

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:

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	pàg. 1
2. MARC TEÒRIC.....	pàg. 3
2.1. Aproximació a la història del periodisme esportiu a l'Estat espanyol....	pàg. 3
2.1.1. L'esport a la premsa escrita.....	pàg. 3
2.1.2. L'esport a la ràdio.....	pàg. 4
2.1.3. L'esport al cinema: El <i>No-do</i>	pàg. 5
2.1.4. L'esport a la televisió.....	pàg. 5
2.1.5. L'esport a Internet.....	pàg. 7
2.2. Aproximació a la situació general del periodisme esportiu a l'Estat espanyol en els últims anys.....	pàg. 9
2.2.1. Trets generals de la situació de la premsa esportiva.....	pàg. 9
2.2.2. Algunes característiques específiques del periodisme esportiu en l'àmbit radiofònic.....	pàg. 21
2.2.3. Algunes característiques específiques del periodisme esportiu en l'àmbit televisiu.....	pàg. 21
2.2.4. Algunes característiques específiques del periodisme esportiu en l'àmbit d'Internet.....	pàg. 27
2.3. Llenguatge i estil del periodisme esportiu.....	pàg. 30
2.4. Codis deontològics i llibres d'estil com a pilars normatius de la informació esportiva.....	pàg. 34
2.4.1. Els codis deontològics.....	pàg. 34
2.4.2. Els llibres d'estil.....	pàg. 38
3. OBJECTE D'ESTUDI.....	pàg. 47
3.1. Objectius.....	pàg. 47

4. METODOLOGIA.....	pàg. 49
4.1. Preguntes d'investigació.....	pàg. 49
4.2. Eines.....	pàg. 50
4.3. Mostra.....	pàg. 50
4.4. Variables.....	pàg. 50
5. ANÀLISI I DISCUSSIÓ.....	pàg. 52
6. CONCLUSIONS.....	pàg. 84
7. BIBLIOGRAFIA.....	pàg. 86
8. WEBGRAFIA.....	pàg. 88

1. INTRODUCCIÓ

El present treball pretén fer un estudi de la situació del periodisme esportiu a l'actualitat a l'Estat espanyol i les seves característiques; i reflectir-ho amb un anàlisi de la informació esportiva a les cadenes públiques TVE i TV3.

El periodisme esportiu és una de les branques de la professió que més audiència atreu pel gran seguiment i pràctica que té l'esport arreu del món. És per això que la informació esportiva té una gran influència en la societat, perquè mou masses, de manera que els periodistes esportius tenen una gran responsabilitat social a l'hora de construir i difondre aquestes informacions, ja que han d'intentar, en el màxim possible i seguint les recomanacions dels codis deontològics i dels llibres d'estil, manipular la realitat mitjançant informacions errònies, falses o rumors i evitar confrontacions entre els seguidors d'un esport.

Aquesta teoria és defensada per molts autors que treballen en l'àmbit del periodisme esportiu. Alguns autors com Antonio López Alcoba (1993) qualifiquen el periodisme esportiu com el gènere periodístic més atractiu i en el que abunden més periodistes sense preparació o que encara no han acabat els seus estudis.

Tal i com assenyala Antonio Alcoba en el seu llibre *Periodismo Deportivo* (2005), l'esport és l'activitat humana més realitzada i, com a conseqüència, la més difosa. De manera que la necessitat comunicativa de l'esport és reclamada per la societat. Josep Maria Casanovas al llibre *Anals del periodisme català* (2005) afegeix que l'esport s'ha convertit en un fenomen social molt important que ha fet que la informació esportiva tingui fins hi tot un paper molt important en els mitjans de comunicació generalistes.

Avui dia hi ha una manca de credibilitat provocada per una falta de qualitat en els continguts en el camp de la premsa esportiva; perquè els mitjans de comunicació, que en el fons són empreses i per tant tenen uns objectius econòmics que han de complir, prioritzen els interessos econòmics per assolir aquests objectius per sobre dels interessos periodístics.

Els beneficis econòmics van lligats a la generació d'audiència, de manera que sovint es construeixen informacions sensacionalistes i espectaculars per atreure audiència. Alcoba (2005), en aquesta línia, considera que la pèrdua de credibilitat actual és causa, en part, pels grans mitjans de comunicació per renunciar al periodisme de qualitat a favor de l'espectacle. L'espectacle genera molta audiència i es converteix, per tant, en un negoci.

D'altra banda, a més, cal tenir en compte que l'esport genera passions entre aficionats, de manera que el periodista porta al damunt una important responsabilitat social, lligada a evitar la confrontació i fomentar els valors positius inherents a l'esport. Tal i com assenyala José Luis Rojas Torrijos al seu llibre *Periodismo de Calidad* (2011), els periodistes no han de buscar el morbo i la confrontació entre protagonistes del món de l'esport.

Alcoba (2005) considera que el periodista esportiu a vegades es transforma en aficionat d'un club en concret i s'oblida de reflectir la realitat de forma més o menys objectiva i de seguir l'ètica periodística que reclamen els codis deontològics.

En aquest sentit, d'altra banda, el periodista no pot mostrar-se apassionat per un esportista o un club, ja que això provocaria una tergiversació de la veritat. D'aquesta manera hauria d'expressar les seves opinions de forma ben argumentada per no fomentar la rivalitat, la polèmica o escàndols. El periodista ha de ser el més imparcial possible, ha d'opinar de forma realista i no posicionar-se a favor d'un esportista o entitat en una competició determinada. Això li aportarà més crèdit i credibilitat.

Per a comprovar la situació actual en el camp del periodisme esportiu s'ha decidit analitzar la informació esportiva concretament a l'àmbit televisiu. S'ha fet un anàlisi corresponent a les seccions d'esports dels informatius generalistes de les cadenes públiques TVE i TV3, tenint en compte que els canals de televisió pública no són mitjans de comunicació d'empreses privades i per tant els continguts periodístics haurien d'estar sempre per sobre dels interessos d'audiència.

S'ha escollit TVE i TV3 perquè, a més del que s'ha dit en el paràgraf anterior, al tractar-se de canals públics els continguts informatius han de respondre sempre a l'interès públic i satisfer les necessitats informatives de la societat, en aquest cas la de Catalunya (TV3) i la de tot l'Estat espanyol (TVE). És per això que els mitjans de comunicació públics tenen una gran responsabilitat social amb la societat, que han de complir mitjançant una correcta difusió de la informació en els serveis informatius, entre les quals hi ha l'esportiva.

S'ha escollit l'àmbit televisiu perquè en la actualitat no són abundants els treballs d'investigació de les informacions periodístiques esportives, i molt especialment les que formen part de l'àmbit de la televisió. La majoria d'investigacions que s'han realitzat sobre informació esportiva A L'Estat espanyol fan especial al·lusió a la premsa escrita, especialment als principals diaris esportius espanyols com són *Marca*, *As*, *Mundo Deportivo* i *Sport*; que són els que gaudeixen d'una major audiència pel que fa a la premsa escrita en el camp del periodisme esportiu.

2. MARC TEÒRIC

2.1. APROXIMACIÓ A LA HISTÒRIA DEL PERIODISME ESPORTIU A L'ESTAT ESPANYOL

La comunicació esportiva ha existit pràcticament amb el naixement de l'esport i la competició. Des de l'antiga Grècia ja es feia difusió de l'esport. Plató, Píndaro o Miró van expressar el seu amor per l'esport d'aquella civilització. Els Jocs Olímpics van tenir una forta repercussió en la societat d'aquella època. Homer a la *Ilíada* i a *Odissea* també va fer referència a l'esport en el relat dels *Jocs Funeraris*. Amb la desaparició dels Jocs Olímpics l'any 384, la primera menció esportiva i escrita de l'Edat Mitjana es produeix al 1537 en un llibre de Virgilius Polydoris i que parlava dels Jocs Olímpics (Alcoba, 2005).

2.1.1. L'ESPORT A LA PREMSA ESCRITA

Tal i com explica Antonio Alcoba López al seu llibre *Periodismo deportivo* (2005), les informacions sobre activitats físiques, enfrontaments entre jugadors, les victòries i derrotes, han existit en totes les civilitzacions fins avui. Els primers articles periodístics sobre esport, però, es consideren que van sorgir durant el segle XIX; i feien referència als esports més practicats en aquella època, com el tennis, el futbol o el rugbi. L'any 1852 va néixer a Anglaterra el què es considera el primer diari esportiu de la història, *Sportman*. La premsa esportiva va ser exitosa i es va estendre ràpidament per l'Europa Occidental.

A Espanya fins a finals del segle XIX no van sorgir diverses publicacions dedicades a l'àmbit esportiu com són: *El Cazador* (1856), *La Caza* (1865), *El Colombaire* (1866), *El Pedal* (1869), *La Ilustración Gimnástica* (1886), *El Pelotari* (1893), *La Ilustración Venatoria* (1880) o *El Deporte Velocipédico* (1895).

Paral·lelament, a la premsa nortamericana de finals del segle XIX, Willian Randolph Hearst, propietari de *The New York Journal*, va decidir dedicar un conjunt de pàgines a la informació esportiva l'any 1895. A partir d'aquí, l'èxit que provocaria aquesta decisió, va fer que altres diaris importants dels Estats Units, com el *New York Times* a partir del setembre del 1926, comencessin a incloure informacions exclusivament de l'àmbit esportiu.

El diari més antic espanyol que es segueix publicant avui en dia és *Mundo Deportivo* (1906). Altres diaris importants de la premsa esportiva espanyola són: el diari *As*,

nascut el 7 de juny 1932 com una revista setmanal i que es va deixar de publicar un mes abans del començament de la Guerra Civil, per tornar a sortir ja com a diari l'any 1967. El diari *Marca* va néixer el 21 de desembre de l'any 1938, en plena dictadura franquista. El més modern és el diari *Sport*, sorgit el 3 de novembre del 1979, i editat a Barcelona (Alcoba, 2005).

Marca i *As* són els diaris esportius més llegits a l'Estat espanyol. (Hernández Alonso, 2012). A la resta del món, entre els diaris esportius més famosos hi ha *L'Équipe* (1946), de França; i *La Gazzeta dello Sport* (1896), d'Itàlia. Pel que fa a revistes esportives, la més popular és *Sports Illustrated* (1954), dels Estats Units, amb una tirada d'unes 4 milions de persones (Alcoba, 2005).

2.1.2. L'ESPORT A LA RÀDIO

Alcoba, al seu llibre *Cómo hacer periodismo deportivo* (1993) considera que, pel que fa al món radiofònic, l'èxit de l'esport a la premsa escrita va fomentar que les cadenes de ràdio adquirissin la necessitat d'informar sobre el món de l'esport. El primer gran esdeveniment esportiu que la ràdio va cobrir va ser un combat de boxa dels Estats Units entre Jack Dempsey i George Carpentier, que es jugaven el campionat del món, el 2 de juliol del 1921. La retransmissió la va fer la cadena *KDKA*, una de les ràdios pioneres dels Estats Units. El gran salt de la ràdio esportiva va ser, però, la retransmissió del combat entre Dempsey i Tunney, que el van escoltar unes 15 milions de persones en tot el món. Aquests èxits van fer que cada cop més les emissores de ràdio informessin sobre l'àmbit esportiu i les competicions esportives.

Les primeres retransmissions radiofòniques a l'Estat espanyol es van dur a terme per *Unión Radio* l'any 1926. Al mes de maig del mateix any es va emetre el primer combat de boxa i un any més tard es va retransmetre el primer partit de futbol de forma íntegra per la ràdio, que va enfrontar el Reial Madrid amb el Saragossa (Bonaut Iriarte, 2006). A Espanya, *Radio Marca* (2001) és la principal cadena radiofònica dedicada exclusivament als continguts esportius (Gómez Bueno, 2013). Actualment és de les emissores temàtiques més escoltades de l'Estat espanyol, amb un 2,6% de *share* de mitjana, segons les últimes dades de l'EGM de l'any 2017.

En la mateixa línia, Néstor Hernández Alonso a *Tendencias en el lenguaje deportivo actual* (2012) assenyala que amb la demanda per part de la societat de la informació esportiva van anar creixent el número de programes de ràdio i televisió, programes de llarga durada especialment als caps de setmana, on acostuma a haver-hi més esdeveniments esportius. Aquests programes sovint s'emeten per la tarda i per la nit. Són programes dedicats a la narració i a la valoració dels esdeveniments esportius, que,

a vegades, poden desplaçar altres programes de la graella o eliminar-los, com succeeix de forma habitual a determinades emissores com *La Ser*, *Cope*, *RNE* o *Onda Cero*.

2.1.3. L'ESPORT AL CINEMA: El No-Do

Tal i com assenyala el *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte* (2015) el *No-Do* (Noticiario Documental Cinematográfico) era un conjunt de notícies i reportatges d'àmbit nacional i internacional que es difonien obligatòriament abans de la projecció de pel·lícules a les sales de cinema de l'Estat espanyol entre els anys 1943 i 1975, amb la fi de la dictadura franquista.

Els *No-do* contenien una secció d'esports en la qual es difonia informació esportiva. Gairebé cada *No-Do* tenia una secció titulada *Esports* o *La vida esportiva*. Aquestes seccions difonien notícies i informacions esportives d'Espanya, però també d'Europa i dels Estats Units (DeMarco, 2013)

Gairebé sempre, el que volien mostrar les diverses imatges, eren les diverses accions del joc i la seva bellesa. Tot i que el futbol va ser sens dubte l'esport rei del *No-Do*, hi havia molts reportatges que feien referència a altres esports, per exemple els esports de combat, com la boxa o el judo; i esports que, en alguns casos, no eren molt coneguts entre la població espanyola (Tranche; Sánchez-Biosca, 2001).

2.1.4. L'ESPORT A LA TELEVISIÓ

Pel que fa l'àmbit de la televisió, la primera transmissió que es va fer d'una competició esportiva va ser la dels Jocs Olímpics de Berlín de l'any 1936. Les televisions van veure que l'esport atreia l'audiència i això podia convertir-se en un gran negoci (Gómez Bueno, 2012). En la mateixa línia, Gallardo Parrón i Montes Vozmediano a *La propiedad de los derechos de emisión de los eventos deportivos y su recuperación en los informativos: El caso de Antena 3, La 1 y Telecinco* (2015) exposen que a partir dels Jocs Olímpics de Berlín hi va haver un canvi en l'àmbit europeu pel que fa a l'interès pels esdeveniments esportius, provocat per l'aparició de la televisió en el món de l'esport. El consum d'informació esportiva es va anar convertint en massiva progressivament. Arran de les noves tecnologies, a finals del segle XX van néixer nous canals de televisió dedicats als continguts esportius, com *Sky Sports*, *ESPN* o *Eurosport*.

