

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral**

ÍNDIX

1.	INTRODUCCIÓ	2
2.	MARC TEÒRIC	5
2.1.	La televisió: un autèntic <i>Mass Media</i>	5
2.2.	Gèneres periodístics.....	7
2.3.	Gèneres periodístics televisius.....	9
2.3.1.	Gènere informatiu:.....	9
2.3.2.	Gènere d'entreteniment:.....	10
2.3.3.	Gèneres formatius:	12
2.4.	Periodisme sensacionalista i tele-brossa	12
2.5.	Hibridació de gèneres: l' <i>infotainment</i>	14
2.5.1.	Història i origen del concepte:	14
2.5.2.	Què entenem per <i>infotainment</i> ?	16
2.5.3.	Característiques principals del gènere:	18
2.6.	Els esports a la televisió	20
2.6.1.	Futbol: el rei dels esports	21
3.	PREGUNTES D'INVESTIGACIÓ	25
4.	OBJECTE D'ESTUDI	27
5.	METODOLOGIA.....	29
6.	ANÀLISI. PRESENTACIÓ DELS PROGRAMES ANALITZATS	31
6.1.	<i>Deportes Cuatro</i> i <i>Mediaset</i>	31
6.2.	<i>Jugones</i> i <i>Atresmedia</i>	33
6.3.	Un escenari comú.....	36
7.	ANÀLISIS: ASPECTES FORMALS.....	37
7.1.	Presentació de <i>Deportes Cuatro</i>	37
7.2.	Presentació de <i>Jugones</i>	39
7.3.	Trets comuns:.....	41
8.	BLOCS TEMÀTICS	44
8.1.	Anàlisi dels blocs temàtics: <i>Deportes Cuatro</i> i <i>Jugones</i>	45
8.2.	Anàlisi dels blocs futbolístics: <i>Deportes Cuatro</i> i <i>Jugones</i>	49
9.	LLENGUATGE	58
10.	ANÀLISI DETALLAT DE LES PECES	63
10.1.	El tractament de les peces a <i>Deportes Cuatro</i>	63
10.2.	El tractament de les peces a <i>Jugones</i>	70
11.	<i>Infotainment</i> a <i>Deportes Cuatro</i> i <i>Jugones</i> ?.....	76
12.	CONCLUSIONS:	80
13.	BIBLIOGRAFIA.....	85
14.	ANNEXOS	88

1. INTRODUCCIÓ

Al llarg de la història, la societat ha anat patint canvis constants provocats per diversos successos polítics, econòmics, socials, culturals, etc. Unes variacions que han permès que els individus s'adaptessin al món en el qual noves realitats anaven succeint. En aquest sentit, el canvi substancial més contemporani va iniciar-se a principis del segle XX, tot i que ha perdurat fins a l'actualitat. En aquest escenari, la comunitat ha patit una gran transformació; s'ha passat d'una societat industrialitzada a l'anomenada societat de la informació. Noves mentalitats socials i individuals han anat irrompent des de començament del segle XX fins als nostres dies; nous estils de vida han anat apareixent amb força per anar-se acomodant en un món en què el teló de fons ha estat la ja configurada societat consumista.

Una mentalitat, com dèiem, que ha canviat l'estil de vida i la manera d'entendre el món en tots els sentits, i és que els mitjans de comunicació no han estat l'excepció. La irrupció amb força de la televisió com a autèntic mitjà de masses ha revolucionat l'escenari comunicatiu que, posteriorment, ha culminat –de moment- amb el naixement d'Internet. En aquest sentit, nous horitzons s'han anat obrint pas des de l'aparició d'aquests mitjans de comunicació de masses fins a l'actualitat. En la mateixa línia, recentment han aparegut noves pràctiques quant a la comunicació, ja que en una societat on l'efímer i la immediatesa marquen el compàs del temps, el món dels mitjans de comunicació hagut d'anar actualitzant les seves formes de fer en la xarxa social i buscar noves fórmules per seguir sorprenent l'audiència, cada vegada més exigent i més difícil d'atrapar.

En aquesta recent realitat, els gèneres periodístics tradicionals –bàsicament discernits en informació i entreteniment- s'han modernitzat. Informació i entreteniment han unit els seus camins per donar pas a un nou gènere híbrid fusionat en *infotainment*. En aquest sentit, l'objectivitat ha cedit terreny a la interpretació i l'opinió. L'aprofundiment i la reflexió ha donat pas a la superficialitat, a la teatralització i al sensacionalisme. Allò que més crida l'atenció és el que més ven, allò que més espectacle dóna més enganxa a l'audiència. Tanmateix, els principis de qualitat informativa s'han deixat de banda en certs

programes per donar pas a uns productes que busquen maximitzar l'audiència a qualsevol preu; baixant la qualitat i el criteri periodístic tradicional si és necessari.

En aquest marc, el periodisme d'àmbit esportiu també compte amb programes televisius que han començat a fer aquesta conversió, tot i que més recentment i en menor mesura. Com ja és ben sabut, el periodisme esportiu és una vessant que sempre ha estat més subjecte a les notícies interpretatives i al to menys formal de les seves informacions –respecte a altres temàtiques incloses als informatius com política o economia-. L'esport en general i, el futbol en especial, són professions practicades per milers d'esportistes però que a la vegada vénen i triomfen com a producte periodístic en la societat pel fet que encomanen espectacle, emocions, fanatisme, etc. Aquest tret característic de la vessant esportiva implica que des dels seus inicis el periodisme esportiu hagi estat tractat, generalment, més informalment; per gaudir. A banda, l'exactitud i l'intent d'apropar les informacions a la neutralitat pròpia del periodisme sempre han estat presents en les pràctiques dels periodistes esportius, sobretot en el cas de la secció d'esports dels informatius televisius. Els temes purament esportius han predominat sobre els temes extra-esportius i la qualitat de les informacions, si més no, s'intentava aconseguir.

En aquest escenari de canvi i hibridació dels gèneres tradicionals, la vessant esportiva també s'hi ha anat sumant. Amb un tema que permet més llibertat i espectacle que d'altres gràcies a aquest to desenfadat i aquest sensacionalisme, l'*infotainment* ha trobat un bon escenari on créixer amb força; certs programes esportius, televisius sobretot, han convergit de manera constant i accelerada, ja que han sorgit nous productes que aconsegueixen atrapar a l'audiència. Allò llampanant i superficial, a primera vista, crida molt més l'atenció.

En aquesta línia, en el present treball s'analitzaran dos programes esportius televisius espanyols específics: *Deportes Cuatro* i *Jugones*, ja que considerem que a escala estatal aquests dos productes són els possibles pioners de la vessant esportiva d'aquest nou gènere híbrid: del que podríem anomenar *infotainment* esportiu. En aquest sentit, són dos programes que han suprimit la secció esportiva dels informatius televisius de *Cuatro* i *La Sexta*, respectivament. Doncs, s'obre un interrogant a desenvolupar en aquest treball: si la secció esportiva dels informatius televisius s'ha suprimit, vol dir, que aquests dos

programes compleixen la funció de donar informació esportiva de qualitat? O pel contrari, són programes que compleixen finalitats bàsicament d'entreteniment?

“Las noticias no son un reflejo de la realidad sino una representación de la misma”. Humanes & Igartua (2004)

2. MARC TEÒRIC

2.1. La televisió: un autèntic *Mass Media*

Els objectes d'estudi del present treball (dos programes esportius de temàtica dedicada bàsicament al futbol: *Deportes Cuatro* i *Jugones*) s'emeten en cadenes de televisió obertes i privades, és per això, que cal conèixer inicialment l'impacte que té aquest mitjà en la societat actual. En aquest sentit, la televisió és un mitjà potent de comunicació que està molt implementat en el món modern i que té una gran repercussió en els individus que viuen en ella. De fet, la televisió s'inclou (juntament amb la premsa, la ràdio, la Internet i la publicitat) dins els anomenats *Mass Media*, és a dir, aquells canals tecnològics per mitjà dels quals es busca, selecciona, produeix i transmet la informació dirigida a grans col·lectius¹. Ja als volts del segle XX, neix en el món una nova societat, més consumista, amb una nova mentalitat i una nova manera d'entendre la vida. Aquestes novetats coincideixen amb l'auge de les noves tecnologies i, també, amb la revolució dels sistemes de comunicació (neixen així nous mitjans i noves formes de fer i entendre el periodisme). Ràpidament, els mitjans de comunicació de masses passen a tenir un paper fonamental en les societats, complint tres funcions primordials: informar, formar i entretenir.

Doncs, avui en dia, la societat està immersa en un fenomen complex i en constant creixement; la realitat dels mitjans de comunicació socials estan presents en les vides de tots els individus. De fet, així ho defensa Grimaldi Herrera:

*"Los medios de comunicación nos acercan a la "aldea global", donde hechos, acontecimientos, informaciones, opiniones de todo el planeta llegan a ser conocidos de forma casi inmediata en los lugares a los que dichos medios alcanzan"*².

En la mateixa línia, Bonvín³ explica com aquests mitjans resulten indispensables per la vida social, política, cultural, econòmica i, fins i tot, esportiva de les

¹ BONVIN, M. "Medios de Comunicación". Historia, lenguaje y características. (2005: 16)

²GRIMALDI, C. "La influencia de los Mass Media en la Sociedad del siglo XIX", Contribuciones a la ciencia. 2009. [En línia]: <<http://www.eumed.net/rev/cccss/06/cgh4.htm>>. Consultat el 12 de febrer del 2015.

³ BONVÍN. M. (2005: 205).

societats modernes. El fet és que a través d'ells rebem la major part de la informació que es troba en el món actual i, d'aquest mode, constitueixen una font inesgotable i viva de coneixements.

Malgrat tot, cal destacar que els *mass media* a banda de ser elements constructius per a les societats modernes, també són mitjans amb els quals cal anar molt amb compte, ja que són instruments necessaris però a la vegada manipulables i sovint contaminats pel que fa als seus continguts i a la seva forma de presentació. Així doncs, parlem d'una manipulació que pot presentar-se de forma explícita o implícita però que de totes maneres altera la realitat de la mateixa manera que també ho fa la 'tele-brossa' i l'anomenat periodisme sensacionalista⁴.

En aquest escenari, la televisió té un paper fonamental, ja que és un element amb molt poder i amb una gran capacitat per difondre la informació a un públic molt nombrós. De fet, tal com explica González Requena⁵, actualment la televisió ocupa un lloc privilegiat a les llars estant present en els espais claus de la casa com habitacions, cuines, menjadors, etc. D'aquesta mateixa manera, aquest mitjà ha canviat la forma de comunicar-se entre familiars; passant a ser un element diari i necessari en la vida quotidiana de les famílies. Les cares conegudes de presentadors o protagonistes passen a ser de confiança i, sovint, es converteixen en un membre més de la família.

Així doncs, és un fet que la gran majoria de persones consumeixen televisió diàriament convertint-se per tant en un mitjà condicionant i, a voltes, determinant pels individus de la societat. Per aquest motiu, el món televisiu té, per sobre de tot, una finalitat clara: l'audiència. Captar telespectadors es pot considerar una necessitat, una obsessió o un factor aconsellable⁶ però el fet és que acumular públic davant d'un programa és, per sobretot, una necessitat. Cert és que aconseguir captar la major audiència no converteix automàticament el programa en un producte bo ni indiscutible, però tenir espectadors és necessari, ja que res en el món de la comunicació té sentit sense l'audiència. Malgrat tot, cal dir també que hi ha diferents criteris que defineixen la programació més enllà de

⁴ Vegeu apartat 2.4 "Periodisme sensacionalista i tele-brossa".

⁵ GONZÁLEZ REQUENA, J. "El discurso televisivo". Espectáculo de la posmodernidad. (1998: 27).

⁶ COLOM, R. "La indústria de la televisió". (2006: 26).

l'audiència: l'adequació als hàbits socials i de consum del públic, el comportament més o menys previsible de la competència, la disponibilitat de programes, la identitat de la pròpia cadena, etc.

Així doncs, el món de la televisió és un món complex, ja que hi ha molts factors que el determinen i el condicionen. De fet, l'escenari televisiu és un mercat en el qual cada vegada es presenten més ofertes i, és per això, que cada cadena necessita saber que fan els seus competidors, els seus punts forts i febles, la resposta de l'audiència a la seva oferta, etc. D'aquest mode, les diferents cadenes inventen fórmules i mètodes per tal d'aconseguir la màxima audiència i per conseqüència, el major benefici. En aquesta dinàmica, cal remarcar dues tècniques utilitzades per les cadenes per tal d'aconseguir captar l'audiència de la competència: el **punteig** (es tracta de començar el programa abans que el del competidor, normalment uns minuts; començant abans els telespectadors es queden en el canal i segueixen el programa, així quan comença la competència, els telespectadors ja estan captats) i la **graella horitzontal** (consisteix a passar dia a dia la mateixa programació i a les mateixes hores durant els diferents dies de la setmana, generalment no varia de dilluns a divendres; es busca la fidelització del públic, ja que els programes ja es coneixen abans de ser vistos)⁷.

2.2. Gèneres periodístics

Com s'acaba d'exposar, la televisió és un mitjà amb gran implementació en la societat actual, ja que ofereix una àmplia varietat de continguts. En aquesta línia, a continuació es realitza una classificació d'aquesta varietat de productes pel que fa al gènere periodístic al qual pertany, per tal de poder organitzar i entendre millor l'oferta que hi ha avui en dia en aquest mitjà i poder analitzar després l'objecte d'estudi del present treball. Tot i això, cal apuntar prèviament que el tema dels gèneres és complex, ja que no hi ha una sola classificació universal sinó que hi ha divergència a l'hora de fer organitzacions.

⁷ COLOM, R. (2006: 40).

En primer lloc, cal definir d'on neix el concepte en si mateix. Tal com exposava Cebrián Herreros⁸, els gèneres van néixer de l'impuls intuïtiu i creatiu dels autors que tenien la necessitat de plasmar una voluntat comunicativa. De fet, els gèneres, en general, i els gèneres periodístics, en especial, tenen una llarga tradició, ja que han estat presents al llarg de la història en diferents àmbits i de forma canviant; evolucionant. Malgrat tot, l'objectiu d'organitzar la comunicació és el que fa que neixin els diferents gèneres i és que aquests no vénen determinats pels temes, sinó pel tipus de regles que s'utilitzen per establir una determinada comunicació. És cert doncs, que cada gènere té una determinada estructura i forma de realització. En la mateixa línia, el filòsof rus Mijaíl Bajtín⁹ va ser el primer a establir una divisió entre els gèneres a escala general: en primer lloc els anomenats **primaris** (propis de la vida quotidiana) i, en segon lloc, els **secundaris** (propis de situacions institucionalitzades, és a dir, inclouria els gèneres periodístics).

Així doncs, centrant-nos ara ja únicament en els gèneres periodístics i prenent la classificació exposada per Aldunate i Lecaros¹⁰ com a base, la primera organització de gèneres podria ser la següent:

-En primer lloc, el **gènere informatiu**: busca comunicar fets noticiables en el menor temps possible entregant a l'audiència les dades i la informació bàsica dels fets.

-En segon lloc, el **gènere interpretatiu**: en aquest cas pretén aprofundir en major grau a la notícia situant així els fets en un context. En aquest cas, el material va més enllà dels fets i vol donar a conèixer també els processos.

-En tercer lloc, el **gènere d'opinió**: aquest argumenta, ofereix a l'espectador raons, tracta de convèncer i d'apropar a l'audiència a un fet però centrant-se en un determinat punt de vista. En aquest cas, el material són les idees i els valors.

Així doncs, si en el gènere informatiu el periodista diu: *"això va passar"*, en el gènere interpretatiu diu: *"perquè va passar"* i en el gènere d'opinió diu: *"això a passar i em sembla bé/malament"*.

⁸ CEBRIÁN HERREROS, M. "Géneros informativos audiovisuales". Radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo. (1992:18).

⁹ BAJTÍN, M. "Estética de la creación verbal". (1976: 248).

¹⁰ ALDUNATE, A. i LECAROS, M. "Géneros periodísticos". (1989: 45).

2.3. Gèneres periodístics televisius

Malgrat tot, cal tenir en compte que els gèneres han anat evolucionant i convergint al llarg del temps. En aquest context, és un fet que amb l'aparició de la ràdio, la televisió i les noves tecnologies s'han instal·lat noves formes de difusió de les informacions periodístiques amb unes regles pròpies i adequades a aquestes realitats que han anat naixent (adaptades al món visual, sonor i audiovisual). Tanmateix això va fer aparèixer noves classificacions centrades especialment en aquests mitjans. En aquest cas, partirem de Bonvín¹¹ com a autor per exposar una nova classificació, ara centrada únicament en el mitjà televisiu.

2.3.1. Gènere informatiu:

Aquesta primera modalitat, que prové de la premsa i de la ràdio, fa referència al que són: telenotícies, rodes de premsa, col·loquis, informatius especials, avenços especials o reportatges. El percentatge d'aquests programes varia molt depenent de la cadena televisiva però el fet és que existeixen canals temàtics d'informació com el 24 hores de TVE o el 3/24 de TV3.

Ara bé, dins el gènere informatiu, cal destacar el subgènere de la **notícia** que en televisió es caracteritza per la importància de la imatge (pot ser pròpia, d'agència, d'arxiu o cedida). Tanmateix, la tecnologia ha permès que en absència d'imatges reals es puguin fabricar imatges virtuals (com succeeix en els accidents, en els atemptats, en jugades de partits o en temes de lesions, per exemple). No obstant això, a vegades entre el text i la imatge no existeix relació de cap tipus o l'associació és senzillament aparent. Per exemple, en molts casos, els seguidors d'un esdeveniment esportiu mentre segueixen les imatges per la televisió, el so l'escolten per la ràdio, ja que el comentarista radiofònic acostuma a explicar les accions de manera més precisa i detallada.

A banda, hi ha d'altres subgèneres televisius relacionats amb la informació, en aquest cas també procedents de la ràdio, com és el cas dels **debats** i les **tertúlies**. En primer lloc, els debats tenen diversos participants o convidats que

¹¹ BONVÍN, M. (2005: 215).

expressen opinions sobre algun assumpte concret, generalment d'actualitat (es manifesten opinions diverses i acostumen a estar presentats per un moderador o presentador que assigna el torn de paraula a cada participant). En segon lloc, les tertúlies en les quals hi participen diverses persones que parlen d'un tema sense que es manifestin obertament opinions contraposades (acostumen a estar formades per persones més o menys fixes i la figura del moderador pot desaparèixer).

Dins el gènere d'informació en la televisió tenim diferents programes, però cal que en destaquem tres:

-Avenç informatiu: es tracta d'una notícia breu i urgent que acostuma a tallar la programació quan el fet tractat té repercussió social.

-Telenotícies: acostumen a haver-hi dos o tres al dia tot i que això depenen de la cadena. Seria com un diari imprès, amb diverses seccions, a més de l'esport i la informació meteorològica. Tot i això, seguidament observarem que en el cas dels nostres objectes de treball, aquest model ha canviat, ja que la informació de l'esport configura una unitat de programació individual i autònoma. Tanmateix, actualment conviuen ambdues modalitats de telenotícies; cadenes que mantenen la secció d'esport a la part final del mateix informatiu (és el cas de la majoria de cadenes, *Telecinco*, *Antena 3*, *TVE*, *TV3*, etc.) i dials que aquesta secció configura un programa independent de la programació prèvia (és el cas de *La Sexta* i *Cuatro*).

-Programes de reportatges d'actualitat: acostumen a aparèixer una vegada a la setmana i aprofundeixen a les notícies més destacades d'aquest període.

2.3.2. Gènere d'entreteniment:

Els programes d'entreteniment registren generalment les majors audiències, ja que defineixen perfectament el concepte que tenen gran part dels telespectadors del mitjà: és una forma d'entreteniment domèstic i familiar. Dins aquest gènere destaquen els programes esportius, magazines, concursos, sèries, serials, telecomèdies, dibuixos animats, retransmissions, musicals, etc. A més, dins d'aquest gènere destaca la ficció, que suposa més d'un terç de l'oferta televisiva amb series, telefilms i telenovel·les. Tanmateix, cal destacar que les televisions

no emeten només programes de nova producció, sinó que també posen en pantalla les reposicions d'aquests productes, amb els que obtenen èxit a baix preu.

A banda, dins la tipologia d'entreteniment hi ha diferents models de programes que cal conèixer, ja que mantenen una relació, directa o indirecta, amb la vessant informativa i alguns d'ells s'emmarquen dins el que definim en el següent apartat com a **infotainment**¹² o hibridació de gèneres. Doncs, tal com exposa Gordillo¹³, dins aquest gènere d'entreteniment es poden diferenciar tres models de programes:

-Model informatiu satíric: és el més comú i estès en la televisió espanyola. En aquest tipus de programa es poden observar trets definitoris com: relació directa amb l'agenda informativa (sigui diària sigui setmanal), deformació d'un informatiu formal, tractament humorístic de la informació quotidiana (satiritzant a personatges reals), caricatura de la realitat mitjançant la ironia i la imitació, ficcionalització de les personalitats dels presentadors i col·laboradors, emissió en el *acces-prime time* (just després de les notícies), entre d'altres. Alguns clars exemples podrien ser: *El Intermedio* o *Zapeando* (ambdós emesos a *La Sexta*)

-Model metatelevisiu: aquest tipus de programa es caracteritza per l'aprofitament de materials televisius de programes de diferents gèneres (sèries, concursos, informatius, musicals) per tal de reinterpretar-los, reciclar-los i reconvertir-los a partir de la sàtira i l'humor. Aquest continguts acostumen a estar- majoritàriament- lligats a l'actualitat. Un exemple podria ser l'*APM?* (emès a *TV3*).

-Model show de varietats: en aquest cas s'utilitza el model magazine (heterogeneïtat de continguts, diverses seccions, canvi de set, etc.) amb continguts també d'actualitat, això si tractada superficialment i humorísticament. En aquest tipus de programa les seccions són fixes i els col·laboradors tenen un paper i una funció ben determinada i estable. Tot i això, acostumen a centrar-se

¹² Vegeu apartat 2.5 "Hibridació de gèneres: l'*infoitainment*".

¹³ GORDILLO, I. "Hibridaciones de la hipertelevisión". Información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. Revista Comunicación, n.9. 2011. [En línea]: <http://www.revistacomunicacion.org/>. Consultat el 14 de març del 2015.

en la figura d'un presentador 'estrella'. Un exemple podria ser *En el aire* (emès a *La Sexta*).

2.3.3. Gèneres formatius:

Aquest darrer gènere fa referència a programes com: documentals, reportatges i productes culturals. D'alguna manera, són el màxim exponent de la condició de servei públic. Aquí destaca la televisió educativa, amb programes dedicats a la infància o amb documentals per adults (podrien ser clars exemples: *Clan* de TVE, *Cub Súper 3* de TVC o el canal de *National Geographic*).

2.4. Periodisme sensacionalista i tele-brossa

A banda de tot el que s'ha exposat sobre televisió i gèneres periodístics i, a part també de la manipulació periodística de la qual s'ha parlat en el primer apartat, cal tenir en compte el periodisme sensacionalista, el '*amarillismo*' i la tele-brossa. Aquests tres conceptes estan molt relacionats amb el contingut i el consum dels productes televisius actuals. De fet, aquests tres fenòmens 'contaminen' de certa manera els gèneres, ja que afecten de manera directa al tractament que es fa de les informacions i la forma de presentació dels diversos continguts.

En aquesta mateixa línia, cal dir que tot i ser conceptes diferenciats, els tres tenen un objectiu comú: obtenir beneficis i guanyar audiència a tota costa, independentment del contingut informatiu i dels mitjans utilitzats. Així doncs, podríem definir-los com: "La producció d'espais d'escàs contingut moral, amb un llenguatge i escenificació pobre i amb l'únic objectiu de fer augmentar l'audiència del mitjà al preu que sigui (explotant el sensacionalisme i la morbositat, incidint en les vides privades de diferents persones, en el sexe, el dolor aliè, les desavinences familiars, etc.) i seguint la premsa groga del segle passat¹⁴.

Ara bé, específicament "televisió brossa" és una expressió que s'utilitza des d'abans d'inicis dels anys 90 i que cada vegada ha anat tenint major rellevància i popularitat. De fet, el concepte designa un tipus de programa en el qual es pretén subratllar la baixa qualitat dels seus continguts i també dels aspectes

¹⁴ BUENO, G. "Telebasura y democracia". (2002: 21).

tècnics empleats¹⁵. Aquesta baixa qualitat es relaciona amb certs conceptes com: vulgaritat, morbositat i a vegades també amb obscenitat. De fet, l'origen d'aquesta expressió el podem trobar en un dels primers informes biennals de la sèrie que l'autor José Ramón Pérez Ornia oferia a través dels *Suplements a l'Enciclopèdia Espasa*, sobre l'estat de la televisió espanyola i mundial. En el citat document (del bienni 1989-1990), l'expressió "televisió brossa" apareix referint-se a l'àmbit anglosaxó. Sota aquest epígraf de "televisió brossa" es parla de programes amb continguts en els quals figuren reclams amb l'objectiu clar d'atreure la major audiència a qualsevol preu. Aquest exercici es practica mitjançant informacions tergiversades, inventades o de qualitat molt baixa. En el mateix context, i seguint amb Pérez Ornia i l'informe corresponent als anys 1997-1998, l'epígraf "televisió brossa" ja passa a ser comprimit en una única paraula: "tele-brossa". D'aquesta manera, el concepte descriptiu associat a l'expressió col·loquial "televisió brossa" va passar a ser, d'alguna manera, elevat a concepte tècnic.

D'altra banda, cal dir que la tendència actual d'aquest tipus de fenòmens va en augment ja que el nombre de cadenes que inclouen aquest tipus de programes va incrementant, doncs, també creix la lluita per l'audiència i conseqüentment també augmenta la competència aferrissada. Així, i tal com exposa Bueno¹⁶: "La televisió brossa tendirà a anar desplaçant progressivament a la televisió neta, a mesura que augmenti l'oferta televisiva." Doncs, un tipus de programa que cada vegada recull més audiència i que augmenta la seva rellevància en tots els gèneres televisius. De fet, últimament també ha aparegut un nou concepte que lliga informació amb aquest tipus de 'contaminació'. Així, els informatius tele-brossa, també anomenats sensacionalistes, són programes que busquen atreure l'atenció de l'audiència de qualsevol manera (per exemple, distorsionant notícies per fer-les més atractives o subratllant en elles els components cridaners encara que siguin secundaris, polèmics i alarmistes).

¹⁵ BONVÍN, M. (2005: 203).

¹⁶ BUENO, G. (2002: 32).

2.5. Hibridació de gèneres: l'*infotainment*

A banda dels gèneres periodístics convencionals, en els últims anys han anat apareixent amb força hibridacions entre els diferents gèneres, ja que en periodisme no tot és blanc o negre sinó que podem trobar punts entremig o productes periodístics amb trets de diferents gèneres. Les diferents cadenes, per mitjà dels programes, han anat cercant noves fórmules per tal d'atreure a la màxima audiència¹⁷. Així, va començar a aparèixer a partir dels anys 80 nous productes televisius que barrejaven gèneres per tal d'oferir un producte innovador i cridar l'atenció dels telespectadors. Tant és així, que de la hibridació dels gèneres periodístics i, en aquest cas especialment dels televisius, se n'ha parlat molt en els darrers anys, ja que han anat sorgint productes audiovisuals que barregen aspectes d'uns i altres gèneres (bàsicament informació i entreteniment-ficció).

