editor en Jefe:** se encarga de tomar todas las decisiones referentes a la estructura, diseño y contenido de la revista. Al mismo tiempo es el responsable de coordinar reuniones con los demás integrantes del equipo de trabajo. La comercialización de la revista está en sus manos.
- **Coordinador Editorial:** su tarea principal es estructurar los contenidos de la revista en una compaginación. A su vez tendrá labores de redactor.
- **Redactor:** persona encargada de escribir los artículos de la revista y realizar las entrevistas pertinentes. Otra de sus labores podrá ser la toma de fotografías para el medio.
- **Diseñador gráfico:** responsable de toda la parte gráfica de la publicación. Su tarea principal es el diseño de cada edición de *Hoyo 19 Magazine*.

5.6 Financiamiento de *Hoyo 19 Magazine*

Ya que la revista digital Hoyo 19 Magazine será de acceso gratuito para los lectores, su financiamiento dependerá en su totalidad de los espacios publicitarios que sean comercializados.

Es tarea del Editor en Jefe cerrar tratos y obtener los patrocinantes para la revista, sin embargo, en un principio se le ofrecerán espacios a los anunciantes del programa televisivo Hoyo 19 Venezuela, debido a que son aliados de la empresa. Estos clientes son:

- Movistar
- Motorola
- Lazzara Custom Yachts

- Sea Ray Boats
- Chrysler
- Mitsubishi
- Platino Ristorante
- Rudy Project
- Samsung
- Fletes GAG
- Merand Real Estate
- Seguros Pirámide

El tipo de publicidad que se venderá a los clientes será a página completa, a media página y cintillos.

5.7 Factibilidad de la Propuesta

5.7.1 Factibilidad Técnica

Debido al avance de la tecnología y la evolución de los medios, en la actualidad existen diversos *softwares* para la elaboración y publicación de revistas digitales. Hoyo 19 Magazine fue diseñada con la utilización de un programa de diagramación cuya licencia fue obtenida sin costo alguno.

De la misma forma, la plataforma de publicación y visualización de la publicación no acarreo ningún tipo de valor monetario para la empresa. La revista digital se encontrará en

Internet mediante la página web <http://www.hoyo19tv.com/> y por la plataforma del servicio Issuu.

La factibilidad técnica-operativa del proyecto se refleja en que la empresa posee tanto capital humano como recursos tecnológicos para el desarrollo y producción de la revista *Hoyo 19 Magazine*.

5.7.2 Factibilidad Social

La revista digital Hoyo 19 Magazine tiene como finalidad principal la difusión de noticias de golfistas venezolanos que compiten en el exterior, y además ser una ventana informativa del acontecer del deporte en el país. De acuerdo a la experiencia con el programa televisivo Hoyo 19, existe un sector de la población interesado en la disciplina y en los atletas criollos que la practican.

Por esta razón, el contenido de la publicación digital podrá ser atractivo al público y generar interés social, así como ser aceptada por los lectores.

5.7.3 Factibilidad Económica

En este aspecto, el proyecto será financiado por la empresa Hoyo 19 Venezuela, institución mediante la cual se obtendrá todo el apoyo monetario para su desarrollo. Por tratarse de un producto editorial digital, los costos de producción son considerablemente menores a los de un medio impreso, ya que no involucra inversión en impresión y distribución.

Debido a que la publicación será difundida vía Internet y desarrollada por programas de bajo costo, el medio se concibe como un proyecto absolutamente factible como actividad económica para la empresa.

Los ingresos del proyecto serán obtenidos vía inversiones publicitarias en cada uno de los espacios de la revista destinados a la publicidad, que en este caso son las páginas impares, los cintillos y los anuncios a media página. El editor en jefe será la persona encargada de la

comercialización del producto y se encargará de diseñar diversos presupuestos y planes de participación según la necesidad de cada cliente.

5.7.3.1 Cotización por Páginas

| | |
|--------------------------|------------|
| Portada | 6.000 BsF |
| Contraportada | 6.000 BsF |
| Reverso de Portada | 6.500 BsF |
| Reverso de Contraportada | 6.500 BsF |
| Páginas Pares | 4.000 BsF |
| Páginas Impares | 5.500 BsF |
| Publicidad | 20.000 BsF |
| Páginas Centrales | 7.000 BsF |

Tabla 13. Cotización Por Página, Las autoras

5.8 Apariencia General de la Revista Digital



Figura 14. Ejemplo de Portada.



Con una temperatura ideal para jugar al golf, sobre todo en estos tiempos, Bogotá se presenta con múltiples campos hoy en día abiertos al turismo. Los acompaña un paisaje propio de zonas montañosas y una gran ventaja para todo golfista, la pelota vuela más por la altura.

Esta ciudad ubicada a 2.600 metros sobre el mar, cuenta también con una oferta turística que va desde museos, lugares típicos, una diversa programación cultural, educativa y de entretenimiento hasta restaurantes de muy alto nivel para disfrutar de la gastronomía internacional y divertirse hasta altas horas de la noche.

En cuanto a alojamiento se refiere existen opciones para todos los bolsillos y una oferta hotelera que se amplía cada día. En nuestra visita nos alojamos en el recién abierto Hotel Cité, ubicado en frente del parque El Virrey diseñado por la firma de arquitectos Weiss/Cortés combinando elementos urbanos y naturales de una forma que resulta encantadora.