Joseba Bonaut Iriarte a *Televisión y deporte: influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)* (2006) exposa que la televisió va arribar bastant tard a Espanya (a la dècada del 1950)

en comparació amb altres països europeus. La programació esportiva va jugar un paper molt important en el desenvolupament de la televisió en la seva primera etapa històrica a l'Estat espanyol. "Els continguts esportius van ser el vehicle perfecte per a introduir i consolidar els nous avenços televisius" (Bonaut Iriarte, 2006, p.271).

A partir del 1952 van començar les primeres emissions experimentals de TVE, i al 1954 es va retransmetre el primer partit de futbol de la història de la televisió espanyola, un Reial Madrid-Racing de Santander; que, de fet, va ser la primera retransmissió de TVE. El fenomen esportiu a Espanya va estar molt lligat des de l'inici al futbol, les primeres retransmissions del qual ja tenien una gran audiència i generaven molts beneficis.

TVE, emetent de forma oficial des del 1956, havent vist el gran èxit del futbol, va establir les claus d'una futura programació esportiva. De fet, el futbol ha sigut el principal referent de la programació esportiva de la televisió espanyola al llarg de la història. "El futbol es va convertir des dels orígens del mitjà en l'esport de referència de la televisió i va ser un element clau en la programació de TVE en tot el període del monopoli de la televisió pública (1956-1988)" (Bonaut Iriarte, 2006, p.277).

Fins gairebé la dècada del 1990, la única televisió operativa a l'Estat espanyol era TVE, i per tant era la única que transmetia informació esportiva i esdeveniments esportius. Dins de l'oferta esportiva de TVE durant el seu monopoli (1956-1988), les retransmissions en directe o en diferit d'esdeveniments esportius van representar la major part del temps dedicat als continguts esportius (gairebé un 80%).

2.1.4.1. Els drets televisius i la competició per les audiències

Pedro Paniagua Santamaría a *Cultura y Guerra del Fútbol: Análisis del mensaje informativo* (2009) explica que fins a la dècada dels 90, la única cadena de televisió que transmetia esports era TVE; i, per tant, no existia un conflicte d'audiències ni drets televisius. Tampoc existien els programes esportius d'espectacle, amb humor i participació del públic, entre d'altres trets característics per a guanyar audiència.

A partir de llavors, amb el naixement de les cadenes privades, *Canal Plus*, *Antena 3* i *Telecinco*, va començar una guerra per les audiències i els drets televisius per retransmetre competicions. Aquesta competició per guanyar audiència ha provocat que les cadenes hagin hagut de buscar solucions per aconseguir més *share*, tan públiques com privades (Paniagua Santamaría, 2009). La cursa pels continguts esportius que s'ha desenvolupat en els últims anys a Espanya ha suposat un salt qualitatiu en relació a la dècada dels noranta (García Santamaría i Gema Alcolea, 2011).

Joseba Bonaut Iriarte (2006) va més enllà i afirma que la lluita pels interessos ha

provocat una pujada de preus pels drets de retransmissió, una excessiva dependència econòmica dels ingressos televisius per part de les institucions esportives, una desproporcionada comercialització de l'esport, una alteració de les normes i els reglaments del joc i una reducció de l'assistència en els recintes esportius, entre d'altres. L'esport, per tant, ha adquirit un paper molt important en les graelles de programació de les televisions de l'Estat espanyol.

José Vicente García Santamaría i Gema Alcolea a *Los derechos audiovisuales de retransmisiones deportivas y su repercusión en el mercado televisivo español* (2011) exposen que, des del 1990 i fins al 1998, els drets audiovisuals del futbol es van repartir entre la Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autònoms (FORTA) i la primera televisió de pagament espanyola, *Canal Plus*. "Serà, per tant, al llarg de la dècada dels noranta i dels primers anys del segle XXI quan el mercat de programes esportius a Espanya arribi a la seva maduresa i es faci un lloc important en la programació televisiva" (García Santamaría; Alcolea, 2011, p.4).

En definitiva, al llarg dels anys, l'esport ha conquistat la televisió a l'Estat espanyol; i els programes esportius són, en general, els que aconseguen més audiència; especialment les retransmissions en directe d'esdeveniments i competicions esportives (Gómez Bueno, 2013). "El periodisme esportiu a Espanya ha viscut una creixent evolució fins arribar als nostres dies, on part de la graella televisiva és ocupada per continguts esportius, tots els informatius compten amb una secció definida sobre aquesta temàtica i on, amb l'arribada de la TDT, hi ha canals de televisió destinats únicament a la informació esportiva" (Gallardo Parrón; Montes Vozmediano, 2015, p.12).

2.1.5. L'ESPORT A INTERNET

A finals dels anys 90, la convergència tecnològica i l'aparició d'Internet van propiciar l'aparició de suports digitals com a plataformes dels nous mitjans de comunicació digitals i dels vells mitjans de premsa escrita digitalitzats. Les noves tecnologies informàtiques juntament amb Internet van permetre la multiplicació de possibilitats de difusió de la comunicació esportiva; i els mitjans de premsa escrita les van haver d'aprofitar mitjançant la creació de les versions digitals dels diaris, ja que l'audiència va créixer considerablement a Internet.

Paral·lelament, durant els primers anys del segle XXI han aparegut nous mitjans de comunicació esportius exclusivament digitals, que han fomentat la competència amb els vells mitjans de premsa escrita (Gómez Bueno, 2013). José Luis Rojas Torrijos a *Periodismo de calidad* (2011) afegeix que al llarg dels anys els mitjans de comunicació

digitals s'han anat desenvolupant de forma gradual aprofitant les noves possibilitats periodístiques que han anat oferint les noves tecnologies i han creat una nova fórmula de periodisme: el *ciberperiodisme* o *periodisme digital*.

Al principi els mitjans de comunicació digitals s'inspiraven en els mitjans de premsa escrita i es limitaven a bolcar o reutilitzar les informacions publicades en paper. L'evolució dels mitjans de comunicació *online* han passat per tres etapes diferents: una primera, en la que es bolcaven els continguts de l'edició impresa a la web; una segona, en la que la informació provinent de l'edició impresa es complementa amb més informació; i, per últim, una tercera, on la redacció de les notícies ja no depèn de l'edició impresa, sinó que es generen continguts pensats i redactats aprofitant els recursos i les oportunitats d'Internet (Rojas Torrijos, 2011).

2.2. APROXIMACIÓ A LA SITUACIÓ GENERAL DEL PERIODISME ESPORTIU A L'ESTAT ESPANYOL EN ELS ÚLTIMS ANYS

2.2.1. TRETES GENERALS DE LA SITUACIÓ DE LA PREMSA ESPORTIVA

2.2.1.1. Els criteris comercials per davant dels criteris periodístics

Javier Gómez Bueno a *Ética, responsabilidad y observación de los códigos deontológicos en el periodismo deportivo* (2013), exposa que els mitjans de comunicació com a empreses tenen uns objectius econòmics que han de complir per a la seva rendibilitat econòmica. Aquests objectius van lligats a uns interessos, que sovint no corresponen amb els interessos del públic. La línia ideològica és la que marca el tractament de la informació del mitjà i dels periodistes que formen part d'aquest. I aquesta ideologia ve marcada pels interessos empresarials i per les afinitats del periodista i la seva parcialitat cap a un club determinat.

Encara que és lògic que les empreses depenen de la seva rendibilitat econòmica i per això s'han de satisfer els interessos econòmics per obtenir beneficis, mai s'hauria d'oblidar la funció social que tenen com a mitjans de comunicació.

Una qüestió fonamental en el context de la premsa esportiva a l'Estat espanyol, llavors, és la competència dels mitjans de comunicació per captar clients, és a dir, audiència, que fa que molts cops la informació pugui ser manipulada per tal d'assolir aquest objectiu. Es posa, llavors, el sentit comercial de la informació per davant de l'ètica que l'ha de sostenir. La pèrdua de credibilitat actual és causa, en part, pels grans mitjans de comunicació per renunciar al periodisme de qualitat a favor de l'espectacle. L'espectacle genera molta audiència i es converteix, per tant, en un negoci (Alcoba, 2005).

Alcoba López creu que encara que hi ha molts periodistes honrats que no gosen manipular les seves informacions, la seva llibertat d'expressió sovint es veu malmesa per la voluntat dels caps de secció que s'acaben convertint en persones al servei dels qui paguen. De manera que si per vendre una informació s'ha de manipular, es manipula. Els interessos administratius i econòmics passen per sobre dels periodístics, de manera que es perd qualitat en la redacció de continguts i com a conseqüència una falta de credibilitat.

A vegades els periodistes esportius, com que tenen molta influència perquè mouen masses, poden ser temptats, pressionats o comprats perquè manipulin les informacions a favor d'entitats polítiques, econòmiques o publicitàries. La pressió més important que pot patir el periodista esportiu, segons Alcoba, però, està originada en el propi mitjà de

comunicació. Això vulnera la llibertat d'expressió del periodista, com s'ha explicat anteriorment.

En general, doncs, el periodista esportiu que treballa per una empresa ho fa renunciant a la seva independència a l'hora de publicar les seves informacions per servir a l'empresa i afavorir els seus interessos. La seva opinió vindrà també condicionada per la línia editorial del mitjà de comunicació entès com a empresa. Això afavoreix l'autocensura del propi periodista esportiu i per tant una falta clara de transparència, llibertat d'opinió i expressió. Això pot provocar una pèrdua de confiança i credibilitat per l'audiència que confia en aquell periodista. A la llarga, això pot produir una falta de credibilitat i prestigi del mitjà de comunicació, ja que ofereixen a l'audiència informació manipulada (Alcoba, 2005).

2.2.1.2. Manipulació de la informació

Tal i com assenyala Javier Gómez Bueno a *Ética, responsabilidad y observación de los códigos deontológicos en el periodismo deportivo* (2013), la manipulació de la informació és una lacra del periodisme, especialment si es fa intencionadament. El periodista té un deure amb el públic, lligat a la funció social que té el periodisme, de manera que no ha de manipular les informacions amb la finalitat d'obtenir benefici econòmic. S'ha de tenir en compte que la influència de la professió periodística, especialment en l'àmbit del periodisme esportiu, és molt important en la societat. Per tant, s'ha de mirar d'exercir aquesta influència en benefici de tota la societat, mitjançant la honestat, tot i que aquest exercici és força difícil.

El que passa és que sovint aquesta influència s'utilitza per a posicionar a la societat a favor o en contra d'alguns actors en concret. En el cas del periodisme esportiu aquests actors poden ser clubs o esportistes.

La manipulació en els mitjans de comunicació esportius és més elevada que en la resta d'àmbits periodístics, degut a les grans passions que desperta l'activitat esportiva entre la societat i els aficionats. De manera que "l'audiència i els interessos econòmics juguen un paper decisiu que atempta contra els principis bàsics de la praxis i de l'ètica periodística" (Gómez Bueno, 2013, p.225).

Javier Gómez Bueno (2013), a partir d'aquí, fa una distinció entre diverses males pràctiques informatives, que provoquen una manipulació de la informació: omissió d'informació, servilisme, desinformació i els interessos empresarials.

Pel que fa a la omissió d'informació, en el periodisme esportiu sovint s'omet informació que pot perjudicar la imatge d'un esportista o club esportiu determinat, especialment

en els mitjans de comunicació dels quals en són afins. Seguint en la mateixa línia, Alcoba defensa que l'omissió intencionada és especialment freqüent als mitjans de premsa esportiva. Aquesta ommissió intencionada és una pràctica irrespectuosa amb els interessos informatius de la societat i amb el correcte exercici de la professió periodística.

Pel que fa al servilisme, en el periodisme esportiu es produeix sovint un servilisme cap a un equip determinat, per afinitat a la línia editorial del mitjà (que pot ser deguda a que està editat a la mateixa ciutat d'on és l'equip), per la parcialitat del periodista cap a un club esportiu o per buscar una fidelització d'audiència aficionada a un determinat club. Això provoca una falta de respecte a la funció social del periodisme amb la ciutadania. En la premsa esportiva, especialment, s'observa una postura *maniqueista*, en la qual cada mitjà es creu que té la veritat absoluta, protegint sempre al seu equip preferit i desprestigiant les demés opinions com si no valguessin (Alcoba, 2005).

Respecte a la desinformació, aquesta pot ser produïda per diverses causes, per exemple quan el periodista té una visió parcial de la realitat provocada per la seva afinitat cap a un club esportiu determinat. En aquest cas, podria no ser intencionada. Els casos més greus succeeixen quan aquesta desinformació ve donada per males pràctiques del periodista de forma intencionada, per exemple a l'hora de cercar interessos personals o empresarials, de manera que s'incompleixen els codis deontològics i ètics. Sigui intencionada o no intencionada, la desinformació sempre serà negativa per a la correcta interpretació de la realitat per part de la societat.

Per últim, pel que fa als interessos comercials, Bueno considera que aquesta és una de les malversacions informatives més importants. Com s'ha explicat anteriorment, els interessos empresarials provoquen que no es compleixi la funció social que tenen els mitjans de comunicació amb la societat: proporcionar informació veraç i de qualitat de manera que es satisfacin les necessitats informatives i apropar-se a la realitat. Els beneficis econòmics adquireixen, així, més importància, en detriment de la informació. "Els balanços de comptes es prioritzen en front a la funció ètica del periodisme" (Gómez Bueno, 2013, p.216). En la mateixa línia, Alcoba defensa que en els mitjans de vegades es permet la manipulació informativa per tal de satisfer els interessos econòmics (Gómez Bueno, 2013).

2.2.1.3. Informacions sensacionalistes i espectaculars

José Luis Torrijos en el seu llibre *Periodismo de calidad* (2011) exposa que l'aplicació de criteris purament mercantils en el procés d'elaboració de la informació i el conseqüent caire sensacionalista dels continguts repercuteix en el llenguatge i, com a conseqüència en la qualitat del producte informatiu final. La necessitat de satisfer una demanda

d'informació per objectius econòmics fa que sovint s'elaborin continguts més trivials, de manera que es sobredimensionen esdeveniments que tenen més a veure amb altres seccions o altres tipus de publicacions, com per exemple les revistes del cor.

Això respon als criteris d'espectacularització de la informació i criteris extra periodístics, amb l'objectiu de garantir un públic cada vegada més ampli i amb la conseqüència de la tendència cap a un periodisme morbós que busca més *commoure* que informar; i, en el fons, entretenir més que informar i educar.

Javier Gómez Bueno (2013) considera que el sensacionalisme és molt freqüent a la informació esportiva, ja que juga un paper fonamental en l'atracció de l'audiència, amb la finalitat d'obtenir beneficis econòmics. La informació, en aquest cas, es converteix en *infoentreteniment*. Això succeeix especialment en el món de la televisió, on es fusionen espectacle i informació.

