

EL BLOG, LA NUEVA ALTERNATIVA EN EL DEPORTE: “LA VISIÓN DEL BLOGGER SOBRE EL PERIODISMO DEPORTIVO”

Michel Richaud¹

RESUMEN: En un contexto de aguda crisis en la calidad de la información deportiva, este ensayo discute la forma en que el blog se ha convertido en una herramienta alternativa importante en el mundo del deporte, metiendo aire fresco a la información ofrecida por los medios tradicionales que se conforman con las ventas, con los ratings, dejando completamente de lado los análisis críticos e inteligentes.

PALABRAS CLAVE (KEY WORDS): Deporte, Periodismo Deportivo, Medios, Internet, Blog.

INTRODUCCIÓN

En México el deporte está en boca de todos. Es el mejor pretexto para olvidarnos de las crisis y salirnos de la rutina diaria. El hecho de tener 100 millones de espectadores provoca una necesidad de información al respecto. El problema es que esta información es cada vez más grande en cantidad y mucho más pequeña en calidad.

Televisión, radio, periódicos, revistas, en fin, todos los medios de comunicación siempre tienen aperturas para programas deportivos. Estos provocan los ratings más altos y las ediciones más vendidas. Pero justo es este el problema. Los editores de todos estos medios se conforman con las ventas, con los ratings, dejando completamente de lado los análisis críticos e inteligentes.

La sociedad consumista de hoy se está acostumbrando al periodismo mediocre, a comprar el periódico con la portada más amarilla y a ver el programa de televisión más “grillero”. Tristemente la sociedad no ha tenido más remedio que conformarse con lo que el actual periodismo deportivo le ofrece.

La tecnología hoy nos permite alcanzar fácilmente otro medio de comunicación: el Blog. Estos foros en Internet pueden ser el aire fresco de información que el público conocedor y exigente está buscando.

Hoy son pocos los programas de televisión enfocados a la crítica constructiva, son pocos los programas de radio que ofrecen más tiempo aire a las noticias que a los patrocinadores. Lo mismo con los medios impresos.

Hay Blogs con gente nueva en el medio que tiene ganas de aportar, y formar parte de este selecto grupo de buenos programas de televisión, radio y medios impresos. Los Blogs no están exentos de defectos, pero son la más novedosa y atractiva alternativa de información deportiva.

EL MÁS MODERNO FORO DE EXPRESIÓN: EL BLOG

El deporte no tiene fronteras, son actividades que llaman la atención de millones de espectadores en todo el mundo. Por lo mismo, estas actividades son comentadas, analizadas y criticadas en diversos foros y medios de comunicación. El más moderno de estos foros es sin duda el Blog.

Los Blogs nacen a principios de los 90's como diarios o bitácoras personales que se hacían públicos en línea. El éxito de esta forma de expresión ha logrado que los Blogs se desarrollen con el tiempo y evolucionen de distintas formas hacia diversas ramas. Hay Blogs enfocados a cuestiones empresariales, educacionales, tecnológicas y por supuesto periodísticas.

A su vez, los Blogs periodísticos suelen dividirse en varias materias y mantenerse exclusivos a estas. Es decir, un Blog político difícilmente tocará puntos alejados de situaciones políticas. En este caso un Blog enfocado al periodismo deportivo tocará solamente temas deportivos. Existen Blogs deportivos enfocados a un solo deporte, llámese fútbol, basquetbol, béisbol, etc.

Los siguientes párrafos estarán enfocados a los Blogs dedicados al periodismo deportivo en general.

Cualquiera que quiera puede tener un Blog. La creciente tecnología permite crear y mantener Blogs de manera muy sencilla. Realmente no se necesita ser un genio en sistemas computacionales para descifrar el manejo de estos foros. Accesar como lector a estos foros también resulta muy sencillo, es cuestión de ir al buscador de preferencia y teclear las palabras “blog” y el tema que se desee, por ejemplo “blog+deportivo+carreras”, así de sencillo.

Esta facilidad de acceso tanto para el Blogger como para el lector, puede ser vista como algo positivo, pero también como algo negativo. Como cualquiera puede tener un Blog, el Blogger puede escribir lo que le parezca. El Blogger está respaldado por la garantía de la libertad de expresión. Por lo mismo, el escritor podrá exteriorizar sus opiniones, críticas o cualquier contenido en general casi sin censura. Menciono “casi sin censura”, puesto que el Blogger debe ser consciente y asumir responsabilidades en caso de que el contenido publicado afecte a terceros de acuerdo con las leyes de cada lugar.