Si su interés es llevarse una visión completa de lo que es la capital colombiana hoy en día necesitará más de una visita. Aquellos interesados en la cultura prehispanica no pueden dejar de visitar el Museo del Oro. Y si dentro de lo cultural quieren ver algo más contemporáneo, el Museo Botero lo recibe con 123 obras volumétricas del maestro colombiano. Por supuesto no puede dejar de pasear por toda la zona colonial y el barrio de la Candelaria.

Si de moda se trata en Bogotá podrás observar que su gente se confunde con la de cualquier ciudad europea en época otoñal, sobre todo en la llamada zona rosa, la favorita por los jóvenes en diversión y donde además podrá encontrar a los más afamados diseñadores colombianos y marcas internacionales. Es allí donde también se encuentra la segunda sede de Andrés Carne de Res, un sitio que hay que vivir para poder entender de qué se trata este estilo de rumba tan bien concebido.

Figura 15. Ejemplo de Sección.



El ejercicio mejora la vida de los individuos y abre caminos diarios para superarse con determinación, disciplina y valor. Cada deporte implica beneficios emocionales, físicos y psicológicos para las personas que los practican. El golf ha sido considerado durante muchos años como un deporte elitista y clasista y, muchas veces, ha sido subestimado como un verdadero deporte. Sin embargo, el golf como muchos otros deportes representa constancia y dedicación de cada jugador; implica perseverancia para alcanzar los sueños y cosecha humildad para saber apreciar las derrotas. Después de muchos años, el Comité Olímpico Internacional incluyó para los próximos juegos mundiales al golf; esta inclusión no resulta alatoria ni descabellada y tiene un por qué: este deporte ha cobrado impulso durante la última década, en cuanto a practicantes, ganadores y beneficios económicos. La cantidad de jugadores han incrementado, cada vez hay más ganadores y gracias a la belleza de sus campos, muchos países han podido desarrollar su economía turística, tales como República Dominicana, México, España, Estados Unidos, entre otros.

Venezuela no se queda atrás con el avance de este deporte; pues, son cada vez más las personas que lo juegan en el ámbito nacional y en el internacional. Cada vez se escucha con más fervor aplausos por eso venezolanos que dejan el nombre del país en alto por su gran talento. No obstante, este mérito no es conocido por las más de 26 millones de personas que conforman el país. Es por ello, que en Hoyo 19 estamos complacidos de llevarle al público las más fascinantes historias que se encuentran detrás de los jugadores, profesores, profesionales y ganadores en este juego de superación. En esta primera edición digital de la revista Hoyo 19 se entrevistarán a personajes relevantes del medio del golf, relatos, crónicas y noticias que conciernen a este deporte. Por ser la primera vez que salimos al mercado nos encontramos nerviosos; pero, cada página presentada y cada texto escrito lleva la emoción, la entrega y el orgullo que siente cada jugador venezolano al representar su país, dentro y fuera.

Esperamos que esta edición sea disfrutada con placer y amor al momento de sentarse y leerla; que sea tomada como una referencia venezolana especializada en el golf; pero, sobre todo, que sea ese amigo con quien puedes sentirte tu mismo.

Elizabeth Vega

Figura 16. Ejemplo de Sección.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6. Conclusiones

El golf es una disciplina que estimula los valores humanos y que posee millones de aficionados alrededor del mundo, así como los deportes tradicionales más populares. El 2016 será un año muy importante para esta disciplina ya que luego de 110 años, el golf volverá a ser parte del programa olímpico de los Juegos en Río de Janeiro. La cobertura informativa que logrará el deporte a nivel mundial será de gran relevancia ya que las Olimpíadas son transmitidas en todas partes del planeta.

En Venezuela, existe un número importante de jugadores de alto nivel competitivo, esta cifra oscila entre los 25 atletas, que actualmente participan en circuitos de gran relevancia a nivel mundial. Si embargo, los logros de estos jugadores pasan desapercibidos debido al inmenso vacío informativo existente en los medios de comunicación venezolanos en relación al golf.

El avance de la tecnología y el mundo digital ha permitido la globalización de la comunicación, esto quiere decir que hoy en día es mucho más fácil y rápido obtener información acerca de múltiples temas gracias a las plataformas digitales existentes. Es por esto que la realización de *Hoyo 19 Magazine* representará un importante aporte al mundo golfístico, ya que bajo un formato digital y amigable para los lectores, reúne contenido sobre todos los ámbitos de la disciplina, haciendo énfasis en el desempeño de los atletas venezolanos que desarrollan sus carreras deportivas en el exterior.

La publicación debe hacer especial énfasis en los jugadores que se encuentran jugando en el exterior del país, cuyo mecanismo de comunicación directa con ellos será el correo electrónico y la aplicación móvil *Whastapp*, para promover y difundir sus logros hasta ahora prácticamente desconocidos en el Venezuela.

Se comprobó que existe un espacio de mercado importante para la creación de una revista digital como *Hoyo 19 Magazine*, debido a las pocas publicaciones especializadas en este deporte y experticia en el área de los involucrados. Hoyo 19 TV cuenta con más de 10 años de trayectoria informando sobre acontecer del golf nacional en las pantallas de Meridiano TV, y gracias a esta situación cuenta con la experiencia necesaria para continuar su labor informativa de forma eficaz mediante su más reciente proyecto: *Hoyo 19 Magazine*.