La tècnica de l'*infoentreteniment* utilitzada en els programes televisius de la premsa del cor, degut als seus alts nivells d'audiència, s'ha estès a la premsa esportiva, tan a la televisió (amb programes com *Punto Pelota*, *Futboleros* o *El Chiringuito de Jugones*) com a la premsa escrita. "En aquests programes prevalen l'espectacle, la polèmica i el morbo, per sobre de la notícia estrictament esportiva" (Gómez Bueno, 2013, p.250). Si la informació estricta queda en segon pla, al públic no se li ofereix informació veraç i rigorosa, de manera que s'incompleixen els codis deontològics i ètics. *El Chiringuito de Jugones* ha aconseguit habitualment cotes d'audiència de més del 7% de *share* de l'Estat espanyol en els últims mesos del 2017, segons dades que presenta *ecoteuve.es*.

En alguns casos, l'ús de tècniques sensacionalistes pot comportar intromissions en la vida privada dels protagonistes de les informacions, vulnerant els drets d'intimitat i privacitat, també presents en els codis deontològics i en l'article 20.4 de la Constitució Espanyola. De vegades els periodistes es converteixen en autèntics *paparazzis* esportius que s'interessen més per conflictes amorosos referents a alguns esportistes que no a la informació estrictament esportiva. Aquesta cerca del morbo mitjançant la difusió d'aquest tipus de continguts pot perjudicar la intimitat, la imatge i l'honor dels esportistes (Gómez Bueno, 2013).

Respecte a la cerca del morbo i la confrontació, Rojas Torrijos (2011) exposa el següent: "El periodisme esportiu té la responsabilitat afegida de ser educador i transmissor dels valors positius inherents a la pràctica esportiva", per exemple la companyonia, l'esforç, la solidaritat, la igualtat o el joc net; és a dir, els valors que són "pilars bàsics de la convivència i la pau social". De manera que els periodistes no han de buscar el morbo i la confrontació entre protagonistes del món de l'esport. José Luis Rojas Torrijos afegeix que "la fórmula de creuar declaracions altisonants, encaminada a crear un ambient dramàtic o emotiu, adquireix una perillositat especial durant els dies previs a partits de

màxima rivalitat per l'efecte que poden causar entre aficionats d'un i altre equip, especialment els més radicals” (Rojas Torrijos, 2011, p.96).

2.2.1.4. Manca de distinció entre informació i opinió

Javier Gómez Bueno conclou en la seva tesi (2013) que els codis deontològics no són respectats en gran mesura a l'Estat espanyol en el camp del periodisme esportiu. Es vulneren diversos articles d'aquests codis, impeding que la ciutadania pugui consumir informacions veraces, dret que esdevé fonamental per aconseguir un ideal informatiu democràtic. En definitiva, no es fa una clara distinció entre la informació i l'opinió. Sovint l'opinió es camufla com a notícia interpretativa. La falta de rigor en les informacions, el mal ús de les fonts i la presència de rumors són molt freqüents en la premsa esportiva espanyola. El sensacionalisme i el morbo són molt presents en el contingut esportiu, en busca de la rendibilitat econòmica. El llenguatge excessivament bèl·lic i emotiu genera estats d'ànim enfrontats i conflictes entre aficions. Hi ha un alt grau de servilisme i manipulació de la informació, per interessos comercials i afinitats cap a entitats esportives determinades (Gómez Bueno, 2013).

José Luis Rojas Torrijos (2011) assenyala, en la mateixa línia que Gómez Bueno (2013), que una de les característiques que distingeixen la branca del periodisme esportiu d'altres àmbits periodístics és la contínua barreja d'informació i opinió, i la conseqüent hibridació dels gèneres i formats. Això, a més de confondre i desinformar a l'audiència comporta que el llenguatge tingui una major càrrega emocional i, per tant, parcial i poc objectiu: “En el periodisme esportiu és més fàcilment perceptible la postura personal del professional davant dels fets sobre els que informa. L'emissor es fa molt més visible que en altres àmbits periodístics mitjançant l'ús d'un lèxic propi, que està carregat de connotació i que apel·la constantment als sentiments dels lectors” (Rojas Torrijos, 2011, p.102).

2.2.1.5. Presses en les redaccions

El tancament de les redaccions a un horari concret i les noves tecnologies han fet que el periodista tingui un espai limitat per escriure els seus articles, cosa que el converteix en un oficinista de la informació. Els reportatges ben escrits amb un fonament humà són difícils de trobar avui en dia en el món del periodisme esportiu. Els periodistes passen més hores a dins de la redacció que anant a buscar la informació a fora. I les presses per publicar les informacions a vegades fa que no es comprovi la veracitat d'aquestes o no es comprovi la font.

Fins hi tot hi ha periodistes marginats que podrien mostrar el seu gran potencial però

que són obligats a quedar-se a la redacció amb un treball rutinari. Les capacitats d'alguns periodistes, en aquest sentit, queden desaprofitades pels amos dels mitjans (Antonio Alcoba, 1993).

2.2.1.6. La responsabilitat social del periodista, en perill constant

D'altra banda, el periodista esportiu actualment té molta responsabilitat, ja que és seguit per molta gent, i les seves opinions fan moure masses. En qualsevol cas, el periodista esportiu ha de ser un gran amant de l'esport, aficionat o que hagi practicat alguna modalitat concreta. Això tindrà conseqüències en els continguts, ja que algú que hagi sigut futbolista tindrà un coneixement més profund d'aquest esport.

És impossible que s'especialitzi en totes les modalitats esportives, ja que n'hi ha moltes. Especialitzar-se en unes quantes és bàsic per tractar la informació amb el màxim rigor i coneixement possible. La especialització en el periodisme esportiu és, doncs, una branca molt necessària en l'àmbit de les ciències de la informació, ja que en ell hi ha moltes àrees on treballar (Antonio Alcoba, 2005).

Com qualsevol periodista d'altres àmbits, el periodista esportiu ha de tenir en compte els codis deontològics i ètics per elaborar les informacions. El principal problema és la gran càrrega de subjectivitat que conté el periodisme esportiu. Encara que el periodista està obligat a buscar la veritat en tot moment és fàcilment detectable que en qualsevol esdeveniment o fet esportiu hi ha una gran quantitat de criteris diferents a l'hora d'informar sobre aquest.

En aquest sentit, d'altra banda, el periodista no pot mostrar-se apassionat per un esportista o un club, ja que això provocaria una tergiversació de la veritat. D'aquesta manera hauria d'expressar les seves opinions de forma ben argumentada per no fomentar la rivalitat, la polèmica o escàndols. El periodista ha de ser el més imparcial possible, ha d'opinar de forma realista i no posicionar-se a favor d'un esportista o entitat en una competició determinada. Això li aportarà més crèdit i credibilitat.

Seguint la mateixa línia, Javier Gómez Bueno (2013) exposa que els periodistes tenen una enorme responsabilitat social en l'àmbit del periodisme esportiu, degut a la seva gran difusió i el fort impacte social que origina entre els aficionats. "Els periodistes són responsables de la creació d'estats d'ànim, i per això han d'extremar la prudència de les seves informacions i manifestacions, respectant els codis deontològics i ètics" (Gómez Bueno, 2013, p.353).

Aquesta és una tasca no gents senzilla, pels interessos de la línia editorial del mitjà per la pròpia subjectivitat del periodista i, en ocasions, "pel *forofisme* del propi

periodista cap a un equip determinat i la seva animadversió cap l'equip contrari". Un professional de la informació ha d'estar per sobre de les passions que són més aviat pròpies dels aficionats i ha de ser conseqüent dels seus actes, que "poden ser decisius en la opinió pública" (Gómez Bueno, 2013, p.355).

El periodista esportiu a vegades es transforma en aficionat d'un club en concret i s'oblida de reflectir la realitat de forma més o menys objectiva i de seguir l'ètica periodística que reclamen els codis deontològics. Les opinions a favor d'un o altre club en una polèmica augmenten més l'escàndol. El que hauria de fer el periodista llavors és intentar afliurar l'escàndol mitjançant opinions ben argumentades i intentant perseguir la veritat, sinó es convertirà en un aficionat més d'un club en concret i perdrà tota la credibilitat com a periodista (Antonio Alcoba, 2005).

Alcoba López defensa que especialment en els programes de tertúlia de televisió esportius, es pot apreciar una clara proliferació de periodistes que es posicionen a favor d'un equip determinat com si fossin autèntics aficionats, grans defensors del seu club, depreciant l'altre que es considera el rival. "En un enfrontament Barça-Madrid, per exemple, hi pot haver una gran varietat d'opinions sobre el partit. Si un periodista, en aquest cas, mostra la seva afició sobre un dels dos clubs mitjançant declaracions en contra de l'altre, només aconseguirà alterar l'enfrontament entre els dos bàndols" (Alcoba, 1993, p.126). En aquests casos, la insensatesa del periodista que difon opinions en contra d'una entitat, pot provocar l'augment de l'enfrontament entre una població i una altra.

Alcoba destaca la necessitat de que a les facultats es faci un clar esment a aquesta qüestió. Els colors s'han de deixar de banda per evitar enfrontaments socials. Si membres d'un equip alteren una polèmica amb unes declaracions, el periodista ha de mirar d'apagar el foc mitjançant una exposició clara i ben argumentada de la situació, buscant sempre la veritat i la màxima objectivitat possible.

2.2.1.7. Subjectivitat excessiva en les informacions

La credibilitat als mitjans de comunicació esportius actualment està molt qüestionada. Aquesta falta de credibilitat ve marcada per la forta presència de subjectivitat en les informacions, marcada, en part, per l'àmbit territorial el qual engloba el mitjà. Segons el territori, un mitjà de comunicació farà més esment a un club esportiu que a un altre, ja que l'audiència esperarà obtenir informació primer sobre el seu equip, per exemple (Gómez Bueno, 2013).

A més, Javier Gómez Bueno assenyala que un dels problemes en les informacions esportives és que sovint s'introdueixen elements valoratius de forma intencionada, de

manera que hi ha una manca important de veracitat a l'hora de difondre aquestes informacions. En el periodisme esportiu això succeeix amb molta més freqüència que en la resta de gèneres periodístics.

En la línia d'Alcoba, Javier Gómez Bueno considera que en certs casos els periodistes esportius es converteixen en aficionats que l'únic que fan és desinformar. Alcoba (2005) afegeix que el periodisme esportiu, al perdre la imparcialitat que reclama la informació veraç, es converteix en propaganda a favor dels equips i esportistes d'un lloc determinat sense respectar els codis deontològics. Mostrar la simpatia o fanatisme cap a un club esportiu o esportista promou estats d'ànims enfrontats i, com a conseqüència, animadversió i violència entre aficionats.

Tot això perjudica al públic que vol ser informat de la manera més objectiva possible i sense manipulacions que es fan per determinades simpaties cap a certs clubs. Aquesta desinformació fa baixar els nivells de credibilitat i confiança de la ciutadania cap als mitjans de comunicació. L'ètica periodística, tan reclamada i exigida en els codis deontològics i ètics de l'Estat espanyol, llavors, es veu transgredida quan s'elaboren informacions parcials, amagant l'opinió a dins de la notícia o el que representa que és informació, manipulant d'aquesta manera la realitat i enganyant, així, a la societat que reclama informació veraç i de qualitat (Alcoba, 2005).

Gómez Bueno (2013) conclou que alguns mitjans de comunicació esportius incompleixen els codis deontològics defensant jugadors d'un equip determinat (seguint la línia ideològica el mitjà en qüestió) i desqualificant a un altre jugador de l'equip rival amb valoracions subjectives, en espais on en teoria els continguts són informació o notícies interpretatives.

Es tendeix a camuflar l'opinió com a interpretació. La defensa d'alguns jugadors o clubs i, alhora, el menyspreu cap a altres clubs i jugadors, potència l'animadversió del públic cap a un equip/afició determinats i, com a conseqüència, conflictes que poden desencadenar en violència. L'autor fa especial menció als diaris esportius en aquest sentit, com *Mundo Deportivo* i *Sport*, que incompleixen reiteradament els codis deontològics en barrejar la informació amb l'opinió.

Javier Gómez Bueno explica que això succeeix amb bastanta freqüència als mitjans de premsa esportiva per dos qüestions diferents: per interessos comercials, que tenen l'objectiu de satisfer els lectors aficionats d'un equip determinat; o per valoracions subjectives provocades per la parcialitat dels periodistes que sovint es converteixen en aficionats d'un club esportiu. Aquest periodisme no és gents rigorós i aporta desinformació a la ciutadania.

2.2.1.8. Escàs contrast de fonts i la consegüent manca de rigor

La font de la notícia és l'origen de la informació i per tant és essencial per determinar si una informació és veraç i el més objectiva possible. El problema és que segons la font, les informacions aniran enfocades d'una manera o una altra. Per exemple si la font és un club esportiu, la informació anirà sempre a favor dels interessos de la directiva. Cadascuna difondrà informació en busca del seu propi benefici. Les notícies comunicades per les diverses fonts, llavors, tenen un alt grau de subjectivitat que pot provocar una manipulació de la realitat (Alcoba, 2005).

Alcoba distingeix entre quatre fonts principals: la presència del periodista al lloc de la notícia, el seguiment o la creació d'un rumor, la lectura entre línies d'altres informacions i l'assistència de rodes de premsa. La més objectiva és el testimoni del periodista al lloc dels fets, tot i que aquests fets es poden interpretar, de manera que el periodista pot aportar un menor o major grau de subjectivitat segons les seves opinions del fet en qüestió, per exemple una competició.

En la mateixa línia, Gómez Bueno (2013) afirma que les fonts són la base fonamental per a mantenir el rigor en les informacions. La qualitat dels continguts depèn en gran part de l'ús correcte de les fonts, en contra del que seria un simple rumor. A la premsa esportiva espanyola és freqüent la utilització de rumors i poques fonts d'informació.

En un estudi realitzat per Gómez Bueno a *Ética, responsabilidad y observación de los códigos deontológicos en el periodismo deportivo* (2013) es conclou que en premsa esportiva espanyola, més del 40% dels textos analitzats afirmaven fets sense aportar proves, el 26% no utilitzaven cap font, quasi el 65% n'usaven només una i només el 20%, dos o més. Per tant, a Espanya hi ha una clara falta de rigor informatiu, característica bàsica del periodisme que reclamen els codis deontològics i ètics. El rigor informatiu es basa en el contrast i en una bona tasca d'atribució de les fonts.

2.2.1.9. L'ús del rumor com a tècnica habitual

El rumor és una de les fonts més utilitzades en el periodisme esportiu. Rumors sobre fitxatges o renovacions, entre d'altres, mouen el periodisme esportiu en busca de la veritat. Els rumors poden ser certs o falsos. Normalment fins que no es resolen van sorgint opinions poc fomentades o algú que ho desmenteix, de manera que es creen nous rumors fins que es resol el misteri (Alcoba, 2005).