De fet, molts són els autors¹⁸ que han tractat aquest fenomen de la hibridació, entesa com a barreja de gèneres que modifiquen els convencionals i que, com a màxim exponent, tenen la suma d'informació i entreteniment. Tanmateix, una acurada definició d'aquest concepte d'hibridació podria ser la que exposa Immaculada Gordillo juntament amb altres autors¹⁹:

“La hibridación, las mezclas de los modelos del mundo, las fragmentaciones genéricas y los nuevos formatos organizan un panorama donde las fronteras canónicas se diluyen y las separaciones entre géneros empiezan a ser aparentemente invisibles”.

2.5.1. Història i origen del concepte:

Ara bé, per tal d'explicar com neixen aquestes hibridacions entre gèneres, cal parlar de la neotelevisió. A les acaballes del segle XX, la televisió que anomenàvem “tradicional” va convergir tal com és natural en un producte i servei que actua en una societat que ha anat desenvolupant i canviant. De tal manera,

¹⁷ BUSTAMANTE, E. “La televisión económica”. (1999: 95).

¹⁸ A mode d'exemple: Gordillo (2009,2010), González Requena (1989), García Avilés (1999), Prado (1999, 2003).

¹⁹ GORDILLO, I. (2011: 94).

a final de segle va estar sotmesa a certs canvis (econòmics, socials, culturals i tecnològics) dels que va resultar l'anomenada neotelevisió. Tot això, va implicar certes innovacions i modificacions: multiplicació de canals de transmissió, habituació de l'audiència a la pràctica televisiva, creixement dels telespectadors, inici dels *talkshows* i *reallity shows*, entre d'altres.

Tanmateix, l'entreteniment televisiu també va convergir; fins aleshores aquest gènere s'alimentava bàsicament de tres paràmetres fonamentals: la competició, l'exhibició i l'humor que es desenvolupaven en programes ben identificats com magazines, shows, gales musicals o d'altres varietats de programes humorístics. A l'inici de segle però, la tendència va canviar; van començar a aparèixer formats televisius híbrids que incloïen, a banda d'entreteniment, aspectes de la temàtica informativa als programes d'entreteniment. Així doncs, l'entreteniment va recórrer a l'agenda informativa sobretot en els magazines. Aquest format va començar a barrejar entreteniment amb informació, ja que per una banda incloïa el to formal dels informatius tradicionals amb continguts relatius a l'actualitat, però per altra banda, ho feia de forma diferent, a través d'entrevistes, debats, comentaris, opinió, etc.

Esta noche cruzamos el Missisipi (emès a *Telecinco* entre 1995 i 1997) va ser el referent de l'inici d'hibridació entre gèneres. En aquest programa, la informació va començar a aparèixer barrejada amb altres aspectes com el sensacionalisme o l'humor (elements inicialment d'entreteniment). A partir d'aquest moment són molts els programes que van anar naixent i creixent en aquesta doble vessant entre entreteniment i informació: *Las Noticias del Guiñol* (emès a *Canal+* del 1995 fins al 2008, tot i que després també va passar a ser emès a *Cuatro*, en una secció al programa *Noche Hache*, del 2005 al 2008). En el cas del *Guiñol* va destacar el tractament humorístic que feia de la informació diària, es satiritzava amb personatges del món polític, a la família reial i a d'altres personatges com esportistes, actors, models, personatges del cor, etc. Altres programes referents van ser: *Caiga quien caiga* (emès a *Telecinco* del 1996 al 2007, a *La Sexta* el 2008 i a *Cuatro* durant el 2010) o *El Informal* (emès també a *Telecinco* del 1998 al 2002).

A banda d'aquests programes referents ja extingits, també hi ha d'altres encara en emissió i que compten amb alta audiència. Alguns exemples d'aquests encara

existents són: *Salvados* de Jordi Évole (emès a *La Sexta* des del 2008 fins a l'actualitat), *El Intermedio* (emès també a *La Sexta* des del 2006), *El Hormiguero* (emès a *Antena 3* des del 2006), *En el aire* d'Andreu Buenafuente (emès a *La Sexta* des de 2013), *Zapeando* (emès a *La Sexta* des de 2013), etc. Tots aquests són referents de programes que han anat sorgint i es mantenen en les graelles de programació guanyant cada vegada més espai televisiu en les diferents cadenes i obtenint cada vegada majors audiències. Així doncs, tal com exposa Gordillo²⁰, la nova fórmula nascuda de la fusió entre actualitat informativa i entreteniment està perfectament consolidada en la televisió actual; primer, una primera etapa originada a mitjans dels 90 amb la neotelevisió i posteriorment, una verdadera eclosió en la hipertelevisió²¹.

2.5.2. Què entenem per *infotainment*?

Tanmateix, és en aquest escenari exposat on apareixen termes neologistes com *infoentertainment* o *infoentreteniment* i *infoshow*. Aquest són conceptes que als diferents autors especialistes en la matèria encara costa de diferenciar bé i de fet, fins al moment trobem certes desavinences a l'hora de definir exhaustivament aquests recents apareguts termes entre uns autors i uns altres. Tot i això, en aquest cas exposarem l'explicació que fan Virgina Luzón i Iliana Ferrer²² al establir diferències entre els conceptes *infoentertainment* i *infoshow* per la relació que tenen cada un d'ells amb el discurs periodístic. Per tant, no hi ha dubte que els dos conceptes estan estretament relacionats, però en el cas del *infoentertainment* seria la informació la que passaria a formar part de l'entreteniment mentre que el *infoshow* seria el resultat d'uns criteris diferenciats d'elecció i de tractaments de les notícies dins del propi programa informatiu. D'aquesta manera, el *infoshow* es caracteritza per la cerca d'informació a partir de criteris d'emotivitat, sensacionalisme i banalització de l'actualitat com a determinants bàsics. En canvi, el *infotainment* canvia el registre periodístic

²⁰ GORDILLO, I. (2011: 95).

²¹ Fa referència a algunes qualitats no lineals de la narrativa televisiva: en la hipertelevisió els programes s'han adaptat a un recent ecosistema mediàtic basant en noves interaccions amb el món de la xarxa.

²² LUZÓN, V. i FERRER, I. "Espectáculo informativo en noticias de sociedad: el caso de Madeleine McCann" en Trípodos. Revista digital de Comunicación, n. 22. 2008. [En línia]: <http://www.academia.edu/>. Consultat el 24 de març del 2015.

totalment; cedeix terreny a aspectes més humorístics com la parodia, els acudits, la sàtira, el sarcasme o la ironia.

En la mateixa línia, també cal destacar la reflexió aportada per Marín²³ on qüestiona aspectes dels programes d'actualitat informativa de televisió. En aquest cas, es parla sobre si aquest tipus de format és un programa autònom o, en canvi, s'ha convertit en un espai d'entreteniment que ha renunciat als principis educatius i de qualitat lingüística propis dels programes de coneixement. Tanmateix, exposa que aquests programes, originalment informatius i que utilitzaven la notícia com a gènere periodístic predominant, actualment estan divergint. Doncs, passa a ser la crònica, l'editorial, l'opinió i la crítica els gèneres dominants. De tal manera, aquest fenomen vindria donat per la recerca alarmant per part dels programes de buscar una major audiència com a objectiu principal. En aquest punt, Marín afirma que *infoentreteniment* no seria més que entreteniment pur disfressat d'informació.

De qualsevol manera, centrant-nos de nou en les paraules de Gordillo²⁴, és un fet clar que aquests nous formats híbrids han conquistat les franges horàries de *prime time*²⁵ i *acces-prime time*, ja que ofereixen una visió alternativa als informatius tradicionals que els precedeixen. De fet, es podria resumir aquesta tendència amb un lema que obre un dels programes híbrids de major audiència, *El Intermedio*: “*Ya conocen las noticias, ahora les contaremos la verdad*”. A més, en consonància a l'objecte del present treball, cal destacar el protagonisme de programes d'entreteniment en les cadenes d'última creació com són *La Sexta* (2006) i *Cuatro* (2005) on tenen un paper molt rellevant en la graella de programació tal com s'ha exemplificat en els referents i en els principals programes híbrids encara en emissió.

²³ MARÍN, C. “El infoentretenimiento en televisión”. Del límite al espectáculo. (2010:10).

²⁴ GORDILLO, I. (2011: 105).

²⁵ Horari de màxima audiència, depèn del país però a nivell general és l'horari en el que s'emeten els programes de més èxit que generen més audiència i més beneficis.

2.5.3. Característiques principals del gènere:

Així doncs, és un fet que l'infoentreteniment ha modificat la manera de fer de les televisions que de certa manera han canviat la manera de fer a causa de l'auge d'aquest fenomen. D'aquesta manera, després d'haver abordat l'origen i el desenvolupament del concepte en si mateix, cal exposar ara les característiques principals per tal de poder analitzar posteriorment els objectes d'estudi (*Deportes Cuatro* i *Jugones*) i definir exhaustivament si són programes que efectivament s'emmarquen en aquest format d'infoentreteniment o si pel contrari, es tracta d'informatius esportius tradicionals i formals. D'aquesta manera, com exposen Berrocal i Redondo²⁶, juntament a d'altres autors, els programes que s'inclouen en aquest recent gènere híbrid d'*infotainment* segueixen certes característiques definitòries en relació a elements claus com: l'elecció de temes i de fonts, els aspectes tècnics, el format d'edició i realització, etc. Tanmateix, els exposats a continuació són alguns d'aquests elements propis de les creacions d'infoentreteniment:

-Els programes s'adapten a l'actualitat noticiable, tot i que tractada de manera frívola i superficial. S'acostumen a seleccionar aquells temes susceptibles a generar un fort impacte als telespectadors fomentant l'espectacle visual: successos, desastres, notícies d'interès humà, curiositats, entre d'altres.

-La font oficial apareix parodiada i les seves declaracions o expressions descontextualitzades. De tal manera, s'escullen i es prioritzen aquelles que contenen errors com: lapsus lingüístics, situacions ridícules, expressions descontextualitzades, etc. A més, sovint aquest efecte irònic s'intensifica mitjançant la repetició d'aquestes situacions o mitjançant muntatges que barregen realitat i ficció amb altres efectes visuals.

-El periodista passa a ocupar un paper rellevant imposant-se com a "coprotagonista" de la pròpia informació²⁷. Així doncs, s'incorpora a la notícia,

²⁶ BERROCAL, G. REDONDO, M. MARTÍN, V i CAMPOS, E. "La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española". Revista Latina de Comunicación Social, n. 69. 2014. [En línea]: http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1002_UVa/05_Be.html. Consultat el 24 de març del 2015.

²⁷ ORTELLS, S. "La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión". Revista Latina de Comunicación Social, n.64, (2009: 341). [En línea]: http://www.revistalatinacs.org/09/art/28_827_46_ULEPICC_07/Sara_Ortells.html.> Consultat el 10 de març del 2015.

introdueix comentaris i narra des de dins els fets. D'aquesta manera, es genera entre l'audiència un procés d'identificació amb el periodista-personatge.

-Es compte amb elements tècnics diferenciats²⁸: abundància de les connexions en directe, estil de gravació en moviment, introducció de música i altres efectes sonors per aportar tensió, dinamisme, sensacionalisme, etc. A més, també s'utilitza sovint la tècnica d'emetre en primer pla l'àudio original o el so ambient dels vídeos per tal de potenciar l'espectacularitat dels fets.

-Adquireixen un gran protagonisme els primers plans i els plans detalls, ja que acostumen a ser imatges més expressives que ressalten l'emotivitat del protagonista. També destaca la utilització del primeríssim primer pla per tal de centrar-se en un protagonista i emfatitzar així la circumstància anímica i/o física del mateix.

-La personalització, la fragmentació i els efectes visuals adquireixen una gran rellevància²⁹. També tenen gran protagonisme els efectes de post-producció, com la tècnica de passar unes imatges de mode més lent per crear tensió i d'altres efectes atractius per a l'audiència, ja que hi ha manipulació de les imatges reals introduint, sovint, elements humorístics i/o paròdics.

-Els programes es caracteritzen per fer una propaganda extrema d'alguns dels seus continguts, senyalant i promocionant els que són considerats com a més destacats d'un mode hiperbòlic.

-Pel que fa a l'estil narratiu destaca el sentimentalisme i l'emotivitat de les notícies. En aquest cas, les vides privades en converteixen en notícia d'interès públic. A més, com destaca Lozano³⁰: *"las historias se centran en lo inmediato, en el hecho puntual y rara vez aportan antecedentes"*.

²⁸ ORTELLS, S. (2009:342).

²⁹ LOZANO, J.C. "Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México". (2004: 101). [En línea]: <https://psisocom0910.files.wordpress.com/2009/10/espectacularizacion_de_la_informacion>. Consultat el 25 de març del 2015.

³⁰ LOZANO, J.C. (2004: 115).

-La dramatització de les notícies és constant, ja que s'atorga gran protagonisme al relat. De fet, s'imposa la necessitat d'impactar al públic per sobre de tot, havent de recórrer freqüentment al drama, a les emocions i a la ficció³¹.

-Tenint en compte el llenguatge utilitzat, cal destacar l'abundància d'adjectius, adverbis, superlatius i comparatius. A banda, també és molt comú que apareguin expressions col·loquials com a recurs per apropar-se a l'espectador. Tanmateix, la locució dels presentadors i periodistes pot realitzar-se amb un to alarmista.

2.6. Els esports a la televisió

És un fet que la temàtica esportiva ocupa un lloc molt important en la majoria de mitjans de comunicació; està present en molts programes de les gralles de televisió, ràdio, premsa escrita i mitjans online. Tanmateix, els esports mouen grans beneficis i generen altes audiències; tant és així que el diari espanyol més llegit en els últims anys ha estat el *Marca*³² i el moment més vist de la història de la televisió³³ va ser la tanda de penals de l'eliminatòria entre Espanya i Itàlia el 2008³⁴.

Ara bé, també cal destacar que aquesta tendència protagonista no és una novetat en els darrers anys, ja que si es realitza un seguiment dels diferents esdeveniments que han tingut lloc al segle XX i s'assenyala l'activitat humana que ha interessat a la majoria dels habitants de la Terra de manera continuada es podrà comprovar que els esports han estat el temes que més volum d'informació i comunicació han generat³⁵.

En aquesta línia, la comunicació esportiva s'ha convertit en una de les temàtiques més importants del periodisme al haver-se consolidat com un gènere específic realment molt sol·licitat per clients i receptors dels diferents mitjans. Des dels seus inicis l'esport ha mogut interès; des de l'origen del joc aquest va

³¹ CARRILLO, N. "El periodismo volátil". (2013: 33).

³² Diari d'informació esportiva fundat al 1938 pel periodista Manuel Fernández Cuesta.

³³ Asociación para los medios de comunicación. aimc.es. 23 de setiembre del 2014. [En línia]: <<http://www.aimc.es/Mayor-fidelidad-a-la-Marca-papel-y.html>>. Consultat el 14 de març del 2015.

³⁴ Retransmès per *Cuatro* va assolir una quota de pantalla del 83% seguit per 18.141.000 telespectadors (Font: EGM).

³⁵ ALCOBA, A. "Periodismo deportivo". (1993: 64).

promoure l'interès tant del practicant com dels espectadors i, tant és així, que aquesta expectació va anar guanyant importància fins a aconseguir que la premsa, primer, després la radio, seguidament la televisió i per acabar Internet es decidissin a explotar aquesta tirada per fer de l'esport un negoci empresarial periodístic que mou masses. Tanmateix, parlem doncs que l'esport és un dels motors periodístics dels Mass Media actuals. A banda, com també destaca Alcoba³⁶, tota aquesta temàtica, amb les seves seccions variades, està cada vegada més estretament connectada amb altres aspectes de la societat com pot ser l'economia o bé la política.

Doncs, és indubtable que en el panorama periodístic actual, i especialment televisiu, la temàtica esportiva té molt pes empresarialment i el més destacable, té una gran repercussió social. Tanmateix, els esports ocupen un lloc privilegiat en tota la programació, ja que estan presents en els programes específics esportius (com és el cas de retransmissions i programes especialitzats) però també apareixen en seccions dels telenotícies on les informacions de caràcter esportiu, des dels anys 90, són les que s'emporten més temps³⁷. De fet, com ja comentàvem, en certes cadenes se'ls hi està donant tant de protagonisme que els informatius esportius televisius ja adopten forma pròpia i constitueixen un programa autònom (seria el cas dels objectes d'estudi del present treball: *Deportes Cuatro* i *Jugones*). A banda, aquesta importància també es plasma en els canals especialitzats, ja que els de temàtica exclusivament esportiva van ser els primers a crear-se (a tall d'exemple, actualment a les cadenes públiques es compte amb *Teledporte* de TVE i *Esport3* de TV3).

2.6.1. Futbol: el Rei dels esports

El periodisme esportiu és una especialitat dintre la qual s'emmarquen nombroses modalitats d'activitats físiques. Bàsquet, motociclisme, fórmula 1, handbol, golf, natació són només alguns dels exemples de la infinitat d'esports practicats professionalment en la societat actual. Malgrat tot, els mitjans de comunicació no es fan ressò de les diferents informacions lligades a aquestes modalitats i de fet,

³⁶ ALCOBA, A. (1993: 20).

³⁷ ALCOBA, A. (1993: 172).

actuen de forma desequilibrada centrant bàsicament totes les notícies esportives entorn d'un sol esport: el futbol.

En aquesta línia, és un fet indubtable que el futbol és una activitat que està molt present en la majoria de societats i cultures del món. Tanmateix, és cert que molts aspectes de la vida giren al seu voltant i el fanatisme lligat als diferents equips i seleccions és altíssim. La influència d'aquest esport en la societat és doncs indubtable, ja que agrupa regularment a milers de seguidors que es bolquen setmana darrera setmana en els diferents partits. Per una banda, aquest fanatisme en nombroses ocasions es veu reflectit en la identitat pròpia de cada persona (ideals, valors, passions, etc.). A més, per altra banda, aquesta notable importància del futbol en els individus també és predominant en la societat i en totes les seves esferes; el futbol sobrepassa el cercle esportiu i influencia també temes econòmics, polítics, culturals, etc. (per exemple: en les jornades que es disputen els anomenats "clàssics" entre F.C. Barcelona i Reial Madrid pràcticament tot el país es paralitza i tot gira en torn aquest esdeveniment durant el mateix dia i, fins i tot, durant els dies previs i posteriors). Així doncs, es pot dir que el futbol és un poder més en la societat actual que afecta de manera directa la vida quotidiana i la forma de fer de gran part dels seus individus.

En aquest escenari, els mitjans de comunicació no són una excepció i el fet clar és que la indústria periodística explota al màxim aquesta implementació del futbol en la societat. Com s'ha exposat, el futbol és un esport que mou masses i els mitjans mercantilitzen aquesta dinàmica. És cert que programes i emissions que giren entorn d'aquest tema asseguruen una alta audiència i, per consegüent, una rica font d'ingressos gràcies a la publicitat interessada a aparèixer en aquests espais. Així doncs, com es ben sabut, aprofiten aquesta dinàmica i la realitat és que es publiquen un gran nombre de diaris i revistes exclusivament de futbol, programes de ràdio que tracten únicament aquest tema durant hores i també emissions televisives que es bolquen amb aquesta temàtica. Tot i això, també cal dir que en la majoria de programes de caràcter esportiu general, el futbol és el tema predominant (informatius esportius formals, secció esportiva dels diferents diaris generalistes, etc.).

De la mateixa manera, l'audiència respon positivament a aquests programes, ja que la majoria d'ells tenen gran tirada i èxit. Pel que fa a l'àmbit televisiu, el futbol

es converteix en espectacle i les retransmissions dels partits aconseguixen quotes d'audiència molt notables, sobretot pel que fa als partits d'alçada com finals o partits de la selecció. Tanmateix, a tall d'exemple, la pròrroga del partit entre Espanya i Holanda en la que Andrés Iniesta va marcar el gol que va donar a Espanya el seu primer Mundial de Futbol es va convertir en l'emissió més vista de la història de la televisió amb 15,6 milions d'espectadors³⁸ (sumant l'audiència de les tres cadenes que van emetre l'esdeveniment: *Telecinco*, *Canal+* i *Canal+ Liga*). A més, el minut d'or va ser a les 22.56 hores quan l'audiència va arribar als 16,8 milions d'espectadors: el 91% de totes les persones que en aquell mateix moment estaven davant el televisor³⁹.

Centrant-nos ara en les dades de les emissions esportives més vistes del passat any 2014 a Espanya, el Mundial de Brasil i la *Champions League* (amb 14 emissions cada una) van aconseguir estar presents en la meitat de posicions del rànquing d'emissions televisives més vistes de l'any en tot el país. Per últim, seguint amb les dades d'audiències però consultant ara les xifres del darrer mes de març del present any 2015, es pot observar que les 4 emissions més vistes d'aquest període van ser esdeveniments futbolístics; en el rànquing de les 10 primeres emissions més seguides pels telespectadors d'aquest mateix mes 6 són programes i emissions futbolístiques⁴⁰. Totes aquestes dades no fan més que ressaltar la influència que tenen els esports i, en especial el futbol, en la societat actual. Tot el que gira al voltant d'aquesta temàtica és seguit i demandat per l'audiència i, per tant, implementat pels mitjans de comunicació en les seves graelles de programació diàries.

³⁸ "La pròrroga del España-Holanda, lo más visto de la historia". Europapress.es. 12 de juliol del 2010. [En línia]: <http://www.europapress.es/chance/tv/noticia-prorroga-espana-holanda-mas-visto-historia-20100712131509.html>. Consultat el 14 de març del 2015.

³⁹ "Minutos de Oro en la televisión española". El país.com. 19 de juny del 2012. [En línia]: http://elpais.com/elpais/2012/06/19/media/1340131547_733587.html. Consultat el 14 de març del 2015.

⁴⁰ "El comportamiento de la audiencia televisiva", Barlovento Comunicación. Març 2015. [En línia]: <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-marzo-2015.pdf>. Consultat el 20 de febrer del 2015.

RANKING EMISIONES MÁS VISTAS - Marzo 2015									
TOTAL DE SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN									
Elaborado por Barlovento Comunicación, según datos de Kantar Media									
nº	Título	Descripción	Cadena	Fecha	Día	Inicio	Fin	Cuota	AM(000)
1	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE	R.MADRID-SCHALKE 04	La1	10-Mar-15	Martes	20:45:26	22:35:18	31.9	6090
2	PENALTIS FUTBOL:CHAMPIONS	AT.MADRID-BAYER LEVE	La1	17-Mar-15	Martes	23:18:29	23:29:48	29.5	5904
3	PRORROGA FUTBOL:CHAMPION	AT.MADRID-BAYER LEVE	La1	17-Mar-15	Martes	22:39:08	23:18:29	26.3	5534
4	FUTBOL:CHAMPIONS LEAGUE	AT.MADRID-BAYER LEVE	La1	17-Mar-15	Martes	20:45:17	22:39:08	27.4	5319
5	GH VIP		T5	26-Mar-15	Jueves	22:33:46	25:53:32	35.9	4919
6	DESAFIO CHAMPIONS		La1	10-Mar-15	Martes	20:00:12	22:35:50	27.3	4689
7	LA VOZ:AUDICIONES A CIEGAS		T5	30-Mar-15	Lunes	22:40:11	24:31:47	26.9	4650
8	LA VOZ:AUDICIONES A CIEGAS		T5	23-Mar-15	Lunes	22:40:10	25:02:46	28.1	4591
9	FUTBOL:CLASIFICACION EUROX	ESPAÑA-UCRANIA	La1	27-Mar-15	Viernes	20:46:13	22:37:25	27.7	4503
10	GH VIP:EXPRESS		T5	26-Mar-15	Jueves	21:52:26	22:33:46	22	4492

Imatge 1. Font:barloventocomunicacion.es

3. PREGUNTES D'INVESTIGACIÓ

En aquest treball es qüestionen diferents aspectes sobre la pràctica televisiva centrada en els programes esportius de dues cadenes concretes: *Deportes Cuatro* de la pròpia emissora televisiva *Cuatro* i *Jugones* de *La Sexta*. Per abordar aquestes realitats es formulen preguntes d'investigació que sorgeixen a partir de la següent hipòtesi: els programes analitzats deixen enrere el gènere informatiu pur i obren les portes a un recent però creixent format híbrid que en el camp de l'esport es denominaria **infotainment esportiu**.

En els darreres anys, com s'ha exposat anteriorment en el marc teòric, el concepte que barreja en un mateix programa informació i entreteniment ha estat empleat per emmarcar continguts de temàtica bàsicament social i/o política. Contràriament, aquest fenomen tan creixent i present en les graelles de programació de les principals cadenes espanyoles s'ha empleat en escasses ocasions en altres temàtiques, com és el cas dels esports. Prenent aquest fet com a base, en el present treball es qüestiona si *Deportes Cuatro* i *Jugones* són programes que es poden incloure dins el gènere híbrid d'*infotainment*.

En aquesta línia, la segona qüestió formulada va lligada al fet que s'ha produït; substituir dels esmentats canals les seccions del telenotícies d'esports per donar lloc a aquests nous programes. És a dir, el telenotícies *a priori* oferia a l'audiència, en l'apartat d'esports corresponen, informació formal; si actualment la secció tradicionalment esportiva ha quedat substituïda per aquests nous programes, vol dir això que els espectadors estan privats de rebre informació esportiva de qualitat en aquests canals?

Aquesta reflexió tindrà resposta una vegada s'analitzi el format i el contingut dels dos objectes d'estudi corresponents. Amb aquesta investigació es podran determinar també les característiques i les tècniques empleades pels citats programes i, consegüentment, es podran emmarcar els resultats extrets dins d'un gènere determinat.

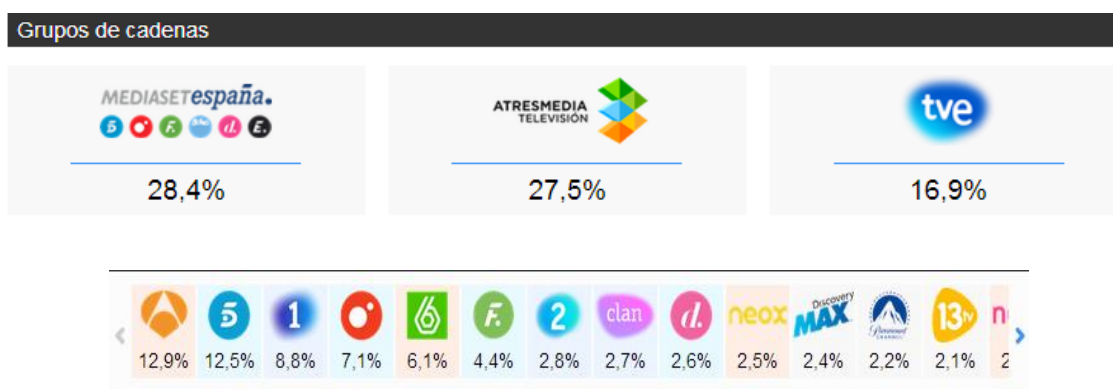
Tanmateix, un cop realitzat aquesta anàlisi de les emissions de *Deportes Cuatro* i *Jugones* també es podrà saber si els continguts oferts per aquests programes són de qualitat i si omplen el buit deixat per la secció desapareguda en els propis telenotícies. A més, com s'exposava anteriorment, es podrà classificar aquests

programes dins un gènere determinat, ja que en principi en la graella de programació es defineixen com a 'informatius esportius' i, en canvi, tal com afirma la hipòtesi es trobarien més propers a la línia emmarcada entre l'entreteniment i la informació, és a dir, estaria dins del gènere anomenat *infotainment*.