Por otro lado, existe un incremento sustancial del interés de la audiencia y volumen de la información, como consecuencia de la cercanía de los Juegos Olímpicos 2016, donde el golf debutará nuevamente como disciplina. *Hoyo 19 Magazine* se verá beneficiada de esta situación porque los venezolanos Jhonattan Vegas y Verónica Felibert serán parte de estas Olimpíadas el año entrante, tema que podrá ser tratado en ediciones futuras del producto editorial.

Este Trabajo de Grado sirvió para conocer a fondo lo que significa llevar a cabo y realizar un producto editorial. Además, se pudo comprobar que el golf como deporte sigue ascendiendo en el mundo y en Venezuela. Cada técnica utilizada más las herramientas de redacción permitió realizar esta investigación.

6.1 Recomendaciones

En primer lugar se recomienda continuar con el proyecto *Hoyo 19 Magazine* por más ediciones para así contribuir con el reconocimiento de la disciplina en el país, y fomentar su práctica. A su vez, es ideal mantener la redacción de los artículos en concordancia con los géneros periodísticos definidos, para que de esta manera el producto sea de calidad y de contenido valioso.

Otro consejo para la publicación digital es procurar mantener alianzas con la Federación Venezolana de Golf, ente más importante del país en materia de esta disciplina, para obtener mayor promoción de la publicación y apoyo en relación a su producción.

Por otro lado, es importante mantenerse actualizados constantemente en relación a los avances tecnológicos del mundo digital, para que de esta forma *Hoyo 19 Magazine* continúe a la vanguardia del universo 2.0 y no llegue a ser obsoleta.

Consideramos importante también mantener buenas relaciones con los jugadores de golf venezolanos, ya que estos son los protagonistas del producto editorial, y a su vez, continuar investigando sobre nuevos talentos vinotinto que están en proceso de convertirse en grandes atletas.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

Ander-Egg, E. (2000) *Cómo elaborar un proyecto*. Buenos Aires. Editorial Lumen Hvmánitas.

Ángeles, E. (1997) *Métodos y técnicas de Investigación*. México. Editorial Trillas.

Baird, R. y Turnbull, A. (1992). *Comunicación gráfica*. (2da. Ed.). México: Trillas.

Borello, A. (1994) *El plan de negocios*. Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos.

Briggs, Mark. (2007) *Periodismo 2.0 Una guía de alfabetización digital*. Austin. Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas.

De la Rica, E. (2000) *Cómo vender Productos y Servicios en la Era Digital*.
Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

De Fontcuberta, M. (1993) *La noticia pistas para percibir el mundo*. Barcelona.
Editorial Paidós Ibérica, S.A.

Dragnic, O. (1994) *Diccionario de comunicación social*. Caracas. Editorial Panapo.

El País. (1996) *Manual de estilo del diario El País de España*.

Franco, G. (2008) *Cómo escribir para la Web*. Austin. Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas.

Franco, G. (2009) *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe*. Austin. Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas.

Kotler, P. (2009) *Dirección de Marketing*. México. Pearson Educación.

- Krippendorff, K. (1990) *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. España. Editorial Paidós.
- Leñero, V. (1986) *Manual de Periodismo*. Séptima edición. México. Editorial Grijalbo S.A.
- Leslie, J. (2000) *Nuevo diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martínez, J. (1974) *Redacción periodística: los estilos y los géneros en la prensa escrita*. España. Fingraf.
- Mordecki, D. (2012) *Miro y entiendo guía práctica de Usabilidad web*. Uruguay. Biblioteca Concreta y Universidad ORT.
- Navarro, J. (2007) *Fundamentos del diseño*. Universitat Jaume I.
- Ortega, E. (s.f) *La economía del golf. Su evolución en el mundo y en España*. Delphi Consultores Internacionales, S.A.
- Sampieri, R. (1997) *Metodología de la Investigación*. (Quinta edición). México. EditorialMc Graw Hill.
- Vargas, J. (2005, septiembre). Henrique Lavié: “El Golf no es solo un deporte, es un estilo de vida”. *Golf Report. Volumen 5*. 60 páginas.
- Vigil, C. (1918) *Las revistas*. Atlántida. Buenos Aires: Atlántida. Citado en: Díaz, C. (1999). Atlántida, un magazine que hizo escuela. Historia de revistas argentinas. (1^a ed., Vol. 3). Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas.
- Weiers, R. (1986) *Investigación de Mercados*. México. Prentice Hall Hispanoamericana.
- Zanoni, L. (2008) *El imperio digital*. Buenos Aires, Ediciones B.

Fuentes Electrónicas

Biblioteca Virtual de la Universidad de Alcalá. (s.f). *¿Qué son las publicaciones periódicas?*. Consultado el 5 de junio de 2015.