En la mateixa línia que Alcoba, Gómez Bueno (2013) considera que el rumor és un recurs utilitzat habitualment en el periodisme esportiu, tot i que no té cap altre funció que la de desinformar. És un recurs no gents ètic, ja que, tenint en compte el que diuen

els codis deontològics i ètics del periodisme, les informacions han de ser contrastades i rigoroses. "El millor mètode de rebutjar els rumors i assegurar una informació fiable consisteix en la contrastació de les fonts i en una ocupació equilibrat d'aquestes". Si el rumor acaba sent desmentit, es convertirà en un engany per al públic, que no tindrà més remei que desconfiar del periodista i/o del mitjà en qüestió. "A més de desinformar, al no estar contrastat, pot ocasionar danys per la seva difícil eliminació de l'imaginari col·lectiu" (Gómez Bueno, 2013, p.272).

Javier Gómez Bueno distingeix diverses causes perquè els mitjans difonen rumors: poden funcionar com a cortines de fum, quan l'equip del qual el mitjà de comunicació és simpatitzant no està passant per un bon moment, amb la finalitat de distreure l'atenció de l'audiència, per exemple anunciant un fitxatge molt important; per a menysprear l'equip o els esportistes rivals; o per a omplir les pàgines dels fitxatges en els diaris quan no hi ha competicions (especialment a l'estiu).

2.2.1.10. El futbol és el rei

José Luis Rojas Torrijos (2011) creu que la *futbolització* és una característica pròpia dels mitjans de comunicació esportius, ja que es prioritza la informació futbolística "de forma casi absoluta", en detriment de la resta de modalitats esportives, que gaudeixen de molt poc espai als programes de ràdio i de televisió i a les pàgines en l'àmbit de la premsa escrita. "El futbol ocupa entre el 70% i el 80% del total dels continguts esportius dels diaris, seccions, programes i portals especialitzats a Internet". Fins hi tot hi ha termes propis del futbol que s'utilitzen per explicar conceptes d'altres disciplines esportives. "El periodisme esportiu fa ús de la popularitat del llenguatge futbolístic per fer-lo extensible en la resta d'àmbits de l'esport" (Rojas Torrijos, 2011, p.147).

Alcoba (2005) fa una distinció entre esports de masses i esports minoritaris, conceptes dels quals els mitjans n'han sigut promotors. Aquests esports poden ser diferents segons cada país. En el cas de l'Estat espanyol, el futbol és l'esport que més gent mou. Al món, en general el futbol és també l'esport més seguit. Segons Alcoba, a Espanya més del 50% dels continguts dels mitjans de comunicació esportius són referents al futbol. I als mitjans generalistes, el 90% de les informacions esportives són sobre futbol. A la televisió el futbol encara és més present.

La causa d'aquesta gran presència del futbol als mitjans de comunicació és bàsicament el nombre d'espectadors que mou i el nombre de persones que el practiquen. Alcoba defensa que és lògic doncs el gran seguiment dels mitjans que fan del futbol per sobre d'altres esports. No obstant, hi ha molts altres esports que mouen masses a Espanya i que no estan tan representats als mitjans de comunicació. És el cas del ciclisme, l'automobilisme i el motociclisme.

Tanmateix, igual que succeeix amb el seguiment dels esports per part dels mitjans de comunicació que pot canviar segons el país, també hi ha clubs o entitats que gaudeixen de més o menys visualització als mitjans segons l'àrea geogràfica. Per exemple els diaris *Marca* i *As*, prioritzen els clubs madrilenys en les seves informacions, per exemple Reial Madrid i Atlètic de Madrid. En canvi, *Mundo Deportivo* i *Sport*, prioritzen el FC Barcelona. L'Espanyol sempre queda per darrere tot i ser un equip català de Primera Divisió (Alcoba, 2005).

Ramallal a *El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España* (2004) va més enllà i considera que la informació esportiva a l'Estat espanyol distribuïda als mitjans de comunicació està majoritàriament relacionada amb dos protagonistes principals, el FC Barcelona i el Real Madrid CF; de manera que la resta de realitats i protagonistes esportius, no només de futbol, queden inferiorment representats.

En el seu estudi sobre la informació esportiva als mitjans espanyols (en premsa, ràdio i televisió), Ramallal (2004) conclou que tres quartes parts dels continguts fan referència al futbol; i que això és més significatiu a la televisió, on el futbol engloba quasi un 85% del contingut audiovisual. A més, hi ha una clara preeminència informativa del FC Barcelona i el Real Madrid CF.

"En definitiva, el caràcter multifacètic inherent a l'esport que el vincula a diferents àmbits socials, no es veu reflectit en absolut als mitjans de comunicació espanyols, que tenen una orientació unilateral cap a la competició i cap a l'espectacle que els porta a prescindir quasi bé de manera absoluta d'una visió més àmplia i d'acord amb la realitat social de l'esport" (Ramallal, 2004, p.7).

2.2.1.11. La dona esportista a la premsa esportiva espanyola: desigualtat de gènere

Pel que fa al gènere femení, en general, la premsa esportiva ignora sistemàticament la dona esportista, no segueixen ni informen sobre les seves activitats i no fan un seguiment correcte de les competicions o esdeveniments esportius on la dona és protagonista. El tennis és un dels pocs esports que té un seguiment força correcte pel que fa al gènere femení (Bach i Arús; Gallego i Ayala, 1998).

Fins hi tot, a determinats mitjans de comunicació esportius els agrada mostrar un model de dona allunyat de l'esportista, enfocant-se en l'estètica i, com a conseqüència, es vol mostrar la dona lleugera de roba o fins hi tot nua, amb l'objectiu de captar més audiència que accepta continguts de caire més aviat masculista i que vol gaudir del lluïment del cos de la dona.

En la mateixa línia de Bach i Arús i Gallego i Ayala, Rojas Torrijos (2011 assenyala que sovint els continguts s'allunyen de la informació estrictament esportiva per a fer referència a altres qüestions com el físic de la dona o a la seva manera de vestir, aspectes que no es tracten de la mateixa manera en el cas dels homes.

José Luis Rojas Torrijos fa referència a la utilització de llenguatge sexista en les informacions esportives, pel fet que amb força freqüència apareixen tòpics i estereotips que poden menysprear el sexe femení. Aquesta discriminació pot ser deguda, segons Rojas Torrijos, a què la majoria de continguts siguin confeccionats i consumits majoritàriament per homes; i, per tant, a la dona com a protagonista de les informacions no se li atorga gaire espai.

L'esport femení és una activitat, des del punt de vista informatiu, menyspreada, infravalorada, oblidada i tractada sense cap tipus de respecte ni consideració. Les informacions esportives amb protagonistes femenines queden arraconades en segon terme, fins hi tot en competicions que inclouen categoria masculina i femenina. La subsistència de l'esport femení és, gairebé, un miracle diari. "No serveix de res que determinades competicions siguin mixtes, perquè la informació femenina sempre anirà a les últimes línies" (Bach i Arús; Gallego i Ayala, 1998, p.94).

Això té efecte a l'hora de formar nenes en el camp de l'esport. Com que els mitjans de comunicació no reflecteixen unes referències clares per a seguir en l'esport femení, les nenes no veuen noies esportistes amb carisma amb les qui emmirallar-se. Per tant, la masculinització de la pràctica esportiva i l'exclusió de la dona en la mateixa comença en els mitjans de comunicació, que exclouen la dona de les informacions esportives.

"Les dones esportives espanyoles han de lluitar en els seus respectius escenaris d'entrenament i simultàniament mantenir una batalla, potser més dura, contra el silenci que envolta el seu treball i els seus èxits". Mentre una part molt important del contingut informatiu esportiu dels diaris es destina a aspectes de la vida de la dona que no tenen res a veure amb l'esport, com el fet de mostrar l'estètica del cos femení (Bach i Arús, Gallego i Ayala, 1998, p.94).

Arús i Ayala afegeixen que les poques informacions esportives que es publiquen i que fan al·lusió a esportistes femenines sovint no tenen cap mena de lògica informativa ni de continuïtat. La raó més lògica és que no hi ha periodistes que segueixin de forma continuada les competicions de categoria femenina. "El seguiment d'una informació, base indefugible d'un correcte exercici professional, es converteix en una quimera quan es tracta de les activitats esportives de la dona" (Bach i Arús, Gallego i Ayala, 1998, p.95).

2.2.2. ALGUNES CARACTERÍSTIQUES ESPECÍFIQUES DEL PERIODISME ESPORTIU EN L'ÀMBIT RADIOFÒNIC

Néstor Hernández Alonso en el seu llibre *Tendencias en el lenguaje deportivo actual* (2012) exposa que en el món radiofònic, igual que en el televisiu, la comunicació parlada resulta fonamental i exclusiva. Tanmateix, Hernández Alonso defensa que es fa un ús abusiu del llenguatge literari i metafòric i dels recursos expressius i literaris. Expressions com "pilota mossegada", "túnel" o "entrepà" són alguns exemples de recursos expressius usats en freqüència en les narracions d'esdeveniments esportius. "Aquests són més utilitzats en la ràdio i en la televisió que en la premsa escrita" (Hernández, 2012, p.71).

Un dels aspectes més característics de la ràdio també és el llenguatge col·loquial, ja que el contacte amb l'oient és molt directe i personal. Tanmateix, la veu del periodista ha de ser el més natural possible, ja que el to de veu natural causarà credibilitat en el que s'està narrant.

Totes les emissores generalistes de l'Estat espanyol ofereixen a la seva graella de programació molts minuts dedicats a la informació esportiva. Els esports estan presents a tot tipus de programes: des de les narracions d'esdeveniments esportius i els programes d'anàlisi i valoració, fins als informatius.

En tots els casos, igual que en el món televisiu, no només consta la presència de periodistes sinó de diferents protagonistes: jugadors, entrenadors, directius i aficionats que poden col·laborar amb més o menys representació.

Tot i que l'entreteniment és una característica més pròpia de la televisió, en l'àmbit de la ràdio també ha crescut el nombre de tertúlies esportives radiofòniques. "Els programes han orientat la temàtica esportiva cap a aspectes més lúdics, de diversió, deixant de banda la crítica dura i directa d'èpoques passades". A més, solen ser molt selectius en els esports comentats i n'hi ha bastants que ni tan sols apareixen (Hernández Alonso, 2012, p.71).

2.2.3. ALGUNES CARACTERÍSTIQUES ESPECÍFIQUES DEL PERIODISME ESPORTIU EN L'ÀMBIT TELEVISIU

2.2.3.1. L'esport a la televisió: informació, entreteniment i espectacle

Quan no existien les transmissions esportives ni les informacions esportives a la televisió, l'única manera de veure un esdeveniment esportiu era assistint-hi. Ara, la televisió i Internet han provocat una transformació, ja que veure l'esport per la televisió

és diferent de veure-ho als estadis, perquè "la producció televisiva està restringida a les jugades i escenes prèviament triades i seleccionades per periodistes, productors d'informacions i d'imatges transmeses per la televisió" (Milena Avelaneda Origuela; Cinthia Lopes da Silva: *El Deporte y la Televisión: El papel del profesional de Educación Física*, 2012, p.4).

Quan som presents a un estadi mirant un partit de futbol, podem escollir cap a on mirar, en què enfocar-nos, fer els nostres propis anàlisis. En canvi, a la televisió i a Internet veiem només les imatges que s'han seleccionat prèviament, de manera que tenim "una visió parcial". La televisió selecciona les imatges i les interpreta, de manera que proposa un model de què és l'esport i què significa ser esportista. En aquesta selecció es busca lo "sensacional" i "espectacular": "La televisió dramatitza: posa en imatges un succés i exagera la seva importància, dóna a aquest esdeveniment o a aquest esdeveniment un caràcter dramàtic" (Avelaneda Origuela; Lopes da Silva, 2012, p.4).

L'èmfasi en la competició, en la manera com els seguidors es manifesten, en la presentació de jugades violentes o espectaculars, "indiquen la transformació de l'esport espectacle en *tele-espectacle*" (Avelaneda Origuela; Lopes da Silva, 2012, p.4). S'està venent, doncs, un producte televisiu d'espectacle, on les tendències rivals augmenten en alguns moments de l'any. A Espanya, per exemple, on el principal esport és el futbol, l'audiència d'un joc està garantida quan grans equips rivals s'enfronten.

En la mateixa línia que Avelaneda Origuela i Lopes da Silva (2012), Gabriel Guzzo a *El fútbol como espectáculo: el carácter panóptico de su transmisión televisiva* (2014), admet que moltes de les sensacions de les que gaudim en un esdeveniment esportiu en directe desapareixen quan aquest esdeveniment es visualitza per la televisió.

"La televisió implica la transmissió i la recepció d'imatges en moviment i sons a distància a partir de certa codificació i transport del senyal a través de l'espai físic" (Guzzo, 2014, p.3), de manera que el que es veu només és una petita selecció de tot el que succeeix a l'estadi o al terreny de joc; però això no vol dir que el que no entri en el pla de la càmera no manqui d'importància

Les imatges que apareixen en pantalla conformen una realitat que l'espectador percep com a única, de manera que tot el que passa fora les càmeres per l'audiència no ha succeït. Així doncs l'espectador rep una realitat enfocada i construïda pels periodistes, càmeres i realitzadors a partir del muntatge d'imatges. "L'atenció de l'espectador es dirigeix cap al que el director de càmeres desitja. A partir d'aquestes imatges el subjecte construeix el sentit del joc" (Guzzo, 2014, p.4).

Pedro Paniagua Santamaría a *Cultura y Guerra del Fútbol: Análisis del mensaje informativo* (2009) afegeix que l'esport a la televisió ha anat incorporant al llarg dels

anys una sèrie d'elements que tenen més a veure amb la televisió que amb l'esport: l'espectacle i l'entreteniment. "L'espectacle i l'entreteniment conviuen en perfecta harmonia amb l'esport i fins hi tot li han arribat a treure bona part del protagonisme" (Paniagua Santamaría, 2009, p.145) L'esport ha adquirit una gran importància en l'àmbit televisiu gràcies a l'audiència que genera, i la gran audiència que mou l'esport a la televisió fa que les empreses posin més publicitat a les cadenes de televisió, generant així més recursos econòmics. La competició per guanyar audiència amb el naixement de les cadenes privades va provocar que les cadenes haguessin de buscar solucions per aconseguir més *share*.

Paniagua distingeix entre tres tipologies de programes esportius a la televisió: les transmissions en directe, els espais que es dediquen als esports als informatius i els programes d'anàlisi i tertúlia, tipus *magazine*. Els programes que incorporen tertúlia han anat incorporant elements que Paniagua anomena com a extra periodístics o *pseudoperiodístics*; elements com l'humor i la presència del públic al plató (per exemple *El Chiringuito de Jugones*), concursos i autopromoció. Amb no tanta freqüència, als altres dos tipus de programes esportius també hi són presents aquests elements.

La televisió és informació, però també espectacle; i per tant, els dos elements conviuen i es fusionen formant la base de la naturalesa televisiva. Aquests nous programes que incorporen espectacle i els nous elements *pseudoperiodístics*, no obstant, no es poden considerar periodisme. "Considerar-los com a tal seria una confusió lamentable". "L'audiència mana per sobre de la informació". Les transmissions en directe de competicions i esdeveniments esportius són els programes que més audiència generen, especialment les transmissions de partits de futbol. "Són les estrelles de la programació" (Paniagua Santamaría, 2009, p.150).