4. OBJECTE D'ESTUDI

Per tal de resoldre els objectius proposats en el present treball, s'han escollit dos programes televisius concrets per estudiar: *Deportes Cuatro*⁴¹ emès de dilluns a divendres a *Cuatro* i el seu homòleg a *La Sexta*, *Jugones*. Tanmateix, ambdós són productes oferts per cadenes que treballen en obert i que són privades i generalistes. La realitat és que tant un programa com l'altre pertanyen a les dues grans empreses privades dedicades al món de la comunicació que dominen a Espanya: *Mediaset* i *Atresmedia*.

En aquest marc, els dos productes citats han estat seleccionats com a objectes d'estudi, ja que són els programes esportius més destacats de dues de les cadenes amb major audiència a Espanya (per darrere de les principals: *Telecinco* i *Antena 3* i de la cadena pública de l'Estat, *TVE*).



Imatge 2. Font: www.formulatv.com

De fet, d'entre tots els canals de televisió que emeten al nostre país, *Cuatro* i *La Sexta* són els únics que han apostat per incloure un programa de temàtica exclusivament esportiva en la franja de sobretaula (entre les 14.00 i les 17.00 hores) de la graella de programació. Per tant, ambdós han decidit emetre aquests programes esportius autònoms després del telenotícies generalista de cada cadena. Tanmateix, han introduït a la programació diària aquests programes amb presentadors mediàticament reconeguts en el món de la comunicació i l'esport (Manolo Lama, Manu Carreño per part de *Cuatro* i Josep Pedrerol per

⁴¹ Citats en aquest ordre (primer *Deportes Cuatro* i segon *Jugones*) al llarg de tot el treball, en relació a l'audiència mitjana aconseguida per ambdós programes durant el trimestre analitzat: 9,6% del share en el cas de *Deportes Cuatro*, 5,2% en el cas de *Jugones*.

part de *La Sexta*) i amb notícies centrades únicament en l'àmbit esportiu (bàsicament futbolístic).

Deportes Cuatro va iniciar les seves emissions al mes de novembre de l'any 2005 i posteriorment, va ser *La Sexta* qui també va apostar per postular-se com a competència directe creant un programa de característiques similars com és el cas de *Jugones*, iniciat a l'abril de l'any 2013. Ambdós productes han anat convergint amb el pas del temps (canvis de presentadors i també de format). Actualment, són dos programes fixes i estables en les graelles de les corresponents cadenes i compten amb una mitjana d'audiència⁴² del 9% en el cas de *Deportes Cuatro* i del 5% en el cas de *Jugones* (percentatge d'audiències amb dinàmica creixent en els darrers mesos).

Així doncs, tenint en compte aquest escenari, declinarem la nostra anàlisi cap a aquests dos programes per tal de comprovar si efectivament són els pioners d'una nova especialització centrada en els esports dins el gènere híbrid d'informació i entreteniment: *infotainment esportiu*.

⁴² Consultat el 24 de febrer del 2015 a www.formulatv.com/audiencias.

5. METODOLOGIA

Tal com s'ha exposat anteriorment, en aquest treball es pretén donar resposta a les qüestions i reflexions centrades en aspectes com el gènere, format i contingut de dos programes de televisió esportius específics. Per tal de complir amb aquests objectius principals, s'analitzaran les emissions de *Deportes Cuatro* i *Jugones* durant un període de temps representatiu: de l'1 de desembre del 2014 al 28 de febrer del 2015. Aquest trimestre és determinant en el món esportiu, ja que l'àmbit futbolístic acaba la primera volta de la Lliga BBVA i s'inicia el segon tram, també hi ha partits de *Champions*, d'Europa *League*, de Copa del Rei i partits de seleccions nacionals. A banda, en altres modalitats com el bàsquet hi ha partits d'Eurolliga i competició nacional ACB, pre-temporada en la fórmula 1 i Moto GP i d'altres competicions d'àmbit internacional.

Per fer possible una anàlisi contextualitzada i profunda del tema, en primer lloc s'ha exposat la teoria predominant sobre l'aparició del recent gènere híbrid *infotainment* -aproximació al concepte, origen i característiques principals-. A banda, s'ha volgut complementar aquesta nova modalitat amb les teories fonamentals sobre els gèneres periodístics tradicionals⁴³, sobretot, centrats en televisió⁴⁴. Per tal de conèixer la magnitud i repercussió d'allò que estem analitzant, en la primera part del present treball també s'ha abordat el tema del mitjà televisiu com autèntic *Mass Media*, ja que la televisió a través dels seus continguts és un veritable poder que condiciona i determina la societat actual. Una vegada presentats tots aquests conceptes, s'ha incidit en la importància dels esports (especialment el futbol) en el món actual i en especial, en les graelles de programació dels principals mitjans. La televisió i els esports tenen un paper molt rellevant en la societat en la qual vivim i és per això que cal conèixer bé quins continguts ofereixen i de quina manera són presentats.

Tanmateix, una vegada situats i contextualitzats teòricament els objectes d'estudi es procedirà a definir-los i analitzar-los. En primer lloc, caldrà conèixer bé quins són aquests programes i en quin ecosistema mediàtic s'emeten, és a dir, d'on sorgeixen i dins quin plànol actuen. Una vegada contextualitzats i situats

⁴³ ALDUANTE, A. i LECAROS, M. (1989: 45).

⁴⁴ BONVÍN, M. (2005: 215).

els dos programes, es procedirà a l'estudi dels 65 capítols de cada programa (serien 90 dies però cal tenir en compte que els caps de setmana que representen 25 dies en aquests 3 mesos no hi ha emissió dels propis programes sinó que són altres edicions). Per tant, es visionaran i analitzaran 130 episodis comptabilitzant ambdós objectes. S'ha considerat, com bé s'ha exposat anteriorment, que són tres mesos que es troben en l'epicentre de l'any esportiu motiu pel qual es considera una mostra suficientment representativa.

L'anàlisi d'aquests programes se centrarà tant en l'aspecte dels continguts presentats com en el format (aspectes generals del programa en si repetits en tots ells i, per altra banda, aspectes que varien depenent de les peces periodístiques abordades). Per tant, parlem d'una anàlisi qualitativa i a la vegada quantitativa que pretendrà ser extensa i representativa per extreure conclusions lligades a la realitat. En aquest cas, s'estudiarà en primer lloc la presentació i els elements estructurals dels programes per separat i, posteriorment, es compararan. En segon lloc, establim els blocs temàtics predominants (calculant la mitjana de temps que es dedica a cada modalitat esportiva) i dins d'aquest gran grup dividirem el bloc temàtic predominant en subgrups (equips). En tercer lloc, analitzarem quines formes i expressions del llenguatge predominen establint comparacions i diferències entre ambdós programes. En quart lloc, es procedirà a analitzar el tractament que es fa de les peces en si (muntatges i manipulacions visuals i sonores, fonts d'informació predominants, titulars i d'altres elements subjectes al tema particular a presentar). En darrer lloc, per tal d'establir punts comuns entre els dos programes i per comprovar si compleixen o no les principals característiques del gènere *infotainment* es dissenyarà una taula on apareixeran els aspectes destacats dels dos programes analitzats.

6. ANÀLISI. PRESENTACIÓ DELS PROGRAMES ANALITZATS

6.1. *Deportes Cuatro i Mediaset*

Deportes Cuatro és un programa que s'emet a la cadena privada *Cuatro* propietat actualment⁴⁵ de *Mediaset España*. La mencionada societat està formada per un conjunt d'empreses que es dediquen al desenvolupament del negoci relacionat amb el sector audiovisual per mitjà de la producció i emissió en diferents canals. El seu objectiu principal és el d'explotar l'espai publicitari de les diferents cadenes de televisió en les que treballa. De fet, *Mediaset España* té com a objectiu social la gestió indirecta del Servei Públic de Televisió i ho realitza comercialment per mitjà de sis canals de televisió (Telecinco, Cuatro, FDF, Boing, Divinity i Energy).

Així doncs, *Cuatro* és un d'aquests canals de *Mediaset*. Tot i això, en els seus inicis va ser fundat per *Sogecable*⁴⁶ l'any 2005 en reconversió de la concessió del canal analògic nacional que emetia des de l'any 1990, en reemplaçament de Canal+. El nou canal va iniciar així les emissions regulars el 7 de novembre del mateix any 2005. El 18 de desembre del 2009, va haver-hi un gir en l'empresa propietària de *Cuatro*, ja que *Mediaset*, accionista majoritari de *Gestevisión*, i el grup *PRISA*, aleshores ja propietari de la totalitat de *Sogecable* van fusionar les seves cadenes de televisió en obert (*Telecinco* i *Cuatro*). L'acord establia l'adquisició per part de *Gestevisión Telecinco* de *Cuatro* i de la seva llicència d'emissió.

D'entre tota l'oferta amb la qual treballa *Mediaset*, *Cuatro* és doncs un canal de televisió d'àmbit espanyol i de temàtica mini-generalista orientat al sector jove de l'audiència. Compte amb un model de programació centrat en formats d'aventura, *docu-realities*, concursos, reportatges, programes de *coach* i diverses sèries de ficció estrangeres. Cal dir també que *Cuatro* és un canal que aposta fortament pels programes que s'emmarquen dins la hibridació d'informació i entreteniment; formats amb gran acceptació entre els grups joves d'audiència.

⁴⁵ Durant l'elaboració i presentació d'aquest treball, primera meitat de l'any 2015.

⁴⁶ *Sogecable* va ser absorbida pel grup *Prisa TV* qui actualment compte amb el 100% de les accions de la desapareguda *Sogecable*.

A banda, *Mediaset España Comunicación* compte també amb drets d'emissió de cites importants en el món de l'esport. Especialment a *Cuatro* es retransmeten esdeveniments esportius importants i de gran transcendència; com són partits disputats per la Selecció Espanyola de Futbol (Mundial, Eurocopa o Euro Sub-21), enfrontaments d'Europa *League* (UEFA) o diversos partits de la Lliga Nacional BBVA (partits específics de cada jornada que s'ofereixen en obert). A més, a *Cuatro* també retransmeten les competicions de bàsquet. Amb tot, una cadena en què fites esportives (bàsicament futbolístiques) adquireixen una gran rellevància en la pròpia graella de programació.

Ara bé, aprofundint en el primer objecte d'estudi pròpiament, el programa *Deportes Cuatro* s'emet diàriament els set dies de la setmana (de dilluns a diumenge) i compte amb dues edicions al dia (*Deportes Cuatro* i *Deportes Cuatro 2*). La primera d'aquestes emissions és la que prenem com a centre d'estudi i la que tot seguit analitzarem i compararem. Tanmateix, *Deportes Cuatro* s'inicia al acabar *Noticias Cuatro Mediodía* i *El Tiempo* (espai que finalment tanca la segona edició dels informatius d'aquesta cadena amb la informació meteorològica). El telenotícies i l'apartat del temps mencionats consoliden unitats independents i autònomes en la graella de programació i es marquen també totalment separades al programa d'esports que analitzem, de fet, així es mostra en l'esquema programació del propi canal⁴⁷.



Imatge 3. Font: www.cuatro.com

Els periodistes Manolo Lama i Manu Carreño ⁴⁸(anomenats *Els Manolos* pels seguidors del programa) són els presentadors i conductors d'aquesta primera edició de *Deportes Cuatro* que s'emet a partir de les 14.55 hores i fins a les 16.00 hores de la tarda. De fet, el programa en si mateix dura una mitjana de 48 minuts diaris, és a dir, el temps dedicat a pauses publicitàries és de 17 minuts. Cal dir també que aquest programa, independent de l'informatiu, substitueix la secció

⁴⁷ Vegeu Annex 1: Graella de programació de *Cuatro* i *La Sexta*.

⁴⁸ Vegeu Annex 2: Trajectòria professional dels presentadors.

d'esports que anteriorment es feia al telenotícies, per tant, en un principi hauria de complir la funció informativa al qual substitueix, tot i que de manera més extensa i ampliada, ja que són 48 minuts dedicats només a l'esport.



Imatge 4. Font: www.cuatro.com

6.2. ***Jugones i Atresmedia***

El segon objecte d'estudi és el programa *Jugones* que s'emet a la cadena privada *La Sexta* propietat del grup *ATRESMEDIA* (anteriorment anomenat *Grupo Antena 3*). Aquest grup de comunicació espanyol opera bàsicament en els mercats de la televisió en obert i la ràdio comercial tot i que també en altres línies de negoci; com són el cinema, la publicitat i la xarxa d'Internet. En concret, *Atresmedia Televisión* es marca com a objectiu principal diferenciar-se com a model de televisió únic, basat en la innovació i en l'originalitat.

El conjunt empresarial de comunicació està format per diverses societats, tot i que l'empresa mare és *Antena 3 Televisión*. De fet, aquest va ser primer canal de televisió creat per la societat el 1989 quan van obtenir una de les tres llicències que s'atorgaven per emetre en televisió privada a Espanya. A banda d'*Antena 3*, el grup *Atresmedia* compte amb quatre canals més de televisió, tres dels quals emeten en obert (*La Sexta*, *Nova*, *Neox*) i el quart que ho fa en tancat (*Go! Televisión*).

En aquest escenari, *La Sexta* és un dels esmentats diàls que ofereix *Atresmedia Televisión*, tot i que del mateix mode que va passar amb l'anterior cas de *Cuatro*, aquesta tampoc va ser creada pel seu propietari actual. En aquest cas, *GIA La Sexta* (Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta S.A.) va ser la fundadora

d'aquest dial l'any 2006. De fet, ja al 25 de novembre del 2005 va rebre la llicència d'emissió. Tot i això, en un principi va començar emeten en proves en la TDT. Finalment, el dia 27 de març del 2006 va ser la data oficial de l'inici de la cadena, malgrat que, des del 23 de gener del mateix 2006 ja emetien en analògic en proves.

Pel que fa a la seva programació, *La Sexta* aposta per continguts centrants en l'entreteniment i l'humor tot i que els informatius també hi tenen cabuda. Potencialment, al públic al qual va destinat és una audiència masculina, urbana i adulta. De fet, des dels seus inicis es va fer una clara aposta per la informació política però presentada de forma crítica i satiritzada barrejada amb entreteniment i show. Per tant, són molts els programes que emeten del gènere *infotainment*. A banda, cal dir que les series (inicialment estrangeres i actualment també espanyoles) tenen una gran rellevància dins la graella de programació.

D'altra banda, pel que fa a la temàtica esportiva, *Atresmedia* fa una aposta clara en aquest camp. De fet, la corporació compta amb un dial (*Go! TV*) destinat únicament a l'emissió d'esdeveniments i programes esportius. D'altra banda, *Antena 3* emet totes les carreres de fórmula 1. Pel que fa pròpiament a *La Sexta*, cal dir que aquest canal compta amb els drets d'emissió dels partits de la *Liga Adelante* i, a més, durant la present temporada 2014-2015 també ha emès els partits de la classificació per la Copa del Rei de Fútbol. Doncs, aquesta és una cadena que aposta per la temàtica esportiva des dels seus inicis tant en la retransmissió de partits com en els programes dedicats a aquest àmbit.

Un bon exemple d'aquest fet és el programa *Jugones*. De la mateixa manera que *Deportes Cuatro*, en aquest cas també compten dues emissions diàries: *Jugones* i *El Chiringuito de Jugones*. Ara bé, aquests dos programes són emesos en diferents canals i tenen un format i un contingut ben diferent; l'únic que es manté és el presentador-conductor: Josep Pedrerol⁴⁹. *El chiringuito de Jugones* és una tertúlia esportiva emesa a la cadena *Neox* a partir de la mitjanit. En aquest cas, Pedrerol està acompanyat per vuit tertulians que opinen i discuteixen sobre l'actualitat futbolística (i extra-futbolística). Aquest programa és l'herència de *Punto y Pelota* que s'emetia al canal *Intereconomia* i que era dirigit i presentat

⁴⁹ Vegeu Annex 2: Trajectòria professional dels presentadors.

pel mateix Josep Pedrerol. Després de més de tres anys en antena, el dia 4 de desembre del 2013, el periodista català va ser acomiadat per la junta directiva. Pedrerol va endur-se la majoria de col·laboradors que mesos més tard conformarien *El chiringuito de Jugones* emes diàriament a Neox.



Imatge 5. Font: www.lasexta.com

Per altra banda, *Jugones* s'emet cada migdia de dilluns a divendres a *La Sexta* a partir de les 14.55 i fins a les 15.30 presentat, com dèiem, per Josep Pedrerol⁵⁰. A diferència del programa de *Cuatro*, en aquest cas l'emissió es fa entre la primera edició de *La Sexta Noticias* i *La Sexta Meteo* (informació meteorològica de la cadena). De totes maneres, també és un programa autònom i diferenciat dels altres dos apartats que de la mateixa manera han substituït la desapareguda secció d'esports que anteriorment es feia al telenotícies generalista del migdia.



Imatge 6. Font: www.lasexta.com

⁵⁰ Vegeu Annex 1: Graella de programació de *Cuatro* i *Jugones*.

6.3. Un escenari comú

Un cop exposats els dos objectes d'estudi, es pot observar que ambdós configuren una competència directa, ja que lluiten per un mateix públic objectiu. De moment, *Deportes Cuatro* li guanya la partida al programa de Josep Pedrerol, tot i que el català va augmentant la seva audiència progressivament. Tanmateix, les dues cadenes emmarquen aquests productes dins la seva graella de programació horitzontal de manera que la majoria dels telespectadors estan fidelitzats i consumeixen aquests continguts de manera habitual. A banda, també cal apuntar que en el cas de *Jugones* s'ha optat per la tècnica del punteig per tal de fer front a l'avantatge d'audiència que li treu *Deportes Cuatro*; així mentre que la cadena de *Mediaset* emet la publicitat prèvia al programa, a *La Sexta* ja han començat els titulars (diferència de pocs minuts). Tanmateix, es pot observar com les dues cadenes analitzades tenen un percentatge d'audiència similar durant tot el dia i també en la franja de la sobretaula (en la qual s'emmarquen els programes analitzats). Així doncs, malgrat que *Deportes Cuatro* li guanya la partida al programa d'*Atresmedia*, a escala general compten amb xifres d'audiències força similars (en aquest cas, *La Sexta* recuperaria el percentatge inferior que té durant el programa esportiu amb l'emissió de *Zapeando*, programa d'entreteniment que s'emet posteriorment a *Jugones*).

Audiencias por franjas				
Cadena	Total día	Madrugada (02:30-07:00)	Mañana (07:00-14:00)	Sobremesa (14:00-17:00)
	23,8%	49,3%	23,4%	21,9%
	17,2%	7,0%	18,5%	11,9%
	15,1%	3,6%	16,6%	13,1%
	8,4%	4,2%	9,3%	11,3%
	7,8%	4,5%	6,5%	11,4%
	7,8%	2,4%	8,9%	8,2%
	7,8%	13,9%	8,0%	8,3%
	5,8%	7,4%	4,9%	5,3%
	2,9%	1,4%	1,1%	5,9%
	1,1%	0,0%	0,2%	1,0%

Imatge 7. Font: www.formulatv.com

7. ANÀLISIS: ASPECTES FORMALS

Aquesta primera anàlisi se es centrarà en els aspectes generals dels programes; en aquelles característiques i elements que es mantenen immutables al llarg dels diferents capítols, ja que formen part de l'estructura formal del producte en si. Amb aquesta anàlisi es pretén establir característiques entre *Deportes Cuatro* i *Jugones* per poder extreure trets comuns bàsics.

7.1. Presentació de *Deportes Cuatro*

En primer lloc, el programa *Deportes Cuatro* s'inicia en la totalitat dels seus episodis amb imatges d'actualitat de la jornada (muntatges o imatges reals, bàsicament de futbol: Reial Madrid i F.C. Barcelona) amb la veu en off dels dos presentadors. Aquestes



Imatge 8. Font: www.cuatro.com

imatges de primer contacte duren uns 10-15 segons de mitjana. Una vegada finalitzat aquest vídeo inicial, es dona pas al plató on estan *in situ* els dos presentadors. En aquest escenari hi ha els dos presentadors: Manu Carreño i Manolo Lama (esquerra i dreta respectivament, des de l'òptica de l'espectador). Els dos periodistes presenten diàriament els continguts des de l'estudi (a excepció d'algun esdeveniment de gran rellevància, com pot ser un Mundial o Eurocopa de futbol). Tanmateix, inicialment apareixen en pla mig; asseguts (posició que no variarà al llarg de tot el programa) i recolzats en una llarga taula de vidre on també hi ha els telèfons mòbils pertinents, dos ordinadors portàtils i algun apunt imprès. A banda, hi ha una àmplia pantalla al darrere dels dos presentadors on apareixen imatges que acompanyen els titulars exposats.

Pel que fa a la vestimenta dels dos periodistes, és força senzilla i *casual*. És a dir, no vesteixen amb americana ni amb cap tipus de complement que formalitzi la seva presència. A més, tot i que sempre apareixen amb camisa, els colors varien (tons verds, blaus, vermells, etc.) i en nombroses ocasions les llueixen de mode informal (amb plecs a les mànigues, per exemple). D'altra banda, la

postura corporal és relaxada, ja que acostumen a recolzar-se amb les dues mans a la taula i sovint es mostren amb el tronc força arronsats (no apareixen amb postures tenses).

En aquest punt, la imatge dels dos conductors presentant el programa dura uns efímers segons (entre 5 i 7), ja que ràpidament es comencen a presentar els titulars. Aquesta exposició dels grans temes del dia (entre 10 i 15 notícies de mitjana) es fa amb imatges destacades i amb la veu en off de Manu Carreño i Manolo Lama. Les imatges van corrent en forma de vídeo amb el titular destacat a la part inferior de la pantalla (amb un rètol en color vermell i blanc) i amb la pertinent explicació d'un periodista o altra, ja que es van alternant les exposicions. Amb tot, els tres primers minuts de programa que es dediquen a la introducció dels continguts. Ara bé, cal dir que a diferència del que veurem amb *Jugones*, en aquest cas la careta d'entrada no separa la introducció prèvia del propi programa en sí; són els propis vídeos els que annexen un bloc amb l'altre i la careta d'entrada apareix en els primers segons de l'emissió, abans de les imatges inicials amb la veu en off dels presentadors.

Una vegada acaben els titulars, comença el programa amb un contundent "*són las tres, empezamos*". Cal dir que durant la majoria d'aquests tres minuts inicials els continguts i vídeos estan acompanyats d'una música de caire heroic/d'acció. Uns efectes sonors que depenen de la notícia exposada apugen o abaixen el to, però que en cap cas desapareixen.

En començar el programa, el pla general domina en un plató on el color vermell corporatiu està molt present. A banda, la il·luminació juga un gran paper, ja que a part dels focus de llum blanca que il·luminen a Carreño i Lama, també hi ha fluorescents blancs a la part posterior del plató acompanyats per llums i decorats vermells. En aquest cas, tan sols hi ha una pantalla de dimensions importants que recolzen la informació dels presentadors. Tot i això, a la part esquerra de l'escenari també es pot apreciar una segona pantalla amb imatges de protagonistes. Malgrat tot, durant la major part del programa domina el pla mig, per tant, aquesta segona pantalla gairebé no apareix.



Imatge 9. Font: www.cuatro.com

7.2. Presentació de *Jugones*

Jugones, a diferència de *Deportes Cuatro*, inicia el programa amb la imatge en pla mig del presentador “estrella”: Josep Pedrerol. En tots els episodis el periodista presenta els continguts des del plató, on apareix de peu, combinant



Imatge 10. Font: www.lasexta.com

la seva posició al centre i a la banda esquerra de la pantalla (vist des de l'òptica del telespectador). Pedrerol presenta de forma individual el programa, adquirint total protagonisme; el periodista apareix acompanyat per una taula llisa i senzilla de la qual inicialment només es permet veure la part superior. En aquesta descansen diversos impresos que acompanyen al presentador durant tot el programa. A més, aquests fulls acostumen a estar acompanyats per un simple bolígraf, un got d'aigua i el telèfon mòbil del propi Pedrerol. A més, darrere del conductor també es pot observar que hi ha una pantalla de dimensions importants que recolza els continguts exposats per Pedrerol, en aquest cas, amb titulars i imatges llampants (escut del Reial Madrid i titular impactant i clar: “Comunicado oficial”).

Pel que fa a la vestimenta del periodista, a diferència dels presentadors de *Deportes Cuatro*, aquesta és més formal. En els diferents programes llueix una

americana fosca (sigui negra o blau marí) acompanyada per una camisa interior sense tampoc cap detall i acostuma a ser de colors clars. La seva postura es formal, ja que apareix durant tot el programa de peu i, això si, la seva actuació és reforçada per les mans, gesticulant de forma continuada donant molt èmfasi a allò que diu moviments de les extremitats superiors. En aquest pla inicial de presentació, també s'observa el logotip del propi programa que es mantindrà durant la totalitat de l'emissió (sempre i quan no es facin connexions a l'exterior del plató).

En aquesta presentació, que dura poc més de 15 segons de mitjana, Pedrerol avança la notícia més destacable de la jornada (en gairebé la totalitat dels programes és de futbol, Reial Madrid i Barça). Cal dir que s'utilitza, per norma general, un to tens i directe sense cap tipus de música. Ara bé, apareix un efecte sonor de tensió-suspens (2 segons) que uneix l'expressió “*empezamos*” del presentador amb la careta d'entrada. Aquesta careta es manté idèntica al llarg dels diferents programes; dura poc menys de 10 segons, és impactant i juga amb el logotip de *Jugones* i la il·luminació en diferents colors. Per tant, és una combinació explosiva entre colors, moviments i música que genera sensació d'acció al telespectador, ja que vindria a ser com si el logotip viatgés dins de túnels del futur.



Imatge 11. Font: www.lasexta.com

Una vegada presentat el programa, s'obre la visió del plató: pla general. En aquest cas, les pantalles i la il·luminació juguen un paper clau. A la pantalla principal (situada darrere del presentador) se li sumen quatre televisors més (tres laterals i un frontal). Així doncs, són cinc les pantalles que repeteixen imatges i titulars de forma continuada. En el cas de la il·luminació, a banda dels focus de

llum blanca que il·luminen tot el plató, també hi ha fins a quatre barres il·luminades amb diferents tons verdosos corporatius. A banda, a la part del darrere hi ha tres franges amb petits forats de llum verda que són acompanyades amb un núvol de llum en un to blau fosc. D'aquesta manera, les pantalles i la il·luminació variada aporten un toc càlid al plató que únicament es troba ocupat per Josep Pedrerol.



Imatge 12. Font: www.lasexta.com

7.3. Trets comuns:

Una vegada analitzades les presentacions, introduccions i escenaris d'ambdós programes, es poden extreure diverses semblances i diferències entre *Deportes Cuatro* i *Jugones*. En primer lloc, els dos productes estan encapçalats per figures reconegudes dins el món periodístic esportiu; tant Manu Carreño i Manolo Lama com Josep Pedrerol actuen com a presentadors "estrelles". Els tres marquen la seva empremta d'identitat en els continguts i el programa gira entorn de les seves figures. De fet, a tall d'exemple, *Deportes Cuatro* és anomenat "*Los Manolos*" per part de la seva pròpia audiència.