Disponible:

http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/publicaciones_peridicas.html

ComScore. (2014). *2014 Digital Future Focus In Venezuela*. Consulta: 20 de noviembre de 2014. Disponible: www.comscore.com

Conatel. (2015). *2015 comenzó con más de 3 mil millones de usuarios de Internet* [Página Web en Línea]. . Consulta: febrero 23 de 2015. Disponible: <http://www.conatel.gob.ve/2015-comenzo-con-mas-de-3-mil-millones-de-usuarios-de-internet/>

Crema, J. (2013). *El golf en Venezuela, la Herencia de las Barrancas*. Consulta: 2014, julio 10.

Disponible: <https://www.youtube.com/watch?v=mxlOeRo4bLM>

Diccionario Panhispánico de Dudas. (2005). *Magacín* [Página Web en Línea]. . Consultado el 4 de septiembre de 2014 en: <http://lema.rae.es/dpd/?key=magac%C3%ADn>

El Economista. (2011). *El golf, la nueva arma del turismo*. Consulta: 2015, julio 9.

Disponible: <http://eleconomista.com.mx/deportes/2011/04/29/golf-nueva-arma-turismo>

El País. (2009). *El COI aprueba el golf y el rugby a siete como deportes olímpicos*. Consulta: 2015, enero 22.

Disponible:

http://deportes.elpais.com/deportes/2009/10/09/actualidad/1255072917_850215.html

Maestros del Web. (2009). Periodismo digital: definiciones y características. Home [Página Web en Línea]. Consultado el 25 de mayo de 2014. Disponible: <http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>

Federación Colombiana de Golf. (2012). *El crecimiento del golf en Sudamérica, desde otro punto de vista*. Consulta: 2015, junio 12.

Disponible: <http://federacioncolombianadegolf.com/website/index.php/noticias/noticias-internacionales/6312-el-crecimiento-del-golf-en-sudamerica-desde-otro-punto-de-vista>

Golf Channel Latinoamérica. (2013). *Los mejores y más atractivos resorts de golf en Latinoamérica*. Consulta: 2014, diciembre 11.

Disponible: <http://www.golfchannel-la.com/los-mejores-resorts-y-canchas-atractivas-de-golf-en-latinoamerica/>

International Golf Federation. (2015). *One Year - Ready to Go*. Consulta: 2015, agosto 10.

Disponible: <http://www.igfgolf.org/one-year-to-go/>

La Razón.Es. (2014). *Golf Confidencial*. Consulta: 2015, agosto 16.

Disponible: <http://www.larazon.es/jack-nicklaus-los-jjoo-van-a-suponer-un-impulso-para-el-crecimiento-del-golf-AE8042453#.Ttt1Qyax2MIQOnX>

Ministerio de Turismo de La Nación. (s.f) *Argentina Turismo Golf*. Consulta: 2015, enero 11.

Disponible: http://www.argentina.travel/public_documents/bd5434_Argentina-Turismo_Golf.pdf

No solo Usabilidad. (2009) *Informe APEI Sobre Usabilidad: La Experiencia del Usuario*.

Consultado el 1 de noviembre de 2014. Disponible: <http://www.nosolousabilidad.com/manual/index.htm>

RAE. (2012) Home [Página Web en Línea]. Consulta: 2015, mayo 25.

Disponible: <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>

RAE. (2012) Home [Página Web en Línea]. Consulta: 2015, agosto 10.

Disponible: <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>

Saber UCV. (2015) *Signo Magazine Revista digital sobre moda*. Consultado el 15 de mayo de 2015. Disponible:

<http://saber.ucv.ve/jspui/browse?type=author&order=ASC&rpp=20&value=Inojosa++L.%2C+Mariela+del+V.>

Sites Google. (s.f). *¿Qué es un internauta?*. Consultado el 11 de mayo de 2015.

Disponible: <https://sites.google.com/site/jojooa/informatica-tecnologia/definicion-de-internauta-que-es-un-internauta>

The First Tee. (2015) [Página Web en Línea]. Consulta: 2015, agosto 15.

Disponible:

http://www.thefirsttee.org/club/scripts/library/view_document.asp?NS=PUBLIC&DN=NI NEVALUES

The R&A. (2015) *Golf Around The World 2015*. Consulta: 2015, agosto 22.

Disponible: <http://www.randa.org/en/RandA/Downloads-and-Publications.aspx>

Tour de las Américas. (2011) Nosotros [Página Web en Línea]. Consulta: 2015, agosto 21.

Disponible: <http://www.tlagolf.com/nosotros/>

Universidad de Palermo [Página Web en Línea]. (s.f) . Consultado el 10 de junio de 2015 . Disponible:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/699.pdf