Tot i que aquets programes no són molt freqüents per la guerra dels drets televisius, a excepció de les cadenes de pagament, les televisions han de rendibilitzar al màxim aquests esdeveniments, de manera que es creen programes com les prèvies, post-partits i programes resum. Com a estratègia comercial, a més, hi ha una major presència de publicitat abans i després de les competicions. Als informatius també s'intenta fer un gran esment de la retransmissió d'un esdeveniment que es farà a la pròpia cadena (Paniagua Santamaría, 2009).

En el cas dels drets dels esdeveniments esportius, certes cadenes de televisió com *Cuatro* i *La Sexta*, a Espanya, els han fet servir com a estratègia de posicionament per atreure audiència. "Sembla lògic que els canals de televisió atorguin certa prioritat, d'una manera o altra, als esdeveniments esportius els drets d'emissió han adquirit. Tot i així, no sembla convenient que un esdeveniment esportiu ocupi la primera posició d'una graella informativa només perquè el canal tingui els drets d'emissió, si aquesta

jornada hi ha altres esdeveniments la rellevància és major" (Gallardo Parrón; Montes Vozmediano, 2015, p.24).

Al llibre *Analys del periodisme català* (1995) Josep Maria Casanovas considera que la notícia cada vegada més s'enfoca en les conseqüències desencadenades posteriorment per un esdeveniment esportiu que en l'esdeveniment o el resultat del mateix. En aquest sentit, la televisió adquireix un paper fonamental, ja que juga un paper important en la interpretació i les opinions de l'esdeveniment en qüestió. Això s'explica perquè molts espectadors busquen sovint més l'opinió que no la informació, perquè per exemple el resultat ja el poden saber.

"Abans es feien diaris per a practicants de l'esport i avui es fan diaris per als espectadors de l'esport" (Casanovas, 1995, p.30). En aquest sentit, la televisió ha tingut un paper essencial. Segons Casanovas, el poder de la televisió és tan gran que és normal que cada cop més sovint els diaris situïn en portada el que es va veure a la televisió el dia anterior. L'esport a la televisió s'ha convertit en un esport d'espectacle, un esport que mou milions de persones i desferma passions, i que roden al voltant dels grans ídols, de manera que es desperten admiracions i polèmiques (Casanovas, 1995).

Segons Joseba Bonaut Iriarte (2014), els programes de resum futbolístic eren un bon exemple d'informació esportiva a la televisió, ja que en ells s'oferien les jugades més importants d'un partit i tenien un caire purament noticiós: "L'aficionat d'un equip volia veure què havia passat en el partit del cap de setmana i gaudir, sobretot, de les millors jugades i dels gols" (Bonaut Iriarte, 2014, p.14).

No obstant, a l'actualitat, els programes de resum futbolístic "viuen en una certa marginalitat en relació a les grans retransmissions en directe i estan supeditats a altres espais on l'entreteniment és més important que el fet noticiable" (Bonaut Iriarte, 2014, p.14). Als programes de resum futbolístic s'oferien les jugades més importants d'un partit i tenien un caire purament noticiós.

Actualment els resums dels partits normalment s'inclouen en programes dedicats a l'anàlisi i l'opinió, amb un caràcter d'entreteniment, com per exemple *El Chiringuito de Jugones*. L'opinió, el debat i la polèmica s'han convertit en els fils conductors d'aquests programes d'entreteniment, que busquen "fomentar el *forofisme* dels seus espectadors" (Bonaut Iriarte, 2014, p.14).

2.2.3.2. Aspectes que el periodista esportiu ha de tenir en compte en l'àmbit televisiu

Antonio Alcoba López (2005) considera que el component més important de la televisió

és la imatge. Tots els programes esportius de televisió utilitzen la imatge com a principal suport. Sense les imatges no faria falta la televisió, els comentaristes o periodistes esportius podrien explicar un esdeveniment o competició mitjançant un altre mitjà de comunicació. D'aquesta manera una de les figures més importants en el periodisme esportiu televisiu es la del càmera. Són imprescindibles per ajudar a il·lustrar la realitat i oferir un suport al comentarista que ha d'explicar i/o opinar sobre aquesta realitat a partir dels fets que apareixen a les imatges. El periodista gràfic, per tant, és fonamental en el periodisme esportiu televisiu.

Amb el pas del temps, les noves tecnologies han permès la creació de noves càmeres més lleugeres, fàcilment portables i amb més capacitat d'emmagatzematge que faciliten la feina als periodistes gràfics. Alcoba exposa que tot i la seva importància, durant els programes esportius sovint l'autoria de les imatges queda en anonimat. La seva feina, doncs, queda habitualment desacreditada i només serveix perquè el periodista que comenta les imatges es llueixi (Alcoba, 2005).

Al llibre *Anals del periodisme català* (1995) Carlos Martín Usieto exposa que, a més de la imatge, l'escriptura és molt important en el món televisiu: "El periodista esportiu d'una cadena de televisió també ha de dominar l'escriptura, perquè la paraula és la raó de la informació" (Martín Usieto, 1995, p.60). A més, ha de tenir coneixement de les tecnologies que conformen l'espai televisiu i ha d'estar preparat per a desenvolupar diferents tasques, com per exemple informar sobre un esdeveniment o dur a terme una retransmissió en directe. Per tant, el periodista esportiu televisiu és un periodista tot terreny.

2.2.3.3. El futbol és el rei

La informació esportiva acostuma a ocupar gran part de l'espai televisiu en els informatius, fins a una quarta part en alguns casos. La presència de l'esport a la televisió supera en gran diferència a la de la premsa i la ràdio. En un diari d'informació generalista, l'esport no representa una quarta part ni molt menys dels continguts (Paniagua Santamaría, 2009).

Segons Santamaría, el futbol és l'esport que més presència té en els informatius de televisió i ocupa gran part dels informatius. En l'anàlisi d'un informatiu d'*Antena 3* (cadena privada) de l'any 2009, Paniagua va concloure que, de deu minuts dedicats a la informació esportiva (una quarta part del temps total de l'informatiu), nou minuts i mig van ser dedicats al futbol. Només trenta segons van ser dedicats als altres esports, de manera que només hi havia temps per a explicar una informació sobre vela.

En un altre anàlisi d'un informatiu de *Telemadrid* (cadena pública) del mateix any,

Paniagua va confirmar que la informació esportiva també ocupava una gran part de l'informatiu i que la majoria de continguts feien referència al futbol, en concret catorze minuts de quinze. A més, com que *Telemadrid* és d'àmbit autonòmic (Comunitat de Madrid), la majoria de continguts feien referència al Reial Madrid i a l'Atlètic de Madrid.

"En un informatiu, és habitual que hi hagi més d'una notícia relativa al futbol, un fet que pràcticament no es dona a la resta d'esports" (Gallardo Parrón; Montes Vozmediano, 2015, p.20). La presència de la resta d'esports està condicionada pel calendari específic de les seves proves esportives. D'altra banda, les televisions públiques haurien d'informar sobre els esports qualificats com a minoritaris, ja que els canals privats normalment ometen aquestes informacions.

Gallardo Parrón i Montes Vozmediano (2015) afegeixen que el predomini de les notícies relatives al futbol professional en els informatius sembla estar sustentada, a més de per l'interès que es dedueix de les audiències, pel calendari esportiu d'aquesta disciplina, ja que de forma molt continuada hi ha un partit de futbol d'algun equip espanyol o de la selecció nacional, ja sigui oficial o amistós. "Altres esports com la Fórmula 1 també tenen un calendari de competició extens, però la celebració de les proves de classificació o dels grans premis -que són els esdeveniments que conciten l'interès del públic- es limita a una sèrie de jornades a l'any", conclouen (Gallardo Parrón; Montes Vozmediano, 2015, p.20).

A més, la presència del futbol a la televisió és tant gran que els grans equips de futbol, com el FC Barcelona i el Reial Madrid CF tenen canals de televisió propis, on es parla dels diferents aspectes que envolten el club des del punt de vista del mateix (Hernández Alonso, 2012).

2.2.3.4. La dona esportista a la televisió

En els últims anys s'ha produït un avenç important pel que fa a les normatives que afavoreixen la igualtat de gènere. Cada vegada són més les dones que practiquen esport i activitat física, de manera que "es fa emergent una mostra adequada de la dona esportista que serveixi per promocionar la salut entre dones mancades de referències esportives femenines consolidades" (Calvo Ortega, 2014, p.127).

Elena Calvo Ortega al seu article *La representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión* (2014) fa un esment a la "invisibilitat" de la dona als informatius esportius per la falta de notícies femenines: "la dona pateix una sèrie de limitacions com a conseqüència de la infrarepresentació i/o perpetuació d'estereotips sexistes instaurats en els informatius esportius, i que són doblement perversos per no ser percebuts com a tal, sinó rebuts com a elements naturalitzats on

l'home segueix sent el referent primordial" (Calvo Ortega, 2014, p.113).

Les notícies esportives dels informatius són elaborats per i per a un públic masculí. Aquest fet queda reflectit no només per la infrarepresentació de la dona esportista, sinó també pel manteniment d'estereotips sexistes que perpetuen la desigualtat i dificulten l'accés de la dona a l'esport. "La situació és tan evident que és preferible informar al detall sobre cada gest interpretable que realitza un jugador durant un partit de futbol, abans que mostrar a una dona esportista" (Calvo Ortega, 2014, p.119). Normalment la dona apareix representada als informatius esportius en esdeveniments excepcionals com els Jocs Olímpics, però en queda fora pel que fa al seguiment de les competicions ordinàries.

Per últim, assenyala que existeixen una sèrie d'estereotips sexistes que s'utilitzen sobretot a l'hora de parlar de "dones no esportistes", per exemple d'una dona d'un futbolista mediàtic. En aquests casos, les dones "apareixen en pantalla per la seva bellesa física i com a acompanyants de l'home, assumint el paper d'objecte decoratiu i/o sexual" (Calvo Ortega, 2014, p.123).

2.2.4. ALGUNES CARACTERÍSTIQUES ESPECÍFIQUES DEL PERIODISME ESPORTIU EN L'ÀMBIT D'INTERNET

2.2.4.1. El periodisme esportiu a Internet: nous models de comunicació

En primer lloc, cal destacar que Internet ha permès trencar totes les barreres en quan als drets referents a la divulgació d'informació. En un context de llibertat *on-line*, tothom pot escriure el que vol i difondre el que vol, de manera que el periodista ha de saber detectar la informació de qualitat entre una gran quantitat de *soroll*.

D'altra banda, Internet permet la transmissió d'informació a temps real i de forma simultània des de qualsevol lloc del planeta. L'evolució de la tecnologia i les xarxes informàtiques han fomentat l'evolució de les plataformes online de mitjans de comunicació, que han anat integrant, al llarg dels anys, totes les formes narratives existents "en una mateixa unitat discursiva" (Rojas Torrijos, 2010, p.263).

És a dir que les característiques dels tres àmbits comunicatius tradicionals (premsa, ràdio i televisió) s'han fusionat a Internet, creant una comunicació multimèdia, i a més s'han creat noves formes de comunicació. Aquesta combinació de formes de comunicació permet que el llenguatge digital sigui cada cop més ric i variat.

José Luis Rojas Torrijos (2010) assenyala diverses característiques dels mitjans de comunicació online: tenen una permanent actualització, caràcter universal, es poden

incloure elements multimèdia, caràcter interactiu i participatiu i la hipertextualitat. Les formes d'explicar les coses, doncs, han canviat; i en el periodisme esportiu no hi ha hagut excepció.

- La contínua actualització és una de les principals característiques que han fet possible l'expansió del periodisme digital. Aquests han guanyat, així, una característica dels mitjans audiovisuals: la falta de periodicitat.
- L'hipertext és un altre tret principal de la comunicació digital: mitjançant els enllaços incrustats en el text el lector pot viatjar cap a altres documents i endinsar-se en altres informacions relacionades, de manera que es crea una història contínua.
- El lector o usuari adquireix protagonisme amb els nous mitjans de comunicació digital, on les informacions adopten "un caràcter interactiu". "A diferència dels mitjans de premsa escrita, el periodisme digital no es limita a difondre informació unidireccional, sinó que incorpora continguts generats pel propi usuari" (Rojas Torrijos, 2010, p.268).
- La difusió dels continguts en els mitjans de comunicació online no està restringida a un àmbit geogràfic concret, de manera que les informacions adquireixen també una condició de universalitat, que condiciona la redacció i el llenguatge que s'utilitza per confeccionar una notícia.

José Luis Rojas Torrijos a l'article *Nuevos horizontes del periodismo deportivo español: primeras revistas para móviles y tabletas en los diarios Marca y Sport* (2015), va més enllà i exposa que "en un paisatge mediàtic molt canviat on existeix en una convergència creixent entre les diferents plataformes digitals, les empreses periodístiques i els professionals de la informació afronten el desafiament d'acceptar, assimilar i comprendre el canvi de paradigma (l'anomenat *Digital First*), de manera que les tipologies i els enfocaments que ofereixin als continguts periodístics es deslliguin de fórmules clàssiques, més pròpies dels mitjans analògics convencionals" (Rojas Torrijos, 2015, p.30).

2.2.4.2. Els dispositius mòbils com a noves plataformes per a la difusió de continguts

En els últims anys una creixent tendència dels mitjans de comunicació a generar continguts pels dispositius mòbils intel·ligents o *smartphones*, l'anomenat *Mobile First*; de manera que els mitjans han hagut de fer un replantejament periodístic a l'hora d'explicar les coses, per adaptar-se als nous suports. "El periodisme té així com obligació i objectiu involucrar els usuaris mòbils, és a dir, moure's del *Digital First* cap

al *Mobile First*" (Rojas Torrijos, 2015, p.32). La reformulació dels gèneres periodístics per al seu consum en pantalles més petites es fa inevitable, per portar la informació on estigui la gent i de la manera més senzilla, de manera que el consum sigui massiu.

Rojas Torrijos considera que la transició cap al *Mobile First* ha tingut una clara repercussió en el camp del periodisme esportiu, en els formats narratius i en els gèneres informatius. El periodisme esportiu a Internet i als *smartphones* està optant per uns continguts democràtics, on els usuaris puguin participar, i que es difonguin per les xarxes socials. Les notícies són gairebé a temps real i les cròniques cada vegada són "més breus i directes, i acompanyades de suports gràfics (per exemple infografies)". "L'objectiu és afavorir la seva lectura mitjançant continguts més accessibles i atractius, que, a més, siguin capaços de combinar entreteniment amb informació, d'atendre la participació dels usuaris a *Twitter*, *Facebook* o *Youtube*, i fins i tot d'incorporar continguts generats per aquests mateixos lectors més implicats" (Rojas Torrijos, 2015, p.33).