D'altra banda, tot i que a *Cuatro* es comença amb vídeo-muntatges i a *La Sexta* s'inicia amb una primera presentació en la qual ja apareix Pedrerol des de plató, els dos productes utilitzen un format d'introducció força similar, tot i que la durada és diferent. En el cas de *Deportes Cuatro*, la presentació i introducció s'allarga uns 2 o 3 minuts i s'exposen diversos temes (com ja s'ha exposat: entre 10 i 15 titulars diferents de mitjana, bàsicament de futbol), en canvi, en el cas de *Jugones* la presentació i introducció dura poc més de 30 segons i tan sols

s'acostuma a presentar un sol tema. Tot i això, en els dos casos la veu dels presentadors són la peça clau d'aquest primer contacte amb l'espectador, s'utilitza un to misteriós i de suspens (en cas de prèvies i/o notícies negatives) o un to d'eufòria exacerbada (en cas de victòries i/o notícies positives) acompanyat d'una música de suspens/tensió/heroïcitat, la vestimenta és força informal (tot i que Pedrerol vesteix amb americana no arriba a la serietat que acostumen a lluir els presentadors de la majoria de telenotícies generalistes de les principals cadenes de televisió) i la il·luminació que juga un paper fonamental, ja que dóna calidesa i dinamisme al plató.

Amb tot, una posada en escena molt treballada i poc austera. Els platós segueixen una línia corporativa molt marcada (en el cas de *Deportes Cuatro* es segueixen els tons grisos i vermells, en canvi, *Jugones* opta pel color verd corporatiu). Tanmateix, ambdós segueixen una línia d'identitat clara sostinguda i personalitzada per mitjà dels anomenats presentadors "estrelles" que són els conductors del programa. En el cas de *Jugones*, cal dir que la careta d'entrada i el logotip, que es manté fins al final, reforcen aquesta senya d'identitat esmentada.

Cal dir que en la majoria d'aquestes introduccions destaca l'anomenada "última hora" o "exclusiva" on es presenta un tema que serà tractat en el cos del programa (aquest fet predomina més en el programa de *La sexta* que acostuma a anar acompanyat de "*Noticia Jugones*" recalcant amb un rètol llampant que apareix durant tota la prèvia a l'esmentada notícia). Aquesta presentació es fa envoltada d'una esfera misteriosa que barreja rètols llampants amb to de suspens per part del presentador i ràfegues de música impactant. Amb tot, una propaganda extrema d'un contingut noticiable que es deixa per més endavant, fins i tot pel final, amb la intensió de captar al telespectador. Així doncs, en aquest aspecte no es compleix el principi noticiable ni de piràmide invertida a l'hora d'exposar els continguts sinó que prima la captació d'audiència per davant dels criteris d'actualitat. Per tant, els programes adopten ja d'inici un grau de sensacionalisme que no compleix amb els principis d'informatius tradicionals d'explicar els fets més importants al començament i anar minvant l'interès a mesura que es desencadena el programa.

A banda, cal destacar una diferència molt significativa entre els dos programes, ja que *Jugones* té un apartat inamovible enmig del propi programa: l'editorial. En aquesta secció, Josep Pedrerol exposa la seva opinió respecte un tema lligat a l'estricta actualitat esportiva (eliminatòries de Champions d'un equip concret, polèmica al voltant d'un jugador o directiu específic reconegut: Leo Messi, Cristiano Ronaldo, Luis Enrique, Florentino Pérez, etc.). Aquest apartat d'opinió té una durada d'entre 1 i 2 minuts i apareix cada dia inclòs en els continguts de tots els programes de *Jugones*. Així doncs, parlem d'una secció en la qual el presentador passa a ser el protagonista; ofereix a l'espectador la seva opinió/visió respecte a un tema polèmic de forma explícita i totalment subjectiva. En aquesta línia, cal dir que *Deportes Cuatro* no compte amb cap secció explícitament d'opinió.

Ara bé, uns elements destacables del programa de Carreño i Lama són els emplaçaments publicitaris que s'exposen dins la pròpia emissió i que són presentats de la mà dels presentadors. Per tant, s'utilitza la figura de '*Los Manolos*' per comercialitzar publicitàriament (recomanen tabletas electròniques, ordinadors portàtils, tarifes d'Internet de diferents operadores, etc.).

Així doncs, uns aspectes formals que es mantenen programa darrere programa i que ja compleixen amb certes característiques del gènere *infotainment*. En aquest punt, cal destacar que la majoria de programes s'inicia amb muntatges que inclouen efectes visuals i sonors, els primers plans hi són molt presents, s'introdueix música (cal tenir en compte que la majoria de telenotícies generalistes no inclouen més música que la que actua com a acompanyament a la careta d'entrada i/o sortida), la propaganda extrema de continguts posteriors també és un recurs molt utilitzat en els dos programes exposats i els protagonistes utilitzen un to de tensió i sensacionalista que provoca la frivolitat o superficialitat als temes d'actualitat noticable.

8. BLOCS TEMÀTICS

Tant *Deportes Cuatro* com *Jugones* són dos programes que es defineixen com “esportius”, tot i que centren la majoria dels seus continguts en el món futbolístic. Dins d’aquesta gran temàtica, hi ha una espècie de bipartidisme que focalitza la majoria d’informacions entorn del Fútbol Club Barcelona i al Reial Madrid⁵¹.

En aquest punt, per tal de conèixer en detall els temes que es tracten en els dos programes objecte d’estudi i saber el percentatge de protagonisme que aquests adopten dins la totalitat del programa en si, s’han realitzat unes gràfiques que representen la mitjana de minuts dedicats a cada bloc temàtic en relació als minuts totals de programa (45 minuts totals en el cas de *Deportes Cuatro* i 30 en el cas de *Jugones*). En aquestes iconografies s’ha tingut en compte el temps total de programes que s’inclouen dins la mostra (65 capítols de cada cadena, és a dir, un total de 130 episodis).

Tanmateix, en primer lloc s’ha dividit la temàtica esportiva en 6 grans blocs:

- 1- **Futbol:** en aquest primer bloc s’inclouen totes aquelles peces en les quals es tracta i es desenvolupa temes relacionats amb aquesta modalitat esportiva. Així doncs, hi ha peces tant de competició nacional (Lliga *BBVA* i Lliga *Adelante*), com Copa del Rei, *Champions League* i futbol internacional.
- 2- **Motor:** aquest segon bloc està format per tots aquells temes relacionats amb el món de la Fórmula 1, Moto GP i *Rally Dakar*.
- 3- **Tennis:** el tercer bloc està centrat en la modalitat de tenis on s’inclouen totes aquelles informacions relacionades amb els torneigs d’aquest esport.
- 4- **Bàsquet:** el quart bloc està format per aquelles peces que giren entorn de les competicions de bàsquet ja sigui de la Lliga Endesa, Copa del Rei de Bàsquet 2015 a Canàries i NBA.
- 5- **Handbol:** aquest cinquè bloc està format per totes aquelles informacions relacionades amb l’handbol. Cal dir que aquest tema és poc tractat pels

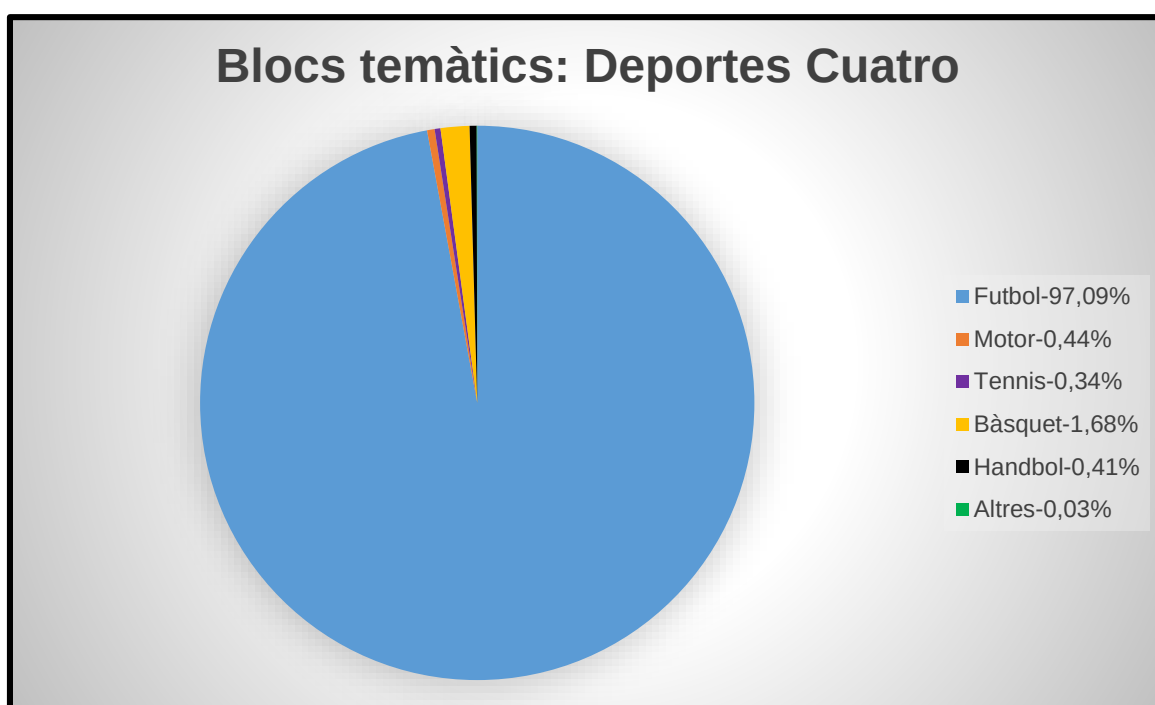
⁵¹Citats en aquest ordre en el present treball tenint en compte la classificació d’ambdós equips a la Primera Divisió del Futbol Professional a dia 1 de maig de 2015.

mitjans, però cal tenir en compte que durant els tres mesos d'estudi va esdevenir el Mundial de Qatar.

- 6- **Altres:** el darrer bloc està destinat a totes aquelles informacions esportives de modalitats diferents de les presentades anteriorment (ciclisme, natació, atletisme, waterpolo, etc.).

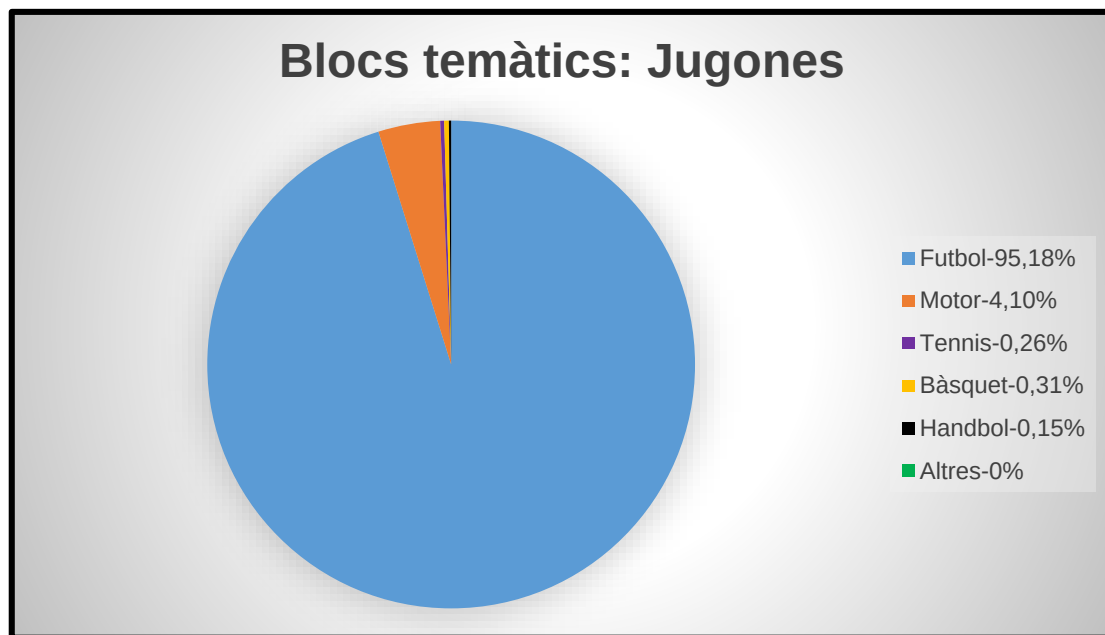
8.1. Anàlisi dels blocs temàtics: *Deportes Cuatro* i *Jugones*

A continuació s'exposen els gràfics de *Deportes Cuatro* i *Jugones* elaborats a partir de les dades extretes de l'anàlisi dels 130 programes⁵². Aquestes dades suposen un total de 2.925 minuts en el cas de *Deportes Cuatro* (65 programes x 45 minuts = 2.925 minuts totals) i 1.950 minuts en el cas de *Jugones* (65 programes x 30 minuts = 1.950 minuts totals).



Gràfic 1. Font: Elaboració pròpia

⁵² Les dades dels quatre gràfics que apareixen a continuació són presentats en percentatges totals representats en tant per cent, a l'Annex 3 es poden consultar les xifres detallades.



Gràfic 2. Font: Elaboració pròpia

Com es pot observar en els dos gràfics, tant a *Deportes Cuatro* com a *Jugones* destaca la temàtica futbolística molt per sobre de la resta. Gairebé la totalitat dels continguts del programa giren entorn del futbol: 97,09% en el cas de *Cuatro* i 95,18% en el cas de *La Sexta*. En aquest punt, l'anomenada plana poliesportiva s'emporta un protagonisme gairebé inexistent (el 2,91% restant en el cas de *Deportes Cuatro* i el 4,82% en el cas de *Jugones*). Cal esmentar que en el cas del programa de *Mediaset*, a banda del tema futbolístic, les altres seccions de forma individual no arriben a l'1% (exceptuant la secció de bàsquet que es marca un tímid 1,68%). En el cas de *Jugones*, en general les seccions tenen un percentatge encara més baix que el de la competència, tot i que cal destacar el bloc de motor que arriba a un 4,10% (en aquest fet s'explica, ja que *Atresmedia TV* compte amb els drets d'emissió de la Fórmula 1; en el seu programa, Josep Pedrerol atorga un cert protagonisme a aquesta secció, tot i que com s'observa és molt inferior tema futbolístic). En la mateixa línia, a *Deportes Cuatro* destaca per sobre de la resta de modalitats el bàsquet, ja que *Mediaset* compte amb els drets televisius de l'NBA.

Tanmateix, com es pot observar, cap modalitat esportiva actua com a competència real del futbol. Aquest és el gran tema tractat als dos programes analitzats (té un protagonisme gairebé 100 vegades superior a qualsevol altre

esport). A banda, el fet que altres modalitats tinguin una presència, encara que sigui mínima, en aquests programes es deu gairebé sempre a grans victòries i/o fets excepcionals que hagin succeït en esports diferents (salt històric dels germans Gasol a l'*all star* de l'NBA, medalla de plata de les *Guerreras* d'handbol al Mundial, accident de Fernando Alonso als entrenaments de la Fórmula 1, etc.). Pel que fa al bloc 'altres' és inexistent en els dos programes (en el cas de *Jugones* totalment inexistent i en el cas de *Deportes Cuatro* només es dedica 1 minut, l'atletisme, del total analitzat).

Ara bé, analitzant individualment els gràfics i les dades, Lama i Carreño acostumen a obrir el programa amb titulars i notícies futbolístiques en la majoria de les ocasions i només inclouen en aquesta presentació algun esdeveniment poliesportiu en el cas que hi hagi hagut algun fet de gran magnitud (accident de Fernando Alonso amb el monoplaça Honda durant les proves a Montmeló, victòria important dels germans Gasol a l'NBA, victòria de la Selecció Espanyola d'Handbol en els quarts del Mundial a Qatar, etc.). Així doncs, d'entre tots els titulars que es presenten durant la introducció (uns 15 de mitjana) un 92% són futbolístics enfront d'un 8% que són d'altres esports com ara tennis, bàsquet, Fórmula 1 o handbol.

A banda, cal destacar que durant els programes analitzats hi ha hagut alguna excepció de programes iniciats amb notícies d'altres modalitats esportives però aquests casos han estat en comptades ocasions en les quals ha tingut lloc un fet puntual i excepcional (seria el cas del dia 20 de gener del 2015 en el que la Selecció Espanyola d'Handbol va passar de fase en el Mundial de Qatar en l'últim minut gràcies a un gol de Canyelles o bé, el dia 24 de febrer del 2015 que van obrir amb l'accident de Fernando Alonso durant els tests de Montmeló a la pre-temporada). Per tant, fets excepcionals com dèiem que provoquen que un cert esport diferent del futbol estigui entre els temes destacats en portada. Malgrat tot, aquests temes no són abordats durant el primer tram de programa, ja que en el 100% dels casos els primers 35 minuts estan íntegrament destinats al futbol. Així, el tema esportiu excepcional en si, es tracta a la recta final de programa i no acostuma a superar el minut o minut i mig per peça. Cal destacar que l'única gran excepció d'entre els programes analitzats ha estat el salt dels germans Pau

i Marc Gasol a l'*all star* de l'NBA 2015, en aquest cas va ser la peça de poliesportiu més extensa dels tres mesos (4,30 minuts).

D'altra banda, centrant-nos ara en *Jugones*, cal destacar que en aquest programa es tracten menys temes que al presentat per Carreño i Lama. Així doncs, si en el cas de *Deportes Cuatro* es desenvolupen entre 10 i 17 temes diàriament, en aquest cas només es tracten 4 o 5 grans temes, tot i que amb més profunditat. Josep Pedrerol obre el programa amb un tema principal que varia depenent del dia (en el 95% dels casos és del Reial Madrid), aquest mateix tema és el que acostuma a tractar durant la primera meitat del programa i una vegada han passat aquests 15 o 20 primers minuts es desenvolupen 3 o 4 temes més (generalment segueixen sent futbolístics). Així, Pedrerol no exposa titulars i per tant, només destaca a la presentació un sol tema.

En el cas de *Jugones*, el futbol segueix sent la temàtica principal però tot i això, hi ha presència de la secció de motor (durant el període analitzat, dins d'aquesta secció només es parla de Fórmula 1). A diferència de *Cuatro* que no acostumen a obrir programa amb temes diferents del futbol, Pedrerol ho fa en certes ocasions en les quals hi ha algun tema de Fórmula 1 destacable per sobre dels temes futbolístics (és a dir, bàsicament si el Reial Madrid no té novetats i tampoc hi ha cap notícia rellevant del Barcelona). Aquest seria el cas dels dies 23 i 24 de febrer de 2015 en el que *Jugones* es va iniciar amb l'accident de Fernando Alonso. En aquests programes, Pedrerol va iniciar la presentació amb el tema de motor i el va tractar durant els primers minuts (tot i que la peça no es va allargar més de 7-8 minuts).

Pel que fa a les altres seccions esportives, cal dir que el programa de *La Sexta*, a diferència de *Deportes Cuatro*, no es fa ressò de les informacions que van sorgint dels diferents esdeveniments esportius (torneigs de tennis, classificació de Carlos Sainz al *Rally Dakar*, victòria de Serena Williams, etc.). Per tant, a excepció del futbol, el programa presentat per Pedrerol té un bloc que domina per sobre de la resta (motor), però els quatre blocs restants tenen un percentatge inferior als seus homòlegs a *Deportes Cuatro*. Així, les informacions de Fórmula 1 són exposades i també tractades a *La Sexta* mentre que a *Cuatro* només són esmentades. Tot i això, per altra banda, les informacions relacionades amb handbol, tennis, bàsquet són exposades al programa presentat per Lama i

Carreño, en canvi, són gairebé invisibles en el cas del programa d'*Atresmedia* (Pedrerol dels 65 programes analitzats, només es fa ressò en el cas del salt dels germans Gasol, en el cas de victòria de Rafa Nadal i en el cas de la victòria de la Medalla de Plata de les *Guerreras*). Així, a trets generals, podem observar que *Deportes Cuatro* exposa (només amb en peces que difícilment arriben al minut o minut i mig en les que apareixen les imatges més destacades) més esdeveniments poliesportius (sobretot en el cas del bàsquet) que el seu homòleg a *La Sexta*.

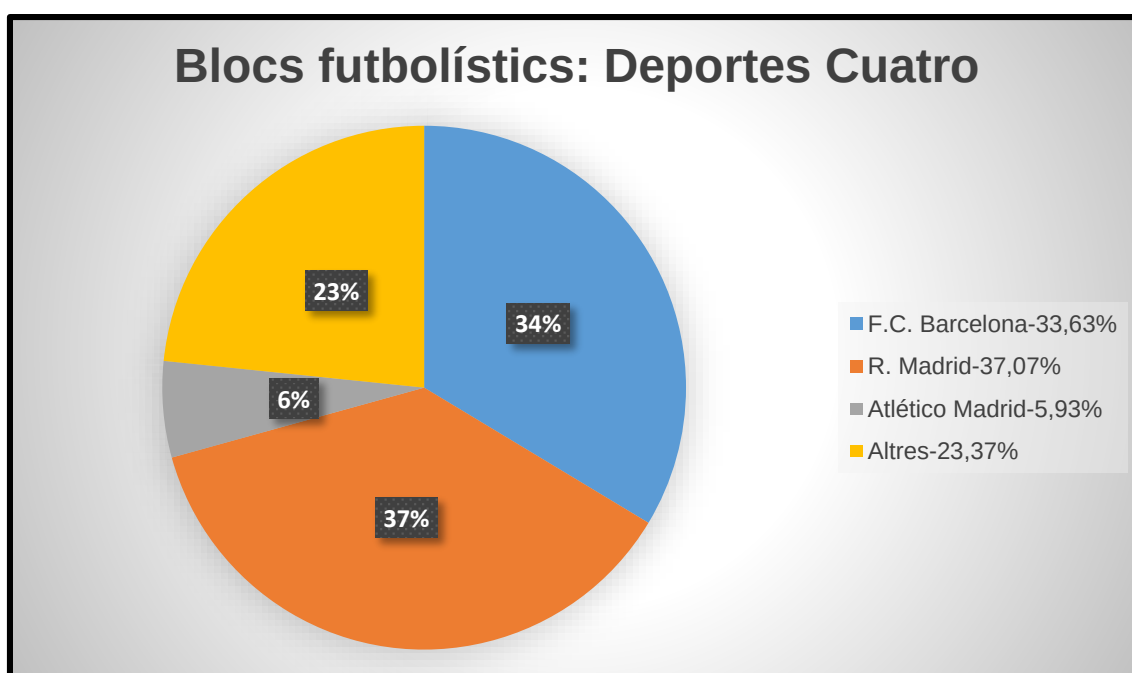
8.2. Anàlisi dels blocs futbolístics: *Deportes Cuatro* i *Jugones*

Com s'ha observat en els gràfics anteriors, en els dos programes analitzats domina el futbol molt per sobre de les altres temàtiques (més del 90% en els dos casos). Ara bé, dins d'aquest gran bloc s'ha considerat necessari fer una subdivisió, ja que hi ha predomini de dos equips per sobre de la resta: F.C. Barcelona i Reial Madrid.

Així doncs, a continuació es presenten dues gràfiques on el gran tema del futbol queda seccionat en 4 grups:

- 1- **F.C. Barcelona:** en aquest bloc s'inclouen totes aquelles informacions relacionades amb el club blaugrana, ja sigui tant temes esportius com aspectes extra-esportius (temes de presidència, vides dels jugadors, fans, etc.).
- 2- **Reial Madrid:** en aquest segon bloc s'inclouen aquells temes relacionats amb l'equip madridista, ja sigui també tant de temes esportius com extra-esportius.
- 3- **Atlético de Madrid:** en aquest tercer bloc s'inclouen totes aquelles informacions relacionades amb el club Campió de Lliga de la darrera temporada 2013-1014. S'ha considerat necessari incloure un apartat separat amb aquest equip, ja que la temporada passada va ser l'únic capaç de fer ombra els 'dos grans' conjunts espanyols. Per aquest motiu, aquesta temporada ha tingut més ressò mediàtic.

4- **Altres:** en aquest quart bloc s'inclouen les informacions relacionades amb els 17 equips restants de la Primera Divisió, així com de conjunts de categories inferiors o d'altres lligues, és a dir, l'anomenat bloc de futbol internacional. A més, també s'inclouen tots aquells temes relacionats amb aspectes extra-esportius del món futbolístic en general. Cal destacar, que en aquest bloc s'inclouen també aquells temes relacionats amb el R.C.D. Espanyol, ja que a escala catalana és, juntament amb el F.C. Barcelona, l'equip de la ciutat comtal, però a estatalment el club blanc-i-blau té una presència mínima als mitjans de comunicació (per davant del club *perico* tenen més rellevància en els programes esportius televisius estudiats les informacions d'equips amb presència europea com és el cas del Sevilla o del València).



Gràfic 3. Font: Elaboració pròpia

En el cas dels blocs futbolístics, els resultats divergeixen molt entre un programa i altre. En primer lloc, centrant-nos en *Deportes Cuatro*, observem que el Reial Madrid es posiciona primer amb un 37,07% i el F.C. Barcelona està en segona posició amb un 33,63%. Malgrat tot, aquests dos blocs estan pràcticament igualats pel que fa al temps dedicat de mitjana en cada programa. En canvi, el

bloc “altres” és el que queda en tercera posició, ja 10 punts per sota dels dos grans temes: Barça i Madrid. Cal dir, que tot i que el bloc “altres” ascendeix fins a un 23%, la diferència és molt significativa, ja que aquesta secció està formada per un gran nombre d'equips (els 17 restants de la Lliga BBVA, equips de les categories inferiors de futbol professional com la Lliga *Adelante* i d'altres lligues estrangeres com l'anglesa, alemanya, italiana i francesa).

A més, si es fa la suma de Madrid (37%) i Barcelona (33,63%%) el resultat ascendeix fins a gairebé al 71%. És a dir, tal com s'observa a la gràfica superior, pràcticament $\frac{3}{4}$ dels continguts del programa estan dedicats exclusivament a aquests dos equips que formen un autèntic bipartidisme temàtic en aquest programa. Així doncs, un programa que s'autodenomina com a “esportiu” però que seria més aviat futbolístic i centrat en aquests dos grans eixos temàtics.

D'aquest mode, veiem com de dilluns a divendres predominen els temes relacionats amb aquests dos grans equips de futbol que guanyin, empatin, perdin o fins i tot, no juguin s'emporten l'atenció principal del programa. De fet, són moltes les ocasions en les quals ni Barça ni Madrid juguen (d'aquesta manera, no caldria fer prèvies ni anàlisis post-partits) i es segueixen enduent l'atenció per sobre de victòries i esdeveniments lligats a l'estricta actualitat del món futbolístic (per posar un exemple, cada dimarts hi ha programa que s'obre amb Barça i amb Madrid, per norma general, encara que altres equips de la Lliga de Primera Divisió hagin disputat la jornada el mateix dilluns al vespre i els dos grans ho hagin fet dissabte o diumenge).

Així doncs, no se segueix el principi periodístic de noticiabilitat per escollir els temes sinó que inalterablement aquests dos blocs s'emporten el gran protagonisme. Cal destacar: l'únic cas (durant els tres mesos d'anàlisi) en els que s'altera aquesta dinàmica és a la notícia de la mort d'un ultra del Deportivo (Jimmy) en mans d'un ultra de l'Atlético de Madrid (notícies durant la primera quinzena de desembre; en els programes 9 i 10 analitzats l'apartat 'altres' ascendeix fins al 53% i 54% respectivament). Així, s'observa que ha de succeir un fet molt excepcional (assassinat, en aquest cas) perquè altres temes protagonitzin una part considerable dels continguts.

A banda, també cal dir que fins i tot aquells dies en els quals veiem que la plana poliesportiva s'emporta 3 o 4 minuts dels 45 totals és perquè hi ha esdeveniments de gran rellevància informativa lligada a l'estricta actualitat, la presentació del programa (en la majoria dels casos) i els primers minuts de programa (sempre) són pels dos grans equips. Així doncs, informació que no sigui en clau blaugrana ni en clau madridista només passa per davant en casos molt excepcionals com el cas exposat anteriorment (assassinat de l'ultra del Deportivo, o també l'accident de Fernando Alonso o del fitxatge del Fernando Torres per part de l'Atlético de Madrid). En els casos restants, aquesta informació es deixa per la segona meitat del programa on ja s'han tractat tots els temes del F.C. Barcelona i del Reial Madrid.