ANEXOS

Correos electrónicos de cuestionarios para las fuentes

Alejandro Garmendia

 **Jeanette Vargas** <jeanette.vargas@motoactiontv.com>

6 ago. ☆



para mí, elizabethavp ▾

- 1- Estoy desarrollando mi carrera en Estados Unidos, vivo en Weston FL.
- 2- Por el momento publico mis logros en mi instagram @alegarmendia11. Pronto me creare una pagina web para que la gente pueda estar informada de mis logros y conozcan un poco de mi historia.
- 3- Tendrian que seguirme en instagram para poder ver mis logros y asi difundirlos, hasta que tenga mi pagina web.
- 4- Este año como estoy regresando de mi lesion en la muñeca izquierda no tengo status en ningun tour asi que por el momento he estado jugando en el Minorleague Golf Slinger Tour en el cual llevo 5 victorias desde enero y 9 en total desde que comence a jugar este minitour que se juega en el sur de la florida. Tambien logre pasar el Prequalifier del Honda Classic y el Local qualifier del US Open pero me quede en la ultima etapa. Estoy tratando de conseguir recursos economicos para poder jugar el Qschool del Web.com y el Q School del PGA Tour Latinoamerica y asi poder tener un status en uno de estos prestigiosos tours el año que viene.
- 5- Mis abuelos de parte materna eran socios del Valle Arriba Golf Club por esto mi papa se hizo asociado familiar del club. Mi papa que habia jugado tenis de alto nivel en Venezuela empezo a jugar golf y le fue agarrando el gusto entonces me empezo a llevar con el. Al ver que tenia facilidad me metio en clases de golf y al poco tiempo empece a participar en torneos federativos. Tuve exito en cada categoria que me tocaba y quede enganchado.
- 6- Mi mejor anecdota creo que es la de cuando clasifique al Honda Classic PGA TOUR en el 2012. Despues de haber pasado la pre clasificacion me quedaban par de dias para jugar el monday qualifier; entre esos dias recuerdo haber visto una valla publicitaria muy grande sobre el Honda Classic en la autopista que pasaba cerca de mi casa y en ese momento me imagine jugando el torneo y pegando pelotas al lado de Tiger. Justamente se dio lo que imagine, logre pasar el monday qualifier y el segundo día del torneo iba a calentar en el range antes de mi salida y habia un puesto libre entre Tiger y Olazabal, mi caddie puso mi maleta en ese puesto y tuve el placer de pegar pelotas al lado del jugador que admire desde muy pequeño y que me motivo a agarrar este deporte como mi carrera profesional.
- 7- Mi mejor dia de golf en Venezuela creo que fue el dia que gane la Copa RS21 de la PGA de Venezuela siendo juvenil a los 16 años lo que me convirtio en el jugador mas joven en ganar un torneo profesional en Venezuela. Aunque esta dificil ponerlo por arriba de los dos Campeonatos Nacionales de Profesionales que gane en 2011 y 2013 ya que estos dos fueron especiales tambien. El del 2011 lo gane con 18 años lo que me convertia en el mas joven en ganarlo y en el 2013 lo gane estando lesionado de la muñeca y estando enfermo de dengue lo cual lo hizo un logro grande dadas las circunstancias.
- 8- He jugado en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Peru, Mexico, Republica Dominicana y Estados Unidos. Mi campo favorito de los que he jugado en el mundo es Torrey Pines en California y el campo que mas me gusta jugar en Venezuela es el de Maracaibo Country Club.
- 9- De mi pais me hacen falta los restaurants de parrilla, que en mi opinion son los mejores del mundo.

Saludos,
Alejandro Garmendia
Sent from my SamsungGalaxy smartphone.

Alfredo Adrián

Alfredo Adrian  Recibidos x  

 **Jeanette Vargas** 12 ago. ☆  

para mí, Elizabeth 

- 1-) En estos momentos la desarrollo en el PGA Tour Latinoamerica.
- 2-) Pueden buscarme en mi web page www.alfredoaldran.com, tambien en www.pgatourla.com y en mi Instagram Pueden buscarme como Alfredo Adrian.
- 3-) No tengo comunicacion regular con la FVG.
- 4-) A traves de mi whatsapp.
- 5-) Mis padres me llevaban desde muy temprana edad al country club de maracay a practicar.
- 6-) Haber representado a Venezuela en el mundial profesional de golf Omega Mission Hills en China en el año 2009.
- 7-) El día que pude ganar el Abierto Sambil despues de Haber terminado en 5 oportunidades en el 2 lugar. Tambien el día que clasifique al mundial Omega Mission Hills, el ambiente de la gente fue muy bonito.
- 8)) USA, China, Mexico, Guatemala, Honduras, Panama, Colombia, Ecuador, Peru, Chile, Argentina, Uruguay, Brasil, Puerto Rico, Aruba, Republica Dominicana.

Mi campo favorito Torrey Pines y en Venezuela Lagunita Country Club.

- 9-) Mi Familia, mis amigos, las playas y la comida.
- 10-) Torrey Pines y Lagunita Country Club

Carla Maestre

De: carla maestre <cimaestre95@hotmail.com>
Fecha: 4 de agosto de 2015, 18:42:28 GMT+2
Para: "jeanette.vargas@motoactiontv.com" <jeanette.vargas@motoactiontv.com>
Asunto: carla maestre respuestas

Buenos días jeanette, aca te mando las respuestas a las preguntas ya solicitadas.

¿En dónde desarrollas tu carrera como golfista? Actualmente me encuentro desarrollando mi carrera golfística en los Estados Unidos en la Universidad de California en Pensilvania

¿Cómo los venezolanos obtienen información de tu desempeño? Los venezolanos pueden obtener información sobre mi desempeño en la pagina de la federación venezolana de golf or en la pagina de la universidad www.calvulcans.com

¿Tienes un mecanismo de comunicación regular con la FVG para la difusión de tus logros? si, mantengo comunicación con la federación a través de correos.