UN BLOG NO TIENE LÍMITES... ¿PELIGROSO O ATRACTIVO?

El Blogger debe saber manejar los temas que está publicando a la perfección. Un Blogger no es necesariamente un periodista profesional, quizás no ha estudiado ni tenga un diplomado en periodismo o siquiera en los temas que aborda. Pero a diferencia de un periodista profesional, un Blogger no requiere estar calificado para abordar ciertos temas, por ello existen estos espacios.

El hecho de que en un Blog se pueda publicar cualquier cosa, no significa que todo lo que se publique tenga que ser verídico o pueda considerarse como una fuente autorizada de información. Muchos Blogs aprovechan la apertura y facilidad de acceso a estos foros para publicar información falsa en los casos menos graves, o la publicación de contenido ilegal en los mismos. Todo lector siempre debe de estar atento al tipo de Blog al que está entrando, y tener en cuenta que a pesar de ser sólo un Blog, este debe de respetar ciertas normas.

La Electronic Frontier Foundation (EFF) se ha dado a la tarea de realizar una guía legal para los Bloggers. “La Guía Legal del Blogger” es, como su nombre lo indica, una guía, un manual explicativo de las principales cuestiones legales que cualquier persona que publique en Internet debe tener siempre presente. La hemos realizado en base a preguntas frecuentes, con respuestas generales dirigidas a un público amplio. Por ello, en ningún caso debe ser considerada asistencia jurídica profesional”.²

La guía de la EFF destaca que un Blogger tiene la libertad absoluta de publicar cualquier tipo de contenido. Sin embargo, debe ser consciente que la libertad de expresión también conlleva una alta responsabilidad. Por ello, el Blogger debe de evitar situaciones de riesgo, ya que cualquier cosa que sea publicada puede llegar a ocasionar problemas morales, éticos y hasta legales.

La libertad de expresión que tienen todos los Blogs así como cada individuo puede ser un arma de dos filos. Por una parte, la positiva, un Blogger no tiene ningún vínculo con ningún patrocinador, por lo que cualquier cosa que mencione, no está restringida a algún contrato o conflicto de interés. El perfecto ejemplo de esto sucede en el deporte. Los comentaristas de radio y televisión están fuertemente amarrados o sujetos a las conveniencias de los patrocinadores, pues al fin de cuentas son quienes ponen el dinero para que estos programas se lleven a cabo.

Por el otro lado, el negativo, un Blogger puede abusar de la confianza de sus lectores. Publicando información falsa, que no siempre es legal, y que puede dañar de una forma u otra a sus lectores sin que estos puedan ejercer represalias a cambio. Los verdaderos Bloggers, los que están a favor de un cambio positivo en el periodismo deportivo, deben tener muy claro que sus acciones pueden llegar a ser fuertemente influenciadas dentro de la sociedad.

CARENCIAS EN EL PERIODISMO DEPORTIVO

Los periodistas deportivos están sujetos, como cualquier empleado en cualquier compañía, a contratos legales. Estos contratos, entre otras cosas, restringen a los periodistas a poder abordar los temas deportivos desde ciertos puntos de vista. Tristemente no pueden ser lo críticos que quisieran porque estas críticas pueden estar afectando de una u otra forma a aquellas personas o compañías con las que tienen firmado ese contrato.

Un Blogger no tiene contratos, un Blogger es independiente, dice lo que piensa y lo publica sin temor a represalias o a despidos. Lo que sí tiene un Blogger, es el fuerte e irrompible compromiso con sus lectores. El compromiso de que en cada publicación continuará expresando su sentir con el estilo que lo caracteriza.

Los Blogs pueden tener diferentes estilos, se pueden abordar los temas desde diversos puntos de vista, los hay cómicos, cínicos, críticos, serios, un sin fin de estilos. El Blogger debe de crear un vínculo muy especial con sus lectores. Difícilmente un Blog podrá ser publicitado con cuantiosas cantidades de dinero, la única forma en que un lector le podrá ser fiel a un Blog, es si el Blogger logró crear, con su propio estilo, un vínculo muy especial con sus lectores, un vínculo donde se demuestre sinceridad, sensatez y aprecio entre las dos partes. El lector de un Blog debe de sentirse seguro, de que en su Blog favorito, jamás será traicionado a costa de dinero o contratos.

El Blog entra como alternativa de periodismo deportivo por carencias que otros medios de comunicación han demostrado en los últimos tiempos.

HASTA LOS MÁS FAMOSOS USAN EL BLOG

Cada vez es más común ingresar a las páginas de Internet de las más grandes compañías, llámese Televisa, TV Azteca, ESPN, etc. y encontrar secciones de Blogs de sus periodistas de más renombre. Estas secciones son aperturas más flexibles para los escritores. En un Blog como estos, se aprovecha para comentar o analizar los problemas más de fondo. Dejando atrás

las ventas o el consumismo. El lector que hace “click” en un Blog, inclusive en este tipo de páginas de Internet, lo hace para informarse más sobre ciertos temas. No lo hace porque tiene una portada amarilla que busca vender, lo hace porque está familiarizado con el periodista, con su forma de expresión, con su estilo, y sobre todo porque quiere leer críticas analíticas verdaderas.

Encontramos en estos sitios de Internet estos foros pero realmente no se les da mucha publicidad. Normalmente los encontraremos en pequeños recuadros o en las esquinas de las páginas. Por supuesto son muy plausibles estas aperturas de Blogs, pero para poder realmente crecer como la nueva alternativa periodística, los Blogs deben ser más promocionados y no ser simplemente el relleno de una página de Internet.

A su vez, es cierto que al estar relacionadas a las grandes empresas siguen teniendo restricciones, pero al menos se trata de hacer algo al respecto. El hecho de que existan los Blogs en estas páginas es un paso al frente contra la mediocridad y el conformismo.

LAS PÁGINAS DE INTERNET DEPORTIVAS

Alejándonos de los medios más populares como la radio y la televisión, encontramos páginas de Internet dedicadas al periodismo deportivo. Son muchas y variadas, algunas de ellas son independientes, es decir, sólo se dedican a información en la red, mientras que hay otras que son páginas de Internet de periódicos y de los medios masivos de comunicación.

Ambos tipos tienen sus pros y sus contras. Me inclino más por las que son independientes. Ya que estas se dedican única y exclusivamente a la información en la red por lo que se enfocan al 100% en su página y no tienen que cuidar otros aspectos. El problema que encontramos en estos sitios es que las páginas de Internet subsisten de los patrocinios, es decir, de los espacios publicitarios que tienen en sus páginas, esto es una limitante como las que tienen la televisión y la radio.

Para sobrevivir en un mundo competitivo, las páginas de Internet se tienen que estar modernizando constantemente, no pueden estancarse. Esto hace que muchas veces se concentren en la presentación de la página y no realmente en el contenido. Esta es la gran diferencia con el Blog. El Blog es un espacio donde solamente se escriben las columnas y quizás se apoye con una sección de encuestas o videos. No se le dedica mucho espacio a los detalles tecnológicos y normalmente no tiene publicidad, o si la hay es muy escasa.

EN ESTA CRISIS VAN DE LA MANO EL PERIODISMO Y EL DEPORTE

Los males normalmente no llegan solos, siempre llegan acompañados. Así veo al deporte mexicano y al periodismo. Un mal de cierta forma acarrea al otro. La crisis por la que pasa el deporte mexicano desde hace unos años es incomprensible y realmente preocupante, y además arrastra esta crisis al periodismo que a su vez la transmite al público en general.

El desempeño de los deportistas mexicanos en las competencias internacionales de cualquier tipo ha dejado mucho que desear. Nos abonamos a actuaciones individuales (que además son muy esporádicas) en Juegos Olímpicos y Panamericanos. No ha habido éxitos colectivos en el deporte nacional, exceptuando el campeonato mundial de futbol Sub -17 en Perú en el 2005. En las calles es normal, popular y por supuesto cínico escuchar la frase “cómo es posible que siendo tantos millones no podamos encontrar 11 que sepan jugar al futbol.”

Cómo es posible que en un país con más de 100 millones de habitantes no existan deportistas competitivos en todas las disciplinas olímpicas. Es muy cierto que el problema viene desde la formación de los niños a los que se les fomenta muy poco el deporte como disciplina.

Pero también es cierto que se crean programas importantes de fomento al deporte, se crean iniciativas para que los actuales deportistas competitivos que tiene México tengan mayores posibilidades de éxito en eventos internacionales. Increíblemente estos procesos se detienen o deterioran. No es posible que el director de la Comisión Nacional del Deporte (CONADE) Carlos Hermosillo, renuncie a su cargo para buscar una diputación en los primeros meses del año 2009.

Hay dos cosas que analizar a partir de esto. La primera es que tras unos fallidos Juegos Olímpicos, se inician nuevos programas que ilusionaban a los deportistas. Estos programas estaban encabezados por el señor Hermosillo e innegablemente tras su renuncia se tendrán que estancar o cambiar. Y segundo, esta decisión de renunciar parece que no la toma el señor Hermosillo sino que es una decisión que viene desde arriba. La buena relación que tiene con el Presidente de la República, Felipe Calderón, influye para que deje su puesto en la CONADE y busque un curul en su Estado natal: Veracruz.

Damos un paso para adelante y dos para atrás. A partir de esto, ¿Qué hace el periodismo? No hace nada. Se enfoca en la crisis que embarga al fútbol mexicano porque eso es lo que vende. Tiene en la portada de los periódicos a Nery Castillo, uno de los mejores futbolistas que tiene México, enfurecido con la ignorancia del periodista nacional y en la última página informa brevemente de los cambios en la máxima rama del deporte nacional.

El Blogger que se especializa en el deporte en general tiene que saber priorizar las noticias. Sabe de la trascendencia de las dos noticias como es este caso y debe darle a cada una el lugar que se merece. A diferencia de la mayoría de las coberturas que hacen la radio, la televisión y los medios impresos, debe darle sensatez a la noticia.

Las noticias se tienen que publicar con el propósito de informar de la mejor manera posible al público interesado, cada medio de comunicación con su propio estilo. El Blogger sabiendo sus limitantes escogerá una de las dos noticias, dependiendo cual sea su tipo de blog. Pero al escoger la noticia en turno analizará profundamente la situación.

En la situación de la CONADE, el Blogger buscará ver los motivos de la renuncia, los fracasos y los éxitos de su etapa como director. Si se beneficia o perjudica el deporte con esta decisión, qué es lo que sigue, cómo enfrentar este nuevo obstáculo, en fin, hará un análisis y comentará al respecto. No busca vender nada, busca fortalecer el vínculo y el compromiso que tiene con sus lectores.

La situación que protagonizó el jugador de la Selección Nacional de Fútbol Nery Alberto Castillo es un excelente ejemplo para analizar tanto al periodismo como al deporte mexicano y ver cómo en esta crisis los dos van de la mano. En una conferencia de prensa antes de un partido de eliminatoria mundialista el jugador fue “bombardeado” con preguntas y críticas que muy poco tenían que ver con fútbol. Los periodistas como se suele decir ahora “sólo estaban haciendo su trabajo”, están buscando alguna frase o algún desplante del jugador para ponerlo como la noticia más importante del día. Finalmente lo desesperan y logran su cometido. El jugador se despide de un periodista diciendo: “yo estoy en Europa y tú nunca vas a salir de México” y después lo reta a golpes.

Un Blogger en lugar de poner en portada las frases de Nery, se va a preguntar ¿Qué tan mal está el jugador? Seguramente se dará cuenta que el jugador no está tan mal como pareciera. Se equivocó con su despedida, no lo debió de haber hecho. La conclusión, Nery Castillo se equivocó en la forma, no en el fondo.

El periodista mexicano, sediento de vender a toda costa provoca al jugador. Un periodismo que está pasando de ser mediocre a ser sinceramente malo. Por qué no preguntarle al jugador sobre fútbol, sobre su integración al equipo, sobre su rol dentro del equipo. Tantas y tantas cosas que si un Blogger tuviera la posibilidad de entrevistarlo haría. Un análisis crítico y duro, cuestionar al jugador sobre su rendimiento dentro de la cancha, no lo que hace fuera de ella. Las posibilidades en ese sentido para un Blog son limitadas, pero sus alcances, sus ideales no tienen techo.

EL DEPORTE EN MÉXICO ESTÁ SECUESTRADO

Las dos grandes televisoras de México, Televisa y TV Azteca, tienen secuestrado al deporte nacional. Todos conocemos la enorme influencia que tienen estas empresas sobre las decisiones que se toman en el deporte nacional, especialmente en el fútbol, el deporte consentido de los mexicanos.

Difícilmente lograremos, como país, un desarrollo creciente importante mientras estas dos empresas sigan tomando las decisiones sobre el deporte nacional. La enorme influencia que

tienen, por las cuantiosas cantidades de dinero que reciben con estas actividades, hacen que los directivos del deporte, sirvan nada más como títeres de estas televisoras. Las decisiones más importantes siempre tendrán que ser aprobadas por los dirigentes de estas empresas.

En el mes de abril del 2009 el presidente del equipo Santos Laguna y miembro del Comité de Desarrollo de la Federación Mexicana de Fútbol (FMF), Alejandro Irarragori, dijo lo siguiente publicado en el periódico Reforma: "Es básicamente (la propuesta) un torneo largo, con una sola Liguilla, con un Torneo de Copa, pero hay que analizar los puntos logísticos, la afición, la parte económica. Hay que analizarlo desde el punto de vista de televisoras, de patrocinadores".³ Esto es un ejemplo más de cómo el desarrollo del fútbol mexicano no pasa sólo por las manos de los dirigentes de la FMF.

Porqué si se plantean posibles cambios para el beneficio del fútbol nacional, estos planes tienen que ser revisados por las televisoras y los patrocinadores. Sabemos de la importancia que tienen estos en el mundo del fútbol, la cantidad de dinero que se invierte y se espera generar a partir del fútbol es enorme, pero en verdad es preocupante que un posible cambio para beneficio del nivel del fútbol mexicano pueda ser detenido para no perjudicar a las televisoras.

En el fondo, quiero creer que estas televisoras buscan el bien del deporte, pero definitivamente nunca pondrán por delante al deporte sobre sus intereses. El Blog en este caso busca difundir las verdades detrás de todo esto. Por supuesto la meta es informar al público lo que está sucediendo y de cierta manera ofrecer alternativas de información. Si bien es cierto que en un Blog no se transmitirán los partidos en vivo, estos si pueden tener resúmenes o comentarios al respecto.

Las televisoras tienen en sus manos, a su alcance un posible cambio positivo para el deporte mexicano, pero este desarrollo sólo se podrá dar si entienden que deben de dar un paso a un lado y permitir que personas calificadas para dirigir al deporte mexicano hagan su trabajo sin presiones de parte de terceros. Mientras el deporte siga atado, mientras siga secuestrado por las televisoras, el desarrollo estará muy lejos, y difícilmente será alcanzado.

EL BLOG: UNA VÍA DE DOBLE SENTIDO

Todo Blogger tiene la posibilidad de expresar sus críticas en cualquier tema que quiera tocar. Además tiene una ventaja clara en comparación al resto de los medios de comunicación: la retribución por parte de sus lectores, y en algunos casos, la apertura a comentarios y debates en foros dentro del mismo Blog.

Barbara K. Kaye en un ensayo llamado “Blog Use Motivations: An Exploratory Study” publicado dentro del libro *Blogging, Citizenship, and the Future of Media* destaca la importancia del lector dentro de un Blog. La participación de los lectores permite ampliar la noticia y conocer más puntos de vista acerca de los temas que se toquen. La retroalimentación que se da en estos casos, logra satisfacer muchas necesidades tanto del Blogger como del lector.

Los dos ejemplos que he venido manejando en esta sección, el problema de la CONADE y la turbulenta rueda de prensa, son temas que son fácilmente debatibles. El intercambio de opiniones entre los lectores, utilizando al Blogger como mediador o como participante de los debates resulta altamente atractivo. La tecnología hoy permite estos diálogos, las noticias ya no sólo se expresan desde un punto de vista, los lectores aprecian ser escuchados. Por lo mismo, esta comunicación con el Blogger como participante logra fortalecer el vínculo con sus lectores y a su vez el compromiso para que estos no lo dejen de visitar y corran la voz.

LAS NUEVAS GENERACIONES

Aunque realmente cualquiera con acceso a una computadora y al Internet puede escribir un blog, son los jóvenes quienes están alzando la voz y creando cada vez más y más Blogs de diferentes estilos, incluyendo por supuesto los deportivos.

Susan C. Herring demuestra en un estudio también publicado en el libro *Blogging, Citizenship, and the Future of Media* que más del 50% de los Blogs son creados por estudiantes alrededor del mundo. El estudio también demuestra que son los jóvenes de entre

20 y 25 años el único rango de edades que tiene una constante tasa creciente en cuanto a creación de Blogs.

Esto es un reflejo de que son los jóvenes quienes están dispuestos a lograr cambios en el periodismo. Que las nuevas generaciones no están dispuestas a conformarse con lo que se ve en el actual periodismo. Los jóvenes de hoy no van a cruzarse de brazos y ver como el deporte se estanca y no se hace nada al respecto. Los Blogs son el medio más accesible para poder expresar su sentir y ser escuchados y comentados. Tienen la ventaja de haber crecido o seguir creciendo en un mundo con grandes alcances tecnológicos. Pero lo más importante es que saben que de nada sirve tener los medios si no se van a utilizar productivamente.

Habrán quienes utilicen los Blogs para continuar con la mediocridad periodística, o peor aun, para hacer practicas ilícitas en Internet. Pero son los menos. El mundo es conciente de los riesgos que hay en Internet, que es muy sencillo acceder a la pornografía o cualquier otro aspecto en la que haya faltas a la moral o a la legalidad. Un correcto uso de esta tecnología es parte de la solución a los problemas que se tocaron en este ensayo.

Lo que nos importa realmente es una evolución positiva y paralela del deporte y del periodismo que lo comenta. Así como sabemos que hoy las crisis en este aspecto van de la mano, también sabemos que juntas pueden salir adelante. Para ello tendrán que ver más allá de lo que están acostumbrados. La televisión, la radio y los medios impresos son grandes culpables de los problemas, pero no son los únicos. El deporte nacional está estancado por problemas que muchas veces son ajenos al deporte mismo, esto tiene que cambiar.

Si bien esta nueva alternativa periodística no es una solución para el deporte nacional, si es una gran alternativa para el periodismo deportivo. Con la ayuda del público conocedor, no conformista y exigente seguramente el mundo del Blog crecerá enormemente fortaleciendo a un periodismo necesitado de cambios y por que no, iniciará un proceso de concientización del público, que a su vez tiene el poder de elegir a sus gobernantes y lograr que estos tomen cartas en el asunto y sacudan los problemas del deporte mexicano.

LIMITANTES AL BLOGGER DEL TERCER MUNDO

Los Blogs deportivos con creadores mexicanos surgen entre otras cosas como complementos informativos. Una nueva visión acerca de un tema comentado por los medios masivos de comunicación. Los medios masivos tienen una penetración en el mercado muy grande. Jamás podremos comparar el alcance que tenga un Blog con el de un programa de radio o televisión, especialmente en un país en desarrollo.

El Blogger tiene las herramientas para crear y mantener un Blog, pero le será imposible difundirlo masivamente puesto que las limitantes que ofrece un país como México a nivel tecnológico son muchas. Como todo, los problemas se tienen que ver desde sus raíces. México carece de un buen nivel de escolaridad en sus niveles más básicos, mientras países como Estados Unidos o los europeos tienen un mucho mayor acceso y aprendizaje de lo que es el Internet y los alcances que este puede ofrecer.

Encontraremos en todas las primarias de la República Mexicana niños con sueños de ser futbolistas, con sueños de crecer como sus ídolos que ven en la televisión o escuchan en la radio. Esos niños no conocen a Cuauhtémoc Blanco gracias a los Blogs, lo conocen por videos en la televisión.

A pesar de estas limitantes, un Blogger no se debe dar por vencido, menos cuando se trata del deporte nacional. Estas líneas han demostrado la importancia e influencia que tiene el deporte en la vida cotidiana de los millones de habitantes de este país. Y es justamente por ellos, por esos millones de habitantes que a pesar de sus limitantes, esperan obtener la información deportiva desde diferentes puntos de vista, siendo esta crítica y analítica.

El gobierno mexicano designa gran parte del presupuesto anual a la educación en vistas de un mejor futuro para este país. Mucha gente ya sabe lo que es una computadora y el Internet, y aunque esta muy lejos de compararse con los demás medios, no podemos negar que aunque muy lentamente, el conocimiento general por la nueva tecnología está creciendo. Hoy son unos cuantos los que conocen la existencia de los Blogs deportivos, y quizás, en un futuro no

tan lejano los niños irán corriendo a la computadora y no a la televisión para recoger la más reciente información de lo que verdaderamente les apasiona: el deporte.

REFERENCIAS

Herring S., *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*, “Longitudinal Content Analysis of Blogs: 2003-2004”, Routledge Taylor & Francis Group, New York NY, 2007

Kaye B., *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*, “Blog Use Motivations: An Exploratory Study” Routledge Taylor & Francis Group, New York NY, 2007

<http://www.scribd.com/doc/65586/Guia-legal-del-Blogger>

<http://www.eff.org/issues/bloggers/legal>

www.mediotiempo.com

www.reforma.com

NOTAS

¹ Michell Richaud . Es egresado de la Licenciatura en Comunicación de la UIA. Es bloger. Su interés temático se centra en el periodismo deportivo. Su e-mail es michelrichaud@gmail.com

² <http://www.scribd.com/doc/65586/Guia-legal-del-Blogger>

³ <http://www.reforma.com/cancha/articulo/494/986300/>