Una vegada coneguts els dos blocs temàtics principals, cal conèixer els temes específics que destaquen dins d'aquests equips. En aquest cas, es podrà observar a continuació, els temes a nivell general tenen trets en comú entre *Deportes Cuatro* i *Jugones* tot i que a nivell més específic divergeixen força. Ara bé, pel que fa específicament a *Deportes Cuatro*, cal dir que obren programa amb l'equip (Barça o Madrid) que tingui un fet rellevant més lligat a l'actualitat. Aquest tema en la majoria dels casos no està lligat amb l'àmbit purament futbolístic. És a dir, en nombroses ocasions un tema extra-esportiu obre el programa (titular inicial i principal). Dins d'aquest grup s'inclouen temes que poden anar des de declaracions polèmiques dels grans protagonistes (presidents, davanters de moda, entrenadors, etc.) fins a temes de la vida privada dels esportistes (sopars entre futbolistes, festes d'aniversari, compra de cases o cotxes, bodes, esbrincades sentimentals, etc.). Així doncs, hi ha un gran protagonisme de la vida privada dels futbolistes i personalitat lligades a aquests dos grans clubs. D'aquesta manera, es compleix una característica clara del gènere d'*infotainment* en la que la vida privada es converteix en interès públic i en aquest cas predominen les informacions susceptibles de crear un fort impacte i curiositat a l'espectador per sobre del principi de fet noticiable per motius merament esportius.

Les polèmiques entre les grans estrelles (sobretot, Messi i Cristiano) i els seus respectius entrenadors són un dels temes més recurrents així com la constant comparació entre l'argentí i el portuguès. Aquests temes són els que s'emporten

el major temps, ja que estan en l'ull de mira constantment; els blocs temàtics de Barça i Madrid estarien encapçalats per Messi i Cristiano. A més, cal apuntar que les informacions aportades per *Deportes Cuatro* en escasses ocasions estan centrades en l'equip, si no que s'acostuma a explicar el fet noticiable tenint a l'òptica a un jugador concret (és a dir, un partit guanyat no s'explica com la victòria d'un tot sinó que se centren en el goleador, en el porter, en l'àrbitre o en l'entrenador).

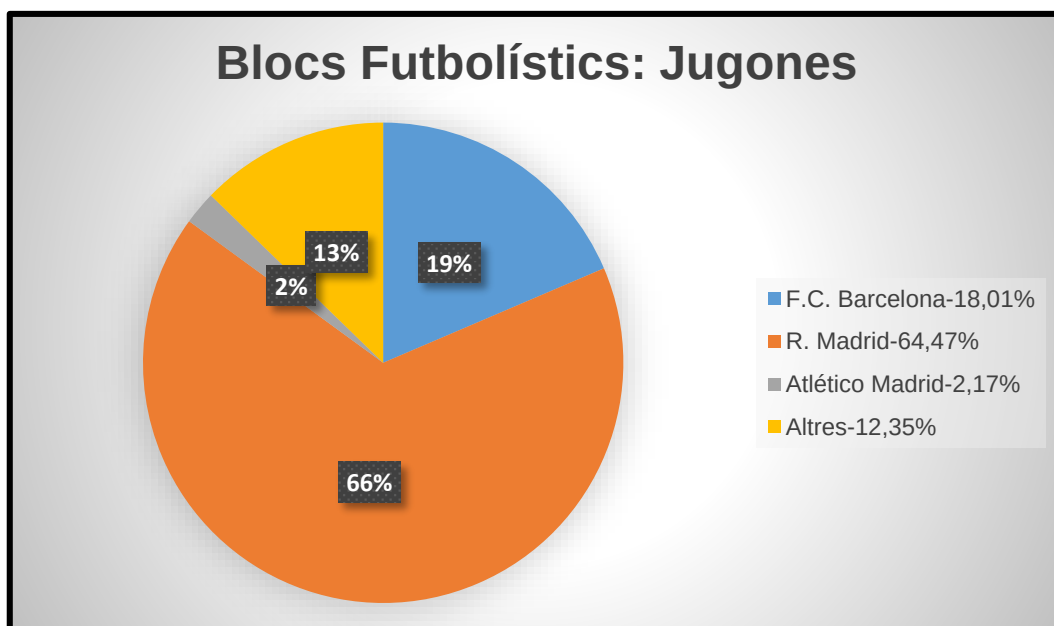
En la mateixa línia, l'anàlisi i resum del partit (que s'acostumen a fer sobretot els dilluns després de la jornada) només es presenta de manera 'neta' a la recta final del bloc temàtic. Per tant, no acostumen a obrir amb el resum de les millors jugades, gols i incidències del partit com un resum tradicional sinó que obren amb la polèmica, notícia personal rellevant o fet excepcional del partit (gol número 300 de Xavi, lesió de Luis Suárez, gol de xilena de CR7, etc.). Així doncs, l'estructura de piràmide invertida i objectivitat pròpia d'una notícia tradicional deixa lloc a una notícia que és explicada des d'un cas concret i a partir d'aquí es va obrint.

Tanmateix, a tall d'exemple, el famós crit de Cristiano Ronaldo en rebre el guardó de la Pilota d'Or va obrir el programa destacant per sobre del fet de rebre el propi guardó o per sobre de qualsevol altre fet noticiable que es produís aquell mateix dia. Un altre exemple podria ser les cares llargues de Neymar al ser substituït en un partit, aquest fet obre el programa per sobre de la victòria del propi equip o per sobre de la victòria (29 de gener del 2015). Un darrer exemple podria ser el de la festa d'aniversari de Cristiano Ronaldo; aquesta celebració va destacar per sobre de la derrota del Madrid al derbi contra el Atlético de Madrid (la mateixa nit de la festa). Així doncs, clars exemples de com aspectes extra-futbolístics li guanyen la partida a aspectes esportius.

Ara bé, el que és cert és que amb la resta d'equips (en tenir el temps més comprimit) hi ha menys espai per interpretacions i els resums dels partits són més esportius (resum de les millors jugades, dades més rellevants des de l'òptica esportiva). Tot i això, hi ha ocasions en les quals també passen els temes extra-esportius per sobre dels futbolístics (per exemple: càntics al Benito Villamarín animant el presumpte mal-tracte de Rubén Castro a la seva ex-parella).

A banda, aquells dies en què Barça i Madrid tenen temes esportius per obrir programa i ser tractats en primera instància, aquests temes són fusionats amb temes extra-esportius i sobretot, sensacionalistes. És a dir, temes esportius com lesions, declaracions d'entrenadors respecte a temes esportius, declaracions de jugadors en els postpartits, fitxatges també són tractats amb enfocament sensacionalista (per exemple, en les rodes de premsa de Luis Enrique i Ancelotti les declaracions es descontextualitzen i els enviats a les rodes de premsa formulen gairebé sempre qüestions que desperten polèmiques per tal de buscar el sensacionalisme i la tensió en les respostes dels esportistes).

Tot i això, en últim lloc cal destacar que *Deportes Cuatro* manté la neutralitat pel que fa a l'elecció dels temes, és a dir, si el Barça guanya o perd treu la notícia (exacerbant cap a positiu o negatiu però emet la informació), en el cas del Madrid passa pràcticament el mateix. Per tant, hi ha dies que el Barça s'emporta el 'càstig mediàtic' i, en canvi, hi ha dies que s'emporta la 'felicitaació exacerbada mediàtica'. Amb el Reial Madrid la dinàmica és la mateixa. Així doncs, hi ha vinculació amb l'actualitat informativa pel que fa als trets generals de la notícia en si (si el Barça goleja obre programa, si el Madrid guanya el derbi obre programa, si hi ha polèmica es treu i si hi ha un fet positiu també). Per tant, no hi ha tracte de favor cap a un dels dos equips, sinó que el tracte de favor seria cap als dos equips per igual (a diferència de *Jugones*).



Gràfic 4. Font: Elaboració pròpia

A diferència de *Deportes Cuatro*, a *Jugones* sí que destaca un bloc temàtic per sobre de la resta: Reial Madrid. En aquest cas, Pedrerol dedica un 66% dels seus continguts al club blanc, mentre que el Barça és el protagonista en un 19% del total. Així doncs, la diferència és més que significativa, ja que 2/3 del programa estan dedicats al club blanc, mentre que els tres blocs restants junts sumen la meitat que la totalitat dels continguts amb clau madridista. En aquest cas, la neutralitat temàtica és inexistent, ja que Pedrerol inicia el seu programa gairebé sempre parlant del Madrid. Per tant, de la mateixa manera que *Cuatro*, només s'altera aquesta generalització en el cas que esdevingui algun fet molt excepcional (durant els tres mesos analitzats només va passar amb l'assassinat de l'ultra del Deportivo Jimmy i amb l'accident de Fernando Alonso en el McLaren-Honda durant els tests previs al Mundial).

D'aquesta manera, veiem una clara davallada del Barça respecte a *Deportes Cuatro*; en el cas del programa de Lama i Carreño ascendia fins al 34% i en aquest cas només arriba al 17% de mitjana total. Aquesta davallada també hi és en el bloc 'altres' que perden 10 punts respecte al programa de *Mediaset*. Així doncs, *Jugones* és un programa destinat bàsicament a temes del Reial Madrid i de fet, el Barça té protagonisme, en gran mesura, pels temes de comparativa constant entre Leo Messi i Cristiano Ronaldo.

En la mateixa línia que *Deportes Cuatro*, en el programa de *La Sexta* hi predominen els temes extra-esportius. De fet, com s'ha dit gairebé sempreobre el tema del Madrid però en alguns casos també ho fa el Barça. Aquestes ocasions no van lligades a l'actualitat informativa sinó que apareixen d'inici quan temes polèmics o negatius blaugranes surten a la llum. En canvi, els temes del Reial Madrid que obren acostumen a ser aspectes positius i beneficiosos pel club blanc, ja que quan no és així solen ser tractats de manera més superficial i sense aprofundir. Així doncs, el principi de noticiabilitat queda qüestionat en aquest programa de manera més exagerada que en el programa de *Cuatro*.

D'altra banda, com dèiem, els temes extra-esportius solen ser els protagonistes. Les notícies (igual que a *Deportes Cuatro*) s'expliquen centrades en un personatge (sobretot, Ronaldo i Florentino Pérez). D'aquesta manera, cada tema és tractat en profunditat i de manera interpretativa però sempre focalitzant la informació en un protagonista clar. Així, els temes són explicats en clau

madridista exaltant les informacions esportives del club blanc. Aquesta dinàmica només es trenca en els casos en els quals cal explicar temes negatius o polèmics del Madrid necessàriament (per exemple, tots els mitjans van publicar la famosa festa d'aniversari de Cristiano Ronaldo així que *Jugones* també va haver-ho d'emetre).

Malgrat tot, en aquests casos es fa incidència en el fet de separar la notícia en si del propi club. Per exemple, CR7 en un moment determinat a fet la festa però no té res a veure amb l'entitat madridista que no estava al corrent del fet. "*Cristiano será sancionado*"). En canvi, dos dies després Gerard Piqué i Messi van anar al Casino de Barcelona i aquesta notícia va ser exposada en el programa de Pedrerol generalitzant el fet a tot l'equip del Barça ("*Muchos jugadores del Barça juegan en el Casino*").

A més, a *Jugones* destaca molt el recurs d'anunciar un contingut inèdit, "*Exclusiva Jugones*". Moltes vegades es fa propaganda d'aquesta informació i no és fins a meitat del programa quan es desenvolupa el tema. Cal dir, que a vegades aquest contingut no compleix amb el que s'anunciava de forma reiterada. D'altres vegades, la notícia és considerada tan important que se li dedica gran part del programa (amb el rètol d'exclusiva en vermell llampant apareixent fins a l'últim moment). Alguns exemples d'aquest darrer cas podrien ser el programa dedicat gairebé íntegrament a la no-renovació d'Iker Casillas i a la seva sortida al final de temporada (segons Pedrerol marxarà al club anglès Arsenal) o la notícia en la que s'assegurava que Leo Messi no seguiria en el Barça l'any vinent en el cas que Luis Enrique també seguís, ja que el crack argentí havia posat entre les cordes al President blaugrana ("*O Lucho o yo*", afirmava Messi segons Pedrerol). En ambdós casos parlem d'informacions en les quals no es donen les fonts, ja que en principi és "*Exclusiva Jugones*" i les signen ells mateixos. De qualsevol manera, dues informacions (a tall d'exemple) que de moment no estan verificades i que en el segon cas ha estat desmentida a vegades pel propi protagonista dels fets (Leo Messi).



Imatge 13. Font: www.lasexta.com

Per tant, no es segueix el principi ni de noticibalitat ni de neutralitat en cap dels dos programes analitzats, però en aquest cas el cercle es tanca encara més. De la mateixa manera, els temes futbolístics són tractats al final del bloc i en aquest cas, els resums dels partits en moltes ocasions ni apareixen. Es limiten a exposar les imatges dels gols (sense contextualitzar-los i sense explicar ni comentar la jugada), amb l'excepció de jugades o gols molt rellevants que llavors sí que poden arribar-se a comentar més explícitament.

9. LLENGUATGE

En aquest apartat de l'anàlisi centrarem el focus en el llenguatge empleat pels diferents programes a l'hora de presentar i explicar els diferents continguts. Per això, s'ha realitzat un estudi de les expressions més utilitzades durant la presentació i el tancament així com les empleades a les notícies en si.

En primer lloc, cal marcar una diferència clara entre *Deportes Cuatro* i *Jugones*, ja que en el cas de Carreño i Lama el to és molt més relaxat i inclús de conversa entre ells dos (en la majoria dels casos) i en canvi, en el cas de Pedrerol el to acostuma a ser molt més formal i unidireccional (dirigit a l'audiència; acostuma a tenir la mirada fixa i penetrant cap a la càmera que l'enfoca en primer pla). Tot i això, les expressions que s'utilitzen i el to de les peces és molt semblant, ja que en els dos casos destaca el to alarmista i de tensió en la veu en off dels vídeos i les expressions per part dels presentadors són molt opinatives i interpretatives en gairebé totes les notícies.

D'aquesta manera, l'única gran diferència que podríem establir pel que fa al llenguatge empleat és que a *Deportes Cuatro* el to és molt més relaxat i de conversa (entre els dos presentadors però també quan un d'ells es dirigeix a l'audiència), la postura corporal (tractada anteriorment) acompanya aquest to i aquesta manera de dirigir-se a l'audiència, ja que és un tot (es mostren més informals i inclús hi ha rialles còmplices a vegades). En canvi, Pedrerol utilitza un to molt més formal amb una entonació lineal que aporta més serietat als temes. La postura corporal en aquest cas també ajuda, ja que el presentador de *La Sexta* està a peu dret, amb una postura ben recta.

Malgrat això, es poden establir moltes similituds en relació a les expressions, termes i vocabulari empleats pels dos programes, ja que el to alarmista hi és present en la majoria dels casos.

En el cas de *Deportes Cuatro* aquest to alarmista és presentat de manera menys formal que a *Jugones*, però al cap i a la fi amb to formal o més informal l'entonació alarmista sempre hi acostuma a ser. Per tal d'exemplificar això, s'ha extret una sèrie d'expressions que són repetides en diversos programes de cada cadena televisiva. Pel que fa a *Deportes Cuatro* alguns exemples clars podrien ser: "*¡Ojo a la noticia!*", "*¡Bombazo!*", "*¡Saltan chispas!*", "*¡No os preocupéis,*

afortunadamente nuestro hombre está bien”, “Pudo ser mucho más”, “Desastre culé”, “Derbi de titanes”, “Conflicto sin solución”, “Victoria, pero que victoria... ¡Victoria muy cara!”, “Vuelve el bicho”, etc. Totes elles expressions que per si soles ja són alarmistes però si es contextualitzen i s’entonen com es fa al programa encara adquireixen un alarmisme, tensió, suspens major. Aquestes expressions destaquen molt als titulars (sempre buscant l’impacte del telespectador amb títols llampants) i a les expressions dels periodistes que posen les veus en *off* de les peces (acompanyades amb efectes sonors, rètols llampants, vermells sobretot, i muntatges visuals que exageren aquest to alarmista).



Imatge 14. Font: www.cuatro.com



Imatge 15. Font: www.cuatro.com

En el cas de *Jugones* aquesta dinàmica alarmista és manté. En aquest cas Pedrerol utilitza un to més formal però igual de tens, o més, que en el cas de *Cuatro*. A banda d'utilitzar titulars amb expressions i entonació molt alarmista, els narradors en veu en *off* dels vídeos també utilitzen aquesta tècnica. Alguns exemples podrien ser: *“Bicho en acción”, “¿Dijo Iker la verdad? En Jugones analizamos los gestos no-verbales”, “Nada calma al Cholo”, “¿Qué le pasa al Barça? Desanimo general”, “La lista negra del Barça”, “El enfado de Cristiano”, “Leo Messi insulta al árbitro”, “¿Quién tiene la culpa de la crisis?”*, etc. Així doncs, com s’observa, unes expressions que només de forma escrita ja despertarien curiositat i interès al telespectador, si se li suma l’entonació a l’hora de ser mencionades i la música/efectes sonors que les acompanyen la tensió, suspens i el sensacionalisme encara creix més.



Imatge 16. Font: www.lasexta.com



Imatge 17. Font: www.lasexta.com

Ara bé, a banda d'aquest to alarmista empleat per ambdós programes, hi ha altres aspectes del llenguatge que caldria destacar. Tant *Deportes Cuatro* com *Jugones* destaca per utilitzar unes expressions on les comparacions, les metàfores i els adjectius hi són molt presents. Pel que fa al programa de *Cuatro* podem exemplificar aquest fet amb expressions com: “*Energúmeno*”, “*Son escoria*”, “*Salvajes*” (adjectius per definir als ultres del Front Atlètic i del Deportivo), “*Kokekaminos*” (adjectiu per descriure al jugador Koke del Atlètic de Madrid), “*Messi hoy se ha cagado*” (eludint que no va anar a l’entrenament a porta oberta, ja que tenia gastroenteritis), “*300 partidos de Ramos en el templo*” (s'utilitza el terme temple per definir l’Estadi del Reial Madrid), “*El año de los dioses*” (s'utilitza la paraula déu per adjectivar a Cristiano i a Messi), “*CR7 conquista Marruecos*” (s'utilitza una metàfora per fer referència al bon partit de Cristiano al Mundial de Clubs), etc.

D'altra banda, aquesta tècnica també és utilitzada a *Jugones*: “*La zona técnica no es una jaula capaz de encerrar al Cholo*” (es compara una gàbia amb l'àrea tècnica d'un camp de futbol), “*El bueno de Pep abandonó el barco cuando notó que empezaba a hacer aguas*” (per una banda s'utilitza l'adjectiu “bueno” de forma sarcàstica i irònica, i per altra banda, es compara l'equip amb un vaixell, metàfora), “*La entrevista más sincera de Cristiano*” (s'utilitza el comparatiu superlatiu ‘la més sincera’ per emfatitzar el contingut de l'entrevista), “*La bomba Iker*” (metàfora de l'esbrincada de Iker Casillas), “*Imágenes brutales*” (adjectiu) “*La relación equipo y afición esta noche debe ser como una comunión*”

(comparativa y expressió metafòrica en relació a les piulades de l'afició madridista al seu equip), etc.

Així doncs, uns titulars i unes expressions en les quals hi ha molta interpretació i opinió per part dels presentadors i periodistes que narren els fets. A banda, també hi ha moltes preguntes retòriques que apropen al telespectador, ja que són qüestions que es llancen des de plató amb la intenció de fer participar a l'audiència (tot i que és evident que no rebran resposta). Aquest aspecte de les preguntes retòriques és molt utilitzat, sobretot, per Josep Pedrerol ja que en el cas de Carreño i Lama les preguntes són contestades pel company (és a dir, un dels dos fa la fórmula a l'aire però rep la resposta del company que també està al plató).

D'altra banda, les expressions col·loquials i les opinions explícites també hi són molt presents. Pel que fa a *Deportes Cuatro* alguns exemples podrien ser els següents: "*Aunque el Madrid pinchó...*" (expressió col·loquial), "*El que tuvo retuvo*" (dita popular), "*Yo creo que estaba cabreado*" (opinió clara i expressió col·loquial), "*Sevilla tiene un color especial*" (en relació a la coneguda cançó que parla de la capital andalusa), "*Hay que ser cobarde e imbécil*" (expressió col·loquial, insults i opinió), "*Aquí no hay ni trampa ni cartón*" (expressió col·loquial), "*¿Nos están vacilando?*" (pregunta retòrica i expressió col·loquial), "*Yo creo que fue penalti*" (opinió obertament), etc.

Pel que fa a *Jugones* podríem exemplificar l'ús d'aquesta tècnica amb els següents exemples: "*El muro infranqueable del Madrid*" (expressió col·loquial), "*¡Qué extraordinaria parada!*" (expressió en la qual es mostra clarament l'opinió), "*Los jugadores tiene que estar a la altura*" (expressió col·loquial), "*Tela marinera con los ultras*" (expressió molt col·loquial), "*El Barça está roto*" (opinió i expressió col·loquial), "*Ni bronca ni reacción*" (expressió col·loquial), "*Yo creo que no fue penalti, yo no vi nada*" (expressió en la qual es manifesta l'opinió obertament), etc.

Així doncs, com s'ha analitzat, ambdós programes utilitzen unes tècniques de llenguatge que s'allunyen molt del gènere informatiu tradicional, ja que la interpretació i l'opinió estan molt presents, d'una manera o altra, en totes les informacions que s'exposen. En alguns casos, l'opinió es plasma de manera

explícita i en d'altres ocasions es fa a través de comparacions, metàfores, expressions col·loquials i altres recursos que allunyen les notícies de l'objectivitat i la neutralitat de forma clara. En la mateixa línia, el to empleat juntament amb les expressions i vocabulari utilitzat evidencien el caràcter sensacionalista i alarmista de les informacions que conformen la totalitat del programa. Així, aquestes notícies s'apropen per la seva forma i, en certs aspectes també pel contingut, a la vessant d'entreteniment. Tenint en compte tot això, podem veure que es compleixen moltes de les característiques pròpies del gènere *infotainment* pel que fa al llenguatge.

10. ANÀlisi DETALLAT DE LES PECES

Una vegada analitzats els aspectes generals dels programes en sí, procedirem a fer una anàlisi de les diferents peces que apareixen al llarg dels diferents programes que actuen com a mostra, és a dir, seleccionarem les peces més destacades dels episodis d'entre l'1 de desembre del 2014 i el 28 de febrer del 2015. Amb aquesta darrera anàlisi es podrà valorar tant el contingut en si com les diferents tècniques que aquests programes utilitzen a l'hora d'exposar les diferents notícies que conformen el producte final (muntatges sonors, manipulació visual, connexions en directe, fonts utilitzades, periodista com a font principal, etc.).

En aquesta línia, s'han analitzats els programes, seleccionant aquelles peces més significatives de les quals s'han analitzat els següents apartats:

DEPORTES CUATRO/ JUGONES – Núm. de peça	
1-	TEMA:
2-	TITULAR:
3-	FONT PRINCIPAL:
4-	PERIODISTA FONT?
5-	HI HA DECLARACIONS?
6-	MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?
7-	MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?
8-	PLANS PREDOMINANTS?
9-	CONNEXIÓ EN DIRECTE?

Taula 1. Font: Elaboració pròpia

10.1. El tractament de les peces a *Deportes Cuatro*

Així doncs, en aquesta darrera anàlisi també podem establir trets diferencials i aspectes comuns entre ambdós programes. En primer lloc, pel que respecta a *Desportes Cuatro* cal destacar el gran nombre de muntatges tan visuals i sonors en la gran majoria de les seves notícies. Pràcticament totes les peces van acompanyades d'imatges que han estat manipulades (càmera lenta, càmera ràpida, zoom in, imatges de ficció, etc.) i totes i cada una de les notícies van acompanyades de música i/o efectes sonors. Així doncs, durant el període analitzat no hi ha cap peça sencera exposada sense música o sense so ambient alterat. A més, les imatges (a excepció dels resums dels partits que tal com hem

apuntat abans aquests són escassos) són post-produïdes amb la intenció d'emfatitzar certs aspectes que de no ser tractades serien pràcticament inapreciables (botes d'un jugador, cares d'emprenyament d'algun esportista, gesticulació d'un futbolista dins el terreny de joc, accions d'algun aficionat concret, etc.).

D'aquesta manera, a diferència de *Jugones* tal com veurem a continuació, *Deportes Cuatro* és un programa que manipula visualment i sonorament totes les seves peces per tal d'emfatitzar i exacerbar certs aspectes de la notícia que es consideren rellevants. En aquesta línia, el treball de post-producció de les imatges i la informació inicial és molt potent, ja que hi ha una gran tasca de remodelació abans que les imatges surtin publicades. Cada notícia és acompanyada de música, un so que ajuda a crear expectació juntament amb el to alarmista, sensacionalista, de tensió, d'alegria exacerbada que s'utilitzi depenent del contingut. Així, en aquest programa podem escoltar des de música pròpiament de tensió fins a bandes sonores de conegudes pel·lícules o sèries com *Verano Azul*, *Indiana Jones*, *Titanic*, *300*, etc. En aquests casos, la música està molt ben trobada i jugar un paper vital dins el propi contingut; el so que acompanya a les imatges ajuda a emfatitzar allò que es vol dir i en totes les ocasions té gran correlació amb les imatges, ja que s'aconsegueix que apareguin com un 'tot' (unitat i coherència).

Tot i això, malgrat que sempre estiguin lligats amb notícies d'actualitat esportiva (i extra-esportiva) són peces que barregen imatges reals i so d'ambient amb aspectes totalment de ficció (imatges extretes de pel·lícules). Aquests aspectes de ficció són manipulats per tal d'adaptar-los a la realitat explicada (se li canvia la cara als personatges de les pel·lícules pels rostres dels futbolistes, s'alternen imatges de pel·lícules o series amb imatges reals de partits, s'inclouen imatges de paisatges idíl·lics pre-dissenyats en els quals se situa als esportistes reals, etc.). Totes elles manipulacions que el personal del programa inventa per tal de donar-li la volta a les informacions reals i així crear impacte en l'espectador (teatralització i espectacularització). També cal destacar que a banda d'aquelles notícies en les que apareixen aquests muntatges de ficció, també hi ha d'altres que la manipulació segueix present però aquest cas ho fan amb imatges reals alterades. És a dir, predomini del *zoom in* de manera reiterada amb un cert

aspecte que es vol destacar (cara del jugador, múscul, peu, bota, mà, etc.), repetició d'una imatge polèmica, plans detalls de diferents objectes (copa, pilota, xiulet, etc.), passar jugades o accions polèmiques a càmera lenta (falta, penal, gol, esbrincades, xiulades dels aficionats, etc.), entre d'altres.

Com bé s'ha dit, a *Deportes Cuatro* aquestes tècniques són utilitzades en tots i cada un dels programes. Així, es poden veure exemplificats aquests aspectes en els següents casos:

- Prèvia partit Reial Madrid-Celta (5/12/2014): sota el titular "*300 partidos de Ramos en el templo*", s'exposa un muntatge que compara el tràiler de la pel·lícula bèl·lica *300* amb els 300 partits de Sergio Ramos en el Bernabéu (Sergio Ramos representa l'espartà, així es posa la cara del central madridista al cos del protagonista de la coneguda pel·lícula). A més, aquestes imatges van acompanyades de música de la banda sonora de la pròpia pel·lícula (so de tensió que va accelerant a mesura que avancen les imatges).



Imatge 18. Font: www.cuatro.com

- Pel que respecta al delicat tema de les represàlies per la mort de l'ultra del Deportivo, Jimmy, *Deportes Cuatro* titula la notícia "*Operación Neptuno (16/12/14): intentar acabar con los ultras*". Aquesta notícia es presenta amb música de tensió que recorda a la banda sonora pròpia d'una pel·lícula d'acció. Així, música i imatges s'uneixen per donar tensió al tema de la investigació per la mort. A més, pel que fa a les imatges hi ha manipulació. Per una banda, imatges repetides del cos sense vida de Jimmy més de 15 dies després de la mort. En segon lloc, muntatge com si fos un documental d'investigació però amb declaracions i imatges frívols (cambrers dels bars de la zona, taques de sang, furgons de

policies, ambulància). Per tant, parlem d'una notícia de 'successos' que en aquest cas es tracten de manera frívola tant pel que fa a la pròpia narració del periodista com pel que fa a les imatges i a la música que formen la notícia.



Imatge 19. Font: www.cuatro.com



Imatge 20. Font: www.cuatro.com

- Pel que fa al tema de possible crisi pels resultats del Barça, *Deportes Cuatro* va titular aquesta peça “*Luis Enrique en el punto de mira*” (05/01/15): en aquest cas van optar per presentar la informació amb un muntatge titulat “¿Divorcio?” en el que apareixien Messi i Luis Enrique en una fotografia dels dos trencada per la meitat. La informació seguia amb música de tensió i suspens acompanyant imatges polèmiques (imatges de faltes del darrer partit repartides i amb cares de l'entrenador des de la banqueta preocupat). A més, en aquesta mateixa peça també es tractava el tema de la relació de l'argentí amb els seus companys a través d'imatges de Messi i Piqué de les quals es feia un doblatge fent paròdia de la conversa entre els dos jugadors asseguts a la banqueta durant el partit.



Imatge 22. Font: www.cuatro.com



Imatge 23. Font: www.cuatro.com



Imatge 24. Font: www.cuatro.com

- Tema de Messi i Cristiano / Presumpte frau fiscal de Messi a Hisenda / Disputa per la Pilota d'Or / Disputa per la classificació de millor porter de la Lliga. La notícia compara en diferents aspectes al Barça i al Madrid, destacant els temes extra-esportius com la relació dels jugadors amb Hisenda i les disputes d'aquests fora del terreny de joc (12/01/15 i 13/01/15): sota el titular *"El año de los dioses, ¿Quién ha hecho mayor año, Cristiano o Messi?"*, s'exposa un muntatge en el que Messi i Cristiano apareixen en el cel difuminats asseguts en els núvols comparant als dos futbolistes amb "déus" (metàfora). A més, després també es manipulen les imatges, aquestes apareixen en repetides ocasions els gols dels dos futbolistes, cartell de l'acte d'entrega de la Pilota d'Or amb les cares de Messi i Cristiano de fons (música ressalta aquest muntatge de les imatges). A aquestes imatges les acompanya música de la pel·lícula d'*Indiana Jones* al primer tram i música de tensió i eufòria segon tram.



Imatge 25. Font: www.cuatro.com



Imatge 26. Font: www.cuatro.com

- Pel que fa als bons resultats del trident Messi-Neymar-Suárez, *Deportes Cuatro* titulava *"Los tres tenores ya entonan"* (09/02/2015): en aquest cas, el muntatge que es fa la representació dels tres davanter blaugranes com

si fossin tenors d'òpera. A aquestes imatges de tres tenors amb les cares dels futbolistes les acompanya música pròpia d'òpera. Així, es fa una metàfora que compara la bona relació esportiva d'aquests tres futbolistes al camp amb la bona entonació de cantants.



Imatge 27. Font: www.cuatro.com

Així doncs, amb aquests exemples representatius de les tècniques utilitzades per presentar la informació a *Deportes Cuatro* es pot observar que la recerca de la teatralització i el sensacionalisme està a l'ordre del dia. En aquest sentit, sempre que el contingut informatiu ho permet es manipulen les imatges exacerbant així certs aspectes per tal de donar emotivitat a les notícies. D'aquesta manera, es veu vinculat el tema de la personalització de les imatges (apuntat anteriorment) amb el tema de fer espectacle amb les informacions. Per tant, a tall d'exemple, el tema que un equip estigui passant per una dinàmica negativa de resultats es transformarà en una posada en escena en la qual els protagonistes més mediàtics d'aquest equip seran objecte de paròdia i sàtira així com d'exaltació pel que respecta als temes més polèmics i mediàtics d'aquesta problemàtica (encara que no siguin temes futbolístics). En aquest cas, els futbolistes es sobre-personalitzen posant molt èmfasi en els seus sentiments personals i en les seves reaccions davant dels fets (tant positius com negatius).

Ara bé, tot això no són més que tècniques utilitzades pel programa per tal de crear interès en l'audiència a través del sensacionalisme de les informacions. Tanmateix, cal destacar la frivolitzaió a l'hora de tractar temes delicats (mort ultra del Deportivo o accidents amb víctimes en lligues estrangeres, per exemple) en els que les imatges impactants són repetides una vegada darrera altra sense

tenir en compte els danys que aquestes poden provocar en familiars de les víctimes.

En la mateixa línia, la font principal acostuma a ser el periodista que narra amb la veu en *off* la informació. En aquest cas, les veus dels implicats no acostumen a sortir (a excepció de rodes de premsa oficials i declaracions en zona mixta) i les informacions en moltes ocasions no són contrastades. De la mateixa manera, els rumors i informacions *vox populi* són exposades com a informacions verídiques i com a notícies formals (fitxatges, lesions, polèmiques dins el vestuari, etc.). Tot això, allunya els continguts informatius del principi de veracitat i objectivitat i els apropa al sensacionalisme. En aquest cas, es faria patent el 'tot val' per tal de crear impacte en l'audiència i aconseguir l'exclusivitat en certs temes futurs (cessió d'algun membre de la directiva o cos tècnic, fitxatge, arribada d'un nou jugador o membre tècnic, denúncies o infraccions, etc.). Amb tot, s'observa que la contraposició de versions i diversitat de fonts no es dona a les notícies d'aquest programa. A més, a vegades hi ha declaracions (mort de Jimmy, per exemple) que són versions que no res més que polèmica i que en la majoria de casos són persones que busquen protagonisme i que no ofereixen qualitat ni veracitat al contingut en si (veïns del presumpte assassí de l'ultra del Deportivo o pacient de l'Hospital en el qual va ser ingressat Fernando Alonso després del seu accident, per exemple).

Tot l'exposat anteriorment es veu reforçat amb el tipus de plans que predominen. En aquest cas, parlem de plans detalls i primers plans que emfatitzen allò que es tracta. En aquests casos s'exalta la personalització de la informació centrada en una única persona. A més, redueix les informacions als detalls (expressions de la cara d'un jugador en concret, cop de puny d'un entrenador enfadat, mirada entre dos futbolistes al túnel de vestidors, botes noves d'un jugador en especial, etc.). Amb tot, una tècnica que ajuda a exaltar un aspecte concret (normalment polèmic), ja que se centra l'atenció de l'espectador en allò que interessa destacar. D'altra banda, cal destacar que la tècnica del *zoom in* és molt utilitzada per apropar del pla mig o primer pla al pla detall o primeríssim primer pla. D'aquesta manera, se situa l'espectador i immediatament es va acompanyant l'atenció d'aquest cap al punt que interessa tancant el camp de visionat.

Per últim, tal com ja s'ha exposat als apartats anteriors, els titulars juguen també un paper clau. Aquests acostumen a ser més llampanys i especulatius que informatius; es juga amb les paraules creant titulars creatius que criden l'atenció del telespectador ("divorcio", "punto de mira", "crisis", "agresión", "batalla", "guerra", etc.) totes elles expressions que si descontextualitzades ja tenen un fort impacte al receptor, contextualitzades dins de muntatges que apareixen amb imatges llampanys, to emotiu i música espectacular creen interès i tensió a l'espectador; enganxen a l'audiència.

10.2. El tractament de les peces a *Jugones*

Una vegada analitzat el tractament que es fa de les peces informatives al programa *Deportes Cuatro*, podem analitzar les tècniques utilitzades pel programa de Josep Pedrerol. A *Jugones* no predominen tant els muntatges creats a partir de la combinació entre imatges fictícies i reals, com és el cas del programa presentat per Carreño i Lama. En aquest cas, Pedrerol aposta per la utilització de to més formal (aspecte que es veu reforçat per a la postura corporal i el vestuari del presentador). Aquest fet dóna una primera aparença de programa serio, tot i que no és més que una posada en escena que busca l'espectacularitat, la personalització i la teatralització.

Malgrat que els muntatges no siguin tan recurrents com en el cas de *Cuatro*, a *Jugones* també hi ha notícies que apareixen utilitzant aquest tipus de manipulació creativa. En aquest cas, els rols es reparteixen, i en lloc de ser escenificat per tot l'equip de periodistes del programa, són només els narradors dels vídeos amb veu en *off* els qui parodien les imatges, narren els muntatges i canvien el to depenent de les situacions. En aquest sentit, els periodistes que posen la veu en els vídeos i expliquen les notícies, són els mateixos que adopten un to enfàtic, dramàtic, cridaner, distens, etc. En canvi, Pedrerol (des de plató) utilitza un to autoritari i formal pràcticament en tots els programes i només en comptades ocasions passa a formar part de l'exposició d'aquests muntatges de ficció. En canvi, en el cas de *Deportes Cuatro* tant els *Manolos* com els periodistes que narren els vídeos amb veu en *off* parodien les imatges i els

muntatges utilitzant un to diferent segons el contingut d'aquesta posada en escena (emfàtic, tens, dramàtic, burlesc, etc.).

Tot i això, la manipulació de les imatges són tècniques igual d'utilitzades tant al programa de *Cuatro* com al de *La Sexta* (a l'hora de ralentitzar certes captures, repetir constantment alguna jugada polèmica, utilitzar el *zoom in* en situacions d'esbrincades, faltes, penals, cares violentes de jugadors, entre d'altres). Pedrerol, tal com s'ha exposat anteriorment, emfatitza molt sobre algun tema concret i/o sobre algun personatge en especial. En aquest punt, cal destacar que les tècniques visuals i sonores (música sobretot de tensió i al·legòrica) són utilitzades durant gairebé tot el programa. En aquest cas, a més dels muntatges en els quals es barreja ficció amb imatges reals, també s'utilitzen moltes altres tècniques com la descontextualització de les imatges i la repetició d'aquestes escollint aquelles més impactants i polèmiques. A la vegada, els efectes sonors i la música també acompanyen a aquesta manipulació visual, de manera que ajuda a emfatitzar i fer espectacle a l'hora d'exposar les informacions. Cal destacar, que els titulars exposats en rètols també juguen un paper molt important per tal d'impactar al telespectador.

Per tal de plasmar aquests aspectes, a continuació s'exposen diferents exemples, tots ells de programes analitzats durant el període de temps de l'1 de desembre del 2014 al 28 de febrer del 2015:

- En relació al tema del partit entre l'Atlético de Madrid i el Reial Madrid en la Copa del Rei podem extreure un exemple, ja que sota el titular (8/01/15): "*El enfado de Cristiano con las cámaras*" apareixien imatges manipulades acompanyades de música de tensió. A la repetició d'imatges de Cristiano amb les cares del portuguès més polèmiques se li suma la música de tensió/ suspens que va guanyant intensitat a mesura que avança la peça en concordança amb les imatges de Cristiano i Coentrao. Repetició imatges en primeríssim primer pla de Cristiano a la vegada que la música de tensió puja.



Imatge 28. Font: www.lasexta.com

- Pel que fa a la possible polèmica que va haver-hi entre Luis Enrique i alguns dels seus jugadors a finals del desembre i principi d'any, *Jugones* va tractar el tema en diversos dels seus programes. En aquest cas, en un d'ells titulava (14/01/15): "*Luis Enrique harto de la prensa*". Tanmateix, en aquesta peça es van manipular les imatges de les declaracions de Lucho en roda de premsa. De fet, la imatge que apareix a continuació (Imatge 29) originàriament durava 1 segons, però des de *Jugones* es va decidir aturar-la en aquest segon i deixar-la immòbil durant 10 segons amb música de suspens de fons mentre les preguntes dels periodistes s'anaven formulant al tècnic blaugrana.



Imatge 29. Font: www.lasexta.com

- En relació al tema victòria del guardó de la Pilota d'Or per part de Cristiano Ronaldo, *Jugones* titulava (15/01/2015): "*No tenemos sentido del humor*" (referint-se al crit de Ronaldo al recollir el premi). En aquest cas, les imatges apareixien a càmera ràpida, escollint aquelles imatges de les cares de les personalitats d'equips contraris (Barça sobretot) series i

acompanyades de música de tensió on cada 2/3 segons s'escolta de fons el famós crit de CR7.



Imatge 30. Font: www.lasexta.com

- Pel que fa al tema de la continuïtat d'Iker Casillas al Reial Madrid, tractat de forma polèmica al llarg de la temporada, Pedrerol titulava (15/02/15): “Casillas, motivo de mofa en las redes sociales”. En aquesta peça es presenta un muntatge fictici en el qual el porter madridista és representat en diferents situacions ridícules (tirant-se en tirolina, jugant amb una pilota de platja, estenent la roba, etc.). En aquest cas, es presenten diferents fotomuntatges parodiant al porter que apareix infiltrat en escenes de la vida quotidiana reals. Seguidament, es parla del mal joc del Reial Madrid en el darrer partit on el titular “sin pasión” es presenta sobre les imatges. En aquesta peça, la música sona ininterrompudament (música d'aventura en primera instància i bèl·lica en segon lloc).



Imatge 31. Font: www.lasexta.com



Imatge 32. Font: www.lasexta.com

Així doncs, el joc amb les imatges reals (*zoom in*, repeticions, càmera ràpida, etc.) són algunes de les tècniques de manipulació visual més recurrents a *Jugones*. En aquest cas, els fotomuntatges de ficció i parodia es deixen per les

ocasions més especials. Aquí doncs, veiem una clara diferència amb *Deportes Cuatro*, ja que aquests últims utilitzen en tots els seus programes aquesta tècnica per tal de fer parodia amb els continguts informatius.

D'altra banda, pel que fa a les fonts, a *Jugones* és el propi presentador qui adopta la postura de font principal en la majoria de notícies; ofereix informacions en les quals pràcticament mai se cita la font originària, per tant, les signa ell convertint-se en una font legitimada d'informació (tot i que a vegades aquestes exclusives no arriben a ser verificades). Pedrerol fa servir una entonació pròpia que és invariable durant el pas dels programes; aquest to és profund i autoritari, cosa que emfatitza tot l'exposat anteriorment (aparença de formalitat en els seus continguts). A més, utilitza frases curtes i moltes preguntes retòriques, tal com s'ha exposat a l'apartat anterior. Tot plegat, una posada en escena molt pròpia i particular que crea impacte en el telespectador (teatralització).

Aquest sensacionalisme que busca Pedrerol amb les seves actuacions és emfatitzat gràcies als titulars i rètols que apareixen en pantalla. Aquesta és una tècnica molt utilitzada per l'equip de *Jugones*, ja que busquen paraules claus llampanants i les va repetint de manera escrita per mitjà de rètols que apareixen sobre les imatges que formen les peces (acompanyades d'un toc sonor sec impactant per emfatitzar les paraules exposades): "*rajada*", "*encendida la llama*", "*santuario blanco*", "*tensión*", "*fracaso total*", "*guerra*", "*decepción*", "*heroes*", etc. Tanmateix, com s'observa tots ells termes que per si sols tenen potència, per tant, dins el context d'imatges polèmiques i to tens que s'ofereix en el programa, aquesta potència de la qual parlàvem augmenta. En aquest punt, aquest aspecte és similar al del seu homòleg a *Cuatro*, ja que al programa presentat per Carreño i Lama utilitzen aquesta tècnica d'utilitzar expressions impactants per tal d'atraure a l'audiència i crear especulació. En aquest cas, cal destacar que a *La Sexta* els titulars apareixen de manera més impactant, ja que en moltes ocasions arriben a ocupar la totalitat de la pantalla durant diversos segons (a vegades arriben a mantenir-se en un segon pla, difuminat, durant gran part de la peça en qüestió).

Pel que fa als plans que predominen a les notícies exposades, trobem gran similitud amb el programa *Deportes Cuatro*. Tanmateix, s'utilitzen plans generals per exposar i contextualitzar el tema de cara a l'espectador, però ràpidament

aquests plans acostumen a focalitzar-se en un punt/detall/protagonista. Aquest tancament de la càmera acostuma a produir-se del pla general o pla mig a primer pla o pla detall. Per tant, uns plans que focalitzen molt els detalls per tal de captar la 'imatge buscada' i/o buscar l'atenció de l'espectador emfatitzant detalls que a simple vista serien invisibles (noves botes de CR7, guants de Claudio Bravo o Iker Casillas, dorsal d'un jugador en especial, nova vestimenta d'un entrenador, etc.). Com dèiem, tant per *Deportes Cuatro* com *Jugones*, aposten per aquests plans més tancats i centrats en un aspecte, ja que ajuden a enfocar les informacions en un aspecte concret (personalització en moltes ocasions).

Amb tot, podem observar com en ambdós programes el treball de post-producció és elevat, ja que s'utilitzen tècniques molt creatives. Aquestes tàctiques busquen una posada en escena de les informacions diferents i alternatives, ja que cada programa marca la seva empremta amb manipulacions i alternacions (visuals i sonores) ben diferents i personals. Tant *Deportes Cuatro* com *Jugones* posen accent a la forma per sobre del contingut, és a dir, del "com" per sobre del "que". Aquest aspecte es veu plasmat en els diferents aspectes anteriors, en els quals busca l'originalitat i la creativitat de les peces per tal de cridar l'atenció de l'espectador i captar-lo per mitjà de la teatralització i la parodia. Aquest objectiu prima per sobre de la qualitat informativa i l'objectivitat (es dóna opinió personal i interpretació dels fets de forma explícita).

Així doncs, tant *Deportes Cuatro* amb la seva primera aparença ja de programa distés com *Jugones*, amb una primera impressió de programa formal, són dos formats en els que l'espectacularitat dels fets, l'èmfasi en les informacions de personalitats reconegudes i la teatralització a l'hora d'exposar les informacions (amb manipulació visual i sonora constant) dominen per sobre de l'exactitud i la serietat informativa.

11. Infotainment a Deportes Cuatro i Jugones?

Després d'haver analitzat els dos programes objecte d'estudi en profunditat, procedirem a establir comparatives entre ells en relació a les característiques principals dels programes d'*infotainment*. Amb aquesta darrera taula es podran establir trets comuns entre *Deportes Cuatro* i *Jugones* i el gènere híbrid d'infoentreteniment pròpiament. Així doncs, comprovarem seguidament com els trets definitoris d'aquests programes s'emmarquen en les característiques principals de l'*infotainment*⁵³:

CARACTERÍSTIQUES	DEPORTES CUATRO	JUGONES
Els programes s'adapten a l'actualitat noticiable, tot i que tractada de manera frívola i superficial.	Es compleixen els dos principis. 1-Es tracten temes esportius (bàsicament futbolístics-Barça i Madrid-) lligats a l'estricta actualitat. 2-En la majoria de casos centrats en personatges concrets i sense aprofundir. Temes delicats –mort Jimmy- de manera frívola i fins i tot sarcàstica.	Es compleixen els dos principis. 1-Es tracten temes esportius (bàsicament Madrid) lligats a l'estricta actualitat. 2- En la majoria de casos centrats en personatges concrets i aprofundint només en temes curiosos o polèmics. Temes delicats –accident Alonso- tractat de manera especulativa i frívola.
S'acostumen a seleccionar aquells temes susceptibles a generar un fort impacte als telespectadors fomentant l'espectacle visual: successos, desastres, notícies d'interès humà, curiositats, entre d'altres.	Es compleix. 1-L'espectacularització i la teatralització són els punts fonamentals a la hora d'exposar les informacions. 2-Es destaquen aquelles imatges més impactants i polèmiques. 3-Accent en la vessant extra-esportiva dels temes(curiositats/vida privada).	Es compleix. 1-La posada en escena és fonamental. 2-Joc amb les imatges i els titulars llampants i cridaners. 3-Principal tema: relacions personals entre esportistes i directives. Enfocament exacerbat en els temes extra-esportius.
La font oficial apareix parodiada i les seves declaracions o expressions descontextualitzades.	Es compleix parcialment. 1-Gran protagonisme de les declaracions dels protagonistes que apareixen manipulades ja sigui pel contingut (s'omet el que no interessa i es repeteix el que gènere polèmica) com per la forma (muntatges). 2-S'utilitzen les declaracions de forma descontextualitzada per crear muntatges amb les veus dels propis protagonistes.	Es compleix parcialment. 1-Protagonisme de les declaracions dels protagonistes que apareixen manipulades tant pel contingut (s'omet el que no interessa i es repeteix el que gènere polèmica) com per la forma (alteració efectes sonors i imatges). 2-Utilitzen les declaracions fora de context temporal per ressaltar polèmiques i establir comparatives entre

⁵³ Vegeu 2.5.3 "Característiques principals dels gèneres".

Efecte irònic intensificat mitjançant la repetició d'aquestes situacions o mitjançant muntatges que barregen realitat i ficció amb d'altres efectes visuals.	Es compleix totalment. 1-Gran protagonisme dels muntatges creatius que barregen realitat amb ficció en la gran majoria dels programes. 2-Es recorre a pel·lícules i cançons conegudes pel telespectador per tal de crear muntatges originals, fent parodia. 3-A aquelles peces que no és possible el muntatge de ficció s'utilitza la manipulació visual de recursos reals.	declaracions d'un mateix jugador i de diferents. Es compleix parcialment. 1-Aparició de muntatges però amb menor protagonisme. 2-Pràcticament totes les informacions post-produïdes amb efectes sonors i visuals: manipulació de les imatges en la totalitat de les peces (incloent titulars llampanats acompanyats d'efectes sonors).
El periodista passa a ocupar un paper rellevant imposant-se com a "coprotagonista" de la pròpia informació. Així doncs, s'incorpora a la notícia, introdueix comentaris i narra des de dins els fets.	Es compleix. 1-Presentadors aporten el seu punt de vista i interpretacions de manera explícita. 2-Els corresponents i narradors dels vídeos amb veu en <i>off</i> introdueixen comentaris personals i en ocasions s'introdueixen en els fets (entrenaments, grada, vestidors, etc.).	Es compleix totalment. 1-Pedrerol narra les informacions signant-les com a exclusives pròpies en ocasions. 2-El presentador aporta la seva opinió i versió dels fets (inclou una editorial pròpia). 3-Els corresponents i narradors introdueixen comentaris i judicis de valor.
Elements tècnics diferenciats: abundància de les connexions en directe, estil de gravació en moviment, introducció de música i altres efectes sonors per aportar tensió, dinamisme, sensacionalisme, etc.	Es compleix parcialment. 1-Poca presència de les connexions en directe. 2-Estil de gravació en moviment en pràcticament totes les peces (resums partits, jugades, transcurts accions, etc.). 3-Efectes sonors i música acompanyen la totalitat de peces.	Es compleix parcialment. 1-Poca presència de les connexions en directe. 2-Estil de gravació en moviment en pràcticament totes les peces (resums partits, jugades, transcurts accions, etc.). 3-Efectes sonors i música acompanyen la totalitat de peces: es crea un fil narratiu entre la música, el to i les imatges.
S'utilitza sovint la tècnica d'emetre en primer pla l'àudio original o el so ambient dels vídeos per tal de potenciar l'espectacularitat dels fets.	Es compleix totalment. 1-Música i/o efectes sonors en totes les peces. 2-Adaptació al fet noticiable: tensió, pressió, nerviosisme, burla, etc. 3-Música acompanya a les imatges: junts potència a per emfatitzar aspectes i crear espectacularitat (fil conductor).	Es compleix totalment. 1-Música i/o efectes sonors en totes les peces. 2-Adaptació al fet noticiable: tensió, pressió, nerviosisme, burla, etc. 3-Música acompanya a les imatges: junts potència a per emfatitzar aspectes i crear espectacularitat.
Primers plans i els plans detalls: ressalten l'emotivitat i utilització del primeríssim primer pla per	Es compleix. 1-Destaquen els primers plans, primeríssims primers plans i plans detalls (destaquen	Es compleix. 1-Destaquen els primers plans, primeríssims primers plans i plans detalls

emfatitzar així la circumstància anímica i/o física del protagonista.	aspectes específics i personalitzats de les informacions). 2-El pla mig i general s'utilitza per contextualitzar, mentre que els més tancats emfatitzen i ressalten aspectes concrets.	(destaquen aspectes específics i personalitzats de les informacions). 2-El pla mig i general s'utilitza per contextualitzar, mentre que els més tancats emfatitzen i ressalten aspectes concrets.
Gran protagonisme dels efectes de post-producció, com la tècnica de passar unes imatges de mode més lent per crear tensió i d'altres efectes atractius per a l'audiència ja que hi ha manipulació de les imatges reals introduint, sovint, elements humorístics i/o paròdics.	Es compleix totalment. 1-Protagonisme dels efectes post-producció en totes les seves peces. 2-Manipulació de les imatges i dels efectes sonors constant en totes les notícies. 3-Muntatges creatius, ficticis i paròdics. 4-Manipulació de les imatges, sobretot polèmiques i personalitzades: repeticions, <i>zoom in</i> , càmera lenta-ràpida, etc.	Es compleix totalment. 1-Protagonisme dels efectes post-producció en totes les seves peces. 2-Manipulació de les imatges i dels efectes sonors constant en totes les notícies. 3-Manipulació de les imatges, sobretot polèmiques i personalitzades: repeticions, <i>zoom in</i> , càmera lenta-ràpida, etc.
Es caracteritzen per fer una propaganda extrema d'alguns dels seus continguts, senyalant i promocionant els que són considerats com a més destacats d'un mode hiperbòlic.	No es compleix. 1-No s'acostuma a anunciar exclusives ni informacions pròpies de manera exacerbada. 2-En escasses ocasions sí apareix l'expressió " <i>En seguida os lo contamos</i> ", aportant tensió i enganxant al espectador.	Es compleix. 1-Gran protagonisme de la propaganda de notícies exclusives i pròpies, destacades de manera exacerbada. 2-Els retòls " <i>Exclusiva</i> ", " <i>Noticia Jugones</i> " apareixen durant molts programes de manera llampanant i ininterrompudament. 3-Remarquen de manera continuada el fet de que siguin informacions d'última hora.
Destaca el sentimentalisme i l'emotivitat de les notícies. En aquest cas, les vides privades en converteixen en notícia d'interès públic.	Es compleix totalment. 1-Les informacions apareixen personalitzades i centrades en molts casos en aspectes extra-esportius, aspectes privats dels futbolistes (sobretot els reconeguts: Messi i Cristiano) i temes polèmics fora del terreny de joc. 2-Els estats anímics dels esportistes i les relacions entre jugadors i cos tècnic són temes molt recurrents.	Es compleix totalment. 1-Les informacions apareixen personalitzades i centrades en molts casos en aspectes extra-esportius, aspectes privats dels futbolistes (sobretot Cristiano i d'altres jugadors madridistes) i temes polèmics fora del terreny de joc (comparació Messi-Cristiano, extra-esportivament). 2-Els estats anímics dels esportistes i les relacions entre jugadors i cos tècnic són temes molt recurrents.
Dramatització de les notícies constant: s'atorga	Es compleix totalment. 1-En la línia de l'apartat anterior, les informacions es	Es compleix totalment. 1-Les informacions es centren en personatges concrets dels

gran protagonisme al relat i s'imposa la necessitat d'impactar al públic per sobre de tot, havent de recórrer freqüentment al drama, a les emocions i a la ficció.	centren en persones concretes de les quals es destaquen temes que creen impacte al telespectador. 2-Els muntatges visuals i sonors juntament amb el to alarmista dels narradors exalten les polèmiques, emocions, tensions, drames.	quals es destaquen temes que creen impacte al telespectador. 2-La manipulació de les imatges i la música juntament amb el to alarmista dels narradors exalten les polèmiques, emocions, tensions, drames.
Abundància d'adjectius, adverbis, superlatius i comparatius. A banda, també és molt comú que apareguin expressions col·loquials com a recurs per apropar-se al espectador. Tanmateix, la locució dels presentadors i periodistes pot realitzar-se amb un to alarmista.	Es compleix totalment. 1-El llenguatge utilitzat es conforma amb gran nombre d'adjectius, comparacions i metàfores. 2-El llenguatge utilitzat és el col·loquial amb expressions pròpies d'aquest. 3-El to dels presentadors i dels narradors amb veu en <i>off</i> és alarmista i s'adapta al fet noticable exacerbant les situacions amb entonació alarmista, pessimista, satíric, burlesc, etc.	Es compleix totalment. 1-El llenguatge utilitzat es conforma amb gran nombre d'adjectius, comparacions i metàfores. 2-Pedrerol utilitza un to constant molt personal: autoritari i alarmista. 3--El to dels narradors amb veu en <i>off</i> és alarmista i s'adapta al fet noticable exacerbant les situacions amb entonació alarmista, pessimista, satíric, burlesc, etc.

Taula 2. Font: Elaboració pròpia

12. CONCLUSIONS:

Un cop realitzades les diferents anàlisis i, estudiats i comparats els resultats, podem concloure que tant *Deportes Cuatro* com *Jugones* són dos programes televisius esportius que s'inclouen totalment dins el gènere d'*infotainment*. Com s'ha pogut comprovar anàlisi darrere anàlisi, aquests dos programes compleixen pràcticament totes les característiques pròpies d'aquest recent gènere que neix de la hibridació entre els gèneres tradicionals d'informació i entreteniment. En aquest sentit, cal apuntar que tot i que són productes que parteixen d'informacions lligades a l'estricta actualitat, en ambdós casos hi ha un component elevadíssim d'entreteniment. Per tant, la hipòtesi inicial: **els programes analitzats deixen enrere el gènere informatiu pur i obren les portes a un recent però creixent format híbrid que en el camp de l'esport es denominaria *infotainment* esportiu**, queda totalment verificada després d'haver estudiat els diferents aspectes tant de *Deportes Cuatro* com de *Jugones*.

En cap dels dos programes es plasma ni es busca l'objectivitat; la interpretació en la gran majoria dels programes i l'opinió expressada obertament en moltes altres vegades regnen a l'hora d'exposar els continguts. En aquest sentit, Carreño i Lama per una banda i Pedrerol per altra banda, actuen com a "presentadors estrella" i tot el programa gira entorn d'ells. En el cas de *Deportes Cuatro* els dos presentadors són anomenats col·loquialment *Los Manolos* per la seva pròpia audiència, és a dir, amb aquest simple fet ja queda plasmat com es focalitza el protagonisme en el "qui" (ells mateixos) per sobre del "què" (contingut pròpiament); l'audiència majoritàriament escull aquests programes per la posada en escena que fan els propis presentadors que són els responsables de fidelitzar a l'espectador. En el cas de *Jugones*, aquest tret diferencial s'evidencia encara més, ja que Pedrerol actua com a font principal de les informacions que es presenten en el programa i, fins i tot, té una secció on exposa la seva opinió lliurement i obertament: editorial. Així doncs, queda palès que són programes on la interpretació i la valoració dels professionals juga un paper fonamental.

D'altra banda, destaca un fet contradictori: són programes de temàtica esportiva, tot i que en certes ocasions es podrien emmarcar perfectament com a programes

de societat, programes de successos i, fins i tot en certes peces, com a programes de premsa del cor, ja que els temes extra-esportius dels personatges futbolístics (males relacions, problemàtiques entre directius, especulació sobre noves relacions establertes o relacions trencades, etc.) tenen gran protagonisme dins la totalitat del programa. En aquest sentit, són programes que busquen exacerbar –fins i tot manipular i especular- les polèmiques per sobre de les informacions verídiques. En ambdós programes, els resums dels esdeveniments esportius (les cròniques i l'anàlisi de les jugades rellevants dels diferents partits) queden relegats a un segon pla i els temes extra-esportius ocupen el lloc privilegiat (acostumen a ser les notícies que obren els programes). En aquesta línia, podem exemplificar aquest tret característic amb dos temes claus: en primer lloc, l'especulació en relació a les possibles discussions entre Luis Enrique i Leo Messi (darrera setmana de desembre del 2014 i primera de gener del 2015) que va ocupar els minuts inicials -d'obertura- i durant els primers dies fins i tot s'estenia gairebé fins a meitat de programa, passant evidentment per davant dels resums purament futbolístics (Reial Societat 1-Barça 0, València 2-Madrid 1, cap de setmana del 3 i 4 de gener). Un segon tema espinós, va ser el de la mort d'un seguidor ultra del Deportivo (tractat durant les dues primeres setmanes de desembre), en aquest cas les informacions en relació a un tema tan delicat com és la mort d'una persona es va tractar de manera frívola i superficial (accentuant els aspectes més polèmics i llampanants, incloent-hi fonts d'informació molt poc rigoroses i totalment irrellevants, com és el cas d'un cambrer del bar que freqüentava la víctima).

A banda, l'*agenda setting* d'aquests programes no aborda els principals temes esportius de rellevància periodística, ja que com s'ha exposat anteriorment, els temes futbolístics entorn de la dualitat entre F.C. Barcelona i Reial Madrid són els que s'emporten el protagonisme sigui quina sigui l'agenda de la resta d'equips futbolístics –i, per descomptat, l'agenda de les altres modalitats esportives-. En aquest cas, no es garanteix el dret a la informació de la ciutadania pel que fa al resta de disciplines esportives que no siguin el futbol. Un exemple podria ser el tema d'esports d'alt nivell i sacrifici que queden a l'ombra, ja que es fan invisibles al ser silenciats per mitjans de comunicació -com els dos analitzats- que no els hi donen ressò en cap dels seus programes, dedicats -segons ells mateixos- a la

temàtica esportiva. En aquest sentit es pot plasmar aquesta desigualtat amb un fet molt rellevant a escala internacional: salt històric de l'*all star* entre els germans Pau i Marc Gasol. En la mateixa línia, un altre exemple podria ser el gènere femení que tampoc té cabuda en cap de les seves disciplines per molt que s'aconsegueixin gestes històriques (a tall d'exemple: la selecció nacional femenina d'handbol va aconseguir medalla de plata a l'Europeu jugat al desembre del passat 2014). Com és ben sabut, les informacions que no apareixen als mitjans en moltes ocasions es diu que no existeixen, en aquest cas, aquests dos mitjans que compten amb gran audiència del sector esportiu invisibilitzen informacions rellevants (més del 90% de les informacions estan centrades en el bloc futbolístic en ambdós programes).

Pel que fa al tractament de les notícies, en els dos programes hi ha una clara tendència a manipular les imatges i els àudios per tal de crear expectació, intriga, misteri, teatralització, etc. En aquest sentit, tant *Deportes Cuatro* com *Jugones* presenten totes aquelles informacions que ho permeten per mitjà de muntatges on es barreja ficció amb realitat (s'utilitzen imatges de pel·lícules i personatges reconeguts per la majoria dels espectadors, com és el cas de superherois de la mida de Superman, Hulk, Correcaminos, etc.). Aquestes imatges fictícies són manipulades de manera que la cara d'un personatge, per exemple Superman, és substituïda per la cara real de futbolistes com Cristiano Ronaldo o Leo Messi. Tanmateix, s'emeten vídeos creats amb imatges polèmiques i sucoses, acompanyades per efectes sonors i música (moltes vegades també s'utilitzen les bandes sonores de grans pel·lícules per empatitzar amb l'audiència) que afegeixen més càrrega sensacionalista. A banda, en aquests vídeo-muntatges hi ha un gran protagonisme dels primers plans i dels plans detalls per tal de donar emoció i tensió a les situacions. En aquesta línia, cal destacar que els protagonistes principals d'aquests muntatges són les grans estrelles dels dos clubs principals: Leo Messi per part del Barça i Cristiano Ronaldo per part del Reial Madrid. A tall d'exemple, podem exposar el fotomuntatge emès a *Cuatro* el dia abans de l'entrega de la Pilota d'Or –finalment guanyada per Cristiano- en el que apareixen el portuguès i l'argentí ajaguts sobre núvols simulant que són déus sobrenaturals. En aquest sentit, cal destacar també el llenguatge emprat, ja que és un element més que juga un paper fonamental per mitjà de la utilització de

comparacions, metàfores, expressions col·loquials i opinatives que emfatitzen i reforcen els aspectes exposats darrerament. Entre aquests recursos del llenguatge, destaquen les expressions grandiloqüents que transmeten sensacionalisme tant a les victòries i notícies positives, com a les derrotes i notícies negatives. En aquest sentit, es poden exposar els següents exemples molt representatius: “*El año de los dioses*” (es compara a Messi i Cristiano amb déus), “*Diluvio universal*” (titular en el qual es compara aquest desastre meteorològic amb una derrota del F.C. Barcelona davant la Reial Societat), “*Messi se ha cagado*” (expressió col·loquial, inclús vulgar, que titula el fet que l’argentí no aparegués a un entrenament), “*300 partidos en el templo*” (utilitzen la paraula temple per exacerbar el fet que Sergio Ramos compleix 300 partits jugats al Santiago Bernabéu), etc. Doncs, tots ells exemples de paraules i expressions que acompanyades per la música i la manipulació de les imatges exalta el sensacionalisme i la teatralització a l’hora de presentar les informacions.

Totes aquestes característiques que són pròpies de l’entreteniment, queden molt lluny del gènere informatiu pur. Amb aquestes principals conclusions queda palès el poc interès d’aquests programes a respectar i a assumir les finalitats pròpies del gènere informatiu, ja que el to menys formal propi de les informacions esportives –del qual parlàvem en la introducció– passa a ser en aquests casos un to gairebé humorístic, irònic i teatral. Per tant, la finalitat d’informar a l’audiència queda relegada a un segon pla i, l’espectacularització i el sensacionalisme passen a ser els reis d’aquests programes analitzats. Així doncs, tant a *Deportes Cuatro* com a *La Sexta* queda un buit de qualitat informativa esportiva que és substituït per dos productes periodístics molt elaborats i treballats però que queden lluny d’informar rigorosament a l’audiència.

En aquest marc, és molt important no confondre termes, ja que parlar d’esports no comporta necessàriament parlar d’opinió, ni de sensacionalisme ni de teatralització. Si bé és cert que *Deportes Cuatro* i *Jugones* han optat per fer un tipus de periodisme basat en aquest recent gènere de l’*infotainment*, també és cert que es mantenen programes en els quals la informació esportiva de qualitat és l’eix principal. *Hat-trick total* emès setmanalment –diumenges– a *Esport 3* (TVC) podria ser un bon exemple; un programa que resumeix la setmana esportiva, centrada això sí en el futbol, però que intenta exposar amb neutralitat

els aspectes purament esportius de la jornada. Un segon exemple, podria ser *El día después* emès els dilluns a *Canal+*, en aquest segon cas estem davant d'un programa que també resumeix la jornada futbolística però amb un component més analític, de contextualització i aprofundiment. Per tant, dos programes que es centren exclusivament en temes esportius i que tenen la clara finalitat d'exposar a l'audiència totes les informacions esportives que han sorgit després dels encontres disputats. Doncs, una manera tradicional de fer periodisme esportiu que es manté i segueix omplint els buits de qualitat esportiva deixats per molts d'altres programes que han canviat la qualitat pel sensacionalisme.

Ara bé, *Deportes Cuatro* i *Jugones* són els pioners d'una nova vessant dins el ja acomodat gènere *infotainment*, que en aquest cas podríem anomenar *infotainment* esportiu. Malgrat que aquests programes obtinguin grans audiències i tinguin molt èxit, cal no oblidar que estem davant de programes en els quals regna l'entreteniment per sobre la informació i que en cap cas hauria de ser substituït d'un programa que informi la societat de manera rigorosa. Finalment, apuntar en la mateixa línia: tot i que pot ser positiu tenir programes per gaudir i passar una estona distesa i d'entreteniment gràcies a la televisió, també caldria vetllar per mantenir el rigor i la qualitat periodística en totes les temàtiques, inclosa l'esportiva. Doncs, és necessari i imprescindible garantir el dret a la informació de la ciutadania amb programes que informin amb rigor, credibilitat i fiabilitat.

13. **BIBLIOGRAFIA**

LLIBRES

- ALCOBA, A. (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Paraninfo.
- ALCOBA, A. (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis.
- ALDUNATE, A.F. (1989). *Géneros Periodísticos*. Santiago: Lecaros, L.J.
- BAJTÍN, M. (1976) *Estética de la creación verbal*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- BONVÍN, M. (2005). *Medios de comunicación. Historia, lenguaje y características*. Barcelona: Octaedro.
- BUENO, G. (2002). *Telebasura y democracia*. Barcelona: Ediciones B.
- BUSTAMANTE, E. (1999). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercado*. Madrid: Gedisa.
- CASASÚS, J.M i Núñez, L. (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- CARRILLO, N. (2013). *El periodismo volátil*. Barcelona: Editorial UOC.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales. Radio, televisión periodismo gráfico, cine, vídeo*. Madrid: Ciencia3.
- COLOM, R. (2006). *La industria de la televisión*. Barcelona: Vull Saber.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1998). *El discurso televisivo. Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- SÁNCHEZ, M.L. (2011). *Géneros y discurso periodístico*. Madrid: Tragua.

WEBGRAFIA: Articles i publicacions electròniques

- LUZÓN, V. i FERRER, I. (2008). "Espectáculo informativo en noticias de sociedad: el caso de Madeleine McCann" en Trípodos. Revista digital de Comunicación, n. 22. Consultat el 24 de març del 2015, a <http://www.academia.edu/>.
- GORDILLO, I. (2011). "Hibridaciones de la hipertelevisión". Información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. Revista Comunicación, n.9. Consultat el 14 de març del 2015, a <http://www.revistacomunicacion.org/>.

- ORTELLS, S. (2009). "La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión". Revista Latina de Comunicación Social, n.64. Consultat el 10 de març del 2015, a http://www.revistalatinacs.org/09/art/28_827_46_ULEPICC_07/Sara_Ortells.html.
- GRIMALDI, C. (200). "La influencia de los Mass Media en la Sociedad del siglo XIX", Contribuciones a la ciencia. Consultat el 12 de febrero del 2015, a <http://www.eumed.net/rev/cccss/06/cgh4.htm>.
- BERROCAL, G. REDONDO, M. MARTÍN, V i CAMPOS, E. (2014). "La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española". Revista Latina de Comunicación Social, n. 69. Consultat el 24 de març del 2015, a http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1002_UVa/05_Be.html.
- ORTELLS, S. (2009). "La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión". Revista Latina de Comunicación Social, n.64. Consultat el 10 de març del 2015, a http://www.revistalatinacs.org/09/art/28_827_46_ULEPICC_07/Sara_Ortells.html.
- LOZANO, J.C. (2004). "Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México". Consultat el 25 de març del 2015, a https://psisocom0910.files.wordpress.com/2009/10/espectacularizacion_de_la_informacion>.
- EUROPAPRESS.ES. (12 de juliol del 2010). "La prórroga del España-Holanda, lo más visto de la historia". Consultat el 14 de març del 2015, a <http://www.europapress.es/chance/tv/noticia-prorroga-espana-holanda-mas-visto-historia-20100712131509.html>.

- EL PAIS.COM. (19 de juny del 2012). "Minutos de Oro en la televisión española". Consultat el 14 de març del 2015, a http://elpais.com/elpais/2012/06/19/media/1340131547_733587.html.
- BARLOVENTO COMUNICACIÓN. (Març 2015). "El comportamiento de la audiencia televisiva: Marzo 2015". Consultat el 20 de febrer del 2015, a <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-marzo-2015.pdf>.

WEBGRAFIA: Llocs webs i hemeroteques

- CUATRO.COM (2015). Consultat a partir de l'1 de desembre del 2014, a <http://www.cuatro.com/deportes/>.
- LASEXTA.COM (2015). Consultat a partir de l'1 de desembre del 2014, a <http://www.atresplayer.com/television/programas/jugones/>.
- MARCA.COM (2015). Consultat el 30 de març del 2015, a <http://www.marca.com/>.
- EGM. (2014). Consultat el 30 de març del 2015, a http://www.ymedia.es/es/canal-ymedia/otros-medios/egm/650/abr-2014/1er-egm-2014#evolucion_penetracion_medios.
- KANTARMEDIA (2015). Consultat el 2 d'abril del 2015, a <http://www.kantarmedia1.es/noticias/index>.
- ECOTUVE. (2015). Consultat el 20 d'abril del 2015, a http://ecoteuve.eleconomista.es/cadena/CUATRO/programas_destacados#simple3_2.

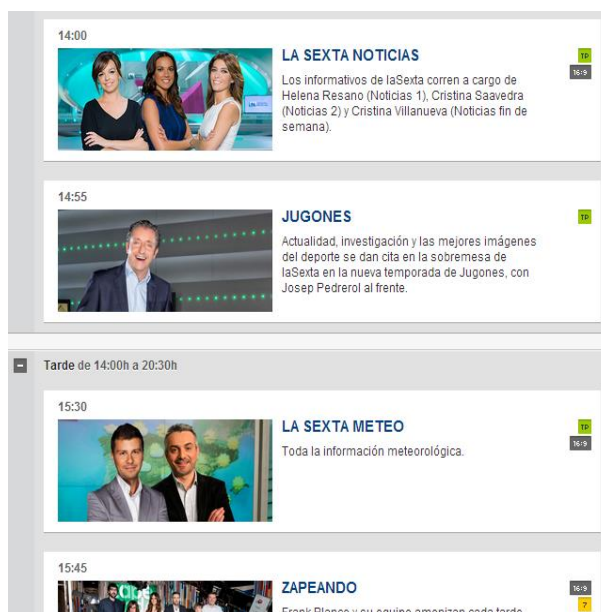
14. ANNEXOS

14.1. ANNEX 1: Graella de programació de *Cuatro* i *La Sexta*

En aquest apartat s'inclouen les imatges de les graelles de programació de les diferents cadenes de televisió analitzades. D'aquesta manera es pot observar com els dos objectes d'estudi són programes autònoms i independents de la resta de programació que emet cada canal (en primer lloc, *Cuatro* i en segon lloc, *La Sexta*). En ambdós casos la captura correspon al dilluns 1 de desembre del 2014, dia en el qual s'inicia l'anàlisi dels dos programes de televisió seleccionats: *Deportes Cuatro* i *La Sexta*.



Imatge Annex.1. Font: www.cuatro.com



Imatge A.2. Font: www.lasexta.com

14.2. ANNEX 2: Trajectòria professional dels presentadors

Tal com s'ha exposat en el treball, *Deportes Cuatro* és un programa televisiu esportiu co-presentat per dos professionals de la comunicació: Manu Carreño i Manolo Lama. Ambdós formen un tàndem periodístic molt personal, que fins i tot, ha estat batejat per part de la seva pròpia audiència com *Els Manolos*.

- **Manuel Carreño** és un periodista val·lisoletà que a banda de presentar el propi programa *Deportes Cuatro* també retransmet com a narrador principal els partits de futbol que s'emet a *Mediaset España* (a *Cuatro* i *Telecinco*). Pel que fa als seus inicis, va començar a dedicar-se al periodisme esportiu ja l'any 1994 a *Televisión de Valladolid* (prèviament dels esdeveniments esportius dels cap de setmana). Seguidament, va fer el salt a la secció d'esports del Canal+, on va començar a retransmetre partits de la Segona Divisió A de futbol. A partir d'aquell moment i fins ara, mai no ha abandonat el món del periodisme esportiu i ha anat passant per les seccions esportives de diversos mitjans reconeguts com ara *Antena 3*, *Onda Cero*, *Cadena Ser*. Malgrat tot, el 2005 va establir-se a *Mediaset* on ha treballat al capdavant de *Deportes Cuatro* fins el dia d'avui. Finalment, cal apuntar, que a l'inici d'aquest any 2015 també va fitxar per *Cadena Cope*, on col·labora en dos programes esportius de la mateixa cadena radiofònica.



Imatge A.3. Font: www.cuatro.com

- **Manolo Lama** és un reconegut periodista esportiu cordovès amb llarga trajectòria en la professió. Actualment, treballa per l'empresa *Mediaset* en la qual és presentador del programa *Deportes Cuatro* a l'edició del migdia -juntament amb el ja exposat Manu Carreño-. Tanmateix, també retransmet esdeveniments esportius per altres canals televisius de la mateixa empresa *Mediaset*. D'altra banda, pel que fa a la ràdio, Lama també treballa a la *Cadena Cope* on retransmet com a narrador principal els partits del Reial Madrid i de la selecció espanyola de futbol. Malgrat tot, Lama ja té un gran recorregut en la vessant esportiva del periodisme, ja que era una de les veus més reconegudes del programa *Carrusel Deportivo* de *Cadena Ser*, programa en el qual va treballar del 1983 fins

al 2010. Durant tots aquests anys, el periodista cordovès va convertir-se en tota una icona dels esports, ja que va cobrir esdeveniments d'altíssim nivell com els Jocs Olímpics (va narrar totes les edicions compreses entre 1984 i el 2004), la Copa del Món de futbol (present en totes les edicions des del 1986 fins al 2008) i els Europeus de futbol (cobrint cada competició des del 1985).



Imatge A.4. Font: www.cuatro.com

Pel que fa a *Jugones* de *La Sexta*, el presentador és Josep Pedrerol. En aquest cas és un únic periodista el que condueix el programa des de plató, actuant –tal com s'ha exposat al treball- com a “presentador estrella” i com a font legítima d'informacions emeses com a exclusives a *Jugones*.

- **Josep Pedrerol** és un reconegut periodista esportiu català amb llarga trajectòria al món dels esports tant radiofònicament com televisivament. Actualment, Pedrerol compagina la presentació i coordinació del programa esportiu televisiu *Jugones* amb la conducció i moderació de la tertúlia *El chiringuito de Jugones* –de caràcter esportiu, futbolístic, emesa a Neox a partir de la mitjanit i fins a les 3.00 de la matinada-. A banda d'aquests dos programes, Pedrerol té una llarga trajectòria al món de la comunicació. De fet, amb 19 anys ja va començar a treballar per la *Cadena Ser* on presentava *Carrusel Catalunya* i col·laborava pel *Carrusel Deportivo* a escala estatal. Posteriorment, amb l'estrena del *Canal+* es va incorporar a la redacció de la cadena de pagament on va treballar durant més de 14 anys presentant–juntament amb Michael Robinson- els dos programes futbolístics de referència del canal: *El día antes* i *El día después*. Després dels 14 anys a *Canal+*, va passar per *Punto Radio* i per *TVE* però finalment, va iniciar una nova llarga etapa a *Intereconomia*. En

aquesta cadena va crear i presentar la tertúlia esportiva *Punto y Pelota*, un programa que va convertir-se en estrella del *late night* de la TDT i que seria el precedent del *Chiringuito de Jugones*. En aquest sentit, en aquests darrers al capdavant tant de *Punto y Pelota* com posteriorment del *Chiringuito de Jugones*, Pedrerol s'ha convertit –gràcies a les seves innumerables crítiques al F.C. Barcelona i a les seves opinions a favor del madridisme- en una icona mediàtica en defensa del Reial Madrid.



Imatge A.5. Font: www.lasexta.com

14.3. ANNEX 3: Xifres detallades de les gràfiques

En aquest apartat s'inclouen les taules amb les dades totals que s'han utilitzat per crear els quatre gràfics d'elaboració pròpia corresponents a l'apartat 8.1. Anàlisi dels Blocs Temàtics: *Deportes Cuatro* i *jugones* (Bloc temàtics-*Deportes Cuatro* i Blocs temàtics-*Jugones*) i a l'apartat 8.2. Anàlisi dels Blocs Futbolístics: *Deportes Cuatro* i *Jugones* (Bloc futbolístics-*Deportes Cuatro*, Blocs futbolístics-*Jugones*).

14.3.1. Taula: Blocs temàtics *Deportes Cuatro*

Futbol	Motor	Tennis	Bàsquet	Handbol	Altres
45	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0
42	0	0	3	0	0
45	0	0	0	0	0
41	0	1	3	0	0
45	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0

45	0	0	0	0	0
44	0	1	0	0	0
45	0	0	0	0	0
44	0	0	1	0	0
42	0	1	2	0	0
45	0	0	0	0	0
44	0	0	0	1	0
45	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0
42	0	0	0	3	0
41	0	0	4	0	0
45	0	0	0	0	0
41	0	0	3	1	0
45	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0
42	1	0	2	0	0
45	0	0	0	0	0
44	0	0	0	1	0
45	0	0	0	0	0
41	0	3	0	1	0
45	0	0	0	0	0
39	0	2	4	0	0
43	0	2	0	0	0
42	0	0	2	1	0
45	0	0	0	0	0
44	0	0	1	0	0
43	0	0	0	2	0
45	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0
44	0	0	1	0	0
41	0	0	3	1	0
44	0	0	0	1	0
45	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0
42	1	0	2	0	0
45	0	0	0	0	0
40	2	0	3	0	0
44	1	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0
43	0	0	2	0	0
45	0	0	0	0	0
43	2	0	0	0	0
42	0	0	3	0	0
45	0	0	0	0	0
43	0	0	2	0	0

39	0	0	5	0	1
44	0	0	1	0	0
45	0	0	0	0	0
44	1	0	0	0	0
42	3	0	0	0	0
43	1	0	1	0	0
45	0	0	0	0	0
44	1	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0
44	0	0	1	0	0
45	0	0	0	0	0
97,09%	0,44%	0,34%	1,68%	0,41%	0,03%

Taula A.1. Minuts dedicats al bloc/Minuts total programa. Font: Elaboració pròpia.

14.3.2. Taula: Blocs temàtics Jugones

Futbol	Motor	Tennis	Bàsquet	Handbol	Altres
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
28	2	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
29	0	1	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
28	2	0	0	0	0
29	1	0	0	0	0
28	0	2	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
29	0	0	1	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
29	0	0	0	1	0
30	0	0	0	0	0
28	2	0	0	0	0
28	2	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0

29	1	0	0	0	0
29	0	1	0	0	0
30	0	0	0	0	0
28	0	1	1	0	0
30	0	0	0	0	0
29	0	0	0	1	0
30	0	0	0	0	0
27	3	0	0	0	0
26	4	0	0	0	0
28	2	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
29	0	0	0	1	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
28	2	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
25	5	0	0	0	0
22	8	0	0	0	0
27	3	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
26	4	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
27	0	0	3	0	0
29	0	0	1	0	0
30	0	0	0	0	0
20	10	0	0	0	0
22	8	0	0	0	0
22	8	0	0	0	0
25	5	0	0	0	0
25	5	0	0	0	0
28	2	0	0	0	0
29	1	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0
95,18%	4,10%	0,26%	0,31%	0,15%	0,00%

Taula A.2. Minuts dedicats al bloc/ Minuts total de programa. Font: Elaboració pròpia.

14.3.3. Taula: Blocs futbolístics *Deportes Cuatro*

F.C. Barcelona	R. Madrid	Atlético de Madrid	Altres
32%	41%	9%	18%
48%	22%	4%	26%
24%	32%	11%	32%
34%	52%	2%	12%
49%	25%	5%	21%
21%	45%	7%	27%
56%	31%	2%	11%
12%	28%	7%	53%
26%	16%	4%	54%
45%	32%	8%	15%
38%	43%	4%	15%
33%	29%	8%	20%
49%	41%	2%	8%
32%	56%	5%	7%
51%	32%	2%	15%
22%	55%	6%	17%
12%	67%	3%	18%
23%	9%	4%	64%
46%	26%	7%	19%
42%	28%	5%	26%
53%	23%	3%	21%
24%	55%	2%	19%
32%	41%	6%	21%
40%	40%	0%	20%
32%	41%	5%	22%
22%	24%	29%	25%
31%	40%	24%	5%
12%	31%	11%	46%
43%	21%	9%	27%
32%	44%	5%	19%
42%	28%	10%	30%
52%	14%	5%	29%
45%	32%	3%	20%
42%	31%	5%	22%
43%	29%	7%	21%
14%	65%	7%	14%
23%	70%	0%	7%
25%	48%	3%	24%
16%	75%	0%	9%
27%	38%	7%	28%
34%	25%	7%	34%
30%	32%	9%	29%

16%	42%	7%	35%
25%	41%	3%	31%
53%	35%	4%	8%
22%	21%	3%	54%
23%	26%	7%	44%
24%	33%	6%	37%
29%	53%	5%	13%
33%	51%	0%	16%
43%	35%	5%	17%
33%	32%	5%	30%
49%	28%	4%	19%
43%	38%	7%	12%
27%	44%	6%	23%
45%	36%	4%	15%
42%	51%	2%	5%
41%	28%	9%	22%
22%	43%	8%	36%
31%	38%	11%	20%
19%	34%	7%	40%
53%	31%	7%	9%
45%	37%	3%	15%
38%	37%	4%	21%
23%	41%	7%	29%
TOTAL 33,63%	37,07%	5,93%	23,37%

Taula A.3. Percentatge dedicat a cada equip/Minuts dedicat per programa al bloc futbolístic. Font: Elaboració pròpia.

14.3.4. Taula: Blocs futbolístics Jugones

F.C. Barcelona	R. Madrid	Atlético Madrid	Altres
33%	61%	1%	5%
23%	67%	2%	8%
12%	80%	0%	8%
9%	81%	0%	10%
20%	78%	0%	0%
15%	60%	2%	23%
17%	71%	0%	12%
3%	47%	0%	50%
7%	45%	0%	43%
21%	61%	0%	18%
8%	50%	4%	38%
21%	67%	2%	10%
23%	69%	0%	8%
22%	57%	3%	18%

18%	59%	4%	19%
10%	88%	0%	2%
23%	72%	5%	0%
12%	45%	4%	39%
15%	54%	2%	29%
21%	67%	0%	12%
15%	69%	0%	16%
13%	79%	2%	6%
6%	60%	0%	34%
22%	54%	3%	21%
31%	56%	1%	12%
4%	72%	16%	8%
6%	73%	21%	0%
10%	62%	13%	15%
32%	62%	6%	0%
10%	85%	0%	5%
32%	68%	0%	0%
56%	40%	0%	4%
34%	66%	0%	0%
32%	54%	6%	8%
34%	62%	0%	4%
8%	90%	2%	0%
2%	94%	0%	4%
3%	96%	0%	1%
9%	89%	0%	2%
10%	85%	0%	5%
16%	72%	3%	9%
26%	68%	0%	6%
21%	54%	6%	19%
19%	58%	2%	21%
24%	59%	4%	13%
7%	48%	0%	45%
6%	39%	3%	52%
8%	71%	0%	21%
14%	86%	0%	0%
8%	91%	0%	1%
34%	59%	2%	5%
24%	61%	0%	15%
31%	55%	6%	10%
36%	64%	0%	0%
10%	79%	2%	9%
32%	64%	0%	4%
10%	82%	0%	9%
23%	55%	4%	18%
12%	84%	0%	4%

13%	83%	1%	2%
16%	74%	1%	9%
28%	63%	0%	9%
24%	65%	3%	8%
12%	74%	3%	11%
14%	79%	2%	5%
TOTAL 18,01%	67,47%	2,17%	12,35%

Taula A.4. Percentatge dedicat a cada equip/Minuts dedicat per programa al bloc futbolístic. Font: Elaboració pròpia.

14.4. ANNEX 4: Selecció de peces periodístiques

En darrer lloc, s'inclouen un seguit de taules en les quals apareixen analitzades peces periodístiques de forma explícita d'ambdós programes: *Deportes Cuatro* i *Jugones*. En aquestes notícies s'han analitzat diferents aspectes dels quals s'han extret conclusions, exposades de manera resumida en el punt "10. Anàlisi de les peces periodístiques" del treball. A continuació, s'exposen les 10 peces més representatives de cada programa del total de peces emeses durant els 130 programes visualitzats i analitzats en el present treball.

14.4.1. Taules: Peces Deportes Cuatro

DEPORTES CUATRO – Peça 1	
1- TEMA:	Desaparició Front Atlético (lligat al tema esportiu tot i que es podria considerar extra-esportiu i vinculat directament als successos).
2- TITULAR:	"El Atlético expulsa al Frente Atlético del Vicente Calderón".
3- FONT PRINCIPAL:	Miguel Àngel Gil Marín (Conseller Delegat Atlético de Madrid).
4- PERIODISTA FONT?	No, periodista entrevistador.
5- DECLARACIONS?	Miguel Angel Gil Marín.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Si, música pla secundari com a so ambient.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	No.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Primer pla protagonista.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES CUATRO – Peça 2	
1- TEMA:	Mort d'un ultra del Deportivo (Jimmy) en mans de radicals (lligat al tema esportiu tot i que es podria considerar extra-esportiu i vinculat directament als successos).

2- TITULAR:	<i>"Sale del tanatorio el cuerpo sin vida del hincha del Deportivo".</i>
3- FONT PRINCIPAL:	Periodista presentador, periodista enviat especial i amic de la víctima.
4- PERIODISTA FONT?	Sí, juntament amb l'amic de la víctima que fa declaracions pel programa.
5- DECLARACIONS?	-Amic víctima (explica l'última conversa que va tenir amb la víctima: narra la seva versió oferint com a prova les converses de <i>WhatsApp</i>). -Testimoni (anònim) del front Atlético: surt amb la cara tapada i amb la caputxa posada (dóna les declaracions de manera macabra i violenta).
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Veu en <i>off</i> de narrador que explica la història amb to de suspens, música de gàngster de fons i el so ambient dels crits de la gent es manté intensificat.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Cotxe fúnebre, imatges dels familiars, baralla (tractament frívol d'un tema relacionat amb l'assassinat d'una persona), imatges de la botiga pares. -Repetició de les imatges de la baralla entre aficionats i policia i cotxe fúnebre que apareix una vegada i una altra.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Primer pla i pla mig.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	Sí.

DEPORTES CUATRO – Peça 3

1- TEMA:	Prèvia partit Reial Madrid-Celta (el caràcter pròpiament futbolístic pel que fa als equips en general es deixa pels segons finals i és durant la majoria de la peça es parla de les individualitats, únicament de les estrelles del Madrid).
2- TITULAR:	<i>"CR7 no marco en la última jornada"/ "Illara està en su major momento" / "300 partidos de Ramos en el templo".</i>
3- FONT PRINCIPAL:	Periodista, narra amb veu en <i>off</i> el moment en el qual es troba el Madrid centrat en protagonistes (CR7, Benzema, Illara, Ramos).
4- PERIODISTA FONT?	Periodista al primer tram, després tècnic blanc.
5- DECLARACIONS?	Carlo Ancelotti.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música de tensió que va accelerant fins a posar una cançó titulada

	"Sharap" en relació a què Cristiano farà callar boques al partit de la nit marcant. Així que muntatge sonor lligat al muntatge visual.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Repeticions de les imatges en què CR7 ha marcat al llarg de tota la Lliga. -Muntatge que compara el tràiler pel·lícula bèl·lica 300 amb 300 partits de Ramos en el Bernabéu (Sergio Ramos espartà, es posa la cara del central madridista a la figura del protagonista de la coneguda pel·lícula).
8- PLANS PREDOMINANTS?	Pla mig i primer pla dels jugadors (destacant CR7 i també Benzema).
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	Sí, entrenament dels jugadors i porta Santiago Bernabéu (periodista enviat especial a la porta de l'Estadi).

DEPORTES CUATRO – Peça 4

1- TEMA:	Messi i Cristiano / Presumpte frau fiscal de Messi a Hisenda / Disputa per la Pilota d'Or / Disputa per la classificació de millor porter de la Lliga. (Peça que compara en diferents aspectes al Barça i al Madrid, destaquen els temes extra-esportius com relació dels jugadors amb Hisenda i disputes fora de camp entre Messi i Cristiano).
2- TITULAR:	<i>"El año de los dioses, ¿Quién ha hecho mayor año, Cristiano o Messi?"</i> .
3- FONT PRINCIPAL:	Periodista amb veu en off ofereix estadístiques comparatives dels dos futbolistes i les declaracions dels protagonistes indicats a continuació.
4- PERIODISTA FONT?	Sí, juntament amb els protagonistes que fan valoracions.
5- DECLARACIONS?	Per una banda, Luis Suárez, Bartomeu i Luis Enrique (declaracions polèmiques de tots aquests protagonistes en relació al dopatge i a la Pilota d'Or). Per altra banda, Iker Casillas i Ter Stegen (declaracions polèmiques en relació al millor porter de la història de la Lliga).
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música de la pel·lícula d'Indiana Jones al primer tram i música de tensió i eufòria segon tram.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Imatges amb música, de càmera lenta es van augmentant la velocitat

	de les imatges amb el so en concordança. -Muntatge de Messi i Cristiano que apareixen en el cel difuminats i asseguts en els núvols fent la metàfora amb els "déus". -Imatges repetides una vegada i una altra dels gols dels dos futbolistes, cartell de l'acte d'entrega de la Pilota d'Or amb les cares de Messi i Cristiano de fons (música ressalta aquest muntatge de les imatges).
8- PLANS PREDOMINANTS?	Pla mig i primer pla dels jugadors, també pla detall de la Pilota d'Or.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES CUATRO – Peça 5

1- TEMA:	Seguiment represàlies per la mort de l'ultra del Deportivo, Jimmy.
2- TITULAR:	<i>"Operación Neptuno: intentar acabar con los ultras".</i>
3- FONT PRINCIPAL:	Periodista enviat especial.
4- PERIODISTA FONT?	Sí, juntament amb els protagonistes de les declaracions que s'exposen a continuació.
5- DECLARACIONS?	Cambrer bar de la zona on van succeir els fets, President Atlético de Madrid, trucada telefònica d'un familiar, jugadors i seguidors del Deportivo
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música de tensió que recorda a la banda sonora pròpia d'una pel·lícula d'acció. Així, música i imatges s'uneixen per donar tensió al tema de la investigació per la mort.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Per una banda, imatges repetides del cos sense vida de Jimmy més de 15 dies després de la mort. -En segon lloc, muntatge com si fos un documental d'investigació però amb declaracions i imatges frívols (cambrers dels bars de la zona, taques de sang, furgons de policies).
8- PLANS PREDOMINANTS?	Pla mig i primer pla dels protagonistes.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	Sí, enviat especial a la porta de la presó on estan els principals sospitosos de la mort de l'ultra del Deportivo.

DEPORTES CUATRO – Peça 6

1- TEMA:	Madrid a Marrakech per disputar Mundial de Clubs.
----------	---

2- TITULAR:	"CR7 conquista Marruecos".
3- FONT PRINCIPAL:	Periodista (enviat especial) que cobreix l'esdeveniment. En aquest cas, entrenament a Marrakech (Manu Carreño).
4- PERIODISTA FONT?	Sí, juntament amb les declaracions de l'entrenador (Ancelotti) i capità (Iker Casillas) del Madrid.
5- DECLARACIONS?	Carlo Ancelotti i Iker Casillas des de Marrakech.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música de la coneguda sèrie <i>Verano Azul</i> que acompanyen les imatges destacades dels jugadors entrenant a Marroc (muntatge) i veu doblada dels jugadors del Madrid fent paròdia amb CR7 i Marcelo.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-En primer lloc, les imatges de l'entrenament es centren en els músculs de Cristiano que són tocats pel seu company Marcelo (el periodista posa la veu en off fent paròdia d'aquestes imatges). -En segon lloc, música oriental acompanya la connexió de Manu Carreño que apareix sobre la gepa d'un camell a Marrakech (falta de rellevància informativa).
8- PLANS PREDOMINANTS?	Primer pla i pla detall (músculs i cares de CR7 i Marcelo).
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	Sí, Manu Carreño connecta des de dalt de la gepa d'un camell a Marrakech (la connexió se centra en el camell més que en la informació esportiva del Madrid).

DEPORTES CUATRO – Peça 7

1- TEMA:	Possible crisi de resultats del Barça.
2- TITULAR:	"Luis Enrique en el punto de mira".
3- FONT PRINCIPAL:	Periodistes des de plató, veu en off de la periodista en el muntatge
4- PERIODISTA FONT?	Sí.
5- DECLARACIONS?	Sí, aficionats cridant " <i>Luis Enrique dimisión</i> " (desperta polèmica) i paraules del mateix entrenador del Barça opinant sobre el fet.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música de tensió i suspens acompanyant les imatges polèmiques.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Muntatge "¿Divorcio?" entre Messi i Luis Enrique, una fotografia dels dos protagonistes trencada per la meitat. -Imatges amb faltes del darrer partit repartides i amb cares de l'entrenador

	des de la banqueta preocupat amb música de tensió de fons. -Doblatge fent paròdia de la conversa entre Messi i Piqué a la banqueta durant el partit.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Primer plans i pla detall de les botes Messi i de la cara de Luis Enrique.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES CUATRO – Peça 8

1- TEMA:	Polèmica amb la possible relació tensa entre Messi i Luis Enrique.
2- TITULAR:	<i>“Ruptura entre Messi i Luis Enrique, han habido insultos y todo” / “Conflicto sin solución”.</i>
3- FONT PRINCIPAL:	Luis Enrique Martínez en primer lloc, després periodista en veu en off (veu en to alarmista).
4- PERIODISTA FONT?	Si, juntament amb les declaracions de Luis Enrique.
5- DECLARACIONS?	Si, roda de premsa del tècnic blaugrana.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música de tensió que acompanyen els muntatges visuals i manipulats exposats a continuació.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Imatges a càmera lenta, parada del vídeo en moments claus (amb l'aparició d'un rellotge de sorra) amb música de la coneguda pel·lícula <i>El Padrino</i> . -Muntatge que simula un pols entre Messi i Lucho, apareixen els dos protagonistes en primeríssim pla amb els dos punys. -Muntatge vestidor blaugrana: amb figures configurades virtualment es fa el simulacre de Luis Enrique i Messi discutint a les zones de vestidors (les figures mouen la boca com si s'estiguessin esbrancant). -Imatges del <i>Twitter</i> dels principals futbolistes del Barça destacant les imatges que apareixen junts sopant en la seva vida privada.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Primer pla i primeríssim primer pla.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES CUATRO – Peça 9

1- TEMA:	Pilota d'Or i Cristiano Ronaldo.
2- TITULAR:	<i>“Imparable CR7”.</i>
3- FONT PRINCIPAL:	CR7 i periodista en veu en off.
4- PERIODISTA FONT?	Si, juntament amb CR7 i Messi.
5- DECLARACIONS?	Si, Cristiano Ronaldo i Messi.

6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música que recorda als balls de les bodes, música clàssica (Beethoven) acompanya als muntatges d'imatges.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Repetició a càmera lenta de l'entrega de premis de la Pilota d'Or (moment entrega guardó) una vegada darrere l'altra. -Muntatge de Cristiano fent el discurs en rebre el premi i el famós crit (repetit una vegada i una altra com si fos un lleó). -S'exalta la imatge del fill de Cristiano Ronaldo i de la seva mare.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Primer pla i plans generals de la gala.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES CUATRO – Peça 10

1- TEMA:	Derbi madrileny en l'eliminatòria de Copa del Rei.
2- TITULAR:	<i>"Derbi de Titanes"</i> .
3- FONT PRINCIPAL:	Veu en off de periodista i declaracions dels dos entrenadors.
4- PERIODISTA FONT?	Sí, juntament amb els següents protagonistes que fan declaracions.
5- DECLARACIONS?	Sí, Simeone, Ancelotti i entrevista per una televisió portuguesa de Cristiano Ronaldo.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música d'acció i suspens alternada, utilitzada en primer pla donant èmfasi a les imatges dels superherois.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Muntatge de les noves botes amb diamants de CR7, pla detall de les botes del portuguès. -Muntatge "Supercristiano": el personatge Superman amb la cara de CR7 enfrontat a Arda Turan (Atlético de Madrid). A més, comparació d'imatges reals del fill de Cristiano disfressat del superheroi amb les imatges del pare (CR7) manipulades en les que apareix amb la capa de Superman. -Muntatge "criptolita i Raúl Garcia": llum fluorescent verda i imatges eufòriques del jugador del Atlético. -Repetició imatges derbis històrics amb veu en off del periodista que amb la música de pel·lícula d'acció utilitza un to de suspens.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Pla mig i primer pla (predomini del <i>zoom in</i>).
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	Sí, prèvia des del Santiago Bernabéu (enviat especial a l'Estadi).

14.4.2. Taules: Peces Jugones

DEPORTES JUGONES – Peça 1	
1- TEMA:	Reunió del futbol anti-violència / Tema polèmic aficionats ultres.
2- TITULAR:	<i>“Villar no da la cara”/ “Hablamos con Villar”</i> (tot i que no parla).
3- FONT PRINCIPAL:	Villar tot i que no contesta cap pregunta, així que entrevistador.
4- PERIODISTA FONT?	Si, periodista entrevistador.
5- DECLARACIONS?	Villar, tot i que no contesta cap pregunta.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Si, so ambient intensificat.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	No imatges amb la càmera a l'espatlla en moviment. Moviments bruscs.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Primer pla protagonista.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	Sí.

DEPORTES JUGONES – Peça 2	
1- TEMA:	Cristiano suplent en el partit entre Reial Madrid i Atlético de Madrid en Copa del Rei.
2- TITULAR:	<i>“El enfado de Cristiano con las cámaras de jugones”.</i>
3- FONT PRINCIPAL:	Josep Pedrerol i narrador en veu en off durant el vídeo.
4- PERIODISTA FONT?	Sí, veu en off del periodista.
5- DECLARACIONS?	Sí, Cristiano Ronaldo.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Si, música de tensió/ suspens que va guanyant intensitat a mesura que avança la peça en concordança amb les imatges de Cristiano i Coentrao. Repetició imatges en primeríssim primer pla de Cristiano a la vegada que la música de tensió puja.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	Repetició imatges de Cristiano amb les cares del portuguès més polèmiques.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Primer pla protagonista.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES JUGONES – Peça 3	
10- TEMA:	Polèmiques arran de la festa de Cristiano Ronaldo pel seu aniversari.
11- TITULAR:	<i>“Toni Kroos sabia lo que iba a pasar con la fiesta”.</i>
12- FONT PRINCIPAL:	Periodista en veu en off i el propi Toni Kroos.
13- PERIODISTA FONT?	Si, juntament amb Kroos.

14- DECLARACIONS?	Si, declaracions polèmiques de Kroos.
15- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Cançó de Kevin Roldán, cantant que va actuar a la festa de CR7 i que es va fer popular a arran del vídeo en què Cristiano i Marcelo surten ballant i cantant. Les cançons acompanyen les imatges de la festa, música que cada vegada es va accelerant més.
16- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	Imatges de la festa que es van repetint a la ment de Cristiano com un "déjà-vú".
17- PLANS PREDOMINANTS?	Primer pla de Toni Kroos i pla mig festa.
18- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES JUGONES – Peça 4

1- TEMA:	Participació dels jugadors del Madrid a l'esdeveniment de final d'any d'Audi.
2- TITULAR:	<i>"Cristiano insulta a sus compañeros durante el evento de Audi"</i> (Cristiano i els seus companys participen en un concurs de tocs de pilota i CR7 en perdre bromeja sobre l'equip que li ha tocat, exaltació polèmica).
3- FONT PRINCIPAL:	Periodista veu en off i declaracions del mateix Cristiano.
4- PERIODISTA FONT?	Sí, narrador de la informació.
5- DECLARACIONS?	Sí, Cristiano Ronaldo en primer pla i resta de companys de fons.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música desenfadada de festa que van en concordança amb les imatges de concurs de tocs de CR7.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	Repetició imatges, zoom in.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Pla mig i primer pla dels jugadors fent tocs.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES JUGONES – Peça 5

1- TEMA:	Substitució polèmica de Neymar en el partit Barcelona-Elx.
2- TITULAR:	<i>"Neymar molesto le responde a Luis Enrique"</i> .
3- FONT PRINCIPAL:	Periodista veu en off i declaracions del propi Neymar Junior.

4- PERIODISTA FONT?	El mateix Neymar és la font principal tot i que la notícia és completada pel periodista en veu en off.
5- DECLARACIONS?	Sí, Neymar després del partit.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música de tensió que va en concordança amb l'aparició de les diferents imatges.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Repetició imatges de les jugades polèmiques del partit i primeríssim primer pla quan canvien al brasiler, es fa zoom in fins a 4 vegades seguides de la cara de Neymar quan és substituït i ha d'abandonar el terreny de joc.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Pla general partit i primer pla del Neymar.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES JUGONES – Peça 6

1- TEMA:	Polèmica entre Leo Messi i l'àrbitre en partit de Copa del Rei.
2- TITULAR:	<i>"Leo Messi insulta al arbitro".</i>
3- FONT PRINCIPAL:	Periodista veu en off i declaracions del mateix Neymar Junior.
4- PERIODISTA FONT?	Sí, narrador de la informació.
5- DECLARACIONS?	No.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Els crits de Leo Messi dient <i>"te has cagado, que malo sos"</i> es repeteixen continuadament (tot i que el jugador ho va pronunciar una sola vegada). En aquest cas, es repeteix fins a 6 vegades i cada cop en un volum més alt. Aquestes paraules són acompanyades per música tensa que també puja la seva intensitat.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Imatges repetides del jugador argentí pronunciant les expressions citades cada vegada amb un pla més tancat del protagonista (es fa zoom in cap a les mans i cap a la cara). -Imatges polèmiques del partit, es veu a Messi queixant-se i fent 'ganyotes'.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Pla general partit i primer pla del jugador.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES JUGONES – Peça 7

1- TEMA:	Pilota d'Or i Cristiano Ronaldo.
2- TITULAR:	<i>"El lado más solidario de Cristiano Ronaldo".</i>
3- FONT PRINCIPAL:	Periodista veu en off i declaracions de Cristiano.

4- PERIODISTA FONT?	Si, narrador de la informació.
5- DECLARACIONS?	Si, Cristiano Ronaldo en roda de premsa posterior a haver guanyat el guardó.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música desenfadada que van en relació amb les imatges en les quals apareix CR7 recollint el guardó.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Es repeteix fins a 3 ocasions un lapsus lingüístic de Cristiano però que en aquest cas és positiu pel portuguès, ja que repeteix la mentalitat col·lectiva de l'equip fins a 3 vegades. -Zoom in cap a la cara de Cristiano Ronaldo durant la roda de premsa i primeríssim primer pla de la Pilota d'Or en diverses ocasions.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Pla mig i primer pla del jugador, també plans detalls de la Pilota d'Or.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES JUGONES – Peça 8

1- TEMA:	Actuació de Simeone durant el partit davant de la Juventus (<i>Champions</i>).
2- TITULAR:	"Simeone, en estado puro".
3- FONT PRINCIPAL:	Periodista en veu en off.
4- PERIODISTA FONT?	Sí.
5- DECLARACIONS?	Sí, jugador Morata de la Juventus i paraules en roda de premsa de l'entrenador de l'Atlético de Madrid.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Sí, so ambient intensificat dels crits de l'afició al Vicente Calderón que apareixen en relació amb les imatges (s'enfoquen punys en primer pla dels aficionats), intensificació de l'expressió " <i>Hijo puta, deja al Cholo</i> " propiciada per part d'un aficionat i dirigint-se a l'àrbitre. A més, durant tota la peça es manté la música bèl·lica (s'intensifica quan els crits dels aficionats no són més que crits i sona més fluixa quan els crits de l'afició són expressions polèmiques, insults).
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Repetició de les imatges de salts i crits de Simeone des de dins de l'àrea tècnica. -Repetició jugades polèmiques del partit acompanyades de: " <i>Nada calma al Cholo</i> ".
8- PLANS PREDOMINANTS?	Pla generals estadi i primer pla Simeone.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES JUGONES – Peça 9

1- TEMA:	Moments difícils pel Barça a l'inici del 2015, quan el Madrid lidera la classificació i hi ha polèmiques institucionals (Zubizarreta dimiteix, es convoquen eleccions, etc.).
2- TITULAR:	<i>"¿Qué le pasa al Barça?" "¿Quién tiene la culpa de la crisis?" "Ni bronca ni reacción".</i>
3- FONT PRINCIPAL:	Si, narrador de la informació.
4- PERIODISTA FONT?	Si.
5- DECLARACIONS?	No.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Música de tensió i suspens intensificada i en to alt durant tota la peça.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Retalls polèmics de la premsa esportiva catalana on es destaquen les frases més polèmiques augmentant la mida de la lletra. -Muntatge amb música tensa que acompanya a les imatges dels jugadors tots ells apareixen mirant cap a terra (és a dir, es recopilen imatges de diferents partits, fins i tot de temporades passades, en les que els jugadors apareixen en els partits mirant cap al terra, dessolats).
8- PLANS PREDOMINANTS?	Primer pla dels jugadors i directius fent zoom in cap a les cares de preocupació.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.

DEPORTES JUGONES – Peça 10

1- TEMA:	Cristiano Ronaldo i la Pilota d'Or (entrevista al portuguès després d'haver guanyat el guardó).
2- TITULAR:	<i>"La entrevista más sincera de Cristiano".</i>
3- FONT PRINCIPAL:	Jugador, Cristiano Ronaldo.
4- PERIODISTA FONT?	No, és el mateix jugador.
5- DECLARACIONS?	Si, Cristiano Ronaldo en primer pla durant tota l'entrevista.
6- MÚSICA/ MUNTATGE SONOR?	Al primer pla de la imatge del jugador responent les preguntes de l'entrevista li acompanyen les imatges més espectaculars del jugador al llarg d'aquest any al Reial Madrid i música heroica que va en relació a les imatges.
7- MUNTATGE VISUAL/MANIPULACIÓ?	-Imatges de les jugades i celebracions més espectaculars del futbolista durant l'últim any al Reial

	Madrid, les imatges apareixen en càmera lenta i de forma repetida. També van acompanyades de rètols impactants que destaquen les habilitats del jugador.
8- PLANS PREDOMINANTS?	Primer pla del jugador durant l'entrevista i pla mig/primer pla de Cristiano en el terreny de joc.
9- CONNEXIÓ EN DIRECTE?	No.