¿De qué manera Hoyo 19 podría obtener información frecuente y de manera rutinaria de tus actividades en el deporte? la mejor manera de tener información frecuente es a travez de la pagina de la universidad que en esta presenta los resultados de cada torneo a las 3 horas de haberlo terminado.

Háblanos de tu torneo más importante este año.... El torneo hasta ahora mas importante en este año ha sido la clasificación a la copa los andes en Venezuela, fue una gran prueba tanto física como mental, y siempre es una gran recompensa al todo el trabajo duro realizado el haber podido ganarlo y tener la oportunidad de ser parte del equipo de Venezuela por segundo año consecutivo en tan prestigioso evento.

¿Cómo te involucraste con el deporte? me involucre en este deporte gracias a mis padres, ambos golfistas.

¿Cuál es tu mejor anécdota vinculada con el golf? Tengo muchas anécdotas vinculadas con el golf, pero hasta ahora la mejor ha sido tener la posibilidad de tener como caddies a mis padres en la clasificación Copa Los Andes, mi primer año compitiendo tuve la opción de que mi papa como profesional me cargara los palos, y este año mi madre me cargo los palos, fue una de las mejores experiencias, ya que pude jugar bien y los tuve a mi lado en esos momentos, cosa que es muy poco usual ya que vivo fuera del país.

¿Cual fue tu mejor día de golf en Venezuela? Yo pienso que mi mejor día de golf en Venezuela fue cuando mi hermano vino de visita y pudimos jugar en familia, jugamos en equipos de a dos, mi hermano y mi madre en uno, y mi papa y yo en otro, son momentos divertidos en familia los que hacen disfrutar mucho mas este juego.

¿En qué países has jugado y cuál es tu campo favorito? ¿Y de Venezuela? hasta la fecha he jugado en Estados Unidos, Chile, Peru, Argentina, e Inglaterra. yo considero mi campo favorito en el extranjero es el Purgatory Golf Club, ubicado en Indiana, Estados Unidos. En mi opinion todos los campos de Venezuela son increíbles cada uno con su nivel de dificultad propio, pero mi campo favorito siempre sera el Caronoco Golf Club, y tengo el privilegio de decir que es la cancha donde he crecido como golfista.

¿Qué extrañas de tu país? extraño muchas cosas de mi país, la comida, la gente, pero extraño mas que todo a mi familia.

¿Cuál es tu campo favorito del mundo y de Venezuela? mi campo favorito del mundo (y que espero tener la oportunidad de jugarlo algún día) Oakmont Country Club, y de Venezuela el Caronoco Golf Club.

Espero que las respuestas sean de ayuda a la aplicación, cualquier otra información necesaria estoy a la orden.

Saludos
Carla Maestre

Correo Carlos Rojas Garrido

 Carlos T. Rojas Garrido
para mí

12 ago. ☆ ↶ ▾

Hola Jessica;

aquí las respuestas:

- **Háblenos de los inicios del medio que usted dirige.**
- La idea se empieza a gestar en el año 2003. Luego de un año y medio de investigación, pusimos en papel el proyecto "Golf Report" para 4 medios: Revista Impresa, Página Web, Radio y TV. Comenzamos con la revista impresa, la producción comenzó a principios del 2005, la revista fue lanzada al público en Julio de 2005 y estuvo publicada hasta el año 2009 y por razones de costos de producciones pasamos a la Página Web "www.golfreportlatino.com" que sigue en el aire. En radio estuvimos un año haciendo los micros "Golf Report en la radio" en el circuito X. También en el 2009 realizamos un piloto para TV para el feed Colombia Venezuela de ESPN, pero no se hizo la concesión al grupo venezolano y allí terminó.
- **¿Cuál es la característica diferencial de su revista?**
- Hacemos una revista con todo lo que se refiere al golf profesional nacional e internacional, dando detalles de los torneos de los principales tours del mundo: PGA Tour, European Tour, LPGA, PGA Latinoamérica, Web.com con mucho énfasis en los jugadores latinoamericanos y lo más destacado de los jugadores venezolanos profesionales y amateurs en sus presentaciones internacionales. También hacemos videos de tips para mejorar el juego y tenemos 4 colaboradores internacionales que escriben sus instrucciones a través de las preguntas que les hace el público que visita la página. damos guías de viaje para el turismo del golf y hacemos entrevistas a jugadores y celebridades de este deporte.
- **¿Cómo obtienen información de los jugadores venezolanos en el extranjero?**
- Lo hacemos siguiendo las páginas de los diferentes tours, a través de Golf Channel y ESPN
- **¿Qué espacio le dedican a los venezolanos en el exterior?**
- El espacio va acorde con lo que hacen en cada torneo, no hay una regla, sin embargo, siempre va la reseña de ellos en las noticias, igualmente con todos los jugadores latinos.
- **¿Qué recomendaría para la publicación digital de Hoyo 19?**
- Mantener la línea editorial del programa de TV, solo que debe ser más dinámico, ya que el acontecer del golf es diario, las noticias hay que darlas al momento, sino se pierde el público.
- **¿Cuáles son los planes futuros del medio?**
- Seguir informando al público objetivo y seguir ampliando en nuestros servicios de videos, tips de instrucción y viajes, seguir dándole apoyo a el golf profesional latinoamericano y en especial al venezolano que venimos haciendo desde los inicios de Golf Report.

Si tienes alguna otra pregunta que te pueda ayudar, totalmente a la orden,

saludos,

Carlos R

María Andreína Merchán

De: Maria Andreina Merchan <nanitamerchan@hotmail.com>

Fecha: 7 de agosto de 2015, 21:30:01 GMT-5

Para: "jeanette.vargas@motoactiontv.com" <jeanette.vargas@motoactiontv.com>

Asunto: Entrevista Nani Merchan

¿En dónde desarrollas tu carrera como golfista?

Mi carrera como golfista la estoy desarrollando en Miami y a la misma vez en Tampa en University of South Florida donde estoy 100% becada.

¿Cómo los venezolanos obtienen información de tu desempeño?

La información de mi desempeño puede ser encontrada en internet en la página de deportes de la universidad y en la página de la FVG.

¿Tienes un mecanismo de comunicación regular con la FVG para la difusión de tus logros?

Sí, cada vez que logro algo importante la FVG es notificada y la mayoría de las veces es publicado en la página de la Federación.

¿De qué manera Hoyo 19 podría obtener información frecuente y de manera rutinaria de tus actividades en el deporte?

La información puede ser obtenida vía internet y no tengo ningún problema de comunicarles vía email lo que estoy haciendo como también mis resultados.

Háblanos de tu torneo más importante este año.

Este año no he jugado ningún torneo ya que salí de una lesión en la muñeca izquierda en Mayo pero lo que sí puedo decirles es que estoy muy emocionada por el primer torneo que voy a jugar con la Universidad en Missouri.

¿Cómo te involucraste con el deporte?

Me involucre en este deporte gracias a mi papá! Cuando yo tenía 6 años, mi papá nos llevo a mi y a mi hermana con el a jugar un día y nos encanto. Desde entonces no hemos parado.

¿Cuál es tu mejor anécdota vinculada con el golf?

Sin duda alguna tengo que decir la Inauguración de las Olimpíadas Juveniles en China en el 2014. La piel se me puso de gallina y para que mentir, algunas lágrimas se me salieron!

¿Cual fue tu mejor día de golf en Venezuela?

No me acuerdo la fecha exacta pero sí sé que fue la clasificación para algun Suramericano.

¿En qué países has jugado y cuál es tu campo favorito? ¿Y de Venezuela?

He jugado en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Brasil, Paraguay, Uruguay, Perú, Bolivia, República Dominicana, Estados Unidos, China, Japón, Inglaterra y Turquía.

¿Qué extrañas de tu país?

Mi familia, mis amigos, Izcargua y Rio Chico!

¿Cuál es tu campo favorito del mundo y de Venezuela?

Mi campo favorito en Venezuela y en cualquier parte de mundo es Izcaragua Country Club. Sitio que me vio crecer personalmente y en mi carrera golfística. Prácticamente una segunda casa que me apoya en cada paso de mi vida.

Sent from my iPhone

Miguel Martínez

Miguel Martíyyyyfednez 24 ago. (hace 2 días) ☆ ↩ ▾
para mí ▾

Buenas Tardes Jessica, te envio lo solicitados saludos.

- ¿Cómo ve el desarrollo del golf profesional en Venezuela?

El desarrollo del golf en Venezuela en estos momentos ha sufrido un impacto de crecimiento por el tema economico del pais, en los ultimos años no se han podido construir ningun campo de golf en ningun estado, ni aun en los lugares turisticos de Venezuela y los que aun tenemos en venezuela han sido cerrados.

- ¿Cuántos profesionales tiene la PGA de Venezuela?

La pga de Venezuela cuenta hoy en dia con aproximadamente 100 profesionales de golf y en los ultimos 3 años hemos tenido un crecimiento de un 35% los profesionales estan divididos en jugadores, profesores y green keepers

- ¿Podría hablamos de la historia de la institución?

La institucion de la PGA de Venezuela desde sus inicios en el año 1961 con la vision del profesional cubano venezolano julia fernandez tuvo la iniciativa con otros profesionales de crear esta plataforma para una nueva categoría que jugara por el Golf rentado, donde hoy muchos se han desarrollado siendo golfistas profesionales.

- ¿Cuántos profesionales están jugando fuera de Venezuela?

Los unicos que estan jugando en tours de relevancia son:
Jhonatan Vegas PGA Tour
Wolmer Murillo Asian Tour
Felipe Velazquez PGA Latinoamericano

- ¿En cuáles tours participan? ¿Al jugar en la PGA de Venezuela tienen derecho a participar en algún tour latinoamericano?

Jhonatan Vegas PGA Tour
Wolmer Murillo Asian Tour
Felipe Velazquez PGA Latinoamericano

Solo cuando se realizan clasificaciones de series de desarrollos del PGA Latinoamericano en el pais cuenta como participacion.

- ¿Cómo ve el desarrollo del golf en Venezuela como Deporte Olímpico?

El Golf como deporte olimpico se ha desarrollado de una manera incierta, teniendo oportunidad de abrir campos, estan siendo cerrados, contamos con poco apoyo y aportes del Ministerio del Deporte hacia nuestros jugadores Profesionales y hacia la disciplina. La PGA de Venezuela es el ente con mas conocimiento y sus jugadores estan mucho mas preparados para asumir este tipo de retos.

- ¿Cómo se escogerá el representante de Venezuela para participar en la Olimpiadas?

Nosotros como organizacion nos apegamos al ranking Mundial donde podemos ubicar actualmente a Jonathan Vegas , Velasquez Felipe y Wolmer Murillo

Jessica, cualquier otra cosa me lo haces saber

Saludos

Saraid Ruiz

De: Saraid ruiz <saraid_1011@hotmail.com>
Fecha: 7 de agosto de 2015, 3:44:32 GMT+2
Para: "jeanette.vargas@motoactiontv.com" <jeanette.vargas@motoactiontv.com>

Si necesitas algo mas me avisas 😊

¿En dónde desarrollas tu carrera como golfista?

Me gradue de Tyler Junior College, y estoy por empezar en una d1 en Daytona beach , se llama Bethune Cookman University.

¿Cómo los venezolanos obtienen información de tu desempeño?

La verdad los que saben es mi familia y yo cuando pongo algo en facebook , los unicos que se han reocupado por mi desempeño estos dos últimos años han sido, ustedes, la valle arriba golf club y la revista fairway.

¿Tienes un mecanismo de comunicación regular con la FVG para la difusión de tus logros?

No

¿De qué manera Hoyo 19 podría obtener información frecuente y de manera rutinaria de tus actividades en el deporte?

cuando empiece en la temporada en la pag de la universidad, que es www.bcuathletics.com, y lo que necesites me escribes y yo te mando la info!!

Háblanos de tu torneo más importante este año.

el mas importante fue nacionales, la verdad no me fue muy bien este año, pero si quede campeona regional como equipo he individual mis dos años con Tyler.

¿Cómo te involucraste con el deporte

¿Cuál es tu mejor anécdota vinculada con el golf?

la primera vez que sali del país representando a Venezuela en un torneo.

¿Cual fue tu mejor día de golf en Venezuela?

cuando me dejaron jugar el torneo en el country donde yo era la única mujer participando.

¿En qué países has jugado y cuál es tu campo favorito? ¿Y de Venezuela?

he jugado en Colombia, peru, ecuador, usa, y Suecia. mi favorito es probablemente Inka golf club creo que ese es el nombre es en Peru. y en Venezuela me encantan valle arriba y la lagunita.

¿Qué extrañas de tu país?

la gente, la comida y sobretodo mi familia.

¿Cuál es tu campo favorito del mundo y de Venezuela?

inka golf club en peru y lagunita y valle arriba.

Enviado desde Correo de Windows

Verónica Felibert

----- Mensaje reenviado -----

De: **Veronica Felibert** <verofelibert@gmail.com>

Fecha: 28 de julio de 2015, 17:35

Asunto: Re: Hoyo 19. Breve cuestionario para revista digital

Para: Jeanette Vargas <jeanette.vargas.lovell@gmail.com>

Buenos días (tardes)

El siguiente cuestionario se realiza para conocer su opinión sobre algunos aspectos que sirvan de guía para generar una buena estrategia comunicacional para el lanzamiento de una revista digital de golf venezolana para la empresa Hoyo 19. **Muchas gracias por su colaboración.**

- ¿En dónde desarrollas tu carrera como golfista? En Estados Unidos
- ¿Cómo los venezolanos obtienen información de tu desempeño? En la página web de los tours LPGA o Symetra
- ¿Tienes un mecanismo de comunicación regular con la FVG para la difusión de tus logros? No
- ¿De qué manera Hoyo 19 podría obtener información frecuente y de manera rutinaria de tus actividades en el deporte? Páginas web de los tours. Uso mas instagram que twitter pero igual no soy la mas activa. O como hace Jeanete q me escribe por whatsapp
- Háblanos de tu torneo más importante este año. Todos! Este año estoy jugand Symetra todo el año así que obvio que mientras mejor es la bolsa pues mejor ganarse ese torneo, pero la verdad todos son importantes para mi. Así mismo los panamericanos fueron especiales tambn
- ¿Cómo te involucraste con el deporte? Mis padres
- ¿Cuál es tu mejor anécdota vinculada con el golf? Ir ganando un torneo del lpga en mi año de novata
- ¿Cual fue tu mejor día de golf en Venezuela? El día que me gane como infantil el campeonato nacional infantil, prejuvenil y juvenil (le gane a todas las categorías) en el Junko. El día que hice 8 menos en la lagunita para clasificar para el mundial en San Diego. O el día que hice el corte en el campeonato nacional de profesionales en el 2009 compitiendo contra los hombres..... Y puedo seguir jajaja
- ¿En qué países has jugado y cuál es tu campo favorito? ¿Y de Venezuela? En muuuuuchos países toda Sudamérica y Estados Unidos, Canadá, Puerto Rico, México, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Australia, Inglaterra, Escocia, Japón, y Taiwán.... Creo q no me falta ninguno
- ¿Qué extrañas de tu país? Mi tierra, los paisajes, el clima, mi comida, mi gente, mi idioma...
- ¿Cuál es tu campo favorito del mundo y de Venezuela? Del mundo que haya jugado St Andrews. De Venezuela, mi club... la lagunita. Aunque el country siempre me trata bien y le tengo un cariño especial.