



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social



Color y Comunicación Gráfica:
Uso comunicacional del color en los periódicos deportivos
Caso: Meridiano y Líder en Deportes

Tesis para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social

Moreno, Elia

Serrano, Katiuska

Tutor: Alejandro Terenzani

Noviembre de 2009

RESUMEN

Como su título lo dice, el siguiente trabajo de investigación gira en torno al uso comunicacional del color en los periódicos deportivos, en donde se analizará la forma en que es usada la paleta de colores en estos diarios tomando como ejemplo los periódicos venezolanos: Líder en Deportes y Meridiano.

El principal objetivo de esta investigación es demostrar como los diarios especializados en la fuente deportiva usan el color como una herramienta para comunicar los diferentes mensajes al lector provocando en los fanáticos las diferentes sensaciones que lo llevan a la compra del periódico.

Palabras claves: Color, Deporte, Líder, Meridiano, Paleta de Colores, Mensajes, Lector, Fanático, Análisis, Comunicación. Percepción, Rojo, Amarillo, Morado, Verde, Naranja, Armonía, Contrastes.

SUMMARY

As his title say, the next grade work it's about the communicational use of color in the sports newspaper. We will analyze the way they use the palette's colors on the newspapers; taking like example the Venezuelan newspapers: Líder en Deportes and Meridiano.

The main objective of this research is show like the newspaper specialize in the sports source use the color like a tool for communicate the different messages to the reader inducing to the fanatic the different feelings that made them buy the newspaper.

Code Words: Color, Sport, Newspaper, Venezuela, Líder, Meridiano, Contrast, Harmony, Attention, Reader, Fanatic, Analysis, Communication, Perception, Message, Red, Yellow, Purple, Green, Orange

DEDICATORIA

El fruto de tanto esfuerzo quisiera dedicárselo en primer lugar a tres de las personas más importantes en mi vida que, aunque hoy no están conmigo, son parte de este sueño. Mamá, ¡lo logramos! Sin cada una de tus enseñanzas, sin el enorme ejemplo de vida que me diste, hoy no estaría aquí. Gracias por regalarme siempre una sonrisa y por enseñarme a luchar por mis sueños. Sé que no te perderás este momento, porque estarás aquí aunque no te pueda ver. Abuelos, estos también es para ustedes. Gracias por ser ejemplo para todos y cada uno de nosotros. Siempre nos guiaron por el camino de nuestras metas, llenándonos con sus consejos y sabiduría. Hoy finalizó una etapa, recordando que me enseñaron que sólo con esfuerzo y trabajo se logra el objetivo planteado. ¡Los quiero! Bendición.

En segundo lugar a las otras tres personas más sagradas en mi vida. Tía, gracias por sembrar en mí la disciplina que necesitaba para inventar mi propio futuro. Tú que siempre estas con nosotras en las buenas, malas y regulares y eres la mejor amiga que podemos tener. Llegue hasta donde te prometí y más allá. Te quiero hoy, mañana y siempre. Katuska, mi hermana (a veces la mayor y a veces la menor) si no me hicieras reír, no aguantaría tanta presión. ¡Te quiero Prima! Papi, mi más grande crítico pero también mi mejor amigo ¡Lo logramos viejo! Gracias por ser el mejor papá del mundo y por ayudarme siempre.

Por último a mi compañera de tesis. Que te puedo decir; luego de tanto esfuerzo aquí estamos. Gracias por acompañarme Katy. Sin tí esto no hubiese sido lo mismo. ¡Te quiero amiga!

Este triunfo es por y para ustedes. ¡Los amo con el alma!

Elia Moreno

DEDICATORIA

Poder resumir todas las personas a las cuales quisiera dedicarle y agradecerle todo el apoyo que no sólo me han brindado en el transcurso de la elaboración de este trabajo, sino en todo el camino que he recorrido para llegar hasta aquí, no es tarea fácil. Primero a Dios por guiarme y estar en cada momento de mi vida. A mi mamá por no dejarse caer ante tantos obstáculos y por apoyarme en todas mis decisiones sin dudar en algún momento en mí, dando todo en ella para que yo llegue a ser lo que hoy soy, Te Amo Ma.

También quisiera dedicarle este triunfo a mi familia: mi hermano por estar ahí siempre, a mi hermana por todos los consejos que me ha dado y por otorgarme su apoyo, a mis tíos, primos, abuelos y demás familiares, gracias. Y por último, pero no menos importantes en mi vida a mis grandes amigos: a ti Carlitos, que aunque hoy no estés con nosotros siempre ocuparás un lugar especial en mi corazón, a mis niños que siempre han estado en todo momento y más que mis amigos, mis hermanos: Maicker, Daniel e Isaac, los adoro con todo el alma. Esto también es para ustedes: Vicneidis, Daniela, Marilyn, Jacobo, y a mis ahijados Stefany y Jacobo Alejandro.

Asimismo, a todos aquellos que ahora forman parte de mi vida en estos 5 años que he estado aquí y con quienes he formado una familia: Marianny, Ninoska, Geraldin, Luis, Mariak, Karla, Iliana, José Miguel, Larry, Lisbeth, César Augusto y a mi compañera de tesis y pilar fundamental en este trabajo Elia.

Este logro es por y para ustedes. ¡Gracias a todos!

Katiuska Serrano

AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas que dieron un pequeño aporte para que este trabajo viera la luz. En primer lugar, queremos agradecer a Dios, por guiar nuestros pasos hacia la meta final.

A nuestro Tutor; Profesor Alejandro Terenzani. Sus consejos y su guía en todos los aspectos hicieron posible esta tesis. Gracias

A nuestros familiares, por darnos el apoyo y la ayuda que necesitábamos en el camino para lograr nuestro objetivo.

A los profesionales de los periódicos Líder en Deportes y Meridiano. Un millón de gracias por abrirnos las puertas y proporcionarnos gran parte de la información que nutrió esta investigación.

A nuestros amigos. Mil gracias por el enorme apoyo que nos dieron, ayudándonos de muchas formas y siempre con nosotras, gracias por compartir todos los pormenores de este trabajo.

A todos aquellos que de alguno u otra forma colaboraron para la elaboración de este trabajo, muchas gracias.

Elia y Katiuska

ÍNDICE

	PÁG
Introducción	9
Planteamiento del Problema	11
Justificación	12
Delimitación	13
Objetivos	13
Limitaciones	14
Marco Metodológico	14
 Marco teórico:	
CAPÍTULO I: El Color	
1.1 El Color	16
1.2 Dimensiones tonales	18
1.3 Clasificación de los colores	20
1.4 Circulo cromático	23
1.5 Combinación de los colores	28
1.6 El diseño en los colores: Contrastes y Armonías	29
1.7 Principios de percepción	34
1.8 Psicología del Color	35
1.9 Sistemas de impresión	43
 CAPÍTULO II: BREVES ASPECTOS DEL DEPORTE:	
2.1 Definiciones del deporte	47
2.2 Breve historia del deporte en el mundo	50
2.3 El deporte en Venezuela. Un paseo por su historia	52
2.4 Importancia del deporte	55
2.5 El deporte en la prensa	57

CAPÍTULO III: Historia y descripción de los periódicos Líder y Meridiano

Meridiano

3.1 Nacimiento y desarrollo	61
3.2 Organigrama	64
3.3 Diagramación	67

Líder en Deportes

3.4 Nacimiento y desarrollo	70
3.5 Organigrama	73
3.6 Diagramación	74

CAPÍTULO IV: El color en la comunicación

4.1 Comunicación	78
4.2 El color en los medios impresos	80

Análisis del uso comunicacional del color en los periódicos deportivos. Casos: Meridiano y Líder en Deportes	84
---	-----------

Conclusión	10
-------------------------	-----------

Bibliografía	105
---------------------------	------------

Anexos	110
---------------------	------------

INTRODUCCIÓN

El diseño periodístico aparece en los años de madurez de la industria informativa a mediados del siglo XX, como un instrumento útil para un nuevo tratamiento de su contenido. Cuando surge el color como elemento de apoyo a la información, se convirtió en una nota que puede equilibrar o desequilibrar el texto, acercando o alejando al lector de las páginas del periódico.

Los colores son elementos comunicacionales que en la actualidad son de suma importancia para la comunicación de masas, sin olvidar con esto el uso que desde antiguas épocas se ha hecho de ellos en las diferentes religiones, en la magia, la vestimenta, entre otros.

Este elemento nos ofrece un enorme vocabulario de gran utilidad en el alfabeto visual. Vivimos en un mundo de dualidad: positivo y negativo, oscuridad y luz, etc. Con los colores pasa lo mismo, tienen un aspecto caliente y uno frío, cualidades positivas y negativas. Las cualidades positivas son las tonalidades, las negativas los matices.

“El color no es tangible; es tan fluido como una nota musical. Aunque puede ser descrito, es frecuente que las palabras, orales o escritas, no guarden ninguna relación con su aspecto real. La búsqueda de una tonalidad puede ser muy desconcertante, algo así como tararear una canción y buscar en la memoria una nota olvidada” (Russell, 1990, p12)

Según Albers (1990), “lo mismo que el conocimiento de la acústica no es suficiente para formar un criterio musical – ni en el aspecto productivo ni en el apreciativo- así tampoco puede ningún sistema de color, por sí solo, desarrollar la sensibilidad para el color”.

Sin embargo, el uso del color no es algo que deba tomarse a la ligera. Existen normas que hacen que algunas combinaciones de color sean discordantes y otras armoniosas. Por otro lado, debe considerarse la manera en que el color afecta a nuestro comportamiento y nos sugiere ideas, lo que le da la oportunidad al diseñador para manipular las cualidades del color.

Es el ojo del diseñador o el artista responsable de la utilización del color. Según Russel (1990) “el hecho del que color pueda racionalizarse o después quebrantar sus propias normas con absoluta irracionalidad lo hace fascinante”.

Identificación, visibilidad y comunicación, son tres trabajos que el color hace mejor y más rápidamente que cualquier otra cosa, todo ello debido a la percepción, proceso que se desarrolla en nuestras mentes, ayudado por nuestro órgano de la vista.

A ello se une la necesidad de captar nuevos lectores, en especial a los más jóvenes. Muchas investigaciones han demostrado que el uso del color en el medio impreso no sólo aportaría más atracción, amenidad y dinamismo a la información, sino que contribuiría, de forma notable, a mejorar su calidad informativa.

“El hombre es llamado por los psicólogos un ser animal óptico, esto quiere decir que muchas de nuestras decisiones, acciones y también parte de nuestra cultura están basadas en todo lo que vemos y por consiguiente todo lo que percibimos, el color toma parte en nuestros actos reflejos e inconscientes a diario”, (2003. El color como elemento de comunicación. Recuperado el 25 de abril de 2009, de <http://www.leolez.com/sites/Color/colorB.htm>).

Debido a la inmediatez que hoy en día los medios digitales le ofrecen a los lectores; los periódicos de la actualidad se ven frente a dos grandes retos: las nuevas necesidades informativas de los lectores y el hábito perdido de leer el periódico. El lector ya dejó de ser un tiburón que devora todo el mar de noticias, para ser un delfín que salta sólo a la información de su interés en ese mar noticioso. En el mundo del periodismo deportivo el reto es aun mayor; pues el lector sí se detiene a “devorar” la información, pero además espera que la noticia tenga nuevos elementos de análisis.

En el área deportiva, el color cobra mayor relevancia. Para los fanáticos que leen la sección de deportes de los diarios, no sólo importa la pertinencia de la información sino también la forma en que se le presenta. El reportero debe estar a un paso delante de ese lector que maneja gran cantidad de información y, para esto, cuenta con la colaboración del diseñador.

El color está considerado no sólo como una sensación, sino como un verdadero lenguaje del sentimiento. Se puede influenciar y estimular la atención y el interés e incluso se puede meter al lector en el ambiente propicio de una jugada. En este trabajo se analizará la relación existente entre el deporte y el color, para ello lo dividiremos en cuatro capítulos.

En el capítulo I nos concentraremos en todos los elementos que rodean al color, desde como lo definen distintos autores expertos en el área, hasta su clasificación y cómo explican la psicología de los colores. En el capítulo II trataremos el deporte, explicaremos los aspectos más importantes desde su nacimiento hasta nuestros días, sin olvidar su desarrollo en Venezuela.

Después de haber hablado sobre el color y el deporte, que son los dos puntos de enlace en esta tesis, emprenderemos en el capítulo III a conocer los dos diarios deportivos venezolanos a analizar. En esta parte narraremos sobre el origen de Meridiano y Líder en Deportes y como es su diagramación actualmente. En el capítulo IV nos dedicaremos a como la prensa se ha encargado de utilizar el color en sus páginas desde su nacimiento; y finalmente nos limitaremos al análisis del color como elemento comunicacional en Líder en Deportes y Meridiano.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los medios de comunicación impresos el color se ha convertido en un elemento de gran importancia y necesidad para la difusión de la información. Los diarios deportivos son prueba de ello, y es que no es desconocimiento la cantidad de colores utilizados en su diagramación, como son los casos de los periódicos Líder en Deportes y Meridiano.

Ante esta situación, surge la siguiente interrogante: ¿Qué motiva a los diseñadores a utilizar una gran diversidad de colores en estos diarios? Los periódicos deportivos de la nación se caracterizan por tener una paleta de colores muy variadas,

que van desde los colores más fríos como el azul, verde y violeta; hasta los más cálidos como el naranja, el amarillo y el rojo.

El sentido de la vista es el que aporta mayor información al hombre en su entorno. Los futuros profesionales de la comunicación deben estar capacitados para el análisis, crítica y reflexión de una propuesta gráfica. Los diseñadores deben estar conscientes del impacto que un color puede causar por sí solo, para que sepan utilizarlos de una manera eficaz en la comunicación de un mensaje.

No obstante, ¿Qué función cumple el color en la percepción del mensaje? La importancia de este elemento en el mundo de la comunicación es indiscutible. Las investigaciones han determinado que los seres humanos captamos primero la forma que el color. Si la forma nos impacta en primer lugar; el color es el instrumento que sirve para ayudarnos a retener el mensaje en nuestro cerebro.

JUSTIFICACIÓN

La necesidad de una investigación más profunda en el uso del color como elemento comunicacional, su aplicación en los diarios deportivos venezolanos, y la ausencia de investigaciones previas que consideren el uso del mismo en el periodismo deportivo es lo que motivo la realización de este trabajo de investigación.

Para ejemplificar este estudio consideramos el uso de dos periódicos; uno de ellos es Meridiano, diario el cual ya ha sido investigado en sus aspectos gráficos y de contenido, sin embargo, no había sido estudiado el uso del color y su significado. Por su parte, Líder en Deportes, un diario relativamente nuevo del cual no se encontraban antecedentes previos en ningún aspecto.

Con la realización de esta investigación se pudo conocer porque los periódicos deportivos han hecho tanto hincapié en el uso del color, debido a que este elemento no sólo cumple una función decorativa, generalmente están cargados de significados, comunican, sugieren y provocan asociaciones y sentimientos.

DELIMITACIÓN

Para realizar esta investigación, se pensó en el uso del color como parte esencial que compone el mensaje que un periódico desea transmitir a sus lectores. Debido a esto, el objetivo principal de este trabajo de grado fue estudiar el color como un elemento que forma parte del lenguaje gráfico de un diario.

La meta final de este estudio es analizar el uso comunicacional que los periódicos deportivos le dan a este elemento gráfico; para esto se tomó en cuenta aspectos como las tonalidades que conforman las paletas de colores, las fotografías, infografías, despieces y gráficas que día a día ilustran las páginas de Líder y Meridiano.

Si bien se pretendió conocer de qué manera influyen estos aspectos del color en la percepción que los lectores tienen del mensaje, durante la investigación no se realizó análisis de contenido o morfológicos de los textos, puesto que estos aspectos teóricos poco ayudarían en el objetivo final de esta investigación.

OBJETIVOS

GENERAL

Estudiar el uso del color como elemento comunicacional en el periodismo deportivo impreso tomando como ejemplo los diarios venezolanos Líder en Deportes y Meridiano.

ESPECÍFICOS

- Describir las principales nociones de Color
- Explicar los fundamentos de la Psicología del Color
- Conocer de qué manera influye el uso del color en la percepción del mensaje
- Analizar el uso comunicacional del color en la paleta de colores de estos diarios
- Diferencia la aplicación del color en los periódicos Líder y Meridiano

LIMITACIONES

Al realizar esta investigación tuvimos algunos elementos de carácter teórico que pudieron limitar los resultados finales de este proyecto de grado. Con el diario Líder Deportes, debido a su presencia relativamente nueva en el mundo del periodismo deportivo; había escasa presencia de material teórico, lo que llegó a convertirse en una limitante a la hora de analizar los resultados de nuestro trabajo.

La información teórica en relación a el diseño periodístico que se pudo encontrar del periódico Meridiano data de la década de el año 1970, por lo que los datos proporcionados en estos materiales no estaban a la par de las nuevas tendencias en este ámbito; considerando el color como un elemento importante en lo referente a la edición gráfica, este aspecto limitaba la comparación de los resultados finales entre los dos periódicos. Sin embargo, estos inconvenientes fueron solventados y los resultados finales fueron óptimos.

METODOLOGÍA

El uso del color está determinado por los efectos que se quiera provocar en el emisor, por ende, a la hora de diseñar un material impreso debe considerarse cuál es el mensaje que se pretende a llevar al lector con la utilización de una tonalidad u otra; siendo el objetivo final de este trabajo, justamente, el estudiar el uso comunicacional que los diarios deportivos hacen del color en sus páginas.

Para lograrlo, se ejecutó una investigación descriptiva de los periódicos especializados en el área de deportes Líder y Meridiano; se realizó un estudio de campo en los periódicos deportivos de Venezuela. Se tomaron como muestra la edición dominical de los diarios mencionados, en donde se analizó la paleta de colores que caracteriza a estos periódicos, para observar el modo en que distribuyen las tonalidades en los diferentes espacios del diario y como ayudan estos a llevar la información a los lectores.

Las fuentes documentales fueron utilizadas como herramienta fundamental para la recolección de datos, ya que facilitaron la redacción del trabajo. Asimismo, se realizaron entrevistas a fuentes vivas, entre ellos diagramadores de ambos diarios, y profesionales expertos en el área del color, para investigar como es el proceso de diseño de las páginas de este periódico; específicamente la selección del color y el manejo de las fotografías, material que sirvió para complementar la información que se obtuvo del análisis de los resultados de la investigación.

CAPÍTULO I

EL COLOR

1.1 EL COLOR:

De todas las longitudes de ondas que rodean al hombre y su medio ambiente, son las ondas luminosas que permiten el acto de ver. Entre las principales características de la luz está el hecho de que puede propagarse a diferentes velocidades y su intensidad depende de la energía que emitan los cuerpos.

Siempre que el hombre este despierto, y pueda abrir sus ojos recibe información óptica. Aparentemente el 80% de los mensajes que recibimos son a través de la vista. Esto implica no sólo las lecturas de diarios, revistas sino también la admiración de una pintura o ver un partido de beisbol o futbol en la televisión.

Estas informaciones se componen de dos puntos importantes: la forma y el color. Si estableciéramos porcentajes; el hombre recibiría el 40% de esos datos visuales basados en el color. Considerando la importancia del color reviste para nuestra vida, es muy poco lo que se conoce sobre la teoría de los colores y sus leyes básicas.

Quizás la razón de esto se base en que el color es objetivamente intangible. El color es un fenómeno fisiológico, es decir, el color en sí no existe, es única y exclusivamente la sensación del color. Lo que llamaría Kùppers en su libro *“Fundamentos de la teoría de los colores”* (1982): “La percepción en el órgano del sentido visual del espectador”

El color es el efecto que producen los rayos luminosos que reflejan los objetos. Según Bamz (1980) “el color propio de un cuerpo se produce por la facultad que posee

este de absorber una parte de la luz que recibe y reflejar el resto”. La luz blanca es una combinación de todos los colores que forman el espectro; sin embargo puede descomponerse en tres colores primarios: rojo, azul y verde. Al mezclarse estos primarios forman un sector secundario y, de la mezcla de los primarios y secundarios se forma la luz blanca.

Todo cuerpo iluminado absorbe una parte de las ondas electromagnéticas y refleja las restantes. Las ondas reflejadas son captadas por el ojo e interpretadas en el cerebro como colores según las longitudes de ondas correspondientes. El ojo humano sólo percibe las longitudes de onda cuando la iluminación es abundante. A diferentes longitudes de onda captadas en el ojo corresponden distintos colores en el cerebro.

“Mientras la luz transmitida es aditiva; la luz reflejada (es decir el color de los objetos) es exactamente lo opuesto. Una superficie blanca, aparece así porque la luz blanca incide en ella, se refleja todo su espectro. Pero si la superficie es coloreada, parte del espectro es absorbido (substraído) y la parte que resulta reflejada determina el color que vemos” (Swann, 1992, p13); así define Swann el proceso de reflexión del color.

Para Kùppers (1982) un objeto no demuestra un determinado croma. El color que refleje es relativo depende siempre de la iluminación existente. “Según la composición de espectral de la luz de iluminación, también cambia la composición espectral de un color que llega al ojo en calidad de estímulo”. (Kùppers : 1982: 12).

“Si el color no existe y tan sólo es la apariencia de la luz, los objetos son los medios materiales que absorben y transmiten la luz de determinados colores para finalmente reflejar uno específico” (Ferrer: 1999: 87) Sin embargo, para Johannes Pawlik (1996) en teorías artísticas del color no hay una unidad de concepto. Una misma palabra hace referencia a diferentes significados.

“La palabra color puede hacer diferencia a distintas cosas, por ejemplo: el color en general, como fenómeno cromático específico; el color como manifestación o a el color como elemento gráfico” (Pawlik: 1996: 16)

2.1 DIMENSIONES TONALES

****Tinte o Hue:***

El tinte puede definirse como el factor que describe el color como un estímulo; representa el factor de calidad del color y el elemento que permite distinguirlo por un nombre, ya sea rojo, verde, azul, etc.

Según Hayden (1959) el tinte o croma cambia cuando se le agrega otro color, si se le añade blanco o negro se aclara o se oscurece, pero en general no cambia su calidad cromática. Conocido también como *Matiz*, se le considera como la sumatoria de longitudes de ondas que puedan reflejarse en una superficie, el principio sobre el que descansa se denomina mezcla sustractiva.

“Al mezclar dos pigmentos con semicromos diferentes, el poder de reflexión de la mezcla es mayor para las longitudes de onda que son comunes a ambos. Algunas de las otras longitudes de onda se anulan recíprocamente” (Cualidades Tonales. Recuperado el 06 de Octubre de: <http://www.monografias.com/trabajos5/colarq/colarq.shtml>)

****Valor:***

El valor de un color es el grado de luminosidad u oscuridad con relación al blanco o el negro, los colores de valor alto (claro) reflejan más la luz; que aquellos más oscuros o de valor más bajo que, por el contrario, la absorben.

“El blanco puro es luz y el negro puro oscuridad, existiendo entre estos dos extremos una serie de gradaciones o niveles de valor del tono que tiene relación con los colores. Los de valor alto (claros) reflejan la luz y los de valor bajo (oscuros) absorben la luz” (Pawlik: 1996: 32)

El valor es una propiedad importante, ya que va a crear sensaciones espaciales por medio del color. Así, porciones de un mismo color con fuertes diferencias de valor (contraste de valor) definen porciones diferentes en el espacio, mientras que un cambio gradual en el valor de un color (gradación) va a dar sensación de contorno, de continuidad de un objeto en el espacio.

****Saturación:***

Es el grado o porcentaje de tinte que tiene un color. Una tonalidad saturada, se presenta como aquella que se percibe con todo su potencial cromático, inalterado, completo. Hayden (1959) lo define como el determinado factor de pureza de un color, o sea la mayor o menos proximidad al croma pleno y que, comúnmente, se determina por intenso, puro, mediano o pálido.

“Los colores puros del espectro están saturados, un color intenso es muy vivo. Cuanto más se satura un color, mayor es la impresión de que el objeto se está moviendo. Esta propiedad es siempre comparativa, ya que relacionamos la intensidad en comparación con otras cosas. Lo importante es aprender a distinguir las relaciones de intensidad, ya que ésta muchas veces cambia cuando un color está rodeado por otro.” (Teoría del color. Recuperado el 06 de octubre en: <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1503.php>)

****Tono:***

El termino tono a menudo se confunde con color. Pero hay una diferencia, las variaciones de tono de un único grupo producen colores diferentes. Wong (1998) establece lo siguiente: “Un mismo tono mediante la manipulación de su valor o de su intensidad puede incluir una serie de más de veinte colores y siempre podrán introducirse transiciones adicionales entre estos”. Para Pawlik (1996) el tono por regla general significa la clase de color o la calidad de color

****Luminosidad:***

En relación a la luminosidad, esta se refiere a la capacidad de reflejar la luz de los colores. Bamz (1980) define la luminosidad como “la cualidad de un color cuando empieza a faltarle la luz. La luminosidad de un color puede ser aumentada al adicionarle blanco o reducida cuando se le añade negro”.

La diferencia entre luminosidad y valor radica en que el concepto de valor puede aplicarse tanto a la luminosidad cómo a las otras dimensiones del color. En la saturación, por ejemplo, el valor cambia en razón de la cantidad de blanco añadido para sumarle luz, en cambio en la luminosidad, el valor cambia de acuerdo a la cantidad de negro o gris que se le añada.

1.3 CLASIFICACIÓN DE LOS COLORES:

Los colores primarios son llamados así porque no pueden obtenerse mediante la mezcla de otros colores. Kùppers (1976) define los colores primarios de la siguiente manera: “el ojo cuenta con tres tipos de células visuales, que rigen tres tipos diferentes de sensaciones, correspondientes a los colores primarios azul (azul violáceo), verde y rojo (rojo anaranjado)” (Kùppers: 1976: 25).

Para Swaan (1992) existen tres colores fundamentales: rojo vivo en un extremo del espectro, azul (un violeta oscuro) en el otro extremo del espectro, y verde (una hierba fuerte) en la parte media del espectro. “Combinados en proporciones iguales, el rojo y el verde, dan amarillo; el verde y el azul dan el cian; y el azul y el rojo dan el magenta. Estos son los colores aditivos secundarios” (Swann: 1992: 12)

Hay dos tipos de colores primarios; los colores primarios luz, que son los tres principales de la composición de la luz (Rojo, verde, azul) y los tradicionales colores primarios pigmentos del arte: amarillo, azul y rojo. Sin embargo, esto no es técnicamente cierto, o al menos es impreciso. “Los tres colores primarios de la pigmentación son el magenta, el amarillo cadmio y el cian. (Cuando se dice que los colores primarios de la pigmentación son el "rojo, amarillo y azul", "rojo" es una forma

imprecisa de decir "magenta" y "azul" es una forma imprecisa de decir "cian"). En realidad, el azul y el rojo son pigmentos secundarios, pero son colores primarios de la luz, junto con el verde” (Colores primarios. Recobrado el 21 de octubre en: http://es.wikipedia.org/wiki/Color_primario)

Bamz (1980) establece que solo hay tres colores primarios: amarillo, azul y rojo. Estos no pueden ser obtenidos por mezclas de otros colores, por eso se les denomina primarios. Pawlik apoya esta teoría agregando que el pintor debe considerar estos tres colores como “*colores de partida*” a la hora de realizar una obra de arte.

De acuerdo con Bamz (1980) la mezcla de los colores primarios entre sí, resultan los colores secundarios. También son tres tonalidades fundamentales: naranja (mezcla de rojo y amarillo); verde (mezcla de azul y amarillo) y el violeta (mezcla de azul y rojo). Estos colores forman los seis colores standards o básicos y dispuestos en círculos, conforman el círculo de colores más elemental.

Los colores luz son aquellos producidos por las radiaciones luminosas. “El tono de los colores luz es del color de la luz que refleja, puesto que tienen la capacidad de absorber determinadas longitudes de ondas de la luz que cae sobre él y de reflejar el resto hacia el ojo que lo observa” (Ferrer: 1999: 87). “La mezcla de dos colores luz produce un color más luminoso, por lo que se denomina mezcla aditiva. Los tres colores primarios luz son: rojo, azul y verde” (Color luz y color pigmento. Recuperado el 08 de Octubre de: http://nea.educastur.princast.es/repositorio/VIDEOS/1_nea_colab08)

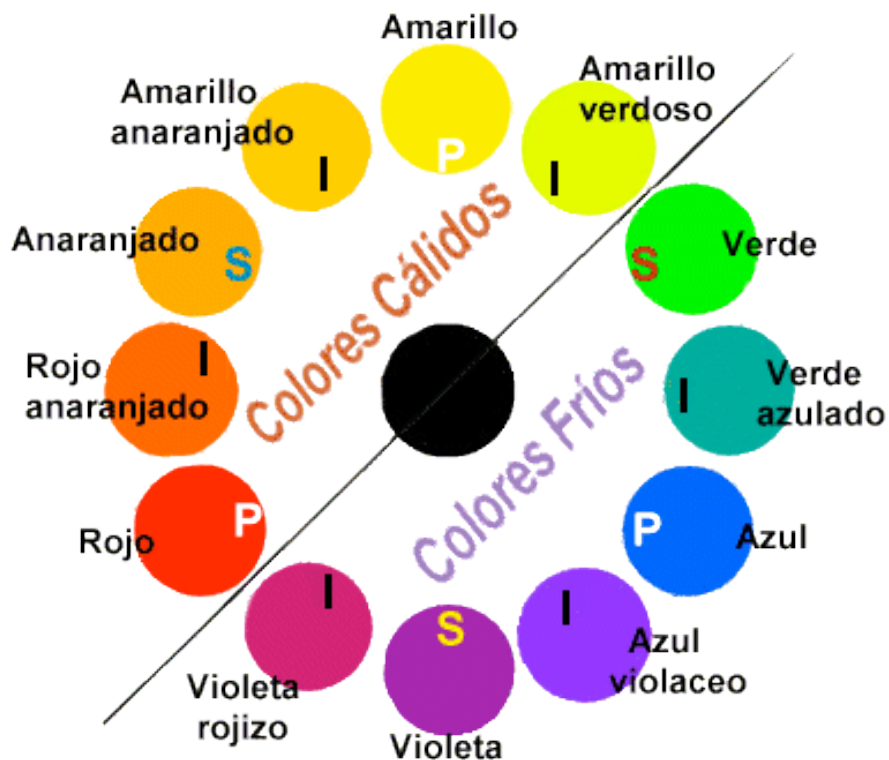
Por otro lado, Pawlik (1996) establece que los colores pigmentos son aquellos colorantes, orgánicos o inorgánicos, prácticamente insolubles en espesantes o disolventes. Es decir, poseen diferentes composiciones químicas que hacen que sean capaces de absorber ciertas longitudes de ondas y reflejar otras. Estos se obtienen por mezcla sustractiva, es decir, por resta de luz, y como primarios tenemos a: el amarillo, el cian y el magenta.

En otras clasificaciones del color, encontramos a los colores complementarios. Cada tonalidad que se observa en el círculo cromático, tiene un color opuesto diametralmente que es su complementario, estos dos colores mezclados producen un gris neutro. “Los colores complementarios mezclados entre sí, se anulan mutuamente en un tono carente de color. Esto vale no sólo para colores puros: un negro profundo grisáceo, capaz en caso concreto de sustituir el negro al pintar, se consigue mezclando sombras con un azul oscuro complementario” (Pawlik: 1997: 49)

Cuando los colores complementarios activan la totalidad de la percepción hasta el blanco, son complementarios por adicción. Cuando no hay luz, la percepción no puede ser activada y solo se ve el color negro, entonces son colores complementarios por sustracción. “La percepción del brillo y el color está en parte activada por la remisión, emisión y la transmisión de un cierto color. El color que active, la parte aun no activada de la percepción será el color complementario” (Gerrit, 1976, p106)

Los colores también pueden organizarse en cálidos o fríos. El fundamento de esta división radica en la sensación y en la relación térmica que existe entre los colores. Los cálidos (amarillo, naranja, rojo) son aquellos de longitud de onda larga y los fríos en donde predomina más el azul y el violeta son aquellos cuya longitud de onda es corta. Los colores cálidos parecieran acercarnos y los fríos producen la sensación de mantenernos a distancia.

Los Colores Cálidos son activos; implican vivacidad. Los colores fríos son pasivos, por su frialdad y baja tensión. “La división entre los colores cálidos y fríos encierran una especie de adjetivación psicológica, fundada en los diferentes efectos que producen o se los atribuyen, según la extensión de onda” (Ferrer: 1998: 106).

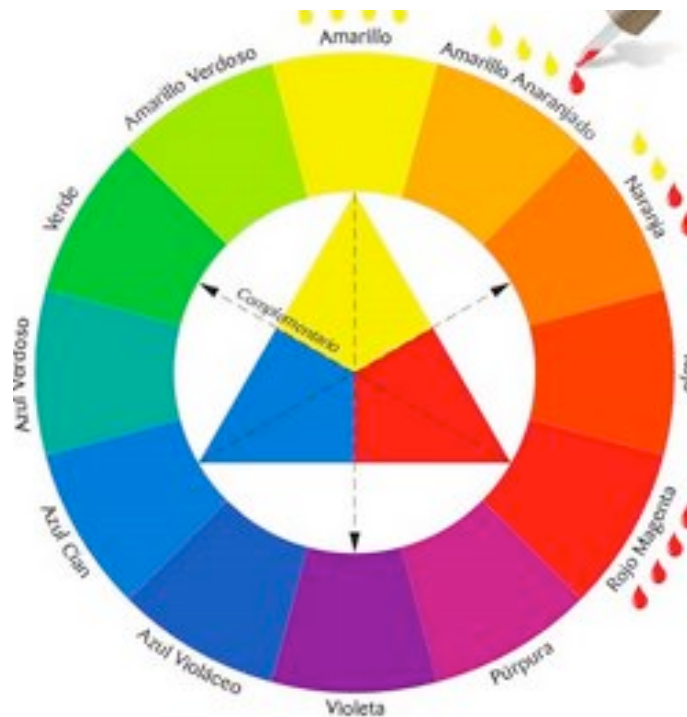


1.4 CIRCULO CROMÁTICO:

El círculo de color es un dispositivo útil para indicar los colores de la misma familia de tonos, llamados colores adyacentes y los colores opuestos, también conocidos como complementarios. El objeto de este círculo, es dar un aspecto de la distribución de los colores en función de las leyes de la percepción del color. Según explica Gerrit (P.83), este círculo puede construirse por adición o por sustracción, ya que está basado en las propiedades del ojo para percibir el color.

“Desde un punto de vista teórico un círculo cromático de doce colores estaría formado por los tres primarios, entre ellos se situarían los tres secundarios y entre cada secundario y primario el terciario que se origina de su unión. Así en actividades de síntesis aditiva, se pueden distribuir los tres primarios, rojo, verde y azul uniformemente separados en el círculo; en medio entre cada dos primarios, el secundario que forman ellos dos; entre cada primario y secundario se pondría el

terciario que se origina en su mezcla” (Círculo cromático. Recuperado el 30 de septiembre de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Color>)



****Organización Cromática:***

La sistematización de los colores sirve para establecer un orden a través del cual cada tonalidad pueda ser definida e indicada sin confusión posible. “La clasificación de los colores sirve para situar un orden que facilite el que cualquier color pueda ser definido e indicado sin confusión posible y como base para la conjugación armónica” (Bamz: 1980: 40).

Lambert:

Este físico construyó en 1772 una pirámide en donde establecía un orden cromático basado en tres colores principales o fundamentales: goma gutta (amarillo), carmín (rojo) y azul de Prusia (azul), esto gracias a una subdivisión de este triángulo en cuatro pirámides adicionales.

Chevreul:

Chevreul, en el año 1839, construyó con hilos de lana un gran círculo de colores. Este círculo constaba, fundamentalmente, de un círculo con un metro de diámetro en el que fueron clasificados y dispuestos hasta 72 colores distintos; los colores opuestos, en el mismo diámetro son complementarios.



CÍRCULO CROMÁTICO DE
CHEVREUL

Goethe y su teoría del color:

Johan Wolfgang von Goethe representó el punto de anclaje de la teoría de los círculos cromáticos. Él transformó los colores prismáticos en colores pictóricos y los ordenó en un círculo. “De acuerdo con la teoría de Goethe, lo que vemos de un objeto no depende solamente de la materia; tampoco de la luz de acuerdo a Newton, sino que involucra también a una tercera condición que es *nuestra* percepción del objeto. De aquí en más, el problema principal pasó a ser la *subjetividad* implícita en este concepto novedoso” (Teoría del color. Recuperado el 17 de julio en: http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_color)

Según sus tratados, los colores luz son: el azul, el púrpura (el rojo puro de Goethe) y el amarillo. Goethe ubico el púrpura arriba del circulo y, siguiendo el sentido de las agujas del reloj, los colores están ubicados de la siguiente manera: púrpura, azul rojizo (violeta azulado), azul (cian), verde amarillo y rojo amarillento (carmesí)



CÍRCULO CROMÁTICO DE
GOETHE

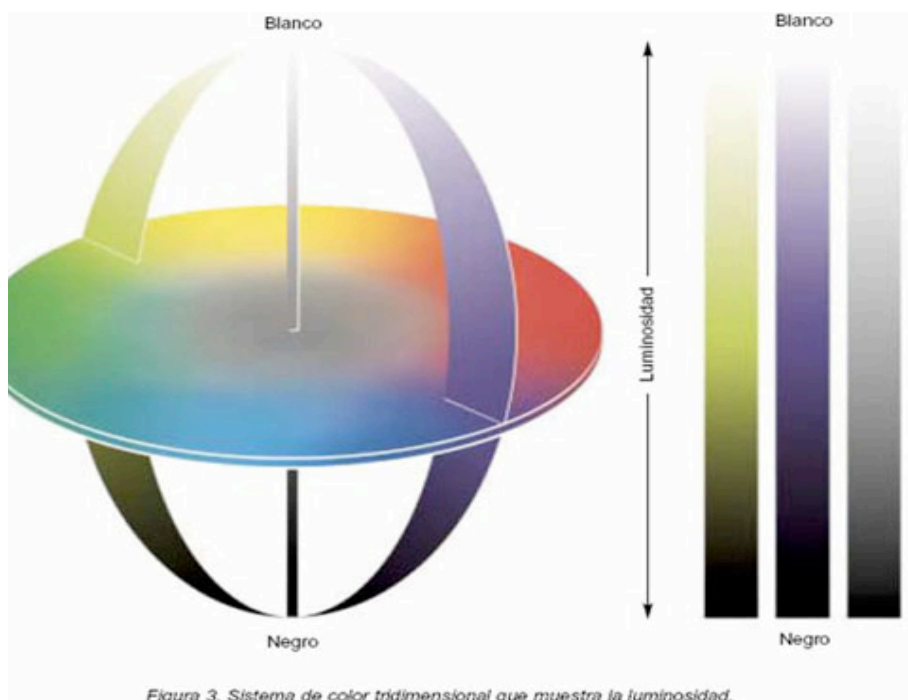
Phillip Otto Runge

Otro que utilizó para clasificar los colores un triángulo fue el pintor Philip Otto Runge. Este triángulo establece un orden que ubica el azul arriba, rojo abajo a la izquierda y el amarillo abajo a la derecha. Al final se obtiene un hexágono cromático cuya distribución, al contrario de la propuesta de Goethe, sigue un sentido contrario a las agujas del reloj: azul, violeta, rojo, naranja, amarillo, verde.

Sistema Munsell:

Munsell, por el contrario, establece un sistema en donde los colores están organizados en una esfera basados en diez colores mayores: rojo, amarillo, verde, azul y púrpura son los colores principales, y rojo –amarillo, amarillo-verde, verde-azul, azul-púrpura y púrpura-rojo, como intermedios, resultantes este de la combinación de los colores principales adyacentes.

“Munsell dice que cuando los colores están bien situados alrededor de la esfera y esta se hace girar a gran velocidad, todos los colores se funden y forma un gris neutro, por ello descarto la división clásica de tres primarios y tres secundarios” (Bamz , 1980, p42)



Teoría de Ostwald

Whilhem Ostwald propuso una teoría que consta de cuatro sensaciones cromáticas elementales y dos sensaciones acromáticas con variaciones intermedias

Este físico establece ocho colores fundamentales: rojo, verde, amarillo, verde hoja, verde mar, azul turquesa, azul ultramar y violeta. Estos y sus intermedios forman un círculo cromático de 24 colores. “El grupo de los colores fríos se forma desde el primer violeta hasta el tercer verde mar, y el de los colores cálidos desde el primer verde hoja hasta el tercer rojo” (Bamz: 1990: 40)

El círculo cromático es útil para comprender cómo se consiguen los colores a partir de los colores primarios. Es factible de usarse en las artes gráficas, ya que se permiten una gran cantidad de subdivisiones que ayudan crear las más diferentes combinaciones de colores a la hora de diseñar una obra.

1.5 COMBINACIÓN DE COLORES:

Los colores pigmentos son una herramienta valiosa en el diseño de una obra. El diseñador puede conseguir para su trabajo una enorme cantidad de efectos y sensaciones, con la combinación de colores. La base para esta acción es la escogencia de colores armoniosos, discordantes, dominantes, o recesivos.

****Colores armoniosos:***

Estos colores poseen la característica de estar lo suficientemente cerca del círculo de colores para ser agradables pero no tan cercanos que parezcan una zona desigual del mismo color. “Otra forma de conseguir un efecto armonioso es mezclar colores de las zonas mayores del diseño a partir de una paleta muy restringida de, por ejemplo, no más de dos tonos, pero que no estén cercanos en el círculo de colores” (Swann; 1992; p14)

****Colores discordantes:***

La combinación de colores discordantes puede realizarse de dos maneras: Cuando se colocan dos tonalidades opuestas del círculo de colores se colocan de forma tal que centellean; encontramos una *discordancia psicodélica o estridentes*. Al

colocar dos colores casi iguales pero que no llegan a coincidir encontramos una *discordancia por desajuste*. Para Swann (1992) la primera clase de discordancia se hace a menudo con el cian y el bermellón y puede resultar bastante impresionante, por otro lado, explica que el efecto producido por la segunda clase de discordancia es sumamente perturbador y se usa, en general, en anuncios de “antes “ y “después”.

****Colores Dominantes:***

Estas tonalidades son las que se destacan ya sea en virtud de su intensidad o del tamaño del área que determinan el estilo del trabajo. Para Bamz (1980) no importa la cualidad de un esquema siempre ha de ser impuesto un color a los demás, ya sea por extensión de su área o por su valor e intensidad.

Swann (1992) agrega, por su parte, que el color dominante de un esquema es muy fácil de apreciar, ya que es común usar colores como el rojo, azul, verde, violeta o rojo. Los rojos a menudo tienen la apariencia de afirmarse con orgullo en la superficie donde están. A causa de esto, los diseños en que domina el rojo atrae más la atención a la vista.

****Colores Recesivos***

La mayoría de los colores recesivos son agrisados, los azules en particular son los más recesivos de los colores y pueden hacer que la mirada ahonde en el diseño, especialmente cuando ocupan superficies de borde difuso o atmosférico. “Los azules oscurecidos pueden dar la sensación de lejanía y misterio, este efecto se ha usado con frecuencia utilizando delicadas transiciones de color como de acuarelas, creadas en computadora por diseñadores gráficos” (Swann: 1992: 15).

1.6 EL DISEÑO EN COLORES: CONTRASTES Y ARMONÍAS

En palabras de Bamz (1980) el buen sentido del color es aun menos frecuente que el oído cultivado para la audición musical; a pesar de ello, hasta el ojo más inexperto puede ser educado para la percepción más sutil de los colores.

La finalidad del estudio del color no es tan sólo la de conseguir una percepción de colores y matices, sino la de ser tan sensible al sitio adecuado y a la proporción justa, que la determinación sea rápida e intuitiva. Existen dos formas compositivas del color útil para los diseñadores:

***Armonías:**

Según Bamz (1980, P46), el principio básico de la armonía es esquema armónico produce una impresión agradable, serena y sin violencia alguna para la percepción y la sensibilidad. “Los colores armónicos son aquellos que funcionan bien juntos, es decir, que producen un esquema de color atractivo a la vista. El círculo cromático es una valiosa herramienta para determinar armonías de color” (Teoría del color. Recuperado el 27 de julio en: http://es.wikipedia.org/wiki/Teoría_del_color)

Pawlik (1996) establece la importancia que Goethe le otorgaba a el concepto de armonía: “Estos fenómenos son de mayor importancia, pues nos señalan las leyes de la visión, y son una preparación necesaria para la futura contemplación de los colores” (Paw-lik: 1996: 98)

En todas las armonías cromáticas se pueden encontrar tres colores principales:

- a. Uno dominante: un tono neutro que sirve para destacar los otros colores.
- b. Uno tónico: que se utiliza como nota de animación y es el de mayor valor.
- c. Uno de mediación: que sirve como transición a los otros dos colores.

Para Itten (2002) dos o más colores son armoniosos cuando, en su unión, da una mezcla de gris neutro. “Se puede decir que una composición de dos o más colores da una mezcla de gris a condición que posea tres colores fundamentales: amarillo, azul y rojo; pueden, pues, ser considerada como la totalidad de los colores que pueden existir. Para quedar satisfecho, el ojo

pide esta tonalidad, entonces estamos ante un equilibrio armonioso” (Itten: 2002: 82).

****Armonías de relación:***

Hayden (1959) establece que esta armonía está fundamentada en el principio de que los colores en el círculo cromático son armónicos por la relación que tienen entre sí. Las armonías de relación comprenden *los monocromáticos*, en donde se utiliza un solo color para crear una composición.

****Armonías por analogías:***

Esta se logra cuando se combinan colores relacionados en el círculo cromático y que tienen como nexo un color común a todos. Peter Hayden establece que en toda armonía de análogos se manifiesta la principalidad de un color particular.

“La gama de colores de estos esquemas es más amplia que los monocromáticos, prestándose, por tanto, a efectos más variados e interesantes; por lo general son más agradables cuando se limitan a colores que están dentro de los primarios y comprenden uno o dos colores adyacentes” (Bamz: 1990: 47).

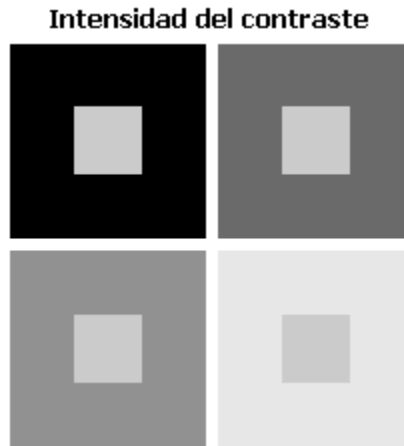
****Contrastes:***

Uno de los efectos que el color ejerce sobre las personas que lo observan es el de impresionar al que lo percibe, por cuanto puede atraer la atención del ojo humano. El contraste afecta las dimensiones aparentes de los colores y la forma de su área.

****Contrastes por intensidad:***

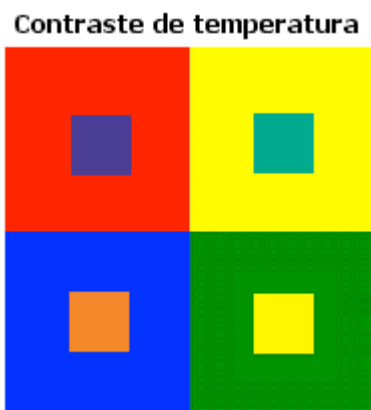
Para Wong (1998) el mejor modo de conseguir un contraste de intensidad consiste en limitar los colores a un solo grado, permitiendo que cada color muestre una intensidad determinada, sea fuerte o débil. “Cuanto más fuerte sea la intensidad de un color, tanto más pequeña será la superficie que ocupe y cuanto más débil sea la intensidad, tanto mayor debe ser el área que ocupe el color.” (Contraste: La interacción

del color. Recuperado el 27 de julio en:
<http://www.monografias.com/trabajos5/colarq/colarq.shtml>)



****Contraste cálido-frío:***

El efecto que produce este contraste se basan en que los colores cálidos parecen más extensos y los fríos más pequeños de lo que realmente son. Los colores cálidos avanzan sobre los fríos y son los mejores para detalles que son vistos a poca distancia. Por el contrario, los colores fríos tienen un enfoque menos definido, y se prestan para áreas más amplias.

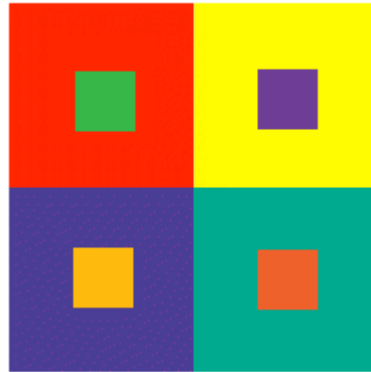


****Contrastes por complementarios:***

Según Bamz (1980) el contraste por colores complementarios se forma con tonalidades opuestas directamente en el círculo. “El color siempre tiene buen equilibrio

en un esquema de complementarios ya que en este se combinan colores cálidos y fríos y la vista se siente reconfortada ya que no se fatiga por el estímulo de una sola cualidad de color” (Bamz: 1980: 48)

Contraste de complementarios



****Contraste simultáneo:***

Gérrit (1976) lo define como “la expresión que indica el cambio de aspecto de un color dado, bajo la influencia de la presencia de colores contratantes en su ambiente inmediato”. El fenómeno del contraste simultáneo se produce gracias a la capacidad que posee el ojo humano de cambiar el aspecto de un color por la influencia de los colores limítrofes que le rodean o lo envuelven.

El contraste simultáneo puede diferenciarse en tres tipos: de brillo; de intensidad y de tinte:

- A. Contraste simultáneo por brillo: se basa en la teoría de que la adaptación local del ojo será menos sensible a un gran brillo y tendrá mayor sensibilidad a un color que posea un brillo más débil.
- B. . Contraste simultáneo por intensidad: La intensidad de los colores complementarios se verá fortalecida por la influencia de la segunda imagen. Por ejemplo, el violeta envuelto por el amarillo adquiere una intensidad más acentuada, casi fluorescente, porque el opuesto del amarillo es el mismo violeta.

- C. Contraste simultáneo por tinte: en el contraste simultáneo, el estímulo visual hace que el ojo humano genere una segunda imagen que se coloca en el tono complementario de la imagen original- Por ejemplo, cuando el naranja está rodeado por verde, la segunda imagen de este color (es decir, su complementario, el rojo) tiñe el naranja y lo hace parecer más rojizo.



1.7 PRINCIPIOS DE PERCEPCIÓN:

Para entender el efecto del color en la psicología humana, es necesario dar un paseo por los principios de percepción que definen la capacidad del hombre de darle un significado al mundo que lo rodea

Percepción es definida como la sensación interior que resulta de una impresión material. Es el proceso de extracción de información, es el acto de recibir o extraer información de algún suceso. De todas las teorías de la percepción la teoría de la Gestalt, es la de más influencia dentro del mundo de la percepción de los colores.

”El término *Gestalt* proviene del alemán y fue introducido por primera vez por Christian von Ehrenfels. No tiene una traducción única, aunque se lo entiende generalmente como forma. Sin embargo, también podría traducirse como figura,

configuración e, incluso, estructura o creación.” (Psicología de la Gestalt. Recuperado el 30 de septiembre en: http://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa_de_la_Gestalt)

Vinculado con las leyes del diseño, queda establecido un compendio de jerarquías en cuanto a la aplicación del color. En muchos colores se presentan significaciones varias, así el color verde es el de la vegetación, el de la esperanza y, en ciertas ocasiones el de la perversidad. Quizás el color más claramente marcado sea el rojo que desde los tiempos más antiguos, debió parecerse al de la sangre, la vida, la pasión, al dualismo amor-odio, etc.

1.8 PSICOLOGÍA DEL COLOR:

El color es uno de los medios más subjetivos con los que puede contar un diseñador, puesto que la percepción del color es la parte más emotiva del proceso visual, tiene mucho poder de atracción o rechazo dependiendo del uso que le dé. “A todos nos sensibiliza el color y cada uno tiene sus propias ideas sobre antipatías o simpatías, gusto o desagrado sobre aquel o este color, pero de manera general, todos percibimos una reacción física ante la sensación que produce un color, como la de frío en una habitación pintada de azul o la de calor en otra pintada de rojo”. (Psicología del color. Recuperado el 30 de septiembre en: http://estocolmo.se/cultura/color_oktub23.htm)

Cada color tiene un significado y expresa una sensación agradable o desagradable, fría o cálida, positiva o negativa. El estudio de la influencia psicológica de los colores es hoy en día una ciencia que se aplica a muy diferentes campos debido a la importancia que puede tener en los ambientes, en la vida diaria y en la publicidad.

“El color es un factor vital que influye, sensibiliza y aun puede perturbar el estado de conciencia; por él se estimula la atención y el interés, se impulsa un deseo se crea una sensación de ambiente, se activa la imaginación y se produce un sentimiento de simpatía o repulsión; el color actúa como una energía estimulante o deprimente” (Bamz, 1980, p37)

Según Ferrer (1999) el color expresa mucho más de lo que se ve; el color expresa lo que se siente, a donde no siempre llegan las palabras disponibles. Señala que Goethe fue el pionero en la psicología del color: “Goethe aseguraba que, al entrar en contacto, con un color determinado, este se sincronizaría de inmediato con el espíritu humano, produciendo un efecto decidido e importante en el estado de ánimo” (Ferrer: 1999: 85)

Johhanes Itten, por su parte, en su libro, “*Teoría del color*” (1996) establece el carácter simbólico del color, que puede cambiar de época en época y de cultura en cultura. “En el proceso de percepción del color intervienen los mecanismos de agudeza sino también, y sobre todo, los esquemas preestablecidos en nuestra mente, que llegan incluso a convertirse en un juego restringido y estereotipado” (Itten: 1996: 92)

****Azul: tan frío como el cielo***

El color azul representa la inteligencia, lo infinito, la verdad la sabiduría y la inmortalidad. El espectro visible del color azul, es aproximadamente, 450 – 495 nm. También es el color del descanso, del recogimiento, de la confianza y de la seguridad y el que caracteriza más especialmente a la frialdad. La virtud de este color es que crea la ilusión óptica de retroceso, tanto si se utiliza como color de fondo como si se aplica a otros objetos. Este color pierde su frialdad cuando se introduce un color magenta, que es cuando adquiere una tonalidad purpúrea.

Según Russell (1990) “las asociaciones más obvias del azul son las del cielo y el mar. Dado que el cielo y el mar son infinitos, este color puede asociarse con la constancia. El azul desde hace mucho se ha relacionado con la meditación y la relajación”. Para Bamz (1990) el predominio del azul en un esquema crea una impresión triste y monótona; sin embargo cuando se contrasta con su complementario, puede crear una composición atractiva.

El azul rebajado con blanco representa la fe, la pureza y el cielo infinito, mezclado con negro es intolerancia y fanatismo; también significa las profundidades impenetrables del mar. “Se lo asocia con los introvertidos o personalidades

reconcentradas o de vida interior y está vinculado con la circunspección, la inteligencia y las emociones profundas. Es el color de los sueños y de lo maravilloso, y simboliza la fidelidad, verdad eterna e inmortalidad. También significa descanso, lasitud” (Simbología del color azul. Recuperado 30 de septiembre en: <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1503.php>)

Es una tonalidad extremadamente popular. Sus diversas tonalidades son atractivas para personas distintas. Tiene fuertes vinculaciones culturales que se remontan muy atrás en el tiempo, hasta viejas religiones; se asocia también con la realeza y con la vida intelectual. En las antiguas pinturas cristianas, el manto de la Virgen María es siempre de un color azul ultramar; según algunas teorías esto se debe a que esta tonalidad es considerada “Sagrada” y representa al cielo. A pesar de su asociación con la virgen, el color azul, es tradicionalmente, un color masculino.

****Amarillo: como los rayos del sol***

Esta tonalidad representa la luz, la acción, la vida y el poder, la arrogancia y la fuerza de voluntad; es también el color de la envidia, de la ira y de todo acto atrevido e impulsivo. El amarillo es el más visible de los colores. Con sus secundarios, atrae la atención y, emparejado con negro y blanco, consigue un alto grado de visibilidad. El pintor Wasiily Kandinsky describió el amarillo como un color vivo que impresiona cuando se le mira durante largo rato y después se hace chillón. Su espectro visible varía en 579-590 nm.

De gran vibración magnética, con el rojo y naranja forma la banda de los colores cálidos en el círculo cromático, estos son colores que representan la emoción, vitales, fascinadores pero no deben exhibirse solos pues necesitan ser controlados y bien guiados. “Por una parte es el color de mayor claridad propia y, por consiguiente, con buena representatibilidad, porque cualquier añadido que apliquemos se distingue de inmediato pero , por otro lado, tiene una escasa resistencia frente a sus colores vecinos y su carencia de área cromática” (Pawlik: 1996: 70)

“Es el color más intelectual y puede ser asociado con una gran inteligencia o con una gran deficiencia mental; Van Gogh tenía por él una especial predilección, particularmente en los últimos años de su crisis”. (Simbología del color amarillo y rojo. Recuperado el 30 de septiembre en: <http://www.yourbubbles.com/depractica/deporte>)

Este color está relacionado con el sol y, por lo tanto se percibe como agradable. Es sumamente llamativo, intenso y vislumbrante pero puede resultar difícil de utilizar a la hora de trabajar en diseño ya que siempre parece expandirse en las superficies y sus límites. Una de las virtudes del color amarillo; son la sabiduría, el discernimiento y el buen criterio. Favorece la claridad mental y los procesos lógicos. Mejora la facultad del razonamiento y abrirá nuestra conciencia a nuevas ideas, nuevos intereses, convierte la vida en algo emocionante y divertido.

Según Russell (1990) “la naturaleza del amarillo puede modificarse por entero si se cambian las intensidades y los tonos. Se da por sabido que un amarillo suave y cálido alienta la concentración y las salas de estudio con frecuencias son pintadas de este color. La naturaleza ha creado un sistema de alarmas basados en las tonalidades amarillas y negras. Algunas especies de abejas, avispas, serpientes y sapos tienen franjas de color negro y amarillo que señalan que son altamente venenosos”.

Símbolo de la juventud, la fuerza y la eterna divinidad. Está en la base del ritual del cristianismo: el amarillo de la vida eterna y de la fe se une a la pureza original del blanco en la bandera del Vaticano. Es sinónimo de Pascua, de la verdad oculta y de la resurrección de Cristo. En algunas regiones orientales, el amarillo es un color sagrado también: los monjes budistas llevan vestiduras azafrán y en China, el emperador estaba asociado con esta tonalidad.

****Rojo: en la Pasión y Fuego***

Esta tonalidad es la primera del espectro; por ser tan vibrante alcanza el punto más alto y aislado en la medida de la visibilidad del hombre. La gama del rojo va desde el magenta (rojo con una porción de amarillo) hasta el anaranjado y en el espectro visible va desde las longitudes de onda 620nm a 750 nm.

Simboliza sangre, fuego, calor, revolución, alegría, acción, pasión, fuerza, disputa, desconfianza, destrucción e impulso, así mismo crueldad y rabia. Es el color de los maniáticos y de Marte, y también el de los generales y los emperadores romanos y evoca la guerra, el diablo y el mal.

“El rojo tiene numerosas connotaciones fuertemente emotivas, y a veces, contradictorias. La imagen sexualmente incitante del lápiz de labios rojos y las luces rojas contrastan fuertemente con la asociación religiosa del vino rojo de la comunión con la sangre de cristo” (Russel: 1990: 16)

Combinado con blanco va hacia el rosado y transmite ternura y si se le agrega negro se oscurece hacia el borgoña y el castaño. Con su unión con el amarillo se obtienen rojos anaranjados y si se le añade verde (su color complementario) se puede alcanzar variedades de rojos marrones. Su brillo y vivacidad atraen la atención y es el color que más se requiere entre un conjunto de paquetes o elementos de colores diferentes; es llamativo pero cansa pronto.

“Activa nuestras emociones y deseos sexuales. Es el color de la vida, energizante, es el rayo de la voluntad; la determinación de salir adelante. El amor mueve el mundo, no el del ansia sexual de poseer a otra persona, sino del amor que nutre, alimenta el amor incondicional, el amar a los demás sin pensar en uno mismo”. (2007. El color. Recuperado el 12 de julio en: <http://psicoadicto.blogspot.com/2007/.html>)

En el mundo Occidental el rojo es utilizado en las señales de tránsito, semáforos para comunicar alertas; mientras que en los avisos publicitarios y afiches políticos se utilice para llamar la atención. En Japón, por su parte es de uso exclusivo casi para la mujer, simboliza dicha y honestidad.

****Naranja: en la juventud y Entusiasmo***

Es el segundo color del espectro solar y es la representación directa del sol y, como este, es un gran estimulante espiritual para los abatidos, postrados y débiles. Su gama va desde el naranja rojizo hasta que colinda con el amarillo en su naranja amarillento. Aplicado en grandes cantidades es muy afectante y atrevido usado como especia y, en cantidades pequeñas, es un color necesario para algunos esquemas. El campo de espectro visual de este color puede distinguirse entre 590-620 nm.

“Es algo más cálido que el amarillo y actúa como estimulante de los tímidos, tristes o linfáticos. Simboliza entusiasmo y exaltación y cuando es muy encendido o rojizo, ardor y pasión. Utilizado en pequeñas extensiones o con acento, es un color utilísimo, pero en grandes áreas es demasiado atrevido y puede crear una impresión impulsiva que puede ser agresiva. Mezclado con el negro sugiere engaño, conspiración e intolerancia y cuando es muy oscuro, opresión” (Psicología del color. Recuperado el 30 de septiembre en: http://estocolmo.se/cultura/color_oktub23.htm)

En la tesis de grado “*Color y Percepción*”: los bachilleres Marcos Calderón y Adriana Carmona (2004) señalan que por su relación con la naranja es símbolo de fertilidad. Antes en las culturas orientales se regalaban naranjas para las parejas jóvenes y en China, este representaba el acto de petición de mano. En occidente, al igual que el rojo, es utilizado como símbolo de prevención.

****Verde: la naturaleza y esperanza***

Es el cuarto color del espectro y su gama va desde el verde amarillento hasta el verde azulado y abarca desde 495nm a 570nm del espectro visible. Esta tonalidad expresa la amistad del hombre con la naturaleza y el ajuste armónico de la vida física.

El verde es vegetación, frescura, esperanza; también salud y lógica, razonamiento, compañerismo, juventud y deseos de posesión. El verde es el color de los celos.

“El verde significa realidad y equilibrio; por suposición en el centro del espectro está situado entre los colores que representan la emoción (cálidos) y los colores que representan el juicio (fríos). Es melódico como una sinfonía y sugiere paz, esperanza y amor” (Bamz, 1990, p38). Es el favorito de los psiconeuroticos porque produce reposo en el ansia y calma, también porque sugiere amor y paz y por ser al mismo tiempo el color de los celos. Aquellos que prefieren este color detestan la soledad y buscan la compañía. Mezclado con blanco expresa debilidad o pobreza.

“Es un color de gran equilibrio, porque esta compuesto por colores de la emoción (amarillo = cálido) y del juicio (azul = frío) y por su situación transicional en el espectro. Se lo asocia con las personas superficialmente inteligentes y sociales que gustan de la vanidad de la oratoria y simboliza la primavera y la caridad” (Psicología del color. Recuperado el 30 de septiembre: http://estocolmo.se/cultura/color_oktub23.htm)

En las culturas orientales el verde es el color del agua. Para ellos la vida inicia con el rojo y evoluciona con el verde. Igualmente representa a la naturaleza en su relación con el hombre. En occidente, por su parte, por ser el color de la hierba fresca, simboliza frescura, lozanía y vigor, por otra parte tiene una connotación de libertad desvergonzada o exagerada.

****Violeta: como el Nazareno***

Según Bamz (1980) es el color de la experiencia, la tristeza, la aflicción, la profundidad, el misticismo y el misterio. Su gama va desde

el púrpura azulado hasta el magenta purpurado. Tiene grandes cantidades de magenta acompañado con Cian y solo con la mezcla del pigmento amarillo se evita que sea la gama más sombría. El espectro visual de este color comprende 380 nm- 450 nm.

“Es el color de la moderación gracias a que posee iguales partes de azul y rojo, que representa a su vez, que representan cielo y tierra, mente y sentidos, razón y pasión, conocimiento y amor. En su variación al púrpura, es realeza, dignidad, suntuosidad. Mezclado con negro es deslealtad, desesperación y miseria. Mezclado con blanco: muerte, rigidez y dolor” (Psicología del color. Recuperado el 30 de septiembre: http://estocolmo.se/cultura/color_aktub23.htm)

Eleva todo aquello que es espiritual y hermoso, purifica y limpia, es tan potente que puede impulsar a uno a sacrificarse por un gran ideal, proporciona mucho poder. En sus valores altos se convierte en lila. Russel (1990) define al lila como un color pastel que puede tener connotaciones específicas, por ejemplo, puede ser símbolo de sacrificio, piedad y perseverancia. Un ambiente bajo este color transmite serenidad, calma y cordialidad.

****Blanco: la Pureza***

Eulalio Ferrer señala que la palabra blanco viene del antiguo alemán *blank* y representa la paz y la negociación. Es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz. Es la suma o síntesis de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto, de la unidad y de la inocencia, significa rendición. “Mezclado con cualquier color reduce su croma y cambia sus potencias psíquicas, la del blanco es siempre positiva y afirmativa. Los cuerpos blancos nos dan la idea de pureza y modestia” (Psicología del color. Recuperado el 30 de septiembre: http://estocolmo.se/cultura/color_aktub23.htm)

El Blanco representa el inicio y el fin, muchas civilizaciones identificaron Este y Oeste con este color por ser donde nace y muere cada día el sol. El vestido blanco de la

novia y de quienes practican actos religiosos representa pureza y sumisión. El blanco representa afirmación y si. Este color se ve ligado al rojo, siendo este una fase virginal e inicial, mientras que el segundo es el paso a la madurez y el crecimiento. Este color se forma por la superposición de todas las frecuencias del espectro.

****Negro: entre la noche***

El color más oscuro. De hecho, el negro puro es la ausencia de color y de luz. Sólo existe (en teoría) en los objetos estelares conocidos como "Agujeros negros", que no dejan escapar radicación alguna, luz visible incluida. No reflejan nada, no emiten luz.

“Símbolo del error y del mal. Es la muerte, es la ausencia del color. Estiliza y acerca. También transmite nobleza y elegancia. Entre los chinos y los egipcios, sin embargo, el negro fue signo de fertilidad. Entre los primeros, además representaba el yin femenino. Pese a la consideración negativa del negro, la razón por la cual se impuso, sobre todo durante una época, el uso del color negro como singularización de un determinado estatus social, tiene que ver con la protección que ejercía contra los movimientos del mal” (Psicología del color .Recuperado el 30 de septiembre en: http://estocolmo.se/cultura/color_oktub23.htm)

El negro corresponde a los puntos norte y sur. La vestimenta negra entre los islámicos y los cristianos es un discurso de renuncia a lo superfluo y canal del mundo. Aunque también puede significar lo oculto y lo virginal relacionándose con las vírgenes negras de Medioevo ya a Krishna divinidad sombría inmortal. El color negro supone que no hay ninguna banda de frecuencia en el espectro visible.

1.9 SISTEMAS DE IMPRESIÓN:

Wong (1998) establece que para crear un color, la paleta de colores debe estar dotada con un mezclador de colores con tres modalidades separadas: La modalidad RGB, la modalidad CMYK, y la modalidad HLS. El color en pantalla e impreso es muy diferente, y la gama de colores que se puede representar, es muy distinto. Los sistemas

de gestión de color en pantalla permiten al menos que los colores simulados en pantalla se parezcan mucho a los que se obtendrán a la hora de imprimir.

***Sistema RGB:**

En este sistema el color se define en términos de luz cromática, es decir, una mezcla de luz roja, verde y azul que, combinadas, tiene como resultado todos los colores-luz como los de la pantalla o los focos de un escenario. Wong (1998) explica que dado el 100% de porcentaje a cada una de las tonalidades de color primario se producirá blanco; dado el 0% el resultado será negro y, finalmente, en un 50% de porcentaje el resultado será gris.

Aquí la R simboliza el rojo (o red en inglés), la G el verde (green) y B azul (blue). En este sistema los colores lucirán mejor a la vista. Por ser estos tres colores primarios luz, la suma de ellos da blanco, y mientras van disminuyendo en porcentaje, la suma irá a negro. “Los colores rojo, verde y azul fueron escogidos porque cada uno corresponde aproximadamente con uno de los tres tipos de conos sensitivos al color en el ojo humano (65% sensibles al rojo, 33% sensibles al verde y 2% sensibles al azul)” (Espacio del color. Recuperado el 29 de septiembre en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Color>)

MODELO DE COLOR RGB

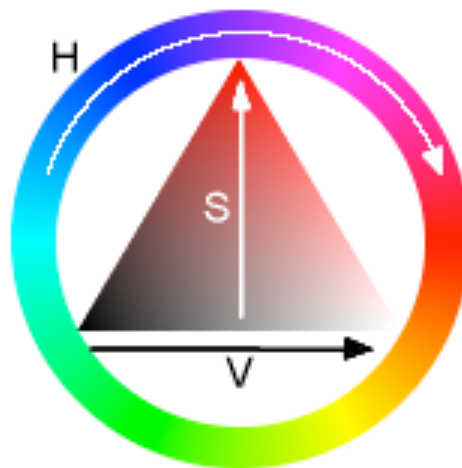


***Sistema HSV:**

Las siglas HSV definen los tres parámetros para definir el color en este sistema: *hue*, *saturation*, *value*, por sus nombres en inglés. Basados en el tinte, la saturación y el valor, en primer lugar, definen el tono de partida, para luego considerar la concentración de la tonalidad y si tendrá un valor más o menos oscuro.

“Trabajar en esta modalidad es parecido a trabajar con el selector de colores, en el sentido que podemos hacer clic en cualquier parte del mapa circular para escoger un color. Al lado de este mapa de colores hay una barra vertical para el ajuste de color.” (Wong: 1998: 143). También se le conoce como HLS (*Hue*, *luminosidad* y *saturación*), pero siempre los valores irán del cero (0) al cien (100) y a medida que se vayan realizando cambios, se podrá observar la antigua combinación junta a la nueva.

SISTEMA HSV



***Sistema CMYK:**

Al sistema de impresión en cuatro colores, se denomina cuatricromía y se basan mezclando los tres colores primarios: Amarillo, magenta (una clase de violeta), y cian (un azul clarito). Mezclando estos tres colores primarios se reproducen todos los demás

colores. El negro es más adecuado añadir un cartucho de tinta negra ya que creándolo a partir de otros colores el resultado no es muy bueno.

“Las cuatro barras del mezclador de colores representan las cuatro tintas del proceso: cian, amarillo, magenta y negro. Podemos deslizar los botones por las barras del amarillo, cian y magenta para probar los colores y utilizar la del negro para oscurecer” (Wong: 1998: 141)

Esta modalidad corresponde a las cuatro tintas que se utilizan en la impresión comercial en donde la C simboliza el Cyan, la M al magenta, la Y yellow o lo que es lo mismo amarillo en español y la K corresponde al negro o black, como es su denominación en ingles. A este último, se utiliza la última letra de la palabra para no confundir con el azul o blue.

“Como la mezcla de los colores es sustractiva, también es llamado modelo de color sustractivo. Una mezcla de cian, magenta y amarillo en realidad resulta en un color negro turbio por lo que normalmente se utiliza tinta negra de verdad. Recientemente, se ha demostrado que el modelo de color CMY es preciso para las mezclas de pigmento.” (Modelo CMYK. Recuperado el 29 de septiembre en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Color>)



MODELO CMYK

En el arte, en la pintura, en el diseño gráfico, en la comunicación; la teoría del color, representa el grupo de reglas básicas en la mezcla de colores. Conociendo los principales fundamentos que definen el color, se pueden conseguir el efecto deseado no sólo de manera visual, sino también en la percepción de un determinado mensaje.

CAPÍTULO II

BREVES ASPECTOS DEL DEPORTE

2.1 DEFINICIONES DEL DEPORTE:

Hablar de deportes es hablar de pasión. Es una actividad que mueve a 6 mil millones de almas bajo una sola consigna; defender la camiseta de un equipo o apoyar a la selección nacional en el terreno de juego. Despierta emociones sin lugar a dudas. No hay ser humano en el planeta que no haya sufrido, sea frente a la televisión o en un estadio, el partido de su equipo favorito.

El deporte es considerado la actividad humana más difundida y realizada por el individuo, y se ha convertido en un fenómeno social y cultural que ha ganado el interés y la admiración de la humanidad. Es practicado por el hombre sin distinción de color, sexo, raza o religión; no hay lugar en el mundo en donde no se conozca acerca del.

No obstante, ¿Qué es el deporte? Innumerables son las definiciones existentes para esta actividad que podrían complementar una aproximación conceptual de su significado. Desde definirse como una actividad desarrollada por las personas para mantenerse bien tanto física como mentalmente; hasta la planteada por Pierre de Fendi, Barón de Coubertain, creador de los Juegos Olímpicos de la era moderna.

Tratar de abarcar todo el mundo conceptual e histórico del deporte implicaría una labor investigativa sumamente extensa, por lo que en este capítulo nos limitaremos a hacer un resumen acerca del tema; tocando de manera sucinta los aspectos más relevantes acerca de esta actividad que mueve pasiones.

Existen numerosas definiciones sobre el deporte. En la tesis de grado *Desarrollo de un portal especializado en información deportiva*, del bachiller Luis Díaz (2003) cita el concepto de Coubertain, quien afirma que el deporte es “un culto voluntario y habitual del esfuerzo muscular intensivo, apoyado en el deseo del progreso y que puede llegar hasta el riesgo”. Cabe destacar que gracias a su iniciativa y al éxito que aún tienen los Juegos Olímpicos que el deporte recibió un impulso hacia su desarrollo.

Sin embargo, para otro grupo de individuos el deporte es considerado una forma de ocio. Mientras aquellas personas que convierten esta actividad en una forma de ganarse la vida o las que realizan esta práctica por obligación médica, saldrían de esta visión de deporte como la forma de hacer algo en el tiempo libre.

Ejemplo de ello se encuentra la caza, calificada actualmente como un deporte, reglado y federado (como es el caso de la Real Federación Española de Caza), mientras antes sólo era tomado como una forma de supervivencia, o simplemente un trabajo. El concepto de deporte corresponde solo a cada época, y lo que ahora es considerado trabajo quizás dentro de unos años sea considerado como deporte.

Del documento elaborado por la UNESCO, titulado “Recomendaciones a favor del Deporte para todos”, se puede extraer: “El deporte para todos es uno de los aspectos y uno de los elementos del desarrollo sociocultural. Es un medio de ocupación de los

tiempos de ocio. Asegura a cada uno su desarrollo físico y mental, le procura un equilibrio dinámico y satisfactorio. Ayuda a satisfacer las necesidades de participación, comunicación y de expresión. Permite, finalmente, asumir mejor sus obligaciones profesionales y su tarea social”. (2008. Definición de deporte. Recuperado el 5 de julio de 2009, de <http://www.yourbubbles.com/depractica/deporte>)

Arnold (1997) va más allá del mero esfuerzo físico y de la competencia y afirma que “el deporte puede ser o una preparación para la guerra o, en cierta medida, un sustituto de ésta; un adiestramiento de belicistas potenciales o de pacifistas en potencia; una influencia educativa para la formación de militaristas o de hombres que estén dispuestos y que sean capaces de aplicar los principios del pacifismo en cada actividad de la vida”.

Según el Diccionario Santillana, el deporte tiene dos acepciones: “Toda actividad física, sujeta a reglamento, que se practica en competición, de forma individual o colectiva. O bien la define como “ciertos ejercicios físicos, que se realizan sin intención de competir”. Por su parte, el diccionario de la Real Academia Española afirma que el deporte no es más que “una práctica metódica de ejercicios físicos”.

En el año 1986, Parlebas alegó que el deporte es “el conjunto finito e innumerable de situaciones motrices codificadas bajo forma de competición e institucionalizadas”. La mayoría de los autores e instituciones coinciden como principales características en la definición de deporte la capacidad física y muscular del individuo, además, de su combinación con la competencia.

El término deporte ha sido confundido frecuentemente con lo que se conoce como educación física, sin embargo, su significado es totalmente distinto. Mientras el primero tiene un carácter competitivo, el segundo es el solo hecho de la práctica.

Por su parte, los filósofos hacen provenir la palabra “deporte” del vocablo “deportarse”, divertirse, y éste a su vez, del latino “deportare”, voz que originariamente expresaba la acción de pasar la puerta de la ciudad, salir al campo y entregarse a la acción. Otros le atribuyen un origen provenzal y la derivan de la expresión estar “de

portu”, utilizada por los marineros, y con la que se referían a las temporadas libres que pasaban en el puerto y en que se entregaban a la diversión.

Aunque la palabra cae en desuso en España a principios del siglo XVIII, y es hasta principios del XX cuando reaparece, como traducción del vocablo inglés “sport”, derivado a su vez del “déport” francés, de origen latino este último, como el “deporte” español. Adquiere entonces el significado moderno que le relaciona con una actividad física realizada con fines recreativos.

De esta manera nos podemos dar cuenta de que el deporte está constituido por varios campos que van desde la salud hasta la vida social. Es por ello, que dentro de estas distintas definiciones queda claro que esta actividad causa múltiples efectos en el ser humano, sin dejar atrás en su naturaleza un carácter de recreación y competición.

2.2 BREVE HISTORIA DEL DEPORTE EN EL MUNDO:

Antes de conocer como el deporte llegó a nuestro país, es necesario conocer en donde nace esta actividad, que así como obtiene múltiples definiciones también posee distintos orígenes en todo el mundo. La historia del deporte es de gran interés, ya que permite saber la influencia que este ha podido desarrollar sobre las personas y su cultura.

Se cree que desde hace más de 6000 años el deporte empezó a aparecer en el mundo, muestra de ello son los grabados y restos de lo que parece ser una serie de competiciones deportivas en la china antigua, en donde han sido encontrados diversos utensilios que llevan a pensar que realizaban diferentes tipos de deporte.

También en el Antiguo Egipto se practicaban deportes como la natación y la pesca, para sobrevivir sin necesidad de muchas de las comodidades que posteriormente fueron surgiendo. Sin embargo, las civilizaciones Persa y Azteca también aportaron al desarrollo del deporte.

Los primeros Juegos Olímpicos tuvieron lugar desde el año 776 a.C hasta el 394 d.C, y a diferencia de los actuales, sólo duraban seis días. Contaban de pocas pruebas deportivas, entre ellas se encontraban: combates, carreras hípicas y carreras atléticas entre los participantes. Se puede decir que los primeros deportes existentes en los orígenes de esta actividad fueron competitivos, ya que en la edad media estaban basados en acciones que se realizaban en la guerra, caballería, lucha con armas, entre otros.

Algunas especialidades han tenido una utilidad práctica para el hombre, y la relación entre trabajo y deporte es muy estrecha. El lanzamiento de jabalina, practicado por los griegos, no es más que una derivación de la utilización de dicho aparato para cazar animales, o durante la guerra, como arma arrojadiza. El boxeo, como deporte, ya se practicaba en la región de Bagdad en el año 2500 a.C.

Se conocen, además, en Escandinavia unas formas de esquíes que se utilizaban en tiempos remotos para la caza de animales. Es a partir del siglo IV, con el declive de la civilización griega, que esta actividad inicio su descenso. Las competiciones deportivas renacieron en Gran Bretaña y en los países de Europa septentrional al amparo de la Revolución Industrial.

A principios del siglo XVIII se inician la socialización del deporte, entrando en la clase poderosa en forma de juegos por equipos, como el Cricket o el frontón. Los antiguos deporte de guerra se convierten en prácticas como el boxeo o la lucha. Sin embargo, el verdadero deporte social se inicia en el siglo XIX con los cambios sociales de la nueva organización, que empieza a dar tiempo libre a una parte de los ciudadanos.

“Ya en el siglo XIX se utilizaban las competiciones a modo de deporte y guerra entre los pueblos vecinos, en deportes que podrían considerarse en ambos sentidos, como son el tiro con arco o el esgrima. En Inglaterra, en cambio, surgieron deportes en los cuales no luchabas únicamente contra tu adversario, sino que también entraba en juego la lucha contra los medios naturales, como podían ser el agua o el viento, dando lugar a deportes como regatas o la vela, además de otros actuales como el rugby”.

(Historia del deporte. Recuperado el 30 de junio de 2009, de http://www.chicosygrandes.com/deporte_historia)

No es sino hasta el siglo XX cuando los deportes ya existentes para esa época se fueron consolidando, y se empezó a ampliar la importancia de deportes conocidos, como el fútbol, el waterpolo o el tenis de mesa. El barón Pierre de Coubertin en 1892 promovió la idea de restablecer los Juegos Olímpicos. Pero fue en 1895 cuando esta iniciativa fue aprobada en el transcurso de un congreso en el que se fundó también el Comité Olímpico Internacional (COI). Los primeros Juegos Olímpicos de la era moderna tuvieron lugar en Grecia, donde se habían celebrado siglos atrás, en 1896.

Para los Juegos Olímpicos de 1895 sólo participaron 13 países y 295 deportistas, sin embargo, promovieron uno de los mejores acontecimientos en el ámbito deportivo, y desde ahí se han celebrado cada cuatro años - excepto durante las dos guerras mundiales- hasta el día de hoy. Asimismo, a partir de 1924 también se realizan los denominados Juegos Olímpicos de Invierno.

2.6 EL DEPORTE EN VENEZUELA. UN PASEO POR SU HISTORIA:

Tras haber hablado sobre los aspectos más resaltante del nacimiento del deporte en el mundo, es momento de limitarnos a como esta actividad nació en Venezuela. Abordaremos los orígenes de los tres deportes más difundidos en el mundo- fútbol, béisbol y básquet- y de aquellos que también han tenido relevancia para nuestro país.

****Fútbol:***

El origen del deporte en Venezuela se inició a finales del siglo XIX y comienzos del XX, marcada por la influencia de los países Europeos y del resto del continente americano. El primer deporte de masas en llegar al país fue el Fútbol en 1876, a través de mineros ingleses que se asentaron en la región del El Callao, Estado Bolívar. Pero fue a principios del siglo XXI cuando comenzó una campaña para la difusión del deporte rey en el mundo por todo el país.

El primer equipo organizado de esta disciplina recibió el nombre de “San Bernardino Fútbol Club”, y fue fundado el 2 de agosto de 1902. Luego surgieron otros equipos como “El Atlético”, “El Venzoleo” y “Los Samanes”. La Federación Venezolana de Fútbol, se fundó en el año 1926 y se incorporó a la CONMEBOL en el año 1952.

Es a principios del siglo XXI cuando comenzó una campaña para la difusión del *deporte rey* (como también se conoce a el futbol) en el mundo por todo el país y, en este momento, los equipos que disputan el torneo de la Primera División de Venezuela son: Aragua FC, Caracas Fútbol Club, Carabobo FC, Estrella Roja, Estudiantes de Mérida, Deportivo Anzoátegui, Deportivo Táchira, Deportivo Italia, Mineros de Guayana, Minerven FC, Monagas SC, Guaros de Lara FC, Unión Maracaibo, Portuguesa FC, Llaneros de Guanare, El Vigía FC, Zamora FC y Zulia FC.

Entre junio y julio de 2007, por primera vez en la historia, la Copa América se realizó en 9 sedes de Venezuela, la Liga de Fútbol Profesional decidió una expansión de 12 a 18 equipos que hasta los momentos ha resultado exitosa.

*** Béisbol:**

En los últimos años de la década del siglo XIX aparece el Béisbol, considerado el deporte por preferencia de los venezolanos, que llegó al país por inmigrantes de los Estados Unidos que arribaron a Venezuela para trabajar en las minas de Aroa en la construcción de vías férreas; y rápidamente se convirtió en una actividad que gustaba tanto a niños y adultos.

En 1895 aparece el primer club de beisbol en el país llamado “Club Caracas”, y en ese mismo año se celebró lo que muchos definieron como el primer juego organizado en Venezuela. El club realizaba campeonatos entre las tres ligas por la cual estaba conformado: Liga Roja, Blanca y Azul.

Actualmente, la liga profesional de beisbol se mide anualmente en un torneo, dentro del cual participan 8 equipos: Águilas del Zulia, Bravos de Margarita, Cardenales

de Lara, Caribes de Anzoátegui, Leones del Caracas, Navegantes del Magallanes, Tiburones de La Guaira y Tigres de Aragua.

Quien resulte campeón irá a representar al país en la Serie del Caribe en donde se medirá con los equipos ganadores de las ligas de México, República Dominicana y Puerto Rico. Venezuela es el segundo país exportador de jugadores a las Grandes Ligas estadounidenses. Siendo superado por República Dominicana.

****Baloncesto:***

Otro de los deportes que ha cobrado auge en la actualidad es el Baloncesto, que se dice se inicio en el país a principios del siglo XX, en el pleno auge del petróleo en Venezuela, introducido por países de América como Brasil, Argentina y Uruguay. Los dos primeros clubes de baloncesto fueron presentados en el “Ávila Tennis Club”.

En el año 2008 los Gigantes de Guayana y Deportivo Táchira se unieron a La Liga Profesional de Baloncesto que quedo integrada por 8 equipos, contando también con: Cocodrilos de Caracas, Gwaiqueríes de Margarita, Trotamundos de Carabobo, Panteras de Miranda, Marinos de Anzoátegui, Gaiteros del Zulia, Guaros de Lara, Gatos de Monagas.

Le siguen en importancia el Voleibol, Automovilismo, Boxeo, rugby que se han ido integrando a la cultura venezolana en una menor medida, sin dejar de mencionar deportes autóctonos de nuestro país como el caso de El Coleo de Toros y las Bolas Criollas. También tenemos los llamados deportes de combate, como la esgrima, el taekwon do y el karate do y en menor escala deportes acuáticos como el Surf, Kitesurf, Windsurf, entre otros.

En 1917 aparece el golf entre familias pudientes, fundando el “Caracas Golf Club” que sería posteriormente el “Caracas Country Club”. Sin embargo, con la llegada de estas actividades modernas a comienzo del siglo XX se desplazaron en una gran parte los juegos autóctonos y tradicionales de la región, quedando en un segundo plano y sólo son practicados por nuestros nativos. Asimismo, uno de los primeros deportes que también se empezó a practicar en el país en 1890 fue el tenis, que fue introducido en

el país por Albert Cherry, según lo citado en el trabajo de tesis *El Deporte Nacional y su divulgación en el Medio Televisivo* (1986).

La práctica del deporte en Venezuela se extendió gracias a las iniciativas de las distintas organizaciones privadas existentes. Es así como surge la necesidad de participar en las competencias a nivel internacional, que en aquel entonces era difícil porque nuestro país no formaba parte de la estructura deportiva internacional, regida por el Comité Olímpico Internacional (COI). En 1935, se constituye la Asociación Olímpica Venezolana, más de sesenta años de iniciadas las prácticas deportivas en el país, que más tarde se denominaría Comité Olímpico Venezolano (COV), el cual es reconocido por el COI en el año 1938.

2.7 IMPORTANCIA DEL DEPORTE:

El deporte ha adquirido gran relevancia desde su origen, y su importancia ha sido de mucha ayuda tanto para el individuo como para la sociedad. No sólo ha contribuido a nivel de salud, sino también en la formación individual de las persona, como herramienta social, y desde el punto de vista psicológico.

A nivel mundial esta actividad ha cobrado un considerable auge; muestra de ello es la cantidad de países afiliados a organizaciones deportivas, que hoy en día tienen un gran poder en el mundo. Tal es el caso de la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) que “está compuesta por 208 asociaciones nacionales - sólo entre 1975 y 2002 fueron aceptadas como miembros más de 60 entidades- y cuenta con unos 310 empleados procedentes de más de 35 países”. (2008. La Federación. Recuperado el 8 de julio de 2009, de <http://es.fifa.com/aboutfifa/federation/index.html>)

Por su parte, la importancia del deporte en el ámbito individual y social se encuentra muy enlazada, debido a que el conjunto de individuales conforman un grupo. No obstante, cuando la persona practica algún deporte ya sea porque empieza a sentir la

necesidad o bien se preocupa por su salud y su cuerpo, es ahí cuando se emprende a utilizar el deporte como un instrumento de equilibrio personal del individuo.

El deporte individual forma de manera diferente la personalidad de la persona, el mismo deberá tomar distintos tipos de compromiso y se planteara sus propios objetivos. Según Luis María Cazorla, citado en la tesis de grado *El Deporte Nacional y su divulgación en el Medio Televisivo*, de los bachilleres De la Rosa Jesús y Gilberto Amado, indica que “el deporte puede aportar mucho a la mejora de la persona, ya que mediante la creatividad y el despeje el individuo se puede relajar de los excesos diarios”. (De la Rosa y Amado: 1986: 35)

El ejercicio físico produce importantes modificaciones en la personalidad, tales como estabilidad emocional, autoestima, extroversión, se modera la indefensión y la impotencia, mejorando igualmente la percepción de sí mismo.

El deporte se presenta como una alternativa aceptada plenamente por la juventud, y en general por la misma sociedad. Aunque es cierta que la sociedad deportiva es jerarquizada, sus propios valores son superiores, a los basados en la mera tenencia de bienes materiales. Es por ello, que el deporte ayuda a modificar a la sociedad, por si solo no la cambia, pero sirve para hacerla más compacta; a través de la alianza de estímulos, emociones e ilusiones las personas se unen y no se separan.

En esta sentido Cazorla afirma que “la relevancia social en el deporte puede comprobarse desde una doble perspectiva. En primer término analizando la influencia que sobre el deporte hoy tiene la forma en que está organizada la sociedad, y en segundo término que la transcendencia y el significado presente del fenómeno social deportivo puede advertirse contemplando el conjunto de valores que la practica aporta a la convivencia social”. (De la Rosa y Amado: 1986: 27)

Vera (1997) opina que “el deporte, en sus manifestaciones como práctica para todos y como deporte de competencia, contribuye de manera esencial al desarrollo integral del ser humano. Asimismo la salud, agente indispensable en el bienestar del

individuo y parte integrante de la calidad de vida, es, sin duda, uno de los grandes favorecidos de la práctica deportiva”.

Es por ello que el bienestar de la persona es uno de los puntos más importantes en donde el deporte es de gran beneficio. Las investigaciones realizadas demuestran la necesidad del ejercicio físico en todas las edades para así poder tener una buena salud, pero además se observa como el ejercicio físico en adolescentes funciona como factor protector ante los hábitos nocivos (tabaco, alcohol, drogas...).

Según la Federación Internacional de Medicina Deportiva (F.I.M.S) “el ejercicio físico mejora el rendimiento cardiovascular debido a cambios hormonales, metabólicos, neurológicos y de la función respiratoria. La perfusión de los pulmones se intensifica gracias a las adaptaciones inducidas por el ejercicio”. (Importancia del deporte. Recuperado el 10 de julio en: http://www.universia.cl/html_estatico/portada/html)

Por otra parte, en el aspecto psicológico el deporte puede ocasionar distintos efectos, entre ellos: el ocio, la canalización de la agresividad, mejora del desarrollo psicomotor, aumento de las relaciones sociales, y muchos más. Sin embargo, hay aspectos negativos que son importantes mencionan y que proporcionen distintas repercusiones negativas; excesivo individualismo, divinismo, alteraciones en la autoestima, competitividad exagerada, ansiedad, entre otros.

Con todo lo planteado, se puede comprobar cómo la larga evolución del deporte, y el impacto que ha causado hizo que pasara de ser un hecho aislado para convertirse en un fenómeno social; que está no sólo en la sociedad sino, además, en la educación, la ciencia, la salud, la moda, la recreación y más. Asimismo, ha colaborado para la constitución de una fuente de relaciones humanas tanto a nivel nacional como internacional.

2.5 EL DEPORTE EN LA PRENSA:

Los medios de comunicación formaron parte esencial en el crecimiento del deporte como industria, en especial el periodismo deportivo, que comenzó a producirse

a mediados y finales del siglo XIX, con la revolución industrial como precursor, Anteriormente, los diarios se limitaban a informar solo el resultado de los juegos, sin analizar o dar más detalles de lo ocurría en el campo. De esta manera, nació la necesidad de llevar al aficionado el acontecer diario de las disciplinas deportivas e informar lo que sucedía en el terreno de juego.

El periodista español, Antonio Alcoba, citado en la tesis de grado *Depornauta.com. Desarrollo de un portal especializado en información deportiva*, dice que “el deporte se introduce en los diarios cuando los propietarios se dan cuenta del interés que esa actividad despertaba en los ciudadanos, especialmente si era por profesionales. Tanto fue la acogida que recibió esas informaciones que, a mitad del siglo XIX, es fundado en Londres el primer periódico especializado en deportes que se llamó Sportman, y se llamó posteriormente Sporting Life”. (Díaz: 2003: 40)

El grupo de aficionados al comentar los temas deportivos en la mayoría de los casos no aclaran ni unen sus repetitivos puntos de vista. Todos quieren tener la razón de lo que creen es la realidad y no admiten más que una postura, la propia. Es ahí donde la prensa es necesaria, ya que a través de sus informaciones se puede conseguir una crítica objetiva acerca de los distintos juegos.

Hoy en día no se conoce ningún periódico que no dedique una sección- por más que pequeña que sea- al área deportiva, lo que ha causado una especie de asociación entre el periodismo y la actividad deportiva. Esto ha conllevado a que muchos diarios busquen a especialistas profesionales en esta materia, así como ya existen en distintas áreas como la política, economía, internacional, sucesos, entre otros.

El catedrático español Alexis Vásquez Henríque indica en su obra *Deporte, política y comunicación*, citado en la tesis de grado *Desarrollo de un portal especializado en información deportiva*, alega que “el periodismo deportivo, convertido con el correr del tiempo en uno de los principales géneros de masa, tomó con pasión en sus inicios al nuevo campo que se abría, y fue uno de los grandes responsables de que el deporte se difundiera en escala mundial”. (De la Rosa y Amado: 1986: 31)

Mientras la práctica deportiva iba cobrando auge, el vínculo existente entre el deporte, los medios de comunicación y la prensa se iba fortaleciendo. Asimismo, el efecto del crecimiento y consolidación de estos tres actores produjo, además, la creación de una sociedad en el que cada uno se hizo copartícipe del otro. A diferencia de otros medios de comunicación, la prensa posee el instrumento insustituible de la redacción detallada a través de reseñas, crónicas, opinión, o simplemente el hecho noticioso que otorga algún evento deportivo.

Aunque si bien la prensa recoge gran cantidad de información y puede difundirla de manera puntualizada, la inmediatez de la radio, la televisión y el internet han hecho que los diarios busquen más alternativas y sean más creativos. De esta forma, a la hora de presentar la noticia las páginas deportivas usan diversas cantidades de gráficos e infografías para así poder captar la atención de los lectores. Alcoba dice que “según las encuestas, 80 o 90% lectores son aficionados a los deportes”. Y agrega que “ningún especializado atrae a un audiencia tan vasta”. (Díaz: 2003: 39)

Esto ha sido comprobado en las audiencias asistidas a distintos eventos deportivos. Lo Juegos Olímpicos de 2008 en Beijín, transmitido por los medios de comunicación, obtuvo la asistencia de más de 100 mil personas una de las más grandes audiencia que ningún otra actividad humana haya tenido. No cabe duda de que el periodismo deportivo tiene dentro de sus espacios una de las secciones más importantes del mundo.

Sin embargo, no sólo el deporte es quien obtiene todo los beneficios. La empresa periodística también adquiere innumerables ayudas gracias a la actividad deportiva, esto se puede comprobar, por ejemplo, en como las ganancias obtenidas por publicidad tanto en los Mundiales de fútbol o en los Juegos Olímpicos son totalmente impresionables.

Miguel de Moragás, investigador del Centro de Estudios Olímpicos y del Deporte de la Universidad Autónoma de Barcelona, citado en la tesis de grado *Depornauta.com. Desarrollo de un portal especializado en información deportiva* dice: “El matrimonio deporte- periodismo no puede divorciarse. Si el periodismo refleja el acontecer de cada época, la historia día a día no puede desligarse del deporte, uno de los hechos más

definidos del siglo XX. Y así como el deporte se institucionalizó en todos los continentes, el periodismo deportivo hizo lo mismo para promover el intercambio universal y lograr un perfeccionamiento cada vez mayor, para bien de la propia prensa, del deporte y sobre todo del público, factor fundamental en la comunicación social”. (Díaz: 2003: 49)

La prensa deportiva ha concebido como una de sus funciones primordiales fomentar los deportes y crear aficionados activos que realmente vivan y sientan las emociones que crea en el ser humano esta actividad. Por ello, el periodista deportivo tiene un trabajo arduo y extenso para poder lograr ese objetivo, quien también debe conocer o tener nociones básicas de las cantidades de actividades deportivas que existen, y que fácilmente sobrepasan el centenar contando sólo las tradicionales.

Es indispensable, además, que el periodista conozca las cualidades que posee receptor de la noticia, para que de esta manera pueda tener una mayor información y saber lo que desea conocer el lector, ya que muchas veces el aficionado puede saber más que el propio reportero. Así que el informador debe ser crítico y mostrar una postura objetiva y con fundamento.

No obstante, a pesar de que el lector pueda tener amplias nociones y un gran dominio sobre estadísticas, nombres o antecedentes de algún deporte en particular, el periodista es quien tiene la ventaja de poder conocer en persona a los jugadores, aparte de tener la imparcialidad y profesionalidad que carece el fanático.

En pocas palabras, todo lo planteado nos hace definir la información deportiva como algo que se exige y se pide, cada día, con más insistencia. Entendiendo que los periódicos hacen esfuerzos por cumplir, de la mejor forma posible, esta rama informativa y procurando llevar a sus páginas las mejores firmas en cada materia deportiva.

CAPÍTULO III

HISTORIA Y DESCRIPCIÓN DE LOS PERIÓDICOS

CASO: MERIDIANO

3.1 NACIMIENTO Y DESARROLLO:

La madrugada del 3 de noviembre de 1969, los habitantes de la ciudad de Caracas vieron nacer un periódico que se convertiría en la alternativa para ese público necesitado de noticias frescas, variadas y alejadas de las páginas rojas y de los discursos gubernamentales. Este diario, ofrecía un menú periodístico diferente, más allá del coctel de información política y de sucesos que ofrecían los periódicos de la época

“Meridiano, el diario deportivo de Venezuela” vio la luz como un periódico que nació en un país en donde no existía una cultura de periodismo especializado en el área deportiva y en donde este había sido subestimado. “Fue el segundo intento de crear un diario de deportes en el país durante el siglo XX. En 1951 se conoce la aparición de un periódico estándar denominado “*Record*” que, a pesar de que en sus inicios obtuvo grandes éxitos, debido a las fuertes competencias editoriales tuvo una corta vida periodística” (1986. “*Diagramación de tres periódicos deportivos de la ciudad de Caracas*”)

El fundador de este proyecto fue un joven periodista nacido en lo que, en ese entonces, se conocía como Territorio Delta Amacuro, específicamente en su capital Tucupita, Carlos González que junto a un grupo de amigos, cargados de pasión por el periodismo “pero sin un centavo en el bolsillo” se embarcaron en la tarea de sacar adelante el deportivo.

Esta idea surgió el año anterior a la creación del periódico cuando, como reportero de El Nacional a González le tocó cubrir las incidencias de los juegos olímpicos en México 68, en donde existía el diario “Esto”, un popular tabloide deportivo mexicano. Este diario fascino a González quien pensó que la idea podría funcionar en nuestro país.

En la tesis de grado “*Diagramación de tres periódicos deportivos de la ciudad de Caracas*”, el bachiller Nelson Padilla (1986) explica: “Meridiano se inició como un periódico experimental de colectivo, en donde cada trabajador desde redacción hasta talleres hacía variadas funciones. Es del caso, por ejemplo, que el fotógrafo era chofer que el corrector de pruebas hacia también de distribuidor, etc. El empeño que le pusieron estos hombres fue lo que permitió el arranque exitoso de este diario deportivo”.

El diario se lanzó al mercado sin un previo perfil de lectores, sin encuestas de ningún tipo con la finalidad de sondear el gusto del lector pero con la completa seguridad de que Meridiano sería un medio de evasión para ese público saturado de información política.

Con un tiraje inicial de 20 mil ejemplares, tenía la particularidad de salir a la calle a las once de la mañana y pretendía reseñar los combates de boxeo que se efectuaban en el lejano Oriente, que siempre eran por la mañana (hora de Venezuela) y que los otros periódicos no podían publicar puesto que cerraban a primeras horas de la mañana.

José Visconti, subdirector de Meridano comenta en una entrevista realizada para este trabajo de grado: “Al mes siguiente de su fundación, hubo que trasladar la rotativa

a otro lugar, ya que se duplicó el tiraje. Fue un éxito total, desde el principio el diario tenía cierto ángel; siempre destacando la información deportiva”.

Aunque durante sus primeros años se vio amenazado por la crisis económica, además de la falta de oficinas y talleres propios, que pusieron en peligro la estabilidad comercial y laboral del periódico. Pero gracias a el reconocimiento y simpatía del lector, el diario duplicó su tiraje inicial a 40 mil ejemplares diarios, su número de páginas permaneció en 24 y se vendió a medio (0,25 Bs) para Caracas y a real (0,50 Bs) para interior del país.

Con la incursión de Manuel Felipe Serrano, propietario de la emisora Radio Rumbos, el diario contó con un enorme apoyo moral y publicitario que sirvió de armadura contra los continuos ataques de la competencia. “La incorporación del veterano radiodifusor le resulta positiva al periódico por dos cosas: la primera le permite una inyección de dinero que muy bien le hacía falta, pues ya el tabloide comenzaba a presentar signos de crisis y la segunda porque a través de la potente emisora de Aserradero se desarrolla una efectiva campaña publicitaria a favor de Meridiano” (1986. *“Diagramación de tres periódicos deportivos de la ciudad de Caracas”*)

En mayo de 1971, con la muerte de Serrano y el retiro de sus familiares de la sociedad con González llega un nuevo socio, El grupo Editorial de Armas. En agosto de ese mismo año, el editor Armando de Armas entró en sociedad en Meridiano con la compra de las acciones de la familia.

Al año siguiente, De Armas compra el resto de las acciones de Carlos González, convirtiéndose así en el único dueño del deportivo. Luego, para Julio de 1973 fundó el vespertino “2001”, segundo periódico del “Bloque de Armas”.

Su lema es: *“un diario sin Paralelo”* y no tuvo competencia hasta el 2004 cuando la Cadena Capriles en asociación con el periódico “Marca” de España sacaron a circulación el periódico Líder. Síntesis y Meridianito son los encartes más populares que posee el diario y están dirigidos principalmente a estudiantes.

El pilar fundamental de la política informativa de este diario ha sido, desde los primeros días de su fundación el de convertirse “en el diario deportivo de Venezuela”.

Visconti destaca que la principal característica del diario es darle al público lo que el público pide. “Nosotros nos guiamos exactamente por lo que el lector quiere leer. Por ejemplo, durante la temporada de béisbol, se acentúa toda nuestra política en esa disciplina; los resultados, los que se van, los que vienen, los lesionados, todo el día a día del béisbol”; comentó el subdirector en la entrevista que se le realizó.

“Meridiano” fue concebido bajo el precepto de satisfacer las necesidades de un lector que se encontraba saturado de información política y de sucesos. Dar a conocer y destacar la actuación de nuestros deportistas dentro y fuera del país también es una de las bases en donde está sentada la política del diario.

Según lo citado en el trabajo de grado de Nelson Padilla, el principal objetivo que los fundadores de Meridiano tenían en mente era que el tratamiento para la información deportiva profesional fuera preferente ante la aficionada dentro de la redacción del diario. Sin embargo se hacen esfuerzos por realizar un análisis crítico y completo de la problemática deportiva en general, llegando a las causas mismas haciendo las denuncias y críticas pertinentes

Tener el sentido de la oportunidad; no sólo anunciar los juegos, también analizarlos y sobre todo tener la cualidad de innovar son también aspectos fundamentales que, según el subdirector de Meridiano, conforman la política informativa del periódico.

Según la última cifra de circulación certificada por el Comité Certificador de Medios ANDA-FEVAP, en el año 2005, Meridiano era el segundo diario de mayor circulación del país con un tiraje de 150 mil ejemplares diarios en promedios, solo superado por los 170 mil de Ultimas Noticias.

El aspecto gráfico del diario ha sido incluido como pilar de apoyo para la parte de redacción y, esto constituye otro de los aspectos más característicos de la política informativa. Notas ricamente ilustradas, con gráficos e ilustraciones, cuya presentación no solo viene en blanco y negro sino que también viene a todo color, permite a los redactores transmitir al lector una información completa, basándose en el mandamiento que dicta que el color es un instrumento inmejorable de la comunicación.

Todo esto se resume en una sola frase de José Visconti: “No solo se trata de llevarle el hilo a la noticia, sino también de considerar sus aspectos colaterales”.

3.2. ORGANIGRAMA:

Desde su fundación hasta nuestros días, han pasado casi 40 años de historia periodística. Por sus pasillos han caminado grandes figuras del periodismo deportivo que han dejado huellas en el diario. Es la cuna de los periodistas deportivos más destacados de nuestro país.

Dentro de esa larga lista de nombres podemos mencionar al gran locutor y periodista deportivo Delio Amado León, quién fuera director de Meridiano durante la década de los 70. Este importante locutor ya venía colaborando con el diario desde hacía algún tiempo, por ejemplo, cuando el 12 de Marzo de 1972, cubrió la pelea de Niccolino Locche y “Papermint” Frazer en Ciudad de Panamá.

A pesar de que su estadía al frente del tabloide fue breve, debido a sus ocupaciones con las transmisiones del béisbol profesional, durante su gerencia se contrataron los servicios de la agencia AP y la circulación diaria del periódico llega a 50 mil ejemplares.

Otro de los grandes nombres fue Efraín de la Cerda. Popularmente conocido como “El Chino “de la Cerda, este destacado periodista audiovisual sustituyó a Delio Amado León en la dirección del periódico. Quizás el logro más importante fue el hecho de obtener el Premio Nacional de Periodismo en 1976, único en la historia para un periódico especializado en deportes y Espectáculos.

Humberto Galarza, Víctor José López (actualmente laborando en el diario), Carlos Alberto Hidalgo, Apolinar Martínez, Pedro León Zapata y Napoleón Bravo son algunos de los nombres del periodismo que han hecho carrera en las filas de Meridiano.

En la actualidad, la gerencia de Meridiano está encabezada por tres destacados periodistas deportivos, dos de los cuales han estado ligados al deportivo desde sus comienzos. En la dirección del diario, se encuentra Víctor José Lopez, "el vito", quien fue escalando posiciones desde redactor durante la gestión de Carlos González, pasando por destacado Cronista Taurino y por Jefe de información del diario,

Haciendo historia también está José Visconti, destacado periodista que no sólo labora como subdirector del diario, sino que también es la voz del “Noticiero Meridiano” que se transmite en horario estelar por el canal deportivo Meridiano televisión.

Como Jefe de redacción, esta otro nombre que ha hecho vida en el periódico, Humberto Galarza. Con su destacada visión del mundo de los deportes de Motor, hoy está a la cabeza del grupo de redactores, que están actualmente conformando Meridiano. Para el 2009 el resto de la plantilla queda de la siguiente manera:

****Jefe de Información:***

Juan Leonardo Lanz

****Redactores:***

A. Béisbol: Guillermo Yarve, Carlos Carrasco, Israel Velazques, Michael Benítez

B. Baloncesto: Germán Cartaya

C. Fútbol: Manuel Todea

D. Deportes Olímpicos: Guillermo Arrioja

Algunos redactores colaboran con diversas fuentes, como es el caso de Heitel Alvarado, quién cubre las fuentes de béisbol y fútbol y Fabiola Conde que colabora con las áreas de Tenis, Baloncesto y Béisbol.

***Editor nocturno:** César Augusto Rivero

***Redactores Hípicos:** Ángel Gutiérrez, y Luis Carlos Giardanella

En el área de Cultura y espectáculos: William Guzmán (jefe de Artes y Espectáculos), Karla Escandría y Jhonerly López Valdi. La secretaria de redacción queda dividida de la siguiente manera:

***Jefe:** Marcial Torres

***Correctores:** Nelson Molina, Raúl Pérez y Alberto Casanova

El director de arte es Gerónimo Maneriro y, a su lado, Carlos Sánchez, Marisol Villegas y Juan Carlos Vivas y Jean Carlos Parada se encargan de la diagramación del periódico.

****Periodistas Gráficos:***

Iván Buznesgos

David Urdaneta

David García

****Director General de Ventas:***

Sr. Martin de Armas hijo

****Gerente de Ventas:***

Fermín Rodríguez

3.3 DIAGRAMACIÓN:

Los primeros ejemplares de Meridiano se caracterizaban por tener un estilo complicado que dificultaban la lectura de quién tomaba el periódico en sus manos para hojear sus páginas. Una retícula entrabada y el uso incorrecto de titulares eran el factor común en el diseño gráfico de los periódicos de finales de los sesenta y el deportivo, no era la excepción.

Aunque el uso de color se tomó en cuenta desde sus inicios, no fue sino hasta 1975 cuando Meridiano presentó un estilo y diseño ya definidos. Sin embargo, durante toda su historia el diario ha presentado un periódico con altibajos, presentando modificaciones constantes en su diseño. Dentro de las principales características están:

****Secciones del periódico:***

Aunque su tema principal es el deporte, también publica temas de farándula, contiene páginas relacionadas con los juegos de envite y azar, también toca, en una pequeña parte la información nacional e internacional que se produce a diario en el mundo.

En la segunda página encontramos las siguientes secciones:

- A. Meridiano: son pequeños breves que explican la información nacional e internacional.
- B. La jugada: dedicada los momentos más destacados de los juegos más comentados por el fanático.
- C. La persona: en esta subsección se destaca la figura más sonada del momento y la hazaña que realizó.
- D. Con claridad Meridiano: presenta en una frase la noticia más importante del día. Resume, en tres palabras, el pensamiento de los fanáticos sobre la nota del momento.
- E. La Pupila de Otto: Caricaturas sobre el tema más relevante en el deporte durante el día.

En esta segunda página también encontramos la sección “Así opinamos”, una suerte de editorial acerca del tema más importante del día, escrito por el subdirector del periódico, José Visconti. Cuentan además, con una pequeña encuesta que puede ser contestada en su página web. Las secciones de deportes de Meridiano ocupan el 76% del periódico y se reparten entre: fútbol, béisbol, hipismo, tenis, automovilismo, boxeo, entre otros

****Formato:***

El periódico está diseñado en tabloide, formato que mide la mitad de un estándar, es decir entre 300 y 380 mm. Meridiano despliega su información en una retícula compuesta por 6 columnas. Circulan de lunes a domingo en Caracas y el interior del País. El número de sus páginas varían de 32 a 39 páginas en cada edición.

****Paleta de colores:***

La paleta de colores utilizada por Meridiano comprende diferentes tonos que van desde los colores fríos y cálidos: desde el azul hasta el rojo intenso, color que fue preparado especialmente para el periódico y recibe el nombre de rojo Meridiano. Según

Jean Parada, diagramador del diario, Azul, verde, Naranja, Rojo y Amarillo son los colores que conforman la carta de color que el periódico presenta a los lectores.

Colores	C (%)	M (%)	Y (%)	K (%)
Rojo Meridiano	0	99	99	0
Amarillo	0	0	99	0
Verde	80	0	99	0
Azul	99	0	25	0
Naranja	0	60	99	0

Datos otorgados por el diagramador de Meridiano, Jan Parada

****Tipografía:***

La tipografía utilizada en Meridiano comprende las siguientes familias tipográficas Franklin gothic para los títulos y subtítulos. Para el cuerpo de los textos utilizan Futura bold. Entre otras familias tipográficas que utilizan en el periódico se encuentran: Helios condensada, alpin gothic condensada y condensada itálica.

****Fotografías:***

Las imágenes de Meridiano son presentadas a full color ocupando, usualmente, de dos a 3 columnas. Cuando son grandes reportajes las fotos, generalmente, van a 6 columnas utilizándolas como fondo para textos. Las fotos siluetadas son un recurso poco utilizado por los diagramadores, sin embargo, se pueden encontrar hasta dos o tres imágenes presentadas de esta forma en una edición.

****Infografía:***

En el deportivo no suelen haber grandes recursos infográficos, además de los usados para las estadísticas deportivas. Más, cuando se trata de juegos importantes se utilizan para señalar ya sea la posición del equipo en el terreno de juego o explicar la jugada clave del partido.

****Despieces:***

Los despieces en el diario son de simple elaboración sin gran ornamentación. Suelen colocarlo a dos columnas o tres columnas y resaltar el título con fondo de color y letras que combinen. No tienen nombres específicos, solo los que presentan en la segunda página del periódico.

*** Foliatura:**

La foliatura del Periódico posee las siguientes características: resaltado en rojo podemos encontrar la sección en el centro, en la parte superior se encuentra la página web del diario. En la parte inferior derecha tenemos la fecha, página y nombre del diario.

***Portada, Páginas centrales y última página:**

La portada de Meridiano se caracteriza por ser vistosa, llamativa y a full color. El manchón del diario ha permanecido así desde su rediseño en 1974, fondo rojo con letras amarillas. En la parte superior izquierda, tenemos el logo del periódico, en la parte superior derecha tenemos llamados de publicidad y de encartes que posee el periódico. Generalmente no colocan titulares, solo uno o dos y todo el espacio lo ocupa la foto de la noticia principal del diario, cuya foto muchas veces va siluetada.

Las páginas centrales están dedicadas a la noticia más importante del día. Muchas veces, esta noticia ocupa las dos páginas y posee, además de despieces informativos, variadas infografías. En la última página de Meridiano encontramos siempre a la “Chica Meridiano”, una destacada modelo en traje de baño. Además de los números de la lotería y de publicidad.

Meridiano hoy en día, no sólo se asocia con el reconocido diario propiedad del Bloque de Armas. También es el nombre del único canal de la televisión venezolana que se dedica exclusivamente a la fuente deportiva. Cuenta además con una página web en donde se pueden encontrar las noticias más actuales del mundo deportivo. Así, el deportivo traspasa las fronteras de la tinta y el papel, para llevar a los venezolanos el día a día del deporte mundial.

CASO: LÍDER EN DEPORTES

3.4 NACIMIENTO Y DESARROLLO:

La idea de la Cadena Capriles de hacer un periódico deportivo la tuvo Miguel Ángel Capriles Ayala desde hace mucho tiempo, antes de la aparición del diario Últimas Noticias el 16 de septiembre del año 1941, pero no había existido la oportunidad de hacer el proyecto realidad. A partir del año 2000, bajo la presidencia del heredero Miguel Ángel Capriles López se hizo una reestructuración de la empresa y tomó un nuevo enfoque.

A inicios del 2000 se empieza a escuchar la idea nuevamente de un periódico deportivo, sin embargo, no estaban las condiciones dadas para que se diera, así que se concentraron en los cambios que necesitaba el diario Últimas Noticias para adecuarse a los nuevos tiempos, a los lectores, y la nueva realidad que se presentaba para entonces.

En octubre del 2003 se decide hacer de la sección de Deportes del Últimas Noticias un suplemento que recibió el nombre de El Deportivo. Este anexo tenía una enumeración propia y podía extraerse del diario, se eligió que saliera los lunes debido a que es el día en que más resultados hay en el ámbito deportivo, y así la Cadena Capriles decidió irse por esa nueva apuesta.

En enero del 2004 se empezó el rediseño de El Deportivo y comenzó a salir en marzo de ese mismo año, la empresa estuvo mes y medio trabajando en la nueva imagen del suplemento, que logró debido al cambio que las ventas se elevaran de manera considerable; así, el lunes pasó a ser el segundo día de mayor circulación del periódico. A raíz de ese éxito, en mayo Miguel Ángel Capriles comenzó a hacer contactos con la empresa española Marca y se logran algunos acuerdos verbales para iniciar a trabajar en el proyecto Líder en Deportes.

Se comenzó la búsqueda de las personas necesarias para participar en el proyecto, quienes serían los redactores, cuántos serían necesarios, como estaría dividido el diario, cuántas secciones tendría, y todos los detalles para su elaboración. Lo único que la empresa tenía seguro era el nombre del director del periódico, Francisco Blavia.

Había un comité encargado semanalmente para dar los avances, y tenían como fecha de lanzamiento el 4 de octubre de 2004, para que estuviera en plena Serie Mundial y antes del Beisbol Profesional. El 15 de agosto se comenzó a trabajar y hacer las pruebas necesarias para estar listos para la inauguración. Y así en la fecha estipulada salió a la venta el diario Líder en Deportes con un enfoque diferente del acontecer deportivo.

Luego del primer año del lanzamiento se hicieron algunos cambios en el periódico y se introdujeron algunas variaciones. Hubo, además, algunos cambios en la Mesa de Edición, ya no estaba Francisco Blavia como director, y fueron nombrados a Antonio Guerra como Jefe de Redacción, Jován Pulgarín como Jefe de Información y Carmen Riera como Editoras Gráfica.

Para abril del 2008 Líder cambia su formato a un diseño más práctico, rápido y fácil de leer, así como más fotos y más color. La Cadena Capriles adquiere una moderna rotativa para optimizar la calidad que lo ha caracterizado desde su primer número y mantenerse a la vanguardia del periodismo deportivo.

El nuevo diseño se complementa con cambios en la redacción: más información útil para los fanáticos del deporte y la comunidad en general, expresada en lenguaje criollo a un estrato socioeconómico DE, entre 20 y 45 años, mucho más cercano al lector.

Adicionalmente nuevas secciones complementarán las ya acostumbradas y Cancha Adentro dedicado al deporte en las comunidades y Fuera de juego que incluye un crucigrama deportivo, el Sudoku Líder, un horóscopo, así como también notas de la farándula deportiva.

“En en el rediseño se trato de darle al lector lo que pedían, que fuéramos más agresivo y que tuviera más color, a pesar de que tenemos un periódico de 32 páginas a full color”, dijo en un entrevista en la Cadena Capriles el Jefe de redacción de Líder, Antonio Guerra. “Antes del rediseño el periódico era considerado frío y distante, por eso ahora trata de llegar más a la gente con un lenguaje popular que es la línea de la Cadena Capriles”, agregó Guerra.

Se incorporan, además, ciertos elementos gráficos, como la utilización de una nueva tipografía; iconos de navegabilidad para ubicar más fácilmente la información deseada; color distintivo en la foliatura de cada sección; cifras y destacados más llamativos y columnas de opinión claramente distinguidas. Asimismo, se logra un gran uso del color y de fotografías más grandes y vistosas.

Cuando se habla de la política editorial de Líder en Deportes su concepto no se aleja al de la mayoría de los diarios, y es el aferramiento a la verdad. “Cuando tenemos una información tratamos de conseguir a todas las fuentes posibles, lo importante es conseguir el protagonista de la noticia”, afirmó Guerra en la entrevista.

“Para nosotros los deportistas son humanos. No queremos ser escandaloso, solo decimos las cosas como son, por eso nos ve muy irreverentes. Nuestros títulos siempre quieren ser la voz del fanático”, señaló en una entrevista la Editora Gráfica de Líder, Carmen Riera.

A lo largo de estos años, Líder en Deportes ha logrado posicionarse en el mercado y es referencia en el mundo del deporte; los atletas, los aficionados y aquellas personas que no están vinculadas directamente con el deporte lo conocen.

3.5 ORGANIGRAMA:



***Jefe de redacción:** Antonio Guerra Silva.

***Jefe de Información:** Jován Pulgarín.

***Editora Gráfica:** Carmen Riera.

***Coordinadores:**

-Béisbol: Carlos Hernández.

-Fútbol: Manuel De Oliveira.

-Más Deportes: Nakari Casanova.

***Editor Nocturno:** Gabriel Medina.

***Diseño:** Arturo Gonnella.

***Fotografía:** Nelson Pulido.

***WEB:** Willmar Tarazona.

3.6 DIAGRAMACIÓN:

Son muchos los factores que intervienen para hacer un periódico, ya que son innumerables las noticias , anuncios , fotos, ilustraciones que acompañadas de sus títulos y sus características deben ir colocadas armoniosamente en el espacio que provea el formato del periódico. Es por ello, que Líder en Deportes se ha tomado en serio la parte de diagramación, y ha tratado desde su nacimiento de implementar cuidadosamente los elementos del diseño gráfico que utilizan, entre ellas se encuentran:

***Secciones del Periódico:**

El periódico está dividido en tres secciones: Béisbol, Fútbol y Más Deportes; las cuales pueden cambiar de orden depende de la preponderancia que tengan en un momento determinado, esto recibe el nombre de módulo móvil. La mayoría de la veces el diario abre con Béisbol, sin embargo, cuando las Olimpiadas de Beijing 2008 se abría con Más Deportes, o en el caso del Mundial 2006 se hacía con Fútbol.

Consta con la sección de Béisbol por ser el deporte de preferencia de los venezolanos, a pesar de que el Fútbol no era uno de los más vistos en Venezuela la Cadena Capriles decidió apostar por él y le dio más peso por ser el deporte rey en el mundo. Mientras, la sección de Más Deportes incluye a todas aquellas actividades restantes como básquet, boxeo, atletismo, tenis, entre otros.

Además se cuenta con la sección Cancha Adentro donde se destaca el deporte comunal, Tiempo extra y Fuera de juego.

***Formato:**

Líder tiene un formato tabloide con una cantidad de páginas varían de 23 a 36. El diario circula a nivel nacional de lunes a viernes.

La guía de columnas que utiliza Líder es de 5 y 6 para los aviso de publicidad, usando retículas móviles. A veces se utiliza una de 19 para trabajos especiales, esto permite trabajar con diferentes medidas de ancho de columna.

***Tipografía:**

Líder posee una variedad de familias tipográficas con la finalidad de que el aficionado pueda leer informaciones sin ningún entorpecimiento. Sus títulos principales están en Palo Seco negrita (Benton), tanto los títulos secundarios, las leyendas, créditos y el sumario en Palo Seco Benton regular. Los textos van en romanas (Century) y el nombre de las secciones en egipcia (Serifa).

***Paleta de colores:**

Cuenta con una paleta de colores fuerte, entre ellos: un rojo hecho especialmente para el diario que se llama Rojo Líder, el amarillo que es utilizado para identificar a la sección de Béisbol, el verde representa Fútbol y morado para Más Deportes, siendo esto cuatro los colores bases, que también son usados en todo el periódico.

Además de los colores bases el periódico utiliza el beige y el naranja como complemento. Las composiciones de los colores usados por Líder son:

Colores	C (%)	M (%)	Y (%)	K (%)
Rojo Líder	0	100	10	0
Amarillo	0	4	100	0
Verde	30	0	90	0
Morado	50	90	0	5
Beige	0	4	30	0
Naranja	0	30	100	0

Datos otorgados por la editora Gráfica de Líder, Carmen Riera

***Fotografía:**

Las fotografías de Líder buscan como objetivo primordial la expresión del jugador. La mayoría de las veces la foto de la portada son de atletas venezolanos, siendo su prioridad destacar su labor. Las imágenes, generalmente, ocupan 2, 3 o 4 columnas; aunque también hay fotos a 1 columna o a 5 para reportajes especiales. Usan, además, fotos siluettadas como recurso creativo para la diagramación.

****Infografía:***

El diario una considerable cantidad de infografías, que van desde las tablas de resultados hasta la explicación de una jugada específica, todo con la finalidad de que el aficionado obtenga información adicional y específica sobre el juego.

****Despieces:***

Líder usa distintos despieces como recurso para complementar la noticia. Utiliza señales de tránsito como elemento original para que el lector sepa que información es importante, ya sea negativa o positiva.

****Foliatura:***

En la foliatura de Líder se puede encontrar en la parte superior el número de la página con la letra “L” de Líder, seguido de la fecha, el nombre de la sección y la página web del diario. Al inicio de cada sección la foliatura permanece igual, aunque el nombre de la sección va en letras grandes acompañadas de su color de identificación.

****Portada, Páginas centrales y última página:***

La portada de Líder ha pasado por una serie de cambios en los 5 años que tiene desde su fundación. En sus inicios en el 2004 el diario utilizaba títulos clásicos informativos, mientras que para el 2005 mantenían los títulos clásicos con una sola información.

En el 2007 en la tapa se mostraban varias informaciones, títulos populares, y se distribuían mejor las noticias para mantener el equilibrio. A partir del 2008 y hasta entonces Líder utiliza portadas verticales y horizontales, con una foto principal de la noticia más resaltante y mantiene los titulares con lenguaje popular. Tanto en la parte

superior izquierda y derecha hay llamados a publicidad, y en el centro el logo del periódico. Asimismo, en la diagramación de la portada hacen llamados de páginas.

Las informaciones en las páginas centrales varían, se pueden conseguir desde grandes reportajes que ocupan dos páginas, hasta distintas noticias. Mientras, en la última página se puede conseguir la foto de la “Chica Líder”- que también se puede bajar por su página web del diario- los resultados de las loterías y varias notas acerca de la farándula deportiva con el nombre de “Últimos Toques”. En la parte superior se encuentran los nombres de quienes pertenecen a la mesa de redacción y los miembros de la Cadena Capriles, además de los teléfonos de contacto y la dirección del periódico.

Estos son los aspectos generales que rodean al diario Líder en Deportes, un periódico que a 5 años de su nacimiento ha mantenido constantes cambios para mejorar tanto el diseño, como su contenido; y así continúan llevándole al aficionado todo lo que desean saber en lo que a materia deportiva se refiere.

CAPÍTULO IV

EL COLOR EN LA COMUNICACIÓN

4.1. COMUNICACIÓN:

La comunicación está presente en todos los aspectos de nuestra vida. Es imposible concebir el día a día del hombre actual sin el hecho de comunicarse con sus semejantes. Es inherente al ser humano y tan vital como respirar o comer. Sin embargo, no existe una definición universalmente válida y difundida que sirva para explicar la naturaleza de lo que ella implica.

El término comunicación, desde sus orígenes, constituye una de las formas en que los seres humanos establecen nexos entre sí. Existen muchas formas de comunicación la gestual, la oral, la gráfica o la escrita; en todas ellas se realiza un intercambio de información que afecta a la sociedad.

Olga Dragnic, en su libro "Diccionario de Comunicación Social" (2006) la define de la siguiente manera: "es la acción y el efecto que produce, mediante la cual se hace participar a un individuo o a un grupo humano de las experiencias y estímulos surgen del entorno de otro individuo, o de otro sistema social, utilizando los elementos que tienen en común" (Dragnic: 2004: 55)

Para Antonio Pasquali, la comunicación ocurre cuando “hay interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor) realizando la ley de bivalencia, en la que todo transmisor puede ser receptor y viceversa. Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad”. (Teoría de la comunicación. Recuperado el 16 de octubre en: <http://www.monografias.com/trabajos4/comuniciteori/comuniciteori.shtml>)

Hay muchos modelos de comunicación, pero en todos, hay tres partes fundamentales para que se realice este proceso. El emisor (quien emite el mensaje) y el receptor (quien recibe la información) y el mensaje que se desea transmitir. Tanto emisor como receptor realizan una codificación y decodificación del mensaje; dos procesos inversos en donde el emisor selecciona los signos para enviar el mensaje y luego el receptor interpreta esos signos.

Aladro Vico (2004) cita a Jodorowski en su libro “Danzas de la realidad”, en donde el autor explica que en nuestro cerebro ocurre una impregnación de la realidad, que es la causante que consumamos productos relacionados con música, imágenes o colores. Para Aladro Vico, esta idea explica que se pueda transmitir emociones a través de la manipulación de estos signos.

“Los emisores de comunicación se convierten en mediadores que nos comunican con esas fuerzas o energías anímicas que son los significados de los mensajes. La comunicación es, por sí misma, la unión de la materia y espíritu, el nexo entre los medios materiales de expresión y la energía psíquica asociada a ellos” (Aladro Vico: 2004: 117)

Ahora bien, una de las formas de comunicación que es más utilizada por los medios masivos es la comunicación gráfica, aquella en donde el mensaje es transmitido de manera visual. El diseño es una herramienta de gran utilidad a la hora de la traducción de los elementos del lenguaje gráfico.

“La única diferencia con los otros tipos de comunicación es la interacción. La capacidad de respuesta a los mensajes que recibimos. En el caso de la comunicación gráfica, esta respuesta no es inmediata, por lo tanto es más difícil constatar su éxito. Ya que no tendremos a un interlocutor que nos explique si nos entendió o si el mensaje fue

útil. El diseñador debe desarrollar la capacidad de usar tanto las formas, como los colores, como la tipografía, así como los espacios, para expresar los mensajes que se ha recomendado” (Comunicación Gráfica. Recuperado el 7 de octubre en: <http://www.slideshare.net/lilivilla04/comunicacion-1882623>)

Dentro del campo del diseño, la diagramación de periódicos es de gran relevancia en la actualidad. Parte integral de un periódico y de la actividad periodística, la información ya no es solo sinónimo de datos; ahora incluye también la imagen que el lector pueda tener y sus agregados (imágenes, tipografías, fotografías, color, etc.).

Según Edmund Arnold (1985), el diseñador en un diario se desempeña como un periodista cuya esencia está al servicio de la información, vinculando en una página criterios de totalidad, coherencia, legibilidad y eficacia informativa. De esta manera, la filosofía editorial es expresada en el diseño y se concreta gracias a un conjunto sólido y equitativo formado por redactores, diseñadores, fotógrafos, infógrafos, editores, directivos, que desemboca en una mirada integral de las necesidades informativas de la sociedad.

“El diseño es la conjugación del cuerpo y el alma del periódico, establece un sistema gráfico útil que se constituye en el sustento estructural de la información. Este sistema se basa en cinco aspectos principales./.../Estos cinco factores (formato, retícula, tipografía, color y el conjunto formado por fotografía, ilustración e infografía), resumen el concepto de diseño que gobierna la publicación, representándola en su misión de ser referencia de una ciudad, una región o un país, por lo que debe ser el vínculo entre la información y la comunidad a la cual debe su existencia” (Diseño de información. Recuperado el 17 de octubre en: <http://diseñodeinformacion.blogspot.com/2006/10/ojo-al-tipo.html>”).

4.2 EL COLOR EN LOS MEDIOS IMPRESOS:

Actualmente, los lectores no conciben un diario blanco y negro, y es que nos encontramos invadidos de medios audiovisuales a color, en donde los periódicos han llegado también a ser parte de ellos. El color en la prensa ha emergido como un elemento indispensable para poder competir con la televisión o el internet, más allá de la inmediatez que de por sí tienen estos medios.

“En este momento es inconcebible una información sin color, es cierto que hace mucho tiempo no existían periódicos a color por una imposibilidad técnica o tecnológica. Sin embargo, la tecnología ha posibilitado y facilitado el uso del color sobre todo en la industria gráfica; el uso del color es una cosa que tiene un componente económico, el color significa encarecer un producto”, afirmó en una entrevista el profesor de Artes Gráficas de la escuela de Comunicación Social de la UCV, Orlando Luna.

Para llevar color a las páginas, si la parte económica de la empresa lo permite, se deben estudiar distintos aspectos en donde participan las decisiones empresariales relativas al color: línea editorial, capacidad de la rotativa, tipo de papel, entre otras. Sin olvidar la elección de los colores que formarían parte de la paleta utilizada por el diario, y así estudiar los porcentajes adecuados en función de la estética que se tendrá que establecer, además de unas normas de aplicación.

El color le ha dado a los diarios vitalidad a través de la luz y su brillo, y los hacen más atractivos y amenos ante el consumidor. Sin embargo, ya no sólo es utilizado en las fotografías, o como elemento de armonía, también hace navegables las páginas impresas. “El color ayuda a organizar la información, por lo tanto tiene un uso de navegación”, dijo el profesor Orlando Luna.

Hoy en día los lectores desean obtener información de calidad y no aceptarán páginas inaccesibles con sistemas de navegación precarios. En este sentido, se entiende que el color es un instrumento de codificación que hace que el receptor pueda moverse de forma rápida y fácil por el diario. Así que de una manera bien utilizada, el color puede mantener un poder de captación y convertirse en un claro elemento para dirigir la lectura.

El uso del color se toma muy en serio, por ello se deben tener algunas precauciones, ya que de cierta manera el color al llamar la atención también distrae. Luna establece que mientras la paleta de colores sea más amplia, se deben cuidar más los detalles; para que en el momento de distribuir el color en las páginas no se torne tan complicado.

Y es que para que el color pueda transmitir y provocar sensaciones en el lector la utilización de este elemento debe ser lo más acertado posible. “Todo lo que sea color mal utilizado, es artificial; ofrece artificios que te impiden recibir las sensaciones que ofrece un periódico, como la tinta, el texto, el mensaje, el análisis” (Jesús del Olmo Barbero. 2005. La función del color en el diseño periodístico. Recuperado el 5 de octubre de 2009, de <http://diseno.us.splinder.com/post/715971/Colore>)

Al igual que el texto, el color también tiene su medida, no se debe saturar toda una superficie impresa con mucha cantidad de color porque su exceso no resulta atractivo, así como tampoco lo sería una escasez de este elemento. “Hay una proporción en el uso del color que sería de 70/30 o 60/40, no puedes utilizar todo a color porque no diferencias nada”, indicó el profesor Luna.

A partir de la importancia que tiene el color, el diagramador o diseñador debe estar pendiente de lo que esté en la vanguardia y vivir con los ojos abiertos al mundo, sin olvidar de ver lo que hacen los medios de la competencia. “Los diseñadores se han dado cuenta del poder del color para tranquilizar, crear explosiones de página, desempeñara el papel de la voz cantante o simplemente retirarse del coro, para crear magia o evocar.” (García, 1989: p9).

“Los diseñadores expertos usan el color de manera controlada para crear condiciones visuales de unificación, diferenciación, secuencia y modo. Se pueden generar sentimientos calmos o excitados, audaces o pasivos, tristes o alegres, masculinos o femeninos. Y también se pueden crear efectos espaciales, encerrados y comprimidos, livianos, abiertos y aireados, según a las necesidades del diseñador”. (El color en la comunicación gráfica. Recuperado el 2 de octubre de 2009, de <http://www.leolez.com/color.htm>)

El color posee innumerables mensajes ocultos, tiene el poder de conseguir respuesta únicas, y es ahí donde el conocimiento del diseñador es de gran importancia; debe saber relacionar la tipografía con el fondo o la fotografía, técnicas que son parte estructural dentro del desarrollo del diseño gráfico, y que a su vez es usado continuamente para comunicar. Ofrece, además, a los medios impresos una riqueza informativa que hace muy difícil despojarse de él, y es por ello que cada vez son más amplias las maneras en que puede usarse como refuerzo de la noticia.

Aunque muchos creen que el color es sólo un elemento armonioso también tiene funciones tan básicas como atraer la atención, mantenerla, informar, sugerir y desarrollar asociaciones. “El color puede ser utilizado para crear códigos rápidos y fáciles de descifrar”. (Nó, 1996, p39).

“El color tiene aptitudes de fuerte impacto a la hora de diseñar, crea ilusiones ópticas, mejora la legibilidad e identifica la categoría de productos, servicios, fábricas, empresas, marcas etc. El color es un instrumento subjetivo para el marketing, una herramienta para ayudar al artista gráfico a hablarle al mercado, en términos no verbales, agregando poder y riqueza al mensaje” (El color en la comunicación gráfica. Recuperado el 2 de octubre de 2009, de <http://www.leolez.com/color.htm>)

Los lectores utilizan el periódico para informarse y estos deben ofrecer un contexto cómodo al consumidor, por eso es importante hacer hincapié en su función informativa y formativa. En la entrevista realizada en la escuela de Comunicación Social de la UCV, el profesor Luna aseguró que “el color contribuye aparte de su función estética que hace agradable la lectura, en aportar información, siempre y cuando esté bien utilizado”.

No se pueden considerar que el color lo sea todo en la noticia, pero no se pueden despreciar las cualidades comunicativas que aporta a la calidad informativa. “Resulta altamente sorprendente comprobar lo poco que la mayoría de la gente sabe acerca del color, a pesar de poseer éste tanta importancia como portador de información por una parte, y como medio de manifestación estética por otra”. (Küppers, 1980, p7)

Además de todas las características estéticas y como elemento de información, el color también ha ayudado a los medios impresos a acercarse a un público más joven. “Atraer a los jóvenes implica modernizar y dinamizar con color el diseño de la prensa. La distancia que separa el colorido de internet o los videojuegos y el aburrido panorama de una página impresa es tan grande que los jóvenes difícilmente realizan este recorrido” (Jesús del Olmo Barbero. 2005. La función del color en el diseño periodístico. Recuperado el 5 de octubre de 2009, de <http://diseno.us.splinder.com/post/715971/Colore>)

Según el profesor Luna el color tiene cuatro funciones primordiales en la prensa: temática, de identidad, informativa, y de navegación. Son todos estos aspectos los que responden porque el color debe ser utilizado sin duda alguna en los medios impresos. En este contexto, el color se presenta como un instrumento que permite dinamizar el mercado de la prensa diaria y se ha convertido en un arma decisiva frente a la competencia.

4.3 ANÁLISIS DEL USO DEL COLOR EN LOS PERIÓDICOS DEPORTIVOS. CASOS: MERIDIANO Y LÍDER EN DEPORTES

Luego de haber explicado todos los aspectos en lo que influye el uso del color en los medios impresos, es momento de limitarnos a cómo este elemento interviene en los periódicos deportivos venezolanos, tomando como casos dos de los diarios más importantes en el área deportiva como lo son: Meridiano y Líder en Deportes. Ambos periódicos están encargados de llevar al aficionado los resultados y análisis de los deportes más influyentes en el mundo, sin embargo, muchas son las diferencias que llevan consigo; no sólo en contenido sino gráficamente, y aún más en el uso del color, que es el objetivo de este trabajo.

Meridiano ya tiene 40 años llevándole al público venezolano el acontecer deportivo tanto nacional como internacional, y eso lo ha llevado a estar fuertemente posicionado en el mercado, siendo algo que nadie puede colocar en duda. Mientras, Líder en Deportes aún está en su etapa de madurez, pero eso no le ha impedido llegar al fanático desde sus 5 años de nacimiento y obtener cada vez más lectores. La diferencia de años no les quita el mismo propósito: dar al aficionado información acerca de una de las actividades que pueden producir las más bonitas alegrías, y los más tristes decepciones “El Deporte”.

Como ya hemos dicho en el punto anterior, el color tiene una cualidad informativa que lo lleva a ser usado como instrumento de comunicación, sin dejar atrás su función estética. Los diagramadores de los periódicos deportivos lo saben, y es por ello la gran cantidad de color que usan en las páginas de estos diarios. Una combinación de colores cálidos en su mayoría - como el amarillo y el rojo- con colores fríos- cómo el azul o el verde-, hacen el complemento perfecto para captar la atención del público y conseguir su finalidad: venderse.

“Los diarios deportivos buscan la excitación de forma premeditada, después tranquilizan y vuelven a impactar. Hacen que el lector viaje por una montaña rusa de varios picos y establecen un ritmo premeditado donde diseño y color se unen para cosechar los mejores éxitos. La explotación del poder expresivo del color en los periódicos deportivos se convierte en una tarea sustancial del diseño” (Jesús del Olmo Barbero. 2005. La función del color en el diseño periodístico. Recuperado el 5 de octubre de 2009, de <http://diseno.us.splinder.com/post/715971/Colore>)

El color es un elemento de gran importancia dentro del periódico. De su buen uso depende que la información sea presentada al lector de una manera integral. Ya lo dice Dale (1990) en su libro *“El libro del amarillo”*: “Por muchas teorías que existan, es el ojo del diseñador o el artista el responsable de la utilización creativa del color”.

Meridiano y Líder utilizan el color rojo como base y siguen manteniendo uno de los colores más usados en los diarios deportivos. Dale dice en su texto *“El libro del rojo”* (1990): “El rojo como medio de marketing es eficaz de muchos modos diferentes. Crea una aureola de actividad y energía y es intensamente emotivo, atractivo para todas las edades y para ambos sexos”. Pero también aparece el amarillo, que a pesar de no tener el mismo porcentaje de saturación en los dos diarios es usado con gran relevancia en ellos. Dale (1990) opina que “la combinación del amarillo con colores tales como el rojo, al azul regio o el negro crea un efecto dinámico”.

Estos diarios también complementan el rojo y el amarillo con otros colores. Meridiano usa, además, azul, verde y naranja para conformar su paleta. Mientras Líder tiene una carta más amplia con colores: verde, azul, beige, morado y naranja. “Al lado del amarillo el naranja adquiere mayor brillo, junto al violeta se hace fuerte y duro. El

rojo le da dinamismo al amarillo, mientras el verde es compatible con el amarillo y le añade vitalidad” (Dale, 1990, p14).

En una entrevista José Fernández Freites, profesor de Canción Popular de la Escuela de Comunicación Social de la UCV y presidente de Fevedes, indicó que “en los diarios deportivos, por la experiencia que se tiene en Venezuela, sobresale el color rojo, y no tiene absolutamente nada que ver con la exacerbación política que se vive en el país, es algo que viene desde hace años. También lo acompaña el amarillo que resalta y llama mucho más la atención”.

En una entrevista la editora gráfica de Líder, Carmen Riera, explicó el porqué del uso de cada color en el diario. “Utilizamos verde para Fútbol porque es el color que más lo identifica, el amarillo porque es una especie de color para resaltar o subrayar, así quería que se viera el Béisbol que es nuestro deporte rey. Pensamos en que otro color no se había usado antes, no queríamos el naranja a pesar de que hubiera sido ideal, ni el rojo porque sólo quería utilizarlo para el logo, así que nos decidimos por el morado para Más Deporte”, dijo Riera.

El profesor Orlando Luna expuso que “los colores utilizados en el deporte hacen referencia a los colores primarios, la infancia, el patriotismo – los colores de la bandera-. En el deporte se utiliza mucho color, ya que representa las pasiones, el arrojarse bajo una bandera, además de la fuerza y ese espíritu que trasmite este elemento; los colores que se utilizan en general son muy fuertes, son colores que se usan en su máxima saturación y son colores pigmentos, casi puros. Se usa mucho rojo, amarillo, naranja hasta azules”.

En una cita que realizamos en el Bloque de Armas con el subdirector de Meridiano, José Visconti, definió el rojo y el amarillo como los colores emblemáticos de Meridiano. “Estos colores se han establecido paulatinamente en el lector, han determinado una identidad. El diario es inconfundible no sólo por su logotipo sino por sus colores”. Según Visconti, los colores cálidos tienen una influencia directa sobre el gusto y la atención del público, ya que estimula lo visual, anímico, afectivo, y la compra del producto.

Por su parte, Carmen Riera afirma que la paleta de colores de Líder es fuerte, y gracias a ello llama la atención e imprime mucho carácter al diario. Expresa que el deporte es Pasión, y debido a eso no se pueden usar colores pasteles en los diarios deportivos sino cálidos y fuertes. Aunque Líder utiliza azul, ella lo define como un color neutro, sin embargo, es usado con otros colores que hacen que resalte, entre ellos el amarillo.

En algo que coinciden tanto Riera como Visconti es que el uso del color le otorga a los diarios carácter e identidad propia, que los hacen inconfundible entre ellos; no importa que usen los mismos colores, sino como los usan. En esta línea, el profesor Luna dice que “los diarios deben tener colores que los diferencien de sus competidores, un elemento que conceptualiza como identidad”.

Conjuntamente de la identidad, uno de las finalidades más importantes en el uso del color en los diarios deportivos es conseguir llamar la atención en el público; los colores cálidos sin duda alguna logran este fin. En una entrevista Jan Parada, diagramador de Meridiano, asegura que el color es lo que te llama la atención, cuando ves algo muy emotivo lo compras. García de Diego (1988) argumenta que “la imagen visualizada a color ofrece un juego armónico de matices, tal riqueza cromática y tal variedad que la retina prende en él su atención y se recrea contemplándolo”.

El color al captar la atención logra que el lector recuerde con más facilidad una información o fotografía, ya que impacta visualmente en él, está claro que una información con color es más fácil de memorizar que una sin color. “Desde el punto de vista de percepción hay un término denominado pregnancia, es algo que voy a recordar siempre con más facilidad. El color es un elemento pregnante que ayuda a fijar y recordar los contenidos”, indica el profesor Luna.

“La pregnante cromática se refiere a la cualidad con la que una configuración se impone con fuerza y de manera espontánea. Lo que es pregnante se destaca con claridad, porque es la mejor forma, puede distinguirse de prisa, recordarse mejor y describirse con más precisión que las formas malas o complejas. En general todos los colores son capaces de despertar diversos efectos sobre la percepción de la gente, por ello la pregnancia del color debe entenderse como la capacidad de distinguir colores que

se imponen con fuerza, claridad y capacidad perceptiva” (Pregnancia Cromática. Recuperado el 10 de octubre de 2009, de <http://www.docstoc.com/docs/5538353/Color>)

A lo largo de este análisis hemos confirmado la íntima relación que color y deporte poseen. El color puede tener connotaciones emocionales y, en sus tonalidades cálidas, representa pasión, energía, dinamismo. El deporte, por su parte, es dinámico y, sin lugar a dudas, despierta las más inimaginables pasiones en los fanáticos. De ahí la razón de que estos colores siempre estén presentes en las camisetas de los equipos más seguidos a nivel mundial y de los periódicos deportivos más destacados de la industria.



Estos son solo algunos de los logos en donde los colores cálidos están presentes

Los periódicos deportivos venezolanos si bien siguen el estándar de llevar colores cálidos en su carta de colores, aún presentan deficiencias relacionadas con el uso correcto de la misma. Es cierto que a través de ella han establecido su identidad en la industria, pero también es necesario realizar algunos cambios que le sirvan para adecuarse a las necesidades del lector de la actualidad.

En el caso de Meridiano, no se puede cuestionar su enorme trayectoria. Sus más de 40 años en el mundo del periodismo deportivo los ha llevado a ser el periódico de mayores ventas en el país. A pesar de ser la cuna de muchos periodistas que se han

destacado en la fuente deportiva, muchos expertos y fanáticos aún critican el atraso en la diagramación de sus páginas.

Los colores rojo y amarillo, como bien lo dice José Visconti, han sido el ancla que los ha reafirmado en la memoria del lector. Son la identidad del periódico y eso es innegable, y es justo aquí en donde el color cumple con su función de identidad. Pero su limitada carta de colores y el uso poco creativo de la misma le otorgan una apariencia poco actual, en donde el rediseño suele aparecer como un grito de ayuda entre sus páginas.

Si bien usan otros colores como el azul, el verde o el naranja su aparición es débil; solo son usados en los despieces, generalmente, como fondos de textos en los titulares o como pequeños cintillos en los antetítulos. Esto hace que estos colores se pierdan en la retícula lo que le resta dinamismo a las páginas del diario. En una entrevista el coordinador de Diseño de Líder, Arturo Gonnella, consideró que “la diferencia con Meridiano se basa en el diseño del periódico, Líder tiene un respeto hacia el lector en la forma en que debe abordar la lectura, por la selección de los colores y la forma modular de la diagramación”

Líder en Deportes, por su parte, es un diario que ha logrado hacerse de un nombre en el mundo del periodismo, además de ir adquiriendo una importante cantidad de lectores. Luego de su rediseño, Líder luce como un periódico actual con una paleta de colores amplia y que apunta hacia un público joven, dinámico y que quiere algo más que la simple información del juego de ayer.

Con una combinación de colores cálidos y fríos, este periódico posee una paleta fuerte que, en palabras de la Editora Gráfica de la Cadena Capriles, Carmen Riera. Sin embargo, estas cualidades se pierden, en cierta medida, debido al uso desordenado de las tonalidades dentro de la retícula. Como opina el profesor de Artes Gráficas, Orlando Luna: “Se pudiera matizar o llegar un poco más con el color. No creo que el color en Líder sea excesivo. Cuando uno no tiene mucho color y empieza a colocarlos uno en uno cuando van varios colores se llega a complicar. Cuando la carta de color es amplia se requiere una mayor atención.”

Quizás uno de los mayores logros de Líder sea el uso correcto de la función de navegación del color. El colocar tonalidades específicas para cada una de las secciones del diario, suele facilitarle el trabajo al lector de líder quién, reconoce en el amarillo el color del béisbol, el verde al futbol, o al morado para el resto de los deportes. Aquí radica una de las diferencias más evidentes entre los dos periódicos. Las secciones de Meridiano no están diferenciadas por colores; a pesar de que el nombre de cada una de ellas está en la foliatura del periódico.

El lector actual es rápido y busca la información que sea más acorde a sus intereses, ir de página en página buscando su sección favorita no es una característica que lo defina. Son los lectores los que, generalmente, se convierten en jueces de la información y, por consiguiente de la manera en que se les presenta ante sus ojos. Opiniones van y vienen, pero la mayoría dicen lo mismo: Meridiano necesita un cambio y Líder está imponiendo una nueva fórmula para hacer periodismo deportivo.

Ahora, ¿Cuántos lectores puede conservar Meridiano con el pasar del tiempo? Como lo dice el Prof. Luna y su opinión es compartida por muchos expertos, actualmente el color es parte integral de la información; teniendo en cuenta esta premisa, Meridiano debe comenzar a replantear la utilidad de su paleta de colores para adecuarse a las nuevas tendencias de la industria periodística.

Frases como “Meridiano se quedo en los 90” y “Meridiano se quedo 10 años atrás en la historia” dan cuenta de la percepción que, hoy en día, tienen los lectores del diario. Siguen siendo una marca registrada en el mundo del periodismo deportivo, como lo demuestran sus importantes cifras en tiraje, sin embargo los fanáticos sienten -y, por ende, juzgan- las deficiencias en la información que les presentan. Un formato, en donde se tomen en cuenta no sólo la utilidad creativa de la paleta de colores, sino la disposición adecuada de los diferentes elementos gráficos, le daría un nuevo aire a Meridiano, conservando su tradición pero adecuándola a los nuevos tiempos.

Un nuevo tipo de target está acaparando la atención de los medios, el público joven y es aquí en donde está la gran ventaja de Líder. No sólo es alabado por ofrecer un buen análisis sino que gracias a un uso creativo de su paleta de colores, les ha brindado un ingrediente adicional a la información. Ahora la noticia no solo se lee, también se ve. Quizás el punto de reflexión se encuentre en encontrar el equilibrio en la

paleta de colores; si bien es amplia, la colocación ordenada en la maqueta traería una combinación más armoniosa a la vista del lector. No olvidemos, que al fin y al cabo, la función del color también es estética y hace agradable la lectura.

Aún quedan muchas reflexiones en el aire. ¿Será el rediseño la respuesta que Meridiano necesita para encontrar ese nuevo aire para adecuarse a los nuevos tiempos? ¿Líder establecerá su marca como una nueva manera de hacer periodismo deportivo? Las tendencias en la industria cambian constantemente, hoy los hechos dicen que sí. Mañana, nuevos trabajos darán nuevas luces que hablarán un poco más sobre el futuro de estos periódicos en el mundo del periodismo deportivo.

USO DEL COLOR EN LOS DIARIOS

Clasificación	Meridiano	Líder EN DEPORTE
LOGO	Utilizan una mezcla de rojo y negro	Usan el color rojo en la palabra “Líder”, y verde para “en Deporte”

TIPOGRAFÍA	Utilizan amarillo, rojo y negro. A veces el blanco sobre fondos rojos o azules	Utilizan el negro para la mayoría de la tipografía, y el blanco sobre fotos o fondos de colores
FOTOGRAFÍA	Todas las fotografías son usadas a color	Utilizan todas las fotos a full color
INFOGRAFÍA	No utiliza casi infografías y cuando las usan son a color	Las infografías son a color en su mayoría
DESPIECES	Los despieces utilizan colores naranja, verde y azul	Los despieces usados están en colores beige, naranja, rojo y amarillo



Rojo y Amarillo son los colores que definen a la portada de Meridiano. El primero sirve como fondo que cubre toda la retícula; el segundo nos devela el titular del día. Uno de sus objetivos con el uso de estos colores es llamar la atención, y sin duda alguna el titular principal en amarillo sobre la base roja logra su función. En menor cantidad, encontramos el azul, el naranja y el verde. Sin embargo, el uso del color en la portada puede resultar un poco escandaloso.

Empató a dos

Trujillanos sacó su casta

Ocupa el cuarto lugar de la tabla

FERNANDO BRAVO

Acarigua. Trujillanos FC sacó su casta guerrerista y levantó un 2-0 para igualar 2-2 con el Club Deportivo Lara, en partido que se realizó este miércoles en el estadio "Gral. José Antonio Páez" de Acarigua-Armaure, reprogramado de la octava fecha del torneo apertura 2009. Por los larenses, quienes jugaban en cancha alterna debido a la inhabilitación de su estadio, marcó el colombiano John Córdoba a los 26' y 28'. Por Trujillanos FC lo hicieron Jonathan Copete a los 32' y Roberto Armúa de penal a los 64 minutos.

Los larenses se fueron adelante en el marcador, con anotaciones consecutivas del atacante colombiano John Córdoba a los 26 y 28 minutos. Pero el amarillo y marón reaccionó, descontando a los 32 minutos por intermedio del colombiano Jonathan Copete, a pase del brasileño Flavio De Oliveira, igualando mediante tiro penal ejecutado de manera impecable por el argentino

FICHA TÉCNICA

2-2

CD Lara

Edward Barbo, Edgar Mendoza, Jhon Granados, Yuber Masquera y Johnny Mirabal; Jarvi Mejía, Pedro De Pablos, Francisco Flores (José Becerra 46') y Rafael De Fex (Victor Villamal 61'); Mauricio Chalar (Aguilares Ocampo 77') y John Córdoba.

Goles: 1-0: John Córdoba (CDL) 26; 2-0: John Córdoba (CDL) 28; 2-1: Jonathan Copete (TRU) 32; 2-2: Roberto Armúa (TRU) p64.
Armonestados: Francisco Flores (CDL), Edgar Mendoza 2 (CDL), Freddy Reyes (TRU), Victor Valera (TRU)
Expulsado: Edgar Mendoza (CDL) 63'
Principal: Luis Márquez (Portuguesa)
Estadio: Gral. José Antonio Páez de Acarigua-Araure

Trujillanos FC

Gustavo Cortina, Francisco Carabál, Rolando Álvarez, Freddy Reyes y Edixon Cuevas; Arquimedes Figueroa, Meider Ochoa (Victor Valera 69'), Roberto Armúa y Jonathan Copete (Miguel Sosa 82'); Rubén García (Riderson Morillo 59') y Flavio De Oliveira.

Goles: 1-0: John Córdoba (CDL) 26; 2-0: John Córdoba (CDL) 28; 2-1: Jonathan Copete (TRU) 32; 2-2: Roberto Armúa (TRU) p64.
Armonestados: Francisco Flores (CDL), Edgar Mendoza 2 (CDL), Freddy Reyes (TRU), Victor Valera (TRU)
Expulsado: Edgar Mendoza (CDL) 63'
Principal: Luis Márquez (Portuguesa)
Estadio: Gral. José Antonio Páez de Acarigua-Araure



Jhon Córdoba, logró los dos tantos para el elenco crepuscular

Clasificación

Equipo	P	V	E	D	GF	GC	PTS
1.- Caracas FC	8	6	2	0	21	5	20
2.- Dvo. Italia	9	6	2	1	10	4	20
3.- Dvo. Táchira	8	5	2	1	14	3	17
4.- Trujillanos FC	9	5	2	2	18	10	17
5.- Monagas SC	9	5	2	2	18	14	17
6.- Lara	9	4	3	2	13	7	15
7.- Real Espor	9	3	3	3	7	10	12
8.- Dvo. Anzoátegui	8	4	2	2	11	11	11
9.- Mineros FC	9	3	2	4	13	12	11
10.- Aragua FC	9	3	2	4	7	13	11
11.- Zamora FC	8	3	2	3	6	13	11
12.- Zulia FC	9	3	1	5	14	16	10
13.- El Yagüa	9	3	1	5	14	20	10
14.- Yaracuyanos	9	3	1	5	11	17	10
15.- Estudiantes	9	1	5	3	9	8	8
16.- Llaneros FC	9	1	3	5	8	16	6
17.- Carabobo FC	9	1	3	5	4	13	6
18.- SD Centro Italo	9	1	2	6	11	17	5

Próximos partidos

- 3pm: El Yagüa vs. Dvo. Anzoátegui, en El Yagüa
- 3:30 pm: Llaneros vs. Carabobo, en Guanare
- 4 pm: Lara vs. Zulia, en Barquisimeto
- 4 pm: Mineros vs. Zamora, en P.D.Ordaz
- 4 pm: Caracas vs. Yaracuyanos, en el "Olimpico"
- 4 pm: Monagas vs. Dvo. Italia, en Maturín
- 4 pm: Trujillanos vs. Real Espor, en Valera
- 4 pm: Centro Italo vs. Estudiantes, en el "Brigido Iriarte"
- 6 pm: Aragua vs. Dvo. Táchira, en Maracay

Venció al Anzoátegui 2-0

Ahí viene Táchira

(San Cristóbal). - Deportivo Táchira derrotó 2 a 0 al Deportivo Anzoátegui, en partido realizado ayer en el estadio "Pueblo Nuevo" de la ciudad de San Cristóbal y válido para el Torneo Apertura del fútbol nacional.

Los "aurinegros" anotaron sus dianas por intermedio de Daniel "Cafú" Arismendi (min. 15) y Edgar

Pérez Greco (min. 76), dándole un triunfo más que coloca a los de Carlos Maldonado en la tercera posición con 17 puntos, a tan sólo tres del líder el Caracas FC.

Justamente, el partido que le falta a Táchira para emparejarse con el Caracas será el próximo 3 de noviembre, en el propio parque de Pueblo Nuevo.

El desafío de ayer, se jugó en esa fecha, debido a los problemas con el techo del estadio, que en su momento se cayó, debido al fuerte viento que se suscitó en la ciudad tachirense.

Dvo. Táchira 2 - 0 Dvo. Anzoátegui
Goles: Daniel Arismendi (min 15), Edgar Pérez Greco (min 76)
Estadio: "Pueblo Nuevo"

Fajardo regresó a la disciplina auriazul

CÉSAR MÉNDEZ CAMPERO

Francisco Fajardo, flamante lateral derecho del Aragua FC, integrante de la selección nacional Sub 20 que estuvo en el Mundial de Egipto, regresó a la disciplina del club este martes, para continuar con su recuperación de la lesión que le impidió disputar el evento. Pese a no poder jugar, el joven aragüeño acompañó al combinado nacional para la competencia, como premio a su esfuerzo, ya que fue factor fundamental en la clasificación a la Copa en el Pre-mundial que se disputó en nuestro país en enero pasado.

"Hasta el momento, me ha ido súper bien, gracias a Dios. El 28 de octubre voy a hacer tres meses desde que me lesioné. Este lunes me ví con el traumatólogo y me dijo que ya puedo hacer todo suave y aproximadamente en un mes podré estar tratando normalmente", señaló optimista el joven aragüeño en torno a su rehabilitación. Este martes se presentó en el estadio "Hermandades Chiriquí" con el uniforme de práctica del auriazul para trabajar diferenciado del resto de sus compañeros. "No he sentido fatiga ni molestias y por eso estoy muy contento, porque el proceso ha ido muy rápido" agregó.

pará luego agradecer a su familia, a sus compañeros del Aragua y de la selección, así como a todos los profesionales que han contribuido en su recuperación que ha avanzado velozmente.

Respecto de su presencia en el Mundial Sub 20 en Egipto, relató que fue una experiencia muy buena, pese a no haber jugado. Su estancia allí le hizo sentir como si estuviera jugando, pues le hicieron terapia, lo atendieron de manera excelente. Además, resaltó el hecho de que la selección quedó en el octavo puesto y que hicieron historia con esa participación en una Copa del Mundo.

¡La que estabas esperando!

Navidad

2009

El libro de Uno de las Manualidades

- Tecido
- Resaca
- Pintura
- Tapados
- Recetas
- Artesanos
- Recetas

60

¡Nuevos proyectos para celebrar!

EDICIÓN ESPECIAL

¡Gratis!

12 Tarjetas Navidad

De venta en todos los kioscos del país

En el folio de Meridiano se encuentra la sección encerrada en fondo rojo, al igual que el número de página, esto se observa durante toda la navegación por el periódico. En la tipografía se combina rojo y negro; el rojo solo en las primeras palabras que conforman el título, centrando la atención del lector en ellas. En esta página se puede visualizar los despieces en verde, los cuales carecen de un color vivo que realmente resalte la importancia que tienen los despieces en la información.



Bravos 6, Cardenales 2

Margarita viene en ascenso

DAYRÓN PADILLA
(Caracas)

La escuadra neoespartana se valió, una vez más, de su sólido pitcheo, que junto a los batazos y jugadas oportunas fueron suficientes para derrotar 6:2 a los pájaros rojos en el "Antonio Herrera Gutiérrez" de Barquisimeto.

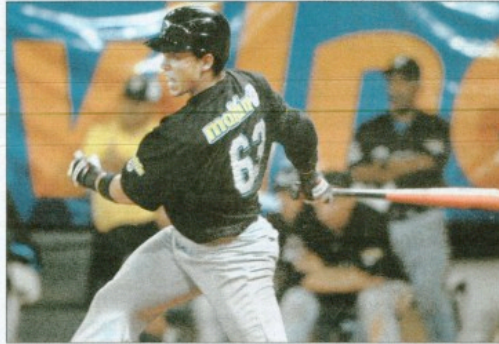
Por cuarta vez en esta temporada, un abridor de los Bravos logró sacar más de cinco episodios sin permitir carreras. Alberto Bastardo fue el encargado de extender la mencionada racha, tras seis capítulos enteros de labor, aceptando par de inabruptables, dos ponches, un boleto y golpeó al oponente José Yépez. Este zurdó obtuvo su primer triunfo del torneo, manteniendo un fenomenal control, aparte de ser muy económico con sus envíos al plato.

Respecto a la ofensiva, figuras como Francisco Leandro y el debut del emblemático Henry Blanco, fueron los máximos remolcadores del cotejo, tras cada uno empugar par de rayitos respectivamente. Entretanto, René Reyes también contribuyó con la victoria añadiendo otra impulsada para su cuenta personal.

Los Cardenales de Lara estuvieron anémicos hasta llegar a la baja del octavo tramo hasta que Luis Ugueto, cuyo turno de emergente le sirvió para despachar un fuerte candela a los jardineros, el cual trajo a Carlos Durán hasta la goma. Posteriormente Tomás Pérez avanzó a José Yépez desde la antiescoba debido a un sencillo conectado al left.

La demora fue para Kyle Parker, que ahora tiene récord de 1-1, después de laborar en 3.2 innings trabajados y lo castigaron con cuatro anotaciones. El relevo guano no evitó la ampliación de la ventaja insular, incluyendo los números de Parker, sumaron seis pasaportes y trío de golpes.

De esta manera, los Bravos se ponen en 500 puntos, tras quedar con foja de 5-5.



Francisco Leandro aportó significativamente para el triunfo isleño

¡Bravo Henry!

El ingreso del grandeligo Henry Blanco le vino como anillo al dedo a la traza dirigida por Luis Dorante. Estuvo custodiando durante todo el juego la segunda posición defensiva del diamante y a nivel ofensivo sacó la casta como de costumbre. En su primera visita al home, Henry se sacrificó para mover al corredor Denny Abreu, quien fue posteriormente empujado. Entretanto, cuando la séptima entrada logró traerse dos anotaciones más para la causa de su equipo, tras ligar un contundente sencillo a terrenos del jardín izquierdo. Finalmente en la octava falló de dobleplay, por tanto, Blanco será determinante para aumentar la profundidad ofensiva del club neoespartano.



Harikkala regresó ayer

El serpinitero Tim Harikkala regresó en la noche de ayer a nuestro país, el importado se reportó con el equipo para estar de nuevo en la alineación, por los momentos el importado estará en el relevo de los insulares mientras vuelve a agarrar el ritmo para volver a la rotación de abridores. En otras notas Carlos Lederma, trainer de extensa carrera en Venezuela y EE.UU. llegó esta madrugada a Maracay y desde hoy estará en funciones con el equipo. Volverá a compartir roles con el eficiente Jack Galindo.



Faltan cinco bigleaguers en Lara

Todavía Cardenales de Lara espera la incorporación de cinco figuras grandeligas en lo que resta de temporada, cuatro de ellas infielders.

Alcides Escobar, de los Concestros de Milwaukee, es esperado desde la semana pasada pero aun no se ha reportado al equipo. "Pensé que lo íbamos a ver aquí, pero no sabemos nada de él", dijo el manager Luis Sojo el martes. Luis Valbuena, de Indios de Cleveland, ya entrena con el equipo en Barquisimeto y planea debutar el primero de noviembre. César Izturis está en Florida, y Celestino López continúa en Seattle. "Los planes con ellos siempre fueron para los primeros días de diciembre".

BRAVOS

Bravos	Vb	Cs	H	Ci	Rb	R	Deb	Ave
E.Torres 2b	3	1	1	0	2	0	0	235
R.Olmedo 3c	4	0	2	0	0	0	0	275
E.Díaz 1b	4	0	1	0	1	2	1	353
R.Reyes RF	3	1	0	1	1	1	4	324
N.Walker 3b	4	1	0	0	1	1	4	233
S.Laungpue LF	3	1	1	0	1	1	0	324
D.Abreu 1b	2	1	1	1	0	0	2	381
H.Blanco C	3	1	2	2	0	0	2	667
F.Leandro CF	4	0	1	2	0	0	3	269
Totales	30	6	9	6	6	5		

Defensiva: Dp: 2 (64-43/46-63)
Bateo: H:2 H.Blanco (1, K.Parker), F.Leandro (1, C.Rivas), C.R.Reyes (4), D.Abreu (4), H.Blanco 2 (2), F.Leandro 2 (9), O.E.Torres (2), R.Olmedo (2), G.R.Olmedo (1, P.J.Rodriguez), D.Abreu 2 (2, P.K.Parker, P.G.Carrara), S.H.Blanco (1), S.F.R.Reyes (1). Deb Equipo: 8 Dpa Equipo: 6

Bravos 001 311 000-6 9 0
Cardenales 000 000 020-2 7 1

Bravos	Ip	De	H	Cp	Ci	Rb	R	Ete
A.Bastardo (G: 1-0) 6.0	19	2	0	0	1	2	5.84	
Z.Simons	1.0	3	0	0	0	0	7.71	
E.Martinez	0.0	3	3	2	2	0	5.40	
D.Misco	1.0	3	1	0	0	0	10.38	
A.Serrano	1.0	4	1	0	0	0	3.86	
Totales	9.0	32	7	2	2	1	4	

CARDENALES

Cardenales	Vb	Cs	H	Ci	Rb	R	Deb	Ave
H.Kiribaren LF	3	0	1	0	0	0	0	293
E.Gonzalez Be-RF1	0	0	0	0	0	2	226	
T.Perez 2b	4	0	1	1	0	0	1	244
L.Jimenez 1b	4	0	0	0	0	1	2	406
T.Evans 3b	3	0	1	0	1	0	0	353
M.Saunders CF	4	0	1	0	0	1	3	385
R.Perez 3b	4	0	0	0	0	1	2	239
C.Duran RF-LF	4	1	1	0	0	0	1	333
J.Yépez C	2	1	1	0	0	0	0	292
O.Navarro Ss	2	0	0	0	0	1	1	167
L.Ugueto Be-Ss	1	0	1	1	0	0	0	176
Totales	32	2	7	2	1	4		

Defensiva: E: L.Jimenez Dp: 1 (54-43) Wp: C.Rivas, R.Luque
Bateo: C.F.Perez (6), L.Ugueto (1), B.H.Kiribaren (1), Gp: J.Yépez (1, P.A.Bastardo). Deb Equipo: 5 Dpa Equipo: 0

Cardenales	Ip	De	H	Cp	Ci	Rb	R	Ete
K.Parker (P: 1-1)	3.2	12	2	4	3	3	2	3.86
K.Rivas	2.0	7	3	2	2	3	0	7.36
G.Carrara	2.1	7	2	0	0	0	1	3.18
J.Rodriguez	0.2	3	2	0	0	0	1	2.70
R.Luque	0.1	1	0	0	0	0	1	2.70
Totales	9.0	30	9	6	5	6	5	

Umpires: Hp: J.Teran 1b: F.Ramirez 2b: J.Chacon 3b: C.Barron

Una vez más se presenta la tipografía en una mezcla de rojo y negro, centrado la atención en la primera palabra de la nota con una tonalidad cálida como lo es el rojo. Uno de los colores que también es utilizado es el naranja, que a pesar de ser un color cálido su porcentaje de saturación lo hace poco llamativo. Se utilizan también las fotos siluetadas a color que es un punto a favor de la página, ya que la hace más estética.

SE LAMENTA GILBERTO SANTA ROSA

"Siento pena por el talento puertorriqueño"



Página 60

CON ESTA EDICIÓN "PANCHITA" y sus datos para Loterías

Página 34,35

MERIDIANO HÍPICO SANTA RITA Y VALENCIA

Resultados de Loterías

• Triple Coro •

Sorteo 12:30 pm
A - 603 B - 544

Sorteo 7:30 pm
A - 344 B - 983

• Triple Gordó •

Sorteo 11:30 am
A - 194 - B - 565

Especial Cantado: 818

Sorteo 04:30 pm
A - 163 - B - 366

Especial Cantado: 440

Sorteo 07:30 pm
A - 235 - B - 666

Especial Cantado: 570

• Zulia •

Sorteo 12:00 pm
A - 140 - B - 479

Tripletazo: 642

Terminal: 42

Sorteo 07:00 pm
A - 331 - B - 387

Tripletazo: 536

Terminal: 36

RESULTADOS EXTRAORDINARIOS. CONSULTA LISTAS OFICIALES





MARCELA ALCÁNTARA Esta esbelta chica, de 20 años de edad, aspira ganar la banda de Señorita Deporte 2009. Marcela Alcántara, estudia Comunicación Social y es aficionada al voleibol. Y al igual que sus compañera de concurso está resteeda por el triunfo

¡Resteeda por el triunfo! Foto: Cortesía Organización Señorita Deporte

EL HIPÓDROMO EN TUS MANOS

Hípico Móvil es la gran alternativa para poder ver y disfrutar al momento las carreras de caballos, desde tu teléfono celular.

Es muy fácil, ingresa al portal [hipico.móvil/12](#) desde tu Digitel, suscríbete al servicio **Hípico Móvil** por el tiempo que desees y comienza a disfrutar de tu pasatiempo preferido.

Para mayor información visita: www.digitel.com.ve ▶ Mundo 412 ▶ Entretenimiento ▶ Hípico Móvil

- Transmisión de carreras de caballos.
- Resultados.
- Favoritos.
- Divisivos.
- Trápas.

- Retardos.
- Clases en video.
- Noticias hípicas nacionales e internacionales.

- Estadísticas.
- Protagonistas.
- Torneos de equitación.
- Fondos de apuestas.



DIGITEL

únete tú también

En la última página de Meridiano encontramos a la típica “chica Meridiano” que forma parte del día a día del periódico. Los colores rojo, naranja, verde y azul conforman el diseño de los llamados de las noticias de farándula. Una vez más se vuelve a jugar con las tonalidades del color verde en mayor y menor intensidad en el título que presenta a la modelo del día.

¡CAMPEONES! LOS FILIS CLASIFICARON DE NUEVO A LA SERIE MUNDIAL ● P14

Aquí tienes Chance



RF - 20080283



Líder

DEPORTES

www.liderendeportes.com

Lunes a Sábado
Bs.F. 2.00 / Bs. 2.000
Domingos
Bs.F. 2.50 / Bs. 2.500



Caracas, jueves 22 de octubre de 2009 • Año 6 N° 1823

ENTREVISTA



“No voy a apelar”

Eddie Pérez acepta el castigo, pero dice que el árbitro debió ser sancionado

● P10

Ni Kaká pudo salvar al Real Madrid de Pato y el Milan

● P16

El “Baby” Landaeta va por la faja interina minimosca AMB

● P23

Rentería metió al Columbus en la papa del torneo Concachampion

● P20

Subero baraja mover la mata en La Guaira ● P11

RESULTADOS DE AYER

Tiburones.....	5	Caribes.....	2
Leones.....	12	Magallanes.....	9
Tigres.....	12	Bravos.....	6
Aguilas.....	6	Cardenales.....	2

PARA EL QUE SABE DE BÉISBOL



ALCOHOL Y VOLANTE SON MALA JUNTA
El consumo de alcohol en exceso puede ser motivo para la salidas. RF - 200700341-8

CARACAS Y MAGALLANES

SE IMPONEN POR LA FUERZA



Los Leones sonaron doce imparables y un jonrón en la felpa ante Tiburones, mientras los Navegantes descargaron cuatro vuelaceras para vapulear a Caribes. Melenudos y turcos siguen en la cima ● P6

ERICK GÓMEZ

el hogar

nuestro terreno de juego

IEPA

A diferencia de Meridiano, Líder utiliza una portada con colores cálidos y fríos, a pesar de ser llamativa, no resulta tan “colorida”. A parte de los colores rojo y verde que distinguen el logo del periódico, en la parte superior se encuentra, además, una tonalidad más clara del amarillo para ilustrar un llamado a página. Tiene espacios en blanco lo que hace que no se sobresature de color la portada. También utilizan el color rojo en los llamados para destacar el número de la página donde pueden conseguir la noticia.

Beisbol

Acorazado de proa a popa

Lo positivo: Magallanes ha sido el batallón más completo en este primer corte de diez encuentros. Aparece entre los mejores en los tres pilares del beisbol: bateo, pitcheo y defensa. Por eso, al menos hasta ayer, compartía la punta con los Leones del Caracas. Los Navegantes han corregido las dos principales fallas que los echaron a pique en la 2008-2009: el bullpen y el fildeo. La nave fue el segundo elenco más errático del campeonato anterior y esta vez es el que menos pifias ha cometido (9, igualado con Zulia). El relevo arruinó más de diez triunfos

En números

Récord	7-3	1*
Average colectivo	.311	1*
Anotadas	58	2*
Hits	107	1*
Jorrones	9	1*
OBP	.377	3*
Slugging	.474	1*
Efectividad	.308	1*
EFE abridores	3.24	2*
EFE relevistas	2.98	1*

*Hasta 20/10/2009

bucaneros en el calendario. Ahora, entre Clevelan Santeliz y Jean Machi presentan efectividad de 0.00 en 13.0 IP. En tanto, Michael Ryan, Richard Hidalgo y Brian

Dopirak se han erguido como un vigoroso corazón ofensivo, al reunir entre los tres 32 producidas. Ezequiel Carrera cumple hasta ahora como abridor de la formación, pues su OBP era de .400 hasta ayer. "Hay que trabajar para mantener la consistencia", afirma el directivo Luis Blasini. Lo negativo: la efectividad de Eric Hunge y Nate Field.

La ofensiva es su divisa

Lo positivo: la ofensiva comenzó lenta, pero la semana pasada se desató hasta el punto de que, sin incluir la jornada de ayer, los Leones promediaban 6.4 carreras anotadas por juego. En ese chaparrón de batazos han sido fundamentales los importados Jon Jay, Josh Thole y Adam Heether, quienes se combinan para .327 de promedio y 21 empujadas. Y la expectativa es que el ataque se robustezca con el ingreso de Josh Kroeger, José Castillo y Jesús Guzmán, que constituirán un nuevo corazón del lineup. La parte baja de la artillería ha

comenzado rallies importantes. En líneas generales el pitcheo ha respondido, y en promedio acepta menos anotaciones de los rivales que las que hace la toletería

En números

Récord	7-3	1*
Average colectivo	.290	4*
Anotadas	64	1*
Hits	98	3*
Jorrones	7	4*
OBP	.379	2*
Slugging	.429	4*
Efectividad	4.25	4*
Salvados	4	1*
EFE abridores	3.92	4*
EFE relevistas	4.53	4*

*Hasta 20/10/2009

Leones

melenuda. "Las cosas están saliendo bien", redondea el manager Dave Hudgens. "Se han incorporado piezas que nos pueden ayudar y hemos jugado buena defensa. El pitcheo ha estado funcionando". Lo negativo: Jordan Brown aún no responde, J.R. Mathes sigue siendo castigado y Calvin Medlock y Harvey García no se encuentran.

Irreconocibles

Lo negativo: comenzamos por aquí porque a los regentes de la Liga les han pasado más cosas malas que buenas en sus diez juegos iniciales, los cuales han marcado el peor inicio de los Tigres en más de una década (2-8). Dos de los sellos distintivos de la hegemonía bengali durante esta década se han quebrado con estrépito. Aragua ha cimentado su dominio sobre el pitcheo y el suyo presenta la peor efectividad global de la 09-10. La caída del bullpen, gran fortaleza de la tropa de Buddy Bailey ha sido lo más inesperado. "No sabemos qué pasa", reconoce en relación con los apagafuegos el coach de pitcheo, Tom Pratt. "Este no es un grupo de novatos y anteriormente este mismo núcleo ha hecho el trabajo.

Nadie ha dado un paso al frente y necesitamos que alguien lo haga. Tenemos que dejar de vivir en el pasado y creer que somos

En números

Récord	2-8	8*
Average colectivo	.277	6*
Anotadas	58	2*
Hits	96	4*
Jorrones	8	2*
OBP	.380	1*
Slugging	.445	3*
Efectividad	4.54	6*
Salvados	3	2*
EFE abridores	5.60	6*
EFE relevistas	8.27	8*

*Hasta 20/10/2009

invencibles". La otra virtud suprema de los maracayeros ha sido su limpia defensa, que se ha echado a perder: 15 errores, líderes de ese departamento.

Lo positivo: el escuadrón ha producido carreras pese a que no han llegado hombres vitales como Ronny Cedeño, Luis Rodríguez y Alexander Romero.

Rivales a la vanguardia

Caracas y Magallanes mostraron el mejor beisbol hasta ayer, cuando los ocho equipos jugaron sus primeros 10 juegos

CARLOS VALMORE RODRÍGUEZ / CARACAS
crodri@guaz@cadena-capriles.com

"Nosotros vamos a hacer nuestra primera evaluación general cuando cumplamos los diez primeros partidos", comentaba recientemente Luis Blasini, gerente deportivo de los Navegantes del Magallanes. Otros clubes también hicieron un análisis preliminar al completar esa cantidad de

encuentros, a la que todos los elencos de la LVBP llegaron anoche. Si nos fijamos en los números, Leones del Caracas y Navegantes del Magallanes han hecho lo necesario para compartir la punta de la temporada 2009-2010 en su primera decena de combates. Han fildeado, bateado y defendido mejor que la mayoría de sus contrincantes. Lo más insólito

twitter

También puedes conseguir más información sobre la actualidad de la liga en:

www.twitter.com/liderbeisbol

Si no fuera por el bateo...

Lo positivo: pese a que su porcentaje de embasado es el más bajo del torneo, La Guaira ha hecho suficientes carreras como para mantenerse a flote. Eso es porque encabeza la LVBP en extrabases (38) y su slugging es de los mejores (.448). Sorprenden los aportes de César Suárez (.400 de promedio, 7 CI) y Edwin Bellorín (.480, 500 de OBP). Kevin Howard también ha sacado la madera (.316, 9 CI). "La ofensiva es una de las cosas que más me han gustado del equipo, sobre todo su garra para regresar cuando estamos en desventaja", expone Carlos

En números

Récord	5-5	4*
Average Colectivo	.291	3*
Anotadas	57	4*
Hits	100	2*
Jorrones	6	4*
OBP	.358	8*
Slugging	.448	2*
Efectividad	5.73	7*
Salvados	3	2*
EFE abridores	5.60	8*
EFE relevistas	5.81	6*

*Hasta 20/10/2009

Subero, dirigente de los salados. Lo negativo: El club se ha mostrado impaciente y de ahí la escasa cantidad de boletos recibidos (31). Sin embargo, el principal dolor de cabeza de Subero es el pitcheo que ha estado mal, tanto el abridor como el de relevo. "Lo preocupante es que los abridores me han obligado a sobre utilizar el bullpen", explicó Subero. "Nuestros abridores están entre los que menos innings han brindado" (35.1, la tercera cantidad más baja). También angustia el

relevo (5.81 de PCL).

Qué molleja de brazos

Lo positivo: el pitcheo es la bendición de la grey zuliana, en especial el abridor. A Josh Schmidt, por ejemplo, no le han hecho carreras en 11 episodios. David Austen rindió en el único partido que inició, Freddy Ballester hizo un buen trabajo y Heath Totten ha venido en crescendo. "Los abridores han llegado lejos en sus salidas y eso ha sido importante", dijo recientemente el manager Eduardo Pérez, quien encomió los esfuerzos de su bullpen. "Ha hecho un gran trabajo", añadió Pérez sobre el rendimiento de hombres como Edgar Estanga, Erick Artesaga,

En números

Récord	6-4	2*
Average colectivo	.270	7*
Anotadas	37	7*
Hits	89	7*
Jorrones	3	8*
OBP	.331	7*
Slugging	.367	8*
Efectividad	3.24	2*
Salvados	2	4*
EFE abridores	3.21	1*
EFE relevistas	3.27	2*

*Hasta 20/10/2009

Edward Ramírez y Eduardo Pérez, el lanzador. Wladimir Sutil ha aportado más de lo esperado con el madero y el novicio Harold García le está dando la razón al directivo Jorge Urribarri,

quien en julio lo lanzó como Novato del Año. Lo negativo: baja productividad con el club que Zulia es uno de los clubes con menos anotadas y aparece entre los que más corredores han dejado en circulación. "Hay batear más con gente en posición anotadora" dice Pérez. "Brendan Katin y Gerardo Ávila, que yo pensaba que iban a traer las carreras, no han bateado lo necesario".

El color que se impone en esta página es el amarillo, ya que en esta edición la noticia gira en torno a los líderes de la temporada del beisbol profesional venezolano y esta es la tonalidad que define la sección. Como infografía tenemos los logos de los equipos en color. Un pequeño porcentaje de azul y verde se observa en una infografía que invita a los lectores a seguir la información de la liga en Twitter. Líder, por su parte, sólo utiliza el color negro para la tipografía tanto en los titulares como en el texto.

Más deportes



La última vez que peleó fue en el 2008 cuando venció al colombiano Ronald Barrera / HC-ARCHIVO

Miguel Cotto no cree en nadie y dice ser mejor que Pacquiao

AGENCIAS / TAMPA BAY

Miguel Cotto, monarca welter de la Organización Mundial de Boxeo (OMB), entrena a todo vapor para su importante pelea del 14 de noviembre, en la ciudad de Las Vegas en los Estados Unidos, contra el filipino Manny Pacquiao.

El boxeador de 28 años dijo estar en la mejor condición física de su carrera y no duda de que saldrá victorioso. "Aun cuando perdí con (Antonio) Margarito me di cuenta que hice un buen trabajo", dijo sobre la única derrota de su carrera frente al boxeador mexicano en el 2008. "Yo soy mejor que Pacquiao, actualmente no tengo que probar nada", reseñó al portal notiflight.com.

El equipo del puertorriqueño desarrolló un itinerario de entrenamiento de 12 semanas que comenzó a finales de agosto en suelo boricua. Ahora entrena en Florida y el 1° de noviembre se mudará a Nevada.

Por su parte, su entrenador Joe Santiago aseveró que "no importa quién sea el árbitro el próximo 14 de noviembre, Cotto va a ser campeón", en respuesta a si opondría a un árbitro filipino.

"Miguel tiene muchas ventajas. Puede ser que tenga un poquito más de hambre para que le den el sitio que se merece".

"Baby": "Aspiro traerme el título para Venezuela"

Juan José Landaeta retará a Reveco por la faja interina minimosca AMB

DANIEL GÓMEZ / CARACAS
dgomez@cadena-capriles.com

A sus 40 años de edad, Juan José Landaeta asumirá un nuevo reto en su carrera pugilística, cuando encare el próximo 20 de noviembre en la provincia de Mendoza al argentino Juan Carlos Reveco, por el campeonato interino del peso minimosca de la Asociación Mundial de Boxeo (AMB).

"Aspiro traer el título a Venezuela, estoy en condiciones porque tengo cuatro meses entrenando. Sé que tengo mucho tiempo sin pelear (junio de 2008), pero estoy listo", aseguró el apodado "Baby".

El sureño es el monarca parcial de los 48 kilogramos, tras vencer al mexicano Francisco Rosas el pasado 15 de agosto.

Posee foja de 21 victorias, incluidas 11 antes del tiempo reglamentario y una sola caída.

"Viendo sus videos pude detectar que es un peleador fajador, aguanta bastante y es fuerte arriba; pero como todos los argentinos es débil abajo y también baja mucho las manos. Tengo la ventaja de que es un poco más pequeño que yo" describió quien posee un historial de 25 laureles (19 KO), seis derrotas y un empate.

Landaeta se encuentra entrenando en la ciudad de Turmero con los entrenadores: Raúl Salazar y Freddy Liendo. En su rutina, aparte de los

rounds con esparrings, ha incluido trabajo físico en las montañas del Ávila en Caracas así como también en las cumbres de Ocumare y Choroní.

El criollo no cree que le afecte el hecho de enfrentar al albiceleste en su casa, por lo que tendrá a todo el público en contra "he estado ante público más difíciles, a mí no me pega eso, al final se monta uno solo al cuadrilátero", sentenció.

De resultar ganador, contempla realizar una pelea de defensa del título para luego subir de peso porque según él se le ha hecho muy incómodo mantenerse.

El contrincante de "Aguacero" todavía sigue sin conocerse

Miguel "Aguacero" Acosta sigue a la expectativa con respecto a quién será su rival para revalidar su faja interina de los pesos ligeros perteneciente a la AMB.

"Estamos esperando la respuesta de Bob Arum (representante de Top Rank) a ver si nos da el permiso de pelear aquí o si en definitiva es fuera del país", afirmó el padre y promotor del criollo, Oscar Acosta.

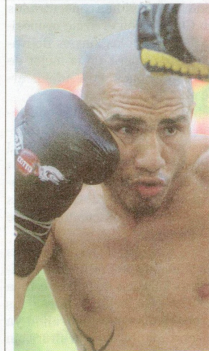
De escenificarse la pega en Venezuela será con un contrincante ubicado entre el puesto dos y 15 del ranking mundial de los 61 kilos, señalado por la AMB; mientras si es en el exterior lo escogerá Arum. DG

Las frases

“Es un peleador fajador que aguanta bastante y es fuerte arriba, pero baja mucho las manos”

“Estoy en buenas condiciones porque tengo cuatro meses entrenando”

JUAN JOSÉ LANDAETA
Boxeador venezolano



El campeón welter afirmó que no tiene nada que mostrar / AP-ARCHIVO

Para la sección de Mas Deportes se utiliza el morado, un color frío que pocos diarios utilizan. Aunque el diario rompe con los paradigmas del uso de colores cálidos en los diarios deportivos, hubiese sido preferible utilizar el color naranja u otro para esta sección. No obstante, se hace un buen uso del rojo al usar este color en dos grandes comillas para destacar las frases más relevantes de la noticia.

Salomón: "Luché por un sueño y quiero cumplirlo"

Las Palmas le negó el permiso para viajar al Mundial, pero la FVF insistirá

DANIEL PRAT JEREZ / CARACAS
dpratt@cadena-capriles.com

"Me cayó como un balde de agua fría", admite un resignado Salomón Rondón desde España. El que debería portar el dorsal 9 de Venezuela en Egipto vio como su club, Las Palmas, negaba el permiso para viajar a El Cairo.

"Claro que quiero ir, luché por un sueño y quiero cumplirlo. Uno aportó su granito a la clasificación. Tanto nadar para morir en la orilla, no es justo", opina el punta, quien tiene pasajes para el martes rumbo a El Cairo. Allí se encontrará con el resto del equipo y con su familia, que también compró boletos.

EL DATO
En 2008, Argentina convocó a Messi para las Olimpiadas y ante la negativa del Barcelona, la FIFA le dio la razón a la selección.



Rondón dio ayer una rueda de prensa en Gran Canaria donde dejó claro su tristeza ante la decisión / CORTESÍA LAS PALMAS

Pero en su camino se cruzó Las Palmas y su intención de mantenerlo en la isla. "Tenemos un proyecto ambicioso que busca el ascenso y ahora mismo Salomón es un jugador que está siendo fundamental", explicó a **Líder** Oscar Arias, director deportivo del club. El directivo insular confirmó que

había un bosquejo de acuerdo entre la FVF y el club para ceder al jugador en plazos "beneficiosos para ambos". Sin embargo, desde la Federación Española le confirmaron que el torneo no está en el calendario oficial de FIFA. "Y ahora sabemos que no tenemos obligación de cederlo", reafirma Arias sobre la negativa.

En Puerto La Cruz, la FVF confirmó que Rafael Esquivel, está negociando con los españoles. "¿Pero qué tipo de acuerdo puede haber? El tema está en que él juega con nosotros o con su selección, no hay otra opción. Salvo que la FIFA emita una comunicación en sentido contrario, el tema está decidido", cerró Arias.

El viernes, los agentes del jugador tendrán otra reunión con la directiva para procurar un cambio de parecer. De recibir noticias negativas, César Farías tendrá que elegir otro delantero entre los 30 preinscritos inicialmente ante la FIFA: Carlos Valera, Pierre Pluchino, Gelmin Rivas o Edward Labastidas.

La sub-20 fue abanderada en Puerto La Cruz

A tres días del viaje a Egipto para poner el nombre de Venezuela por primera vez en una Copa del Mundo, la selección sub-20 fue abanderada antes del torneo que marcará un hito en la historia del fútbol venezolano.

El capitán, Francisco Flores, recibió de la ministra del Deporte, Victoria Mata, el pabellón tricolor en un acto en el que también estuvieron el presidente de la FVF, Rafael Esquivel, el seleccionador César Farías y el gobernador de Anzoátegui, Tarek William Saab.

"Es un honor recibir estos colores en nombre de mis compañeros", expresó Flores, "y sólo queda ir a Egipto con ganas e ilusión para defenderlos".

Los otros sub-20 escucharon el respaldo colectivo, en el cual su DT dejó un mensaje de motivación. "Estamos cumpliendo un sueño y estos muchachos están para hacer historia", dijo. **■**



El capitán Francisco Flores recibió el pabellón tricolor / L. RAMÍREZ

Uruguay ganó y se metió otra vez en la papa

AFP / MONTEVIDEO

Uruguay venció ayer 3-1 a Colombia y revivió sus opciones de meterse en el Mundial, al tiempo que comprometió la posibilidad de su contendiente.

Luis Suárez abrió la victoria celeste, pero Jackson Martínez igualó a los 63. Poco después, todo se derrumbó para los cafeteros. Andrés Scotti y Sebastián Eguren sentenciaron el triunfo local. La lucha por el repechaje sigue viva.

URUGUAY

3
Goleadores: Silva, Veloso, Cáceres, Pereira, Pérez, Gargano, Rodríguez (Eguren, 79), Cassar (Scotti, 52); Suárez (Abreu, 90+1) y Fortín.

COLOMBIA

1
Goleador: Pardo, Córdoba, Vélez, Arreaga, Quintero, Aguilar, Valderrama (Martínez, 54), Ramos (Pabón, 81), Moreno (Hernández, 64) y Gutiérrez.

GOLES 1-0, m. 6, Suárez (U); 1-1, m. 63, Martínez (C); 2-1, m. 75, Scotti (U); 3-1, m. 87, Eguren (U). **TARJETAS** a Cáceres, Pérez, Silva. **VALIDEZ** directa, m. 29 (U); Gutiérrez-directa, m. 46 (C). **ARBITRO** Carlos Torres (Paraguay). **ESTADIO** Centenario, Montevideo.



Luis Suárez abrió la cuenta de la victoria celeste / REUTERS

Tres goles que valen un Mundial para Ecuador

AP / LA PAZ

Ecuador dio la estocada final a Bolivia al ganarle 3-1 en la altura de La Paz y revivió sus esperanzas para pelear una plaza al Mundial de Suráfrica.

Ecuador tuvo las cosas fáciles y manejó los hilos del partido desde el primer minuto con mejor orden, una defensa cerrada, una delantera veloz y ante un equipo boliviano lento, sin ideas en el ataque y mal parado en defensa.

BOLIVIA

1
Goleador: Gatti Ribero, Rivera, E. Rodríguez, Siquero, Flores (Reyes, 46), Pacio, R. García (H. Gutiérrez, 64), L. Gutiérrez, Martínez y Cabrera (Scurato, 51)

ECUADOR

3
Goleadores: Fleitas, Espinoza (Pazúa, 62), Hurtado, Acosta, Valencia, Valencia (Pazúa, 80), Castillo, Méndez, Soriano y Moreno (Andrés, 75).

GOLES 1-0, m. 4, Méndez (E); 0-2, m. 46, Valencia (E); 0-3, m. 56, Benítez (U); 3-3, m. 88, Vacaola (B). **TARJETAS** a Rivero (B). **ARBITRO** Hector Baldassi (Argentina). **ESTADIO** Hernando Siles, La Paz.

El color verde es usado como pequeño cintillo en la foliatura, señalando que esta noticia pertenece a la sección de Fútbol y ayudando al lector en su navegación por el periódico. Sobre fondo rojo y letras blancas esta un despies en forma circular; la forma y el fondo rojo logran llamar la atención sobre la información. El verde, en una tonalidad que se acerca más a los colores cálidos, se combina con el beige- color complementario con los colores bases: rojo, amarillo, verde y morado- formando los colores de la infografía que muestra los resultados de los partidos.



Chance		Triple Caracas	
1:00 pm	8:00 pm	12:30 pm	7:00 pm
A *** B ***	A *** B ***	A 282 B 638	A 498 B 811
Astral *** Signo	Astral *** Signo	Astro Pop 062 Virgo	Astro Pop 770 Can.
Triple Táchira		Triple Zulia	
12:00 pm	9:00 pm	12:30 pm	7:00 pm
A *** B ***	A *** B ***	A 140 B 479	A 331 B 387
Astral 283 Cap.	Astral *** Signo	Tripletazo 642 Géms.	Tripletazo 536 Libra
Triple Coro		Triple Gordo	
12:00 pm	7:30 pm	Triple A	Especial Cantado
A 603 B 544	A 344 B 583	Triple B	
Triple Tigre		Triple Oriente	
12:00 pm	7:45 pm	12:00 pm	7:00 pm
A 441 B 089	A 161 B 460	A 253 B 568	A 576 B 153
Triple León		Triple Zulia Multicolor	
12:30 pm	7:50 pm	1:00 pm	7:50 pm
A 193 B 301	A 047 B 087	A 276 B 172	A 047 B 087
A 992 B 848	Tripletazo 571 Géms.	Tripletazo 845 Aries	Tripletazo 666 Aries
A 115 B 723	Tripletazo 935 Fiecos		



MEJOR LA CORONA
 La taekwondista olímpica Pongchanok Kunklub, recientemente elegida como Miss Tailandia, renunció a los Juegos del Sudeste Asiático, pues en esas fechas participará en el Miss Mundo / AP



CHICA Líder

ÚLTIMOS TOQUES

CAVALIERS DE CLEVELAND Fichan a famoso cocinero

Si la llegada de Shaquille O'Neal acaparó toda la atención de los medios, los directivos de Cavaliers de Cleveland también lograron el "fichaje" del famoso chef Michael Symon, quien será el encargado de hacer todo un programa nuevo de alimentación, que incluya un mejor y más amplio recetario de comidas, que permita a los aficionados del Quicken Loans Arena tener mejor dieta.



NATACIÓN JAPONESA Prohíben a los fashion

Los nadadores de Japón podrían enfrentar suspensiones de por vida si se tiñen el pelo, usan zarcillos o se pintan las uñas. Las autoridades de la Federación de Natación local han puesto en marcha una estricta política para evitar que los atletas aparezcan en las competencias más como estrellas de rock que como nadadores.



PALESTINA-ISRAEL Proponen juego de la paz

"Un partido de fútbol entre israelíes y palestinos podría ayudar a poner fin al largo conflicto en el Cercano Oriente", señaló el alemán Wilfried Lemke, consejero de deportes de la ONU. Agregó que tiene patrocinadores listos para ofrecer 1.5 millones de dólares o más para financiar el partido en menos de dos días, siempre y cuando accedan los líderes políticos de esas naciones.



<p>Sorteos 1:00 pm y 8:00 pm</p>	<p>Sorteos Lunes a Sábado 11:30 am + 4:30 pm y 7:30 pm Domingos 7:30 pm</p>	<p>Sorteos 12:00 m y 7:00 pm</p>	<p>Sorteos 12:30 pm y 7:00 pm</p>	<p>La Rinconada Valencia Santa Rita</p>	<p>Hipódromo La Rinconada</p>	<p>Máquina azul</p>
--	---	--	---	---	-----------------------------------	---------------------

Un punto de coincidencia con Meridiano es la "Chica líder" y los números de la lotería. Sin embargo, Líder apuesta a la farándula deportiva y resalta sus informaciones en un combinación de morado y beige, que a pesar de no ser tan llamativo, tiene un buen resultado; sin obviar la señal de tránsito- elemento utilizado por Líder para resaltar datos importantes de las informaciones- en amarillo para que las notas no pasen desapercibidas.

CONCLUSIÓN

Gran parte de la información que recibe el hombre es visual, lo que reafirma el conocido refrán que dice: *“Todo entra por los ojos”*. El color forma parte en un 40% de esa información, y a pesar de que no es tangible, produce tal efecto en la percepción del hombre que es capaz de crear las más diversas referencias en la realidad humana. Esto hace del color un medio de expresión que transmite ideas y refleja emociones.

El color está presente en todos los aspectos de la vida del hombre. Desde la comunicación hasta la medicina hacen uso de las facultades del color. En la comunicación el uso del color se convierte en uno de los medios más efectivos para lograr mover las masas, objetivo final de todo proceso comunicativo.

Medios de comunicación, como la televisión digital, el Internet o la prensa gratuita, han desencadenado una lucha donde la competencia obliga a los periódicos a replantearse; tanto en contenido, como en diseño. En este sentido, el color se presenta como un elemento que permite dinamizar el mercado de la prensa diaria y puede convertirse en un arma decisiva frente a la competencia.

En los medios impresos, el uso del color cumple objetivos específicos, además de los estéticos inherentes a el cromatismo. Además de ayudar en la navegación por los diarios, cumple una función de identidad del periódico. Por esto, no se trata sólo de crear combinaciones armoniosas, sino también de seguir ciertas normas para crear una página no sólo estética sino funcional.

Es bien conocido los significados que tradicionalmente le dan a los colores en las distintas culturas. Así, el rojo es pasión, el amarillo el color de la juventud, el verde el de la esperanza. Los diseñadores son expertos en trabajar bajo esta premisa, por ende, no es de extrañar que sean estas las tonalidades más usadas en el deporte; un mundo en donde la pasión, la juventud y la esperanza se unen bajo una sola bandera.

El deporte es una de las actividades humanas más importantes para el hombre, a través de ella se puede elevar el bienestar de las personas, así como su estado físico. Sin embargo, el deporte tiene consecuencias más significativas sobre el ser humano, ya que

despierta sentimientos- tanto felices como tristes- sin importar edad, sexo, color o religión.

Para el fanático, un juego de fútbol representa más que 90 minutos sobre una cancha, despierta pasiones en él; a pesar de que el mismo puede juzgar un partido, necesita conocer la opinión de expertos en el área. Los periódicos deportivos se encargan de llevar al aficionado el análisis de las jugadas, noticias que van más allá de un resultado y que exponen elementos importantes para destacar la información.

El diseño de los diarios deportivos resulta tan esencial para su éxito como la información que contiene, tanto más cuando se trata del deporte. El color no sólo realza el valor de la información, sino que, si es original y llamativo, dará a las páginas deportivas una identidad propia. De esta manera, se trata de explorar nuevos factores emotivos, diferentes formas de comunicación y propuestas gráficas más audaces.

La historia del periodismo deportivo en Venezuela la inició Meridiano. Con su lema “*un diario sin paralelos*” y con unos inicios marcados por el esfuerzo por crear un nombre en la industria periodística del país, día a día han llevado los sinsabores y las alegrías del mundo deportivo. Sus más de 40 años de historia han visto nacer a infinidad de periodistas y, hoy en día, son referencia obligada a la hora de hablar de deportes.

A pesar de que son unos de los diarios de mayor tiraje a nivel nacional, el diseño del periódico ha despertado muchas quejas en aquellos que compran el diario. Corren nuevos tiempos y las exigencias de los lectores aumentan; hoy el periódico deportivo no solo debe dar a conocer los numeritos del día, también debe presentarlos bajo un formato agradable a el lector.

Si bien unos de los grandes logros de Meridiano es haber acertado a la hora de establecer su identidad ante el lector, quien siempre lo distinguirá por los colores rojo y amarillo, y por poseer como carta de presentación una portada vistosa que atrae la atención y capta lectores; el uso del color en sus páginas internas demuestra un severo atraso en su diagramación. Es cierto que tiene paleta de colores formada por tonalidades cálida y fría como el azul, el naranja, el amarillo y el verde, pero ante la imponentia del rojo, esto se pierde débilmente en las páginas.

Es innegable que el color rojo es usado para llamar la atención sobre algún punto, pero el uso excesivo de esta tonalidad hace que la vista del lector se canse y le resta aire a las páginas. Aún más, cuando el uso del resto de las tonalidades que conforman la paleta de colores es débil y se hace de manera desorganizada.

Meridiano es tradición, y esa es una verdad comprobada, pero la industria periodística está cambiando y exige que la tradición se adapte a la nueva era. Como en el momento de su lanzamiento, el público pide salir de la rutina. ¿Podrá Meridiano afrontar los retos que le presenta las nuevas tendencias en el diseño periodístico? Un formato renovado parece ser la solución para lograr mantenerlos como el diario deportivo más vendido del país.

Líder en Deportes, por su parte, es un diario que trata de mantenerse en la vanguardia para llegar al fanático venezolano. A través de su contenido proporciona al lector a través de un diseño dinámico y actual datos y cifras- presentados a menudo gráficamente- estadísticas detalladas y el análisis de las informaciones más relevantes. A veces publican columnas con un enfoque más polémico, a fin de ampliar el debate más allá de la simple afición deportiva.

En este diario deportivo, el uso de las fotos a color refuerza el carácter informativo y atraen la atención del lector. Tras el rediseño, se apostó por el uso de más fotografías, debido que a que este elemento atrae, de cualquier forma, la primera atención del lector. Además, se ofrecen iconos de navegabilidad para ubicar fácilmente la información deseada; con un color distintivo en la foliatura de cada sección. La utilización de estos códigos de color para las secciones de los diarios permite aumentar la velocidad de lectura y comprensión, y así facilitar la percepción visual.

Utiliza colores cálidos y fríos para estimular sensaciones en los lectores, llamar su atención y perpetrarse en sus recuerdos. Con una gran paleta de colores, en donde se encuentran el rojo, amarillo, verde, morado, beige y naranja; Líder apuesta a un periódico con un diseño práctico para un público joven que lo ha sabido aceptar, y que busca en él lo mejor del acontecer deportivo.

Líder en Deportes, con 5 años en el mercado, ha llegado a ser un fuerte competidor de Meridiano, que, si bien, es el periódico pionero en el periodismo deportivo en Venezuela, se está dejando ganar por un diario que con un diseño original, llamativo y estético, además, de buena tener una buena calidad periodística; toma cada vez más auge en el campo del deporte.

La competencia entre los diarios deportivos venezolanos apenas comienza. Tradición e innovación se enfrentan para lograr acaparar la atención del lector. El moderno estilo de Líder frente a la tradición de Meridiano deja la mesa servida para que el menú deportivo se presente ante los fanáticos mucho más amplio. El diseño, entre ellos el elemento del color, seguirá siendo una de las armas más usadas en esta competencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Arnold, P. (1997). Educación física, movimiento y currículum. Madrid: Ediciones Morata.
- NO, J. (1996). Color y comunicación, la estrategia del color en el diseño editorial. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Russel, D. (1990). El libro del Amarillo. Barcelona: Gustavo Gil.
- Russel, D. (1990). El libro del Azul. Barcelona: Gustavo Gil.
- Russel, D. (1990). El libro del rojo. Barcelona: Gustavo Gil.
- Russel, D. (1990). El libro de los colores pasteles. Barcelona: Gustavo Gil.
- Bamz, J. (1980). Arte y Ciencia del Color. Barcelona: Ediciones de Arte.
- Gerrit, F (1976). Color: apariencia óptica, medio de expresión artístico y fenómeno físico. Barcelona: Editorial Blame.
- Swann, A (1992). El color en el diseño grafico. Barcelona: Gustavo Gil.
- Edmand, C. (1986). Diseño Total de un Periódico. México: Edamex
- Hayden, P (1959). El color en la publicidad y en las artes gráficas. Barcelona: Ediciones de Arte.
- Pawlik, J. (1996). Teoria del color. Barcelona: Ediciones Paidos.
- Kùppers , H. (1982). Fundamento de la teoría de los colores. Barcelona: Gustavo Gil.
- Itten, J. (2002). El arte del color. México: Editorial Limusa.
- Ferrer, E. (1999). El lenguaje del color. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wong, W. (1998). Principios del diseño en color. Barcelona: Gustavo Gil.
- Aladro Vico, E. (2004). Comunicación y retroalimentación. Barcelona: Editorial Bilbao

- Dragnic, O. (2006). Diccionario de comunicación Social. Caracas: Editorial Panapo.
- Parlebas, P. (1987). Perspectivas para una Educación Física moderna. Málaga: UNISPORT.
- Vera, C. (1997). Conferencia inaugural: Memoria XVI Congreso Panamericano de Educación física. Quito, Ecuador.

TRABAJOS DE GRADO:

- Díaz, L. (2003). Depornauta.com. Desarrollo de un portal especializado en información deportiva. Tesis para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- De la Rosa, J. y Amado, G. (1986). . El Deporte Nacional y su divulgación en el Medio Televisivo: Análisis de la Programación canales 2 y 8. Tesis para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Fina, V. y Muñoz, A. (2004). Periodismo deportivo: mitos, realidades y vicios durante el ejercicio de la profesión en la sociedad venezolana. Tesis para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Padilla, N. (1996). La diagramación de las páginas deportivas en tres periódicos de Caracas. Tesis para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Caldero, M. y Adriana C. (2004). Color y percepción, Presentación Multimedia para la enseñanza de Lenguaje y comunicación Visual. Tesis para optar por el título de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Central de Venezuela, Caracas.

FUENTES ELECTRÓNICAS:

- (2008). Definición de deporte. Recuperado el 5 de julio de 2009, en [http:// www.yourbubbles.com/depractica/deporte/index.php](http://www.yourbubbles.com/depractica/deporte/index.php)

- García, M. (2003). Estudios de color. Recuperado el 10 de julio de 2009 en www.mariogarcia.com.ar/06laboratorio36.htm
- Importancia del deporte. Recuperado el 10 de julio de 2009 en http://www.universia.cl/html_estatico/portada/actualidad.html
- (2008). La Federación. Recuperado el 8 de julio de 2009, en <http://es.fifa.com/aboutfifa/federation/index.html>
- Historia del deporte. Recuperado el 30 de junio de 2009, en http://www.chicosygrandes.com/deporte_historia
- El color en la comunicación gráfica. Recuperado el 2 de octubre de 2009, en <http://www.leolez.com/color.htm>
- Cualidades Tonales. Recuperado el 06 de Octubre de 2009 en <http://www.monografias.com/trabajos5/colarq/colarq.shtml>
- Teoría del color. Recuperado el 06 de octubre de 2009 en <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1503.php>
- Color luz y color pigmento. Recuperado el 08 de Octubre de 2009 en http://nea.educastur.princast.es/repositorio/VIDEOS/1_nea_colab08
- Teoria del color. Recuperado el 17 de julio de 2009 en http://es.wikipedia.org/wiki/Teoría_del_color
- (2007). El color. Recuperado el 12 de julio de 2009, en <http://psicoadicto.blogspot.com/2007/.html>
- Contrastes: La interacción del color. Recuperado el 27 de julio de 2009 en <http://www.monografias.com/trabajos5/colarq/colarq.shtml>
- Espacio del color. Recuperado el 29 de septiembre de 2009 en <http://es.wikipedia.org/wiki/Color>
- Circulo cromático. Recuperado el 30 de septiembre de 2009 en <http://es.wikipedia.org/wiki/Color>

- Psicología de la Gestalt. Recuperado el 30 de septiembre de 2009 en http://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa_de_la_Gestalt
- Simbología del color azul. Recuperado el 30 de septiembre de 2009 en <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1503.php>
- Simbología del color amarillo y rojo. Recuperado el 30 de septiembre de 2009, en <http://www.yourbubbles.com/depractica/deporte>
- Psicología del color. Recuperado el 30 de septiembre de 2009 en http://estocolmo.se/cultura/color_akt23.htm
- Modelo CMYK. Recuperado el 29 de septiembre de 2009 en <http://es.wikipedia.org/wiki/Color>
- Círculo cromático de Goethe. Recuperado el 27 de julio de 2009 en <http://www.deviantart.net/circulocromatico>.
- Círculo cromático de Chevreul. Recuperado el 27 de julio de 2009 en <http://www.Google.com/images/circulocromatico>
- Sistema Munsell. Recuperado el 27 de julio de 2009 en <http://www.3bp.blogspot.com>
- Diario Meridiano. Recuperado el 30 de agosto de 2009 en [http://es.wikipedia.org/wiki/Meridiano_\(periodico\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Meridiano_(periodico))
- Organigrama Diario Meridiano. Recuperado el 30 de agosto de 2009 en <http://www.Meridiano.com.ve/quienessomos/quienessomos.html>
- Teoría de Comunicación. Recuperado el 16 de octubre de 2009 en <http://www.monografias.com/trabajos4/comuniciteori/comuniciteori.shtml>
- Comunicación Gráfica. Recuperado el 16 de octubre de 2009 en <http://www.slideshare.net/livilla04/comunicacion-1882623>
- Diseño de la información. Recuperado el 16 de octubre de 2009 en <http://diseñodeinformacion.blogspot.com/2006/10/ojo-al-tipo.html>

FUENTES VIVAS:

- José Visconti, Subdirector del diario Meridiano.
- Jean Carlos Parada, Diagramador de Meridiano.
- Carmen Riera, Editora Gráfica de la Cadena Capriles.
- Antonio Guerra, Jefe de Redacción de Líder en Deportes.
- Arturo Gonnella., Coordinador de Diseño.
- Orlando Luna, profesor de Artes Gráficas de la Escuela de Comunicación Social de la UCV.
- José Fernández Freites, presidente de Fevedes.

ANEXOS

ENTREVISTA A JOSÉ VISCONTI, SUBDIRECTOR DE MERIDIANO

“El 3 De noviembre de 1969, la primera tirada fueron 20 mil ejemplares, ya al mes siguiente hubo que cambiar la rotativa, hubo que cambiar a otro lugar, porque había subido a 30 mil ejemplares de un solo golpe ve. Un exitazo Total, tuvo un ángel de siempre y desde luego con la información deportiva. Después por razones económicas se busco financistas, los costos fueron creciendo y es entonces cuando Carlos Gonzales llega un acuerdo con el Bloque de Armas en el 71, y lo compra Don Armando De Armas.

-¿Al principio siempre se dedicaban al boxeo como elementos fundamentales?

A el béisbol y a el boxeo como elementos fundamentales, pero a todo el deporte en general. A medida que fue aumentando el Tiraje, se fue agregando mas paginas. Y luego se fue metiendo fútbol y otras disciplinas. Hoy en día, tiene una cantidad de disciplinas las básicas, las farándulas, la hípica y las loterías.

- ¿Cuáles son las Características de la política Informativa?

Deportes. “Darle al público; lo que el público pide”. Nosotros nos guiamos exactamente, por lo que consideramos que el público quiere leer. Por ejemplo, durante la temporada de béisbol, el béisbol y acentuamos toda nuestra política. El día a día del béisbol, no solamente los resultados, los que se van, los que vienen, los lesionados, la batalla por el wild card (comodín).

“La famosa chica de Meridiano ha obligado a los demás periódicos a meter a una chica en sus últimas páginas, porque hasta El Mundo tiene una. Tener el sentido de la oportunidad, de la asertividad, Insisto no solo es anunciar los juegos, también analizarlos. Vender la portada, hacer un titulo vendedor, a la gente le gusta más los títulos de Meridiano.

Sobre todo estar atento para innovar. Por ejemplo, saber que a la gente le gustaría tener un afiche de Víctor Martínez, empezamos a regalar un poster de Víctor Martínez. . No solo llevarle el hilo a la noticia, sino también los aspectos colaterales, las fotos, las buenas fotos. Y por supuesto, el color, considerado como el recurso fundamental de este periódico.

-¿Por qué los periódicos deportivos tienen colores tan llamativos?

Porque tienen una influencia directa sobre el gusto del público, sobre la atención del público. En estimular, lo visual y lo anímico, y lo afectivo, la compra. Sobre todo esos colores, el rojo y el amarillo, son los colores emblemáticos de Meridiano. Han ido estableciendo paulatinamente una identidad en el lector. Es inconfundible, no solo por su logotipo, sino también por sus colores, La presentación de los tabloides alrededor del mundo, Títulos Grandes, sin muchos caracteres, títulos convincentes y atractivos.

-¿Qué diferencia a Meridiano de Líder?

En general no es tanta las diferencias sino las semejanzas y por eso es que tenemos un gran sentido de la competencia. La diferencia hay que marcarla cada día. Ambos periódicos son tabloides, con muchos colores, con buenas periodistas en ambos planteles, con una tendencia a abarcar las principales disciplinas, la única diferencia es que cuando la noticia llega a líder, ya meridiano está ahí.

“Marcar el sentido de lo noticioso, hoy esto es noticia ya ayer lo fue en Meridiano”. La profundidad en cada tema, la originalidad en cada tema. Básicamente marcar la promesa de que vas a encontrar lo que en el otro no encuentras. Que los textos sean breves, precisos y concisos. “En 40 años hemos establecido una diferencia, hemos sembrado un hábito. Somos ya una marca registrada y el día a día, es una recompensa a ese hábito, que el público diga “deja llevármelo para la casa para leerlo en la noche”.

En la actualidad nosotros pasamos por un proceso de tres ediciones diarias, la primera es la que se imprime a las 8:30 de la noche, la segunda se imprime a las 12: 30 de la madrugada, esa va para el centro del país y para el oriente del país, y la tercera sale a las 3 de la madrugada y se imprime para toda la región capital. Tenemos un tiraje diario de 150 mil ejemplares.

ENTREVISTA A CARMEN RIERA, EDITORA GRÁFICA DE LÍDER

Miguel Ángel Capriles quería hacer un periódico deportivo desde hace mucho tiempo, más antes que la idea del diario Últimas Noticias en sí; pero no había existido la oportunidad. Miguel Ángel Capriles toma las riendas del periódico cuando su padre muere, empieza en el año 1999, ahí se hace una reestructuración de la empresa. Como a inicios del 2000 se empezó a escuchar la idea de un periódico deportivo, pero no estaban las condiciones dadas para que se diera, y se concentraron en los cambios que necesitaba Últimas Noticias para adecuarse a los nuevos tiempos, a los nuevos lectoras, y la nueva realidad.

En octubre del 2003 se decide hacer de la sección de Deportes del Últimas Noticias un suplemento los días lunes que se llamaba El Deportivo. Tenía una enumeración propia, podías extraerse del diario, salía los lunes porque es el día que mas resultados hay, así que ellos decidieron irse por esa apuesta.

En enero del 2004 se empezó el rediseño del deportivo y empieza a salir en marzo, mes y medio de trabajo, producto de esto las ventas levantaron muchísimo; el lunes pasó a ser el segundo día de mayor circulación del diario. A raíz de ese éxito, en mayo el Miguel Ángel Capriles comenzó a hacer contactos con la empresa española Marca y logran unos acuerdos verbales y empezamos a trabajar en el proyecto Líder. Se comienza a buscar las personas para el proyecto, el directo era Francisco Blavia, quienes serian los redactores, cuantos necesitaríamos, como estaría dividido el diario, cuantas secciones, etc.

Había un comité encargado semanalmente para dar los avances. Nuestra fecha de lanzamiento era el 4 de octubre, para que estuviera en plena Serie Mundial y antes del Béisbol Profesional. Se fue contratando la gente, el 15 de agosto se comenzó a trabajar, a hacer pruebas. Se decidió dividirlo en tres secciones Béisbol (porque es lo mas importantes acá) Fútbol (para darle más peso a ese deportes) y Más Deportes. Y así salimos el 4 de octubre.

Marca nos impuso de cierta manera su estilo gráfico, nosotros tratamos de venezolanizarlo. Nuestra paleta de colores era distinta, pero ellos nos impusieron el rojo. En el primer año hicimos algunos cambios en el logo, introdujimos algunas variaciones. Pero desde 2007 a 2008 haciendo la revisión del producto- ya no estaba Francisco Blavia- no nos nombraron a mí, a Antonio Guerra (Jefe de Redacción), Jován Pulgarín (Jefe de Información) como Mesa de Edición.

En la revisión nos dimos cuenta que los números no estaban tan bien como queríamos, además como uno tiene que renovarse nos dimos cuenta que había cosas que el lector nos pedía, y en ese momento era más color. El periódico a pesar de verse colorido, sólo tenía las fotos a color. Puro rojo y algunas rayitas a color, los lectores nos pedían cosas que nuestro diario las tenía, analizando porque nos pedían algo que ya Líder lo tenía. De esa forma nos dimos cuenta que nos faltaban señales de tránsito para que ellos sepan que es importante y de que tienen que estar pendiente.

Allí decidimos darle color a las secciones para identificarlas. Un periódico deportivo es un lugar donde los fanáticos se encuentran, donde quieren ver y entender porque ganaron o perdieron; los periódicos deportivos no son objetivos, al ser un diario para fanáticos significa Pasión, no podemos usar colores pasteles sino cálidos y fuertes. El azul es un color neutro sin embargo es usado con otros colores (azul amarillo- colores de los logos de los equipos).

Decidimos buscar una paleta de colores que sea fuerte, llame la atención y le imprima mucho carácter. Para no repetir el compuesto gráfico del Deportivo los colores de las secciones no debían ser del mismo color, yo no veía el Fútbol de otro color que no sea verde. Siempre la teoría dice que el amarillo no se debe usar para nada en un diario impreso porque es demasiado expansivo y chillón. Así decidimos usar el amarillo porque así nos permite como subrayar, como un resaltador, así quería que se viera el Béisbol que es nuestro deporte rey. Pensamos en que otro color no se había usado antes, no queríamos el naranja a pesar de que hubiera sido ideal, ni el rojo porque sólo quería utilizarlo para el logo, y tampoco queríamos tener los mismos colores del Deportivo, así que nos decidimos por el morado.

La mayoría de los periódicos deportivos usan colores cálidos, las paletas son muy fuertes y brillantes. Buscamos unos colores que se complementaran con los tres

colores (amarillo, verde y morado) y creamos una base que a los 3 les combina que es el beige, el naranja y el rojo; el rojo se usa para señalar. Decidimos utilizar las señales de tránsito, se hicieron muchas pruebas.

-¿Qué diferencia Líder de Meridiano?

Meridiano no tiene casi periodistas, utiliza muchos cables, no hay un análisis como si lo es Líder. Líder le da las 36 páginas al deporte, mientras Meridiano lo comparte con Farándula. A raíz de Líder, a pesar de que Meridiano es líder en el mercado, le hemos robado parte de los lectores, en su mayoría adolescentes. El despliegue de las fotografías de Líder es mayor, es más rico de leer por su tipografía, es más actual a la par de lo que uno ve en otras partes de mundo. Meridiano se quedó en los años 70. Tiene un público importante, pero que está ahí desde toda una vida, no sé qué tantos lectores se les hayan sumado. No necesariamente se compra Meridiano por buscar noticias deportivas.

ENTREVISTA A ORLANDO LUNA, PROFESOR DE ARTES GRÁFICAS

-¿Cuál cree que sea la importancia del color en la prensa?

En este momento o tiempo es inconcebible una información sin color, es cierto que hace mucho tiempo no existían periódicos a color por una imposibilidad técnica o tecnológica. Sin embargo, en este momento la tecnología ha posibilitado y facilitado el uso del color sobre todo en la industria gráfica; el uso del color es una cosa que tiene un componente económico, el color significa encarecer un producto. Un producto a color va a tener más valor que uno que no lo posee. Pero por mucho tiempo el margen de esa consideración económica había la imposibilidad, en estos momentos hay mucho colorido, todos los medios lo producen, el color de la naturaleza el color de la tierra, del petróleo.

Por lo tanto para un lector, el color en este momento es un elemento importante para la información. Yo puedo decirte que el color aporta aparte de la parte estética que hace agradable la lectura, aporta información, el color bien utilizado, esa sería la importancia básica. El color tiene cuatro funciones en la prensa: temática, de identidad,

informativa, y una última que te ayuda a organizar la información, por lo tanto tiene un uso de navegación, te ayuda a navegar.

-¿De qué manera influye el color en la precepción del mensaje?

Es un elemento pregnante de información. Es más fácil recordar una información con color que una sin color. Desde el punto de vista de percepción hay una cosa que se llama pregnancia, es algo que voy a recordar siempre, que tengo más facilidad de recordar. Recordamos cosas que son muy impactantes, desde el punto de vista de percepción es un elemento pregnante que ayuda a fijar y recordar los contenidos.

-¿Por qué utilizar colores cálidos para el periodismo deportivo?

En el deporte hay referencias primarias como la infancia, el patriotismo (la bandera). En el deporte se utiliza mucho color, representa las pasiones, el arrojarse bajo una bandera, y además de esas fuerza y ese espíritu que trasmite el color, los colores que se utilizan en general son muy fuertes, son colores que se usan en su máxima saturación y son colores pigmarios, casi puros. Se usa mucho rojo, amarillo, naranja hasta azules, son colores fuertes, muy saturados.

-¿Cómo calificaría el uso del color en Líder y Meridiano?

Para mi Meridiano no usa color, su utilización es muy primitiva, son dos manchas de colores, tienen un uso poco acertado del color, un uso poco creativo. En Líder hay un cierto desorden en el uso del color, aunque comparándolo con Meridiano es mejor, tiene más elementos, desde el punto de vista de diseño está más trabajado, también de manera estructural y de información. Todas esas virtudes se aflojan un poco con el uso del color, sin embargo, es meritorio toda la representación informativa de Líder.

-¿Cree que el uso del color por parte de Líder es excesivo?

No creo que el color en Líder sea excesivo. Cuando uno no tiene mucho color y empieza a colocarlos uno en uno cuando van varios colores se llega a complicar. Cuando la carta de color es amplia se requiere una mayor atención.

-¿Cuáles serían las condiciones básicas para llegar a elegir la paleta de colores de un periódico?

Yo tomo la idea de Mario García que dice: “Se debe elegir un color que diferencie de tus competidores, un elemento de identidad”. Un uso de color estético que sea agradable y que tenga referencia con el lector, tiene que haber una relación que use el medio y el lector, no se puede usar un color que no se refiera.

Debe haber un criterio en el uso de color que permita la lectura, debe ser muy preciso, porque si se usa mucho no se está destacando nada, destaca lo que no tiene color. Hay una proporción que es de 70/30 del uso del color, no puedes utilizar todo a color porque no diferencias nada. El uso del color que acompaña la información debe ser muy preciso, no puede desbordarse porque entonces anula la información.

-¿Qué piensa acerca del uso del color en las secciones de Líder?

El color es efectivo para la navegación. El color como elemento de navegación es muy importante, es bueno. Si yo tengo un color en las secciones y el lector se identifica se con ellos es un éxito y eso funciona, es un método efectivo, bien utilizado.

-¿Si tuviera la oportunidad de rediseñar alguno de los periódicos que le cambiaría?

A Meridiano le cambiaría todo, necesita un rediseño a profundidad, es muy deficiente desde el punto de vista de diseño, de ordenamiento de la información. Mientras que Líder es muy moderno.

3 de noviembre de 1969



El diario deportivo de Venezuela

Meridiano

UN DIARIO SIN PARALELO

CARACAS JUEVES 1 DE OCTUBRE DE 2009 - AÑO XL N° 13.977

CARACAS E INTERIOR LUNES A SÁBADO: Bz. 1.800 Bz. F. 1.800 DOMINGO Bz. 2.500 Bz. F. 2.500

Meridiano (copiar) Nº 76-4520

CON ESTA EDICIÓN

MERIDIANO DEPORTIVO
La mejor información del deporte menor

Banesco
LO LLEVAS CONTIGO

Hoy enfrenta a España en el Mundial Sub-20

LA VINOTINTO VA CON FURIA

Páginas 2, 3, 4, 5, 6 y 7

¡QUÉ DIFERENCIA!
Comparación de los salvados del "Kid de un año a otro"



Páginas centrales

FIRMÓ POR TRES AÑOS
Un Ferrari para Alonso



Página 7



Del Valle es el hombre para conquistar el Grupo B

Foto: EFE

TRIPLE LEÓN
EL LEÓN

Resultados de Loterías

Triple León Sorteo: 12:30 pm A - 602 B - 232 Trip. - 986 Yau.	Triple Oriente Sorteo: 12:00 pm A - 748 B - 587 Asnt. 994 Alcazar.
Triple Zamorano Sorteo: 4:30 pm A - 197 B - 490 Trip. - 719 Cap.	Chance Sorteo: 1:00 pm A - 620 B - 320 Ast. - 677 Gem.
Triple Táchira Sorteo: 11:50 pm Trip. 506 - Ast. 314 Lib.	Triple Popular Sorteo: 12:30 pm A - 736 B - 054 Ast. 685 Arl.
Triple Tíre Sorteo: 12:00 pm A - 367 - B - 495 Trip. 139 Pis.	Triple Tíre TARDE: A - 307 - B - 842

RESULTADOS EXTRAORDINARIOS CONSULTE LOS AFICHOS ESPECIALES

Triple Zamorano
www.triplezamorano.com

www.meridiano.com.ve

el hogar

nuestro terreno de juego

IEPA

4 de octubre de 2004

Líder EN DEPORTES
CARACAS, 4 DE OCTUBRE DE 2004 AÑO 1 N° 1 Bs. 600

P25 "EXTREME TEAM" LA CLAVA
NBA vuela en Caracas
El mejor baloncesto del mundo desembarca en la capital. Un espectáculo de saltos y canchales inimitables se vive en el Sambal

P8 **JOHÁN SANTAMA VA POR LA REVANCHA**

ABRE CONTRA LOS YANQUIS

El as de los Mellizos de Minnesota inicia la Serie de División en el Yankee Stadium, donde no pudo ganar el miércoles. Mañana busca derrotar a los "Mulos" en el primer partido de la contienda



Martes 8:00 pm Martes 4:00 pm
Martes 1:00 pm Miércoles 4:00 pm

P14 "QUIERO VENCER A BRASIL"
Arango en exclusiva desde Mallorca



El centrocampista uruguayo se puso para unirse a la selección. Decidió irse a jugar al fútbol al extranjero.

P18 **TORNEO APERTURA**
Castellín se lesiona y queda fuera de la Vinotinto

Resultados de la 3ra fecha

- Mineros 3-1 Italmaracaibo
- Carabobo 3-1 Yachira
- Estudiantes 2-0 Trujillanos
- Maracaibo 2-0 Monagas
- Caracas 2-1 Italcacao

P4-5 **VIZQUEL DICE ADIÓS**
"Fue mi último año en Cleveland"



El campocorto habla con franqueza. **Líder** lo entrevistó en Minnesota, y anunció su salida del equipo.

¡SOBRADO!

Aquí
buenos
Chance



¡Todos con la Vinotinto!
www.liderdeportes.com

Líder

EN DEPORTES

Bs.F. 1.80
Bs. 1.800
Año 5 N° 3802



Banesco
LA LEY DE CREDITO

Caracas, jueves 1 de octubre de 2009



¡TIEMBLA
ESPAÑA!

Los jugadores de la selección sub-20 de Venezuela tienen el objetivo claro: ganar para quedar primeros y seguir en el Cairo. Saldrán a buscar el partido y en la delantera será titular el goleador del torneo: Jonathan Del Valle

Hoy
12:15 pm
**VENEZUELA
VS ESPAÑA**



Valero agarra sus pericos y se muca para Caracas

**Caracas-Táchira
ahora se jugará
en noviembre**

Paraguay viene con todos los fierros contra la Vinotinto

¡SIGUE EN CARRERA!
El Rey tiene con qué pa' Cy Young



el hogar

nuestro terreno de juego