Els nous productes per a tauletes i *smartphones* creats recentment per mitjans esportius tradicionals compten amb uns trets propis i diferenciadors respecte als suports imprès i digital, tant en disseny i la presentació dels continguts com en la distribució de les seves temàtiques en les diferents seccions. Aquesta diferenciació té a veure amb la producció de gèneres i formats que s'ajusten a les característiques d'aquests dispositius a partir d'un ampli desplegament d'elements interactius, multimèdia i infografies, els quals afavoreixen una lectura més àgil dels continguts i propicien que aquesta es converteixi en una experiència per a l'usuari.

José Luis Rojas Torrijos conclou que els *smartphones* "no només es comporten com a veritables laboratoris d'innovació per a les seves respectives empreses en explorar noves fórmules expressives, sinó que a més obren nous horitzons per al periodisme esportiu en el seu conjunt, de manera que aquest arribi a ser més plural i participatiu i evolucioni donant un major protagonisme al lector en la interacció, en l'opinió i també en la generació de continguts" (Rojas Torrijos, 2015, p.34).

2.3. LLENGUATGE I ESTIL DEL PERIODISME ESPORTIU

La informació esportiva es diferencia de la informació general en el llenguatge. El periodisme esportiu utilitza un llenguatge més divers, intel·ligible per a tots els públics, amb més presència d'estils literaris i cada vegada més col·loquial (Alcoba, 1993).

Gómez Bueno (2013) considera que el llenguatge dels mitjans de comunicació esportius es diferencien del llenguatge periodístic estàndard, especialment per l'emotivitat exagerada dels periodistes esportius. S'intenta captar l'audiència mitjançant relats èpics i potenciar les gestes d'esportistes i clubs esportius. Com a l'Edat Clàssica, es glorifica o es deprecia l'esportista o l'equip, com si haguessin guanyat o perdut una batalla. Això es produeix tan en cròniques com en notícies, incomplint la separació i entre informació i opinió.

La gran quantitat de variacions lingüístiques i l'ús d'expressions i termes propis de l'esport ha enriquit el llenguatge de l'ésser humà. El periodisme esportiu utilitza un llenguatge particular per la gran quantitat d'expressions sorgides de la pràctica de l'esport. En les cròniques i comentaris esportius també es fa un ús extens de les frases fetes, com per exemple *donar-li la volta al marcador* o *marcar a plaer*; de manera que s'enriqueix el llenguatge i s'aporta un estil literari al relat que el fa més atractiu (Alcoba, 2005).

També és destacable el fet que, com que l'esport és en el fons un enfrontament entre persones, és lògica la utilització de llenguatge provinent de la terminologia militar. No obstant, el periodista ha d'anar en compte a l'hora de no abusar d'aquest llenguatge, ja que l'esport neix del joc i per tant té una finalitat humana i no bèl·lica. Expressions com *batalla campal* o una *gesta* al referir-se a un partit són típiques en el periodisme esportiu.

El problema és que l'ús constant d'aquestes expressions pot augmentar la visió d'un esdeveniment com un conflicte bèl·lic i conseqüentment la violència entre aficions i bàndols, que veuran l'esdeveniment més com una batalla i no com una competició esportiva. El periodista ha de vigilar, com s'ha mencionat amb anterioritat, de no estimular animadversions i enemistats entre els aficionats a l'esport (Alcoba, 2005).

José Luis Rojas Torrijos (2011) defineix una sèrie de característiques lingüístiques pròpies que defineixen el periodisme esportiu actual: alt grau d'especialització, utilització d'estrangerismes i neologismes, ús d'expressions sensacionalistes i bèl·liques, expressions col·loquials, figurades i frases fetes, ús de tòpics i sobrenoms a l'hora de definir situacions i qualificar als esportistes.

L'ús de tecnicismes i neologismes propis de l'esport és habitual en la redacció de textos

en la premsa esportiva, perquè l'audiència els sap descodificar amb facilitat. "Termes específics que utilitzen de manera habitual esportistes, àrbitres i entrenadors, apareixen reproduïts de forma fidel als textos i als programes d'esports i són comprensibles pel públic" (Rojas Torrijos, 2011, p.162). Aquest ús de termes específics depèn de la popularitat de la modalitat esportiva.

Això succeeix especialment en les informacions que parlen de futbol. Però també en el bàsquet, ciclisme, tenis, motociclisme i Fórmula 1; que, segons Rojas Torrijos, són els esports que, després del futbol, "actualment dediquen la major part del seu espai als mitjans de comunicació esportius espanyols". "El periodista esportiu es converteix en una mena de pont entre el vocabulari especialitzat i la llengua comuna, i fa possible que molts dels neologismes creats per especialistes s'institucionalitzin i passin a formar part del patrimoni lèxic general" (Rojas Torrijos, 2011, p.162).

L'ús d'estrangerismes és habitual en l'àmbit del periodisme esportiu, degut a que moltes competicions i modalitats provenen de l'estranger, fora de l'Estat espanyol. Alguns termes s'han espanyolitzat i altres han mantingut la seva forma original, per exemple expressions com *play-off* o *hat-trick*. Aquest fet és conseqüència del grau d'acceptació del públic del terme en qüestió, i també de la popularitat de la modalitat esportiva. En les informacions futbolístiques, llavors, es fa servir una quantitat més elevada d'estrangerismes.

Pel que fa a l'ús del llenguatge figurat, el periodisme esportiu gaudeix d'un enorme ventall de possibilitats expressives, entre les quals hi ha l'ús de metàfores i el llenguatge figurat, que es veu reflectit reiteradament en la premsa esportiva espanyola. S'utilitzen figures retòriques per donar-li una millor estètica i expressivitat als textos i als esdeveniments esportius. La utilització de frases fetes, sobrenoms i jocs de paraules també són recursos habituals en el periodisme esportiu a l'Estat espanyol, amb la finalitat de "reclamar l'interès d'un receptor que accepta amb satisfacció l'ús d'aquestes pautes" (Rojas Torrijos, 2011, p.163).

Les formes col·loquials es fan servir per a "connectar millor amb l'audiència, captar la seva atenció i fidelitzar el seu consum" (Rojas Torrijos, 2011, p.163). A més, l'ús d'aquest llenguatge li dona un caire d'entreteniment a l'estil narratiu. Aquestes formes, segons José Luis, poden comportar una sèrie de riscos: la tendència cap al llenguatge popular pot desembocar en la utilització d'expressions vulgars i malsonants, que poden provocar rebuig i ofensa cap al públic.

La responsabilitat social del periodista, assenyala Rojas Torrijos, ha de comportar qualitat en les seves informacions de manera que es mantingui la riquesa del seu discurs, fora d'expressions excessivament col·loquials.

Pel que fa al sensacionalisme, aquesta és una característica del periodisme esportiu de l'Estat espanyol. Es produeix una espectacularització de la informació en l'àmbit de la premsa esportiva, especialment en els mitjans audiovisuals i sobretot en el món televisiu, i que té com a conseqüència "una magnificació gràfica i conceptual dels continguts". Això, assenyala Torrijos, és molt evident a la premsa escrita, on "les fotografies i les infografies ocupen cada cop més espai i els titulars i els destacats adquireixen una major mida tipogràfica" (Rojas Torrijos, 2011, p.164).

Seguint la mateixa línia d'Alcoba (1993 i 2005), José Luis Rojas Torrijos (2011) també destaca el llenguatge bel·licista com una de les principals característiques del periodisme esportiu, i que va associat al sensacionalisme i a l'espectacularització de les informacions. "Es produeix una exaltació èpica dels esdeveniments esportius mitjançant l'ús generalitzat d'un lèxic provinent de l'àmbit de l'exèrcit i de la guerra" (Rojas Torrijos, 2011, p.165).

Aquest llenguatge pot incitar a la violència sinó s'utilitza adequadament, mitjançant l'abús d'expressions agressives i de caràcter bèl·lic i l'ús d'imatges de contingut violent en la televisió, especialment les que fan referència als enfrontaments entre aficions diferents i esportistes.

Igual que l'ús del llenguatge bel·licista pot incitar la violència, l'ús d'imatges violentes en l'àmbit televisiu també la poden provocar. "Les edicions digitals dels diaris i els informatius mostren en reiterades ocasions imatges d'agressions i baralles entre jugadors i aldarulls protagonitzats per aficionats a les graderies". Això, segons Torrijos, pot tenir una influència en el públic, lligada a la responsabilitat social que tenen els mitjans de comunicació, especialment en els més joves, que "tendeixen a imitar el que diuen i fan els seus ídols" (Rojas Torrijos, 2011, p.165).

En la mateixa línia d'Alcoba López (2005) i Rojas Torrijos (2011), Gómez Bueno (2013) considera que en el periodisme esportiu s'acostuma a utilitzar un lèxic de caire bèl·lic i militar, provocada per la narració èpica, per exemple al referir-se a un partit com una batalla. La constant passió del relat fa que aquesta connotació bel·licosa es converteixi en normal per al lector i l'audiència. Això pot influir negativament en els estats d'ànim dels aficionats que es deixen emportar per passions desenfrenades.

A més, comporta un cert risc, ja que pot fomentar la violència si es té en compte la passió que desperta la pràctica esportiva a la societat actual, especialment si s'utilitza un llenguatge carregat de connotacions violentes. Tot això produeix un constant incompliment dels codis deontològics i ètics. Aquestes característiques són més habituals a la crònica, en la qual la forta subjectivitat del relat fa que s'assembli més a un article d'opinió.

Javier Gómez Bueno defensa que l'esport pot ser transmès amb certa intensitat, per a que el públic la pugui sentir aproximadament com ho fan els esportistes i aficionats, però s'han d'evitar els llenguatges bèl·lics que incitin la violència (Gómez Bueno, 2013).

2.4. CODIS DEONTOLÒGICS I LLIBRES D'ESTIL COM A PILARS NORMATIUS DE LA INFORMACIÓ ESPORTIVA

2.4.1. ELS CODIS DEONTOLÒGICS

Javier Gómez Bueno a *Ética, responsabilidad y observación de los códigos deontológicos en el periodismo deportivo* (2013) explica que al llarg de la història s'han aprofitat els mitjans de comunicació per a difondre propaganda política i econòmica, de manera que va sorgir la necessitat de crear uns codis deontològics i ètics que reflectissin una sèrie de normatives que sustentessin la professió periodística, que té com a finalitat proporcionar a la ciutadania informació veraç, el més objectivable possible, en un entorn democràtic; perquè pugui observar la realitat. Per tant, tots els periodistes i mitjans de comunicació tenen l'obligació moral de complir aquests codis deontològics i ètics. Aquest respecte ve exigit per la societat, que reclama informació de la màxima qualitat possible.

La informació de temàtica esportiva és la més consumida a l'Estat espanyol, ja que l'esport mou molta gent. Aquesta raó és més que suficient per entendre que la importància del respecte dels codis deontològics i ètics en el periodisme esportiu és fonamental. La importància encara és més gran quan es té en compte que la informació esportiva mou aficions, passions i colors. És llavors quan s'ha de tenir en compte la ètica i deontologia periodística amb la finalitat de no fomentar la rivalitat entre aficionats, i en conseqüència, la violència.

El llenguatge bèl·lic i la passió poden fomentar la rivalitat i la violència entre aficionats esportius, provoquen una manipulació de la realitat, enfocada des de la subjectivitat del periodista, que s'identifica amb uns colors, de manera que exalta els valors d'un club o d'un esportista en detriment dels altres; augmenta el sensacionalisme en les informacions i l'espectacularitat en detriment de la informació rigorosa i precisa, etcètera. Aquestes premisses fan pensar en un cert incompliment dels codis ètics i deontològics, que esdevenen transcendents en l'àmbit del periodisme esportiu.

Els periodistes tenen una obligació moral de complir els codis deontològics i ètics. És a dir, el seu incompliment podria portar al descrèdit del periodista, una falta de credibilitat i una penalització a nivell moral. Els codis no contemplen cap mena de mesura coercitiva per al seu compliment. La única obligació jurídica i penal és la que està recollida a la Constitució Espanyola (Gómez Bueno, 2013).

Diversos autors defensen la necessitat del compliment dels codis deontològics i ètics en el món del periodisme esportiu. Niceto Blázquez (2000) defensa que els codis sustenten

les obligacions morals que té el periodista cap al seu públic. La societat té el dret de ser informada de forma veraç i el més objectivable possible, llavors els codis deontològics i ètics són la eina fonamental que el periodista ha de tenir en compte per a complir les seves obligacions cap al públic i satisfer els seus drets informatius (Gómez Bueno, 2013).

Alcoba (1993) i Jareño (2009), en la mateixa línia, consideren que els codis deontològics i ètics no poden ser vistos només com una sèrie d'orientacions morals, sinó que s'han de veure com a obligacions que el periodista ha de complir per a la seva funció social de difondre informació de qualitat per a la societat (Gómez Bueno, 2013).

Hugo Aznar (2004) recorda que els mitjans de comunicació són empreses sotmeses a grans interessos econòmics i polítics, cosa que afavoreix l'incompliment dels codis deontològics i ètics periodístics, en favor de les manipulacions informatives per assolir objectius comercials, com la rendibilitat econòmica. Els mitjans de comunicació llavors perden mica en mica el seu compromís amb el públic a favor dels interessos comercials, de manera que creix la necessitat de complir els codis deontològics i ètics en el periodisme esportiu, que és l'àmbit comunicatiu amb més espectacularització, sensacionalisme i manca d'objectivitat (Gómez Bueno, 2013).

2.4.1.1. Els codis deontològics a l'Estat espanyol: El Col·legi de Periodistes de Catalunya i la FAPE

Podem situar l'origen dels codis deontològics i ètics periodístics a l'Estat espanyol a partir de la dècada dels 90, poc després de que l'àmbit informatiu es recuperés d'una dura dictadura franquista en què es va delimitar de forma extrema la llibertat d'expressió, i es va derogar la Llei de Premsa de l'any 1966 i l'Estatut de la Professió Periodística del 1967.

Els codis a Espanya, doncs, van sorgir amb un cert retard respecte la comunitat internacional per culpa de la dictadura. El 19 de maig del 1922 es va fundar la Federació d'Associacions de Periodistes d'Espanya; i l'any 1985 va aparèixer el Col·legi de Periodistes de Catalunya (Gómez Bueno, 2013).

Codi deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya

El codi deontològic i ètic del Col·legi de Periodistes de Catalunya va ser aprovat l'1 de novembre de l'any 1992, com una declaració de principis bàsics que els periodistes havien de tenir en compte per a realitzar la seva tasca. L'11 de novembre del 2016 aquest codi deontològic va ser actualitzat en el marc del VI Congrés de Periodistes de

Catalunya i adaptat a la realitat actual, molt influenciada per l'àmbit d'Internet, tot i que és molt semblant al primer (Gómez Bueno, 2013). El codi actual, com l'anterior, no fa referència concretament a la informació esportiva, sinó que les seves recomanacions s'apliquen en tots els camps i temàtiques del periodisme. El codi es troba a la web *periodistes.cat* i estableix el següent:

- El periodista té l'obligació i el compromís de cercar sempre la veritat i acostar-se a la realitat amb la major fidelitat possible.
- El periodista ha d'informar d'una manera acurada i precisa.
- S'ha de fer una distinció clara i explícita entre les informacions i les opinions.
- S'ha d'evitar la difusió de rumors i d'informacions poc contrastades
- El periodista ha d'evitar l'ús d'expressions injurioses, perjudicis per informacions sense prou fonament i evitar danyar la dignitat de la persona afectada, especialment en col·lectius discriminats, menors i persones dèbils.
- El periodista ha de rectificar sempre les dades incorrectes i les informacions falses.
- El periodista ha d'utilitzar mètodes lícits i dignes a l'hora d'obtenir la informació.
- El periodista té dret al secret professional i ha de respectar l'*off the record* quan així se li hagi demanat.
- El periodista ha de defensar el seu dret a la informació davant de qualsevol restricció.
- El periodista no pot acceptar mai retribucions o gratificacions a canvi de promoure certes informacions i/o opinions. S'ha d'evitar el conflicte entre interessos de qualsevol àmbit.
- No utilitzar en benefici propi les informacions privilegiades.
- Respectar el dret a la privacitat, intimitat i imatge; especialment en menors i persones més vulnerables.
- Respectar el dret de presumpció d'innocència
- Protegir els drets dels menors, especialment quan apareixen com a víctimes, testimonis o inculpats en causes criminals.
- Respectar la dignitat de les persones i la seva integritat física i moral, especialment en col·lectius més discriminats.

Codi deontològic de la FAPE

El codi deontològic de la FAPE, aprovat l'any 1994, engloba l'àmbit del periodisme a l'Estat espanyol i, per tant, té efecte en tots els periodistes d'aquest Estat. Estableix unes bases ètiques i deontològiques que han d'orientar al periodista espanyol cap a una difusió d'informació veraç, el més objectivable possible i de qualitat, per a satisfer les necessitats informatives de la societat, que reclamen una informació de qualitat per acostar-se el màxim possible a la realitat (Gómez Bueno, 2013). El codi, com el del Col·legi de Periodistes, exposa unes recomanacions que s'apliquen a tots els camps i temàtiques del periodisme, no només a la temàtica esportiva. El codi estableix el següent:

- El periodista actuarà sempre d'acord amb els principis de professionalitat i ètica recollits en el mateix codi deontològic.
- El primer compromís ètic del periodista és el respecte a la veritat.
- El periodista difondrà la informació amb honestedat.
- El periodista respectarà sempre el dret a la intimitat i a la imatge de les persones, fent especial esment al tractament de les informacions que incloguin la presència de menors, sempre respectant el seu dret a la intimitat.
- El periodista ha de respectar sempre la presumpció d'innocència: ha de tenir en compte que una persona és innocent mentre no es demostrï el contrari.
- El periodista mantindrà una especial sensibilitat en temes que incloguin menors, persones discriminades i els més dèbils, evitant prejudicis sense fonaments i respectant el seu dret a la intimitat; i evitant opinions que puguin desencadenar en violència.
- El periodista ha de buscar sempre la veritat, de manera que només ha d'informar sobre els fets dels quals es conegui el seu origen, sense falsificar documents, publicar material fals ni ometre informacions essencials.
- El periodista ha de fonamentar, així, les informacions que difon i corregir els seus errors.
- El periodista ha de contrastar les fonts.
- El periodista ha d'obtenir la informació mitjançant mètodes dignes i lícits.
- El periodista té dret al secret professional i, així mateix, respectarà l'*off the record* quan hagi sigut expressament invocat.

- El periodista ha de defensar el seu dret a la informació davant de qualsevol restricció.
- El periodista sempre ha de fer una clara distinció entre informació i opinió, igual que ha de distingir entre informació i publicitat.
- El periodista no ha d'acceptar retribucions o gratificacions de tercers pel fet d'haver promogut certes informacions i/o opinions.
- Per últim, el periodista mai ha d'utilitzar com a benefici propi les informacions privilegiades de les quals hagi tingut coneixement com a conseqüència de la seva tasca professional.

El codi deontològic i ètic de la FAPE planteja com a condició necessària la inscripció del periodista al registre professional de la FAPE per a l'acceptació del codi. Per últim, el codi de la FAPE no contempla cap mena de sanció per l'incompliment del mateix (fape.es, 2017).

2.4.2. ELS LLIBRES D'ESTIL

2.4.2.1. Proposta de llibre d'estil de José Luis Rojas Torrijos (2010)

La credibilitat dels mitjans de comunicació està caient notablement degut a que la qualitat de la informació ja no és una prioritat empresarial. Els mitjans de comunicació per a mantenir o augmentar l'audiència i reduir costos opten per uns continguts més sensacionalistes i amb altres elements "extra periodístics", produint un "deteriorament progressiu dels continguts" (Rojas Torrijos, 2010, p.17).

José Luis Rojas Torrijos (2010) defensa, a partir d'aquestes qüestions, que es fa molt necessària llavors la utilització d'eines per a un "major control de la qualitat lingüística dels continguts", com són els llibres d'estil. "L'ús correcte del llenguatge en l'elaboració diària de les informacions és indispensable perquè un mitjà de comunicació pugui aconseguir prestigi i un èxit durador en el mercat". "El periodisme esportiu s'ha convertit en el vertader producte estrella de les empreses informatives i els principals grups de comunicació" (Rojas Torrijos, 2010, p.20). A més, s'ha desenvolupat mitjançant un llenguatge específic i propi de l'àmbit esportiu, fet que fa més necessari l'ús dels llibres d'estil.

La informació molt sovint es veu sotmesa a l'entreteniment i a l'espectacle com a forma de guanyar audiència, en detriment d'una redacció periodística de qualitat. José Luis Rojas Torrijos proposa, doncs, en la seva tesis doctoral, una mena de llibre d'estil que

pot servir de manual per als periodistes esportius i mitjans de comunicació de l'àmbit esportiu, tenint en compte les noves tecnologies i l'àmbit de la premsa digital, amb l'objectiu d'augmentar el rigor de les informacions, credibilitat i, com a conseqüència, el prestigi dels mitjans de comunicació.

El llibre d'estil reuneix els següents paràmetres i indicacions que els periodistes haurien de tenir en compte amb la finalitat d'oferir a l'audiència un producte periodístic responsable i de qualitat:

- Veracitat: Els fets s'han d'explicar amb la màxima veracitat possible, tenint en compte que la veritat és l'objectiu final del periodisme. A més, Torrijos afegeix que s'ha d'aprofundir en els perquè i oferir interpretacions perquè el lector es pugui formular la seva pròpia opinió sobre el fet.
- Els rumors mai poden ser notícia: S'ha de contrastar la informació amb una multiplicitat i diversitat de fonts per a donar veracitat i credibilitat al contingut.
- Honestat: El periodista ha de ser transparent amb l'audiència i respectuós amb les fonts. La sinceritat està per davant de tot. Els processos d'obtenció de la informació han de ser lícits i ètics.
- Independència: El mitjà de comunicació, per a guanyar credibilitat i prestigi, ha de ser independent dels poders polítics i empresarials. Aquests últims no haurien d'interferir en la imparcialitat i l'objectivitat de les informacions.
- Responsabilitat social: El periodista té un deure amb la societat: qualsevol persona té dret a rebre una informació veraç i independent, considerant el periodisme com a servei públic. El mitjà de comunicació ha de satisfer els interessos informatius de la comunitat a la que es dirigeix. Per això, afegeix José Luis Torrijos, es essencial el bon ús del llenguatge, fugint d'expressions vulgars i les imatges violentes que puguin provocar el rebuig del públic.
- Pluralisme i defensa de l'ordre democràtic: El mitjà de comunicació ha de funcionar com a defensor de l'estat democràtic, mitjançant la pluralitat dels seus continguts, donant veu a totes les ideologies (excepte les que promoguin i defensin la violència per aconseguir els seus objectius). A més, funcionarà com a defensor dels drets fonamentals de les persones de la societat, denunciant actituds discriminatòries.
- Transparència: El mitjà de comunicació, tenint en compte que la societat té el dret de rebre informació de qualitat, ha de fer una descripció dels fets completa.
- Claredat i concisió: Per aconseguir una comunicació eficaç, la redacció dels fets ha de ser clara i concisa, amb un llenguatge ric i variat, però fàcilment comprensible

per a qualsevol perfil de lector.

- L'esport en la seva pluralitat: Segons José Luis Torrijos, el periodisme esportiu ha de donar espai a totes les manifestacions esportives, fins a les modalitats de caràcter més minoritari, amb l'objectiu de disminuir la desproporció entre els espais dedicats al futbol i els espais dedicats a la resta de disciplines esportives. "L'objectiu és fer un periòdic més poliesportiu que merament futbolístic" (Rojas Torrijos, 2010, p.389).
- Esport i igualtat: La informació esportiva ha de ser una via per a fomentar la igualtat de gènere, de manera que l'esport femení ha de tenir cabuda de forma destacada en els mitjans de comunicació. S'ha d'eliminar la discriminació per raó de sexe i la transmissió d'estereotips sexistes propis del periodisme esportiu actual, de manera que s'eliminin també les informacions que facin al·lusió al físic de la dona o a altres qüestions extra esportives.
- Esport i salut: El periodisme esportiu ha de contribuir en la universalització de la pràctica d'esport entre la població pels beneficis que genera per la salut.
- Informació abans que espectacle: el fet noticiós s'ha de prioritzar per sobre la presentació espectacular dels esdeveniments esportius. No s'han de magnificar de forma gratuïta els continguts ni les anècdotes o curiositats.
- No al sensacionalisme injustificat: Com abans, les dades rigoroses han de prevaldre per sobre lo impactant o morbós. Torrijos afegeix que, encara que el periodisme esportiu comporti una certa passió cap a un club o un esportista a l'hora de la redacció, el periodista ha de separar clarament la informació i l'opinió. També, assenyala, el periodista no ha de posar mai per davant dels interessos del públic els seus interessos personals o els de la seva empresa.
- No a la incitació de la violència: El periodista té la responsabilitat social i el deure de no incitar la violència mitjançant un bon ús del llenguatge, evitant el màxim possible l'ús d'expressions bèl·liques i expressions vulgars o excessivament col·loquials, amb l'objectiu de crear un "clima de tranquil·litat i convivència" entre les aficions (Rojas Torrijos, 2010, p.392).
- Respecte a la vida privada dels protagonistes: El periodista ha de vigilar que el seu dret a la informació no xoqui amb el dret a l'honor i a la intimitat de les persones. Per tant, haurà d'anar molt en compte a l'hora de difondre informació sobre la vida privada d'un esportista, de manera que aquesta es justifiqui per la seva notorietat i no pel morbo o la curiositat.
- Protecció de la infància: S'ha de vetllar per la protecció dels drets dels infants. El

periodista no ha de publicar dades o imatges que poden transgredir el dret a l'honor i a la intimitat dels menors.

- Criteris de selecció de les fonts: El periodista haurà d'escollir les fonts segons els següents principis: afinitat temàtica, notorietat, fiabilitat i pluralitat.
- Citar als mitjans de la competència: El periodista no ha d'apropriar-se de les informacions que no són seves, de manera que cal citar la procedència de la informació. "Això és especialment reprovable si la informació procedeix d'un altre mitjà de comunicació", assenyalava Torrijos (Rojas Torrijos, 2010, p.398).

2.4.2.2. Els llibres d'estil a l'Estat espanyol: TVE i TV3

Els llibres d'estil són les principals guies lingüístiques de l'ús de l'espanyol. Aquests són editats pels propis mitjans de comunicació. Són uns manuals que estableixen unes normes de redacció i unes normes deontològiques amb la finalitat que els mitjans presentin de forma homogènia les seves informacions a l'audiència.

El seu compliment és obligatori per part dels periodistes del mitjà en qüestió José Luis Rojas Torrijos conclou que els llibres d'estil no s'han implantat de forma tan generalitzada als mitjans audiovisuals com sí ha succeït en el cas de les agències i els mitjans de premsa escrita. Entre els llibres d'estil de l'àmbit audiovisual el que més destaca és el de Televisión Española (TVE), entre les televisions públiques; i el de Telecinco, al ser la única cadena nacional privada que té un manual d'aquest tipus.

En l'àmbit del periodisme esportiu a l'Estat espanyol no existeixen gairebé llibres d'estil, encara que sigui el tipus de premsa més demandada, a diferència de l'àmbit periodístic generalista. A més, a dins dels llibres d'estil dels mitjans de comunicació generalistes, les referències a la informació esportiva són mínimes (Rojas Torrijos, 2010).

El llibre d'estil de TVE

TVE compta amb un llibre d'estil que engloba, en aquest cas, les pautes que han de seguir els periodistes que treballin a la CRTVE (*Corporación de Radio y Televisión Española*), i que s'anomena *Manual de Estilo de RTVE*, consultable a la web de la corporació (manualdeestilo.rtve.es). Aquest manual d'estil no exposa unes pautes exclusives per al periodisme esportiu, sinó que s'apliquen en tots els camps.

Segons RTVE el manual d'estil és un text que detalla una sèrie de pautes i recomanacions, la finalitat de les quals és orientar cap al màxim rigor periodístic el

treball dels professionals, no només de la informació sinó de tots els àmbits, gèneres i formats presents en la programació de RTVE. En aquest sentit, es considera primordial oferir un adequat tractament mediàtic de determinats assumptes socials considerats especialment sensibles: violència de gènere, immigració, informació sobre successos i catàstrofes, tractament de fets amb presència de menors, etcètera.

La introducció del manual assenyala que la principal raó de ser de RTVE ha de ser el dret de tots els ciutadans a disposar d'una informació veraç i independent. A més, l'accés gratuït al gaudi d'un oci enriquidor en l'àmbit domèstic és un dret dels ciutadans, que reclamen dels mitjans públics programes i espais entretinguts, dignes i estimuladors d'una visió crítica i participativa. Satisfer aquests drets dels espanyols és una obligació dels professionals de RTVE.

La participació dels espectadors, oients i usuaris dels serveis interactius de la Corporació en la programació i els espais de RTVE és expressió del dret general a la participació dels ciutadans en la vida pública. Els professionals de RTVE tenen el compromís d'oferir al conjunt de la ciutadania continguts que impulsin la llibertat d'opinió, l'esperit crític, la convivència i la cohesió de ciutadans i comunitats com a membres d'un espai democràtic compartit.

"En conclusió, la independència, qualitat i la pluralitat dels continguts i l'atenció als interessos de tota la societat determinen el valor social de CRTVE, tot això combinat, al mateix nivell d'exigència, amb un alt índex d'audiència, doncs un servei públic només compleix degudament la seva funció quan arriba al major nombre de ciutadans possible" (manualdeestilo.rtve.es, 2010).

El *Manual de Estilo de RTVE* exposa que "la CRTVE garantirà el més escrupolós respecte al dret de totes les persones a l'honor, la intimitat personal i familiar i la pròpia imatge", especialment amb els col·lectius més vulnerables i els menors, tenint en compte les lleis vigents (manualdeestilo.rtve.es, 2010).

El manual considera també que la informació i l'opinió han d'estar "clarament delimitades". S'ha de fer una clara distinció entre els fets i les opinions, evitant la confusió i la difusió de rumors sense identificar-los com a tal. "Totes les opinions i valoracions que ofereixi RTVE han d'estar clarament identificades i diferenciades del relat dels fets. Aquest criteri és aplicable no només als espais purament informatius sinó a tots aquells en què participin espectadors, oients i / o usuaris de mitjans interactius" (manualdeestilo.rtve.es, 2010).

Com assenyala la introducció del manual d'estil, a la secció de CRTVE es recorda que "la informació de qualitat és la principal raó de ser i la prioritat inqüestionable de RTVE a tots els seus mitjans, canals, suports i gèneres. Els professionals de RTVE tenen el deure

d'oferir als ciutadans una informació rigorosa, neutral, imparcial, plural i independent de qualsevol grup polític, econòmic o de pressió" (manualdeestilo.rtve.es, 2010).

A més, la informació ha de transmetre i promoure els valors constitucionals, la igualtat de gènere, i evitar la difusió de continguts que fomentin el racisme i la xenofòbia. També ha de fomentar la producció de continguts que assegurin la presència d'immigrants, les persones amb discapacitat i "altres col·lectius amb necessitats". RTVE ha de ser "especialment curosa" amb el tractament del terrorisme i les informacions que continguin violència, i ha de reflectir el seu posicionament amb el civisme i la pau (manualdeestilo.rtve.es, 2010).

Aquestes pautes no serveixen només pels informatius sinó per a tota la programació, tot i que un dels principals objectius de la CRTVE és "potenciar els informatius i mantenir-los com una referència inqüestionable en el conjunt de la societat". "RTVE ha de ser referència informativa de la societat espanyola no només per la qualitat dels seus productes informatius sinó per la qualitat de la seva informació en tots els mitjans, gèneres i formats" (manualdeestilo.rtve.es, 2010).

D'altra banda, el manual exposa que RTVE difondrà només informacions fonamentades, i les informacions hauran de ser contrastades amb un nombre de fonts suficient. A més, "RTVE evitarà difondre afirmacions o dades imprecises i sense base suficient que puguin lesionar o menyscar la dignitat de les persones i el dret a la seva pròpia imatge o provocar dany o descrèdit injustificat a institucions públiques i privades, així com la utilització d'expressions o qualificatius injuriosos" (manualdeestilo.rtve.es, 2010).

Per últim, els periodistes no podran beneficiar-se de les seves informacions privilegiades i tampoc acceptaran retribucions, gratificacions o regals de terceres persones, de manera que puguin influir en la independència de les informacions. També "s'evitarà la difusió de publicitat encoberta que empreses, institucions o particulars pretenguin fer passar per informacions" (manualdeestilo.rtve.es, 2010).

El *Manual de Estilo de RTVE* assenyalava alguns aspectes específics pel camp de la televisió. Dins de la secció *TVE*, a l'apartat de *El lenguaje informativo en televisión* es dona unes indicacions sobre la importància de la imatge, i s'assenyalava que en tots els casos el text ha de complementar les imatges i "enriquir la informació visible però sense incidir en el que és obvi, en el que l'espectador ja ha captat pels seus propis mitjans". "És a partir de la imatge d'on ha de néixer el text i no al revés; escriure el text amb independència de la imatge suposa ignorar que estem en un mitjà dominat pel valor de lo visual" (manualdeestilo.rtve.es, 2010).

Per altra banda, a l'apartat de *Algunas deficiencias en la elaboración de noticias* s'assenyalava que els periodistes han de saber transformar la informació en un llenguatge

"correcte" i "comprensible" per a l'audiència, de manera que no s'obstaculitzi o s'alteri l'atenció del televident. Evidentment també, la manipulació d'imatges i del relat per tergiversar els fets està estrictament prohibida (manualdeestilo.rtve.es, 2010).

El llibre d'estil de TV3

TV3 compta amb un llibre d'estil que engloba les pautes que han de seguir els periodistes que conformen la CCMA (*Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals*), anomenat *Llibre d'estil de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals*, i consultable a la pàgina web de la CCMA. Segons la CCMA aquest llibre d'estil "és el recull de directrius i recomanacions que guien i orienten la feina de producció i difusió de continguts dels mitjans audiovisuals de la Generalitat de Catalunya. Recull els valors i principis de servei públic, compromís amb el país, qualitat de continguts i transparència i eficiència en la gestió" (ccma.cat/llibredestil).

El *Llibre d'estil de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals*, en l'apartat "Manual d'ús" conté unes directrius i recomanacions que els periodistes han de seguir en el camp del periodisme esportiu, que es poden agrupar en els següents punts:

- "Tractem l'esport com una activitat plena de components culturals, educatius i formatius, i, sobretot, amb una gran capacitat per a promoure la relació i l'intercanvi entre persones i col·lectius de tot el món".
- "Els nostres continguts esportius han de reflectir en qualsevol cas valors com l'esforç, la superació personal, el treball en equip, la noblesa de la competició i un estil de vida saludable".
- "En qualsevol format, la informació esportiva ha de seguir els mateixos principis generals del periodisme i s'elabora sota els mateixos criteris que la informació general".
- "La nostra informació esportiva no es barreja amb l'opinió de qui la transmeti, tot i que pugui suposar-se que aquesta opinió sigui la mateixa que comparteix la majoria de l'audiència. En les retransmissions i continguts no estrictament informatius es podran introduir elements d'empatia sense que això contradigui el rigor informatiu".
- "Els rumors i les especulacions no són notícia. Ni els alimentem ni els vam difondre ni els desmentim. Tinguem present que, molt sovint, els rumors són interessats i tenen com a objectiu utilitzar als mitjans per influir en operacions de caràcter econòmic".

- "No informem de fitxatges, destitucions, dimissions ni sancions fins que no hàgim pogut confirmar la notícia a través de fonts fidedignes, encara que no siguin oficials".
- "El tractament de l'actualitat esportiva té particularitats respecte d'altres àmbits informatius per la capacitat que té l'esport de generar emocions o per la identificació de sectors de l'audiència amb un esportista, un equip o una activitat determinada".
- "La implicació en la narració respon al nostre criteri de proximitat i no contradiu els principis d'objectivitat i veracitat".
- "Tractem a tots els esportistes i directius amb distància professional. La proximitat personal que puguem tenir no s'ha de traduir en una adulació o crítica exagerada a la seva actuació, en una excessiva familiaritat en el tracte o en un to massa amistós o hostil a l'hora de fer-li a algú una entrevista o a l'informar-lo".
- "L'ús de la primera persona del plural per referir-se a esportistes o equips (locals) denota identificació. Com més informatiu sigui una espai menys cabuda tindrà aquest recurs, i en espais estrictament informatius mai estarà justificat. Igual passa amb recursos expressius emprats amb un to de veu excessivament elevat, un discurs clarament emotiu o una entonació excessivament marcada".
- "Condemnem de manera explícita la violència en l'esport, tant dins com fora dels terrenys de joc. No donarem veu a les persones que incitin a la violència, facin apologia d'ella o fomentin actituds discriminatòries".
- "La prioritat del llenguatge esportiu és que el missatge arribi amb claredat a tota l'audiència, per la qual cosa utilitzarem expressions fàcilment comprensibles, que podran ser més específiques en espais especialitzats".
- "Per entretenir i transmetre emocions quan sigui necessari, en els continguts esportius apostarem per un llenguatge ric i expressiu, innovador quan calgui, que reflecteixi les formes idiomàtiques pròpies i que s'allunyi dels tòpics i les expressions buides de contingut".
- "Utilitzem un llenguatge respectuós al referir-nos als equips, els resultats i les competicions, i evitem expressions racistes, xenòfobes, violentes, maldestres, injurioses o sexistes".
- "Intentem fugir dels tòpics. Són usos o expressions que es van crear per buscar l'originalitat i que, per emprar-los tant, s'han convertit en fórmules estereotipades que denoten pobresa expressiva i manca de recursos".

- "Prescindim dels estrangerismes que siguin innecessaris i utilitzem paraules del nostre idioma sempre que sigui possible. Si incorporem paraules estrangeres serà perquè no hàgim trobat equivalències i hauran d'explicar-se si hagués el dubte que no seran enteses per tot el món".
- "Evitem recórrer al llenguatge bèl·lic de forma indiscriminada, d'acord amb els valors esportius que defensem i amb la nostra responsabilitat social".

(ccma.cat/llibredestil, 2013).

3. OBJECTE D'ESTUDI

L'objecte d'estudi del treball és el tractament de la informació esportiva als serveis informatius de televisió de les cadenes públiques a l'Estat espanyol: el cas de TVE i TV3.

3.1. OBJECTIUS

L'objectiu principal del treball és, a partir de l'anàlisi dels serveis informatius de TVE i TV3, veure quin és el tractament que rep la informació esportiva als informatius generalistes tenint en compte la situació exposada al marc teòric. A partir d'aquí, es podrien definir una sèrie d'objectius que conformen la finalitat final del treball:

- Veure si la informació esportiva té un pes important en un informatiu generalista, seguint la teoria que la informació esportiva ocupen gran part dels espais a la premsa escrita, la ràdio i la televisió.
- Veure si realment el futbol és el rei, l'esport que gaudeix de més representació als serveis informatius; i si la resta de modalitats esportives queden arraconades en un segon pla i no gaudeixen de tanta visibilitat.
- Veure quins són els clubs de futbol dels quals se'n fa més referència, seguint la teoria de que FC Barcelona i Reial Madrid són els que acaparen més peces informatives.
- Observar si les peces són exclusivament informatives o si en alguns casos hi ha interpretació o opinió; i, a partir d'aquí, concloure si es produeix una clara divisió entre la informació, la interpretació i/o l'opinió, tenint en en compte que una de les característiques del periodisme esportiu actual és la barreja d'informació i opinió.
- Veure quins són els criteris de selecció de la informació noticiable seguint la classificació de Miquel Rodrigo Alsina (proximitat, novetat o imprevisibilitat, audiència, conflicte i quantitat d'afectats) i determinar, d'aquesta manera, si molts periodistes s'interessen més pels conflictes i a les informacions sensacionalistes, en la cerca del morbo i la confrontació.
- Observar si hi ha peces que vulnereu el dret a la privacitat, intimitat i imatge, tal com succeeix en moltes informacions esportives a l'actualitat.
- Veure si hi ha peces que no aportin el nombre mínim de fonts perquè sigui una

informació mínimament rigurosa, tenint en compte que moltes informacions avui dia en el periodisme esportiu són rumors i no s'utilitza cap font; i considerant que les fonts són la base fonamental per a mantenir el rigor en les informacions.

- Observar si hi ha informacions que es puguin qualificar com a rumors per la falta de fonts o d'informació contrastada.
- Veure si s'utilitzen imatges violentes que complementen algunes peces, tenint en compte que l'ús d'aquestes imatges en la informació esportiva en l'àmbit televisiu poden incitar la violència.
- Per últim, veure quin tracte pateix la dona esportista a la informació esportiva dels serveis informatius de les cadenes públiques, tenint en compte que al marc teòric s'ha evidenciat una clara falta de representació de la dona a les notícies de l'àmbit esportiu.

4. METODOLOGIA

Per assolir els objectius del present treball s'ha dut a terme un anàlisi dels serveis informatius de les cadenes públiques TVE i TV3, tal i com s'ha explicat a la introducció del treball; i en variables quantitatives, de manera que reflecteixin dades numèriques i objectivables.

4.1. PREGUNTES D'INVESTIGACIÓ

Les preguntes d'investigació s'han formulat a partir dels objectius exposats anteriorment i han servit per a establir les diferents variables que conformen l'anàlisi del treball. Aquestes preguntes són les següents:

- La informació esportiva té un pes i, per tant, una durada considerable respecte l'informatiu generalista?
- El futbol és l'esport que gaudeix de més representació amb diferència respecte la resta de modalitats esportives i aquestes queden en segon terme?
- FC Barcelona i Reial Madrid gaudeixen de més visibilitat respecte la resta d'equips de futbol?
- Es produeix una clara distinció entre la informació estricta i la interpretació i/o l'opinió?
- Són abundants les peces d'esports que facin referència a conflictes i a informacions morboses i/o sensacionalistes?
- Hi ha peces d'informació esportiva que vulneren els drets de privacitat, intimitat o imatge de les persones?
- Hi ha peces que no tinguin fonts?
- Hi ha informacions que es puguin qualificar com a rumors?
- S'utilitzen imatges violentes que puguin incitar la violència?
- Són escasses les peces d'esports protagonitzades per dones de manera que la figura de la dona esportista queda poc representada en els serveis informatius?

4.2. EINES

Les eines que s'han fet servir per a elaborar l'anàlisi han estat les següents:

- Els vídeos dels serveis informatius *a la carta* visualitzats i analitzats per extreure les dades necessàries de TVE, disponibles a l'adreça:

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/telediario/>

- Els vídeos dels serveis informatius *a la carta* visualitzats i analitzats per extreure les dades necessàries de TV3, disponibles a l'adreça:

<http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/telenoticies/>

- Programari Excel 2016 de Microsoft per elaborar les taules amb els resultats numèrics i els gràfics dissenyats a partir d'aquestes dades.

4.3. MOSTRA

Per dur a terme l'anàlisi s'han seleccionat vuit vídeos dels serveis informatius de l'horari del vespre de cada cadena pública (TVE i TV3), corresponents als mesos de març i abril. En concret s'han seleccionat, de cada cadena pública, quatre informatius en dilluns i quatre en divendres, de manera que s'han evitat dates significatives com els dies de partit de futbol de Champions (es juguen dimarts i dimecres).

En concret s'han seleccionat les següents dates, intercal·lant dilluns i divendres: 13, 17, 27 i 31 de març; i 3, 7, 17 i 21 d'abril, aconseguint així que siguin quatre dies de cada mes. D'aquestes dates s'han seleccionat els serveis informatius de l'horari del vespre, tenint en compte que l'horari de màxima audiència (*prime time*) acostuma a ser entre les 21 i les 00 hores (els serveis informatius del vespre de TVE i TV3 s'emeten a les 21 hores); de manera que la informació esportiva té més audiència al vespre que als serveis informatius del migdia, i, per tant, una major capacitat d'influència als serveis informatius de les 21 hores.

4.4. VARIABLES

Per a determinar els resultats que donen resposta a les preguntes d'investigació formulades anteriorment s'han definit una sèrie de variables quantitatives que han proporcionat uns resultats numèrics i objectivables. Aquestes variables són les següents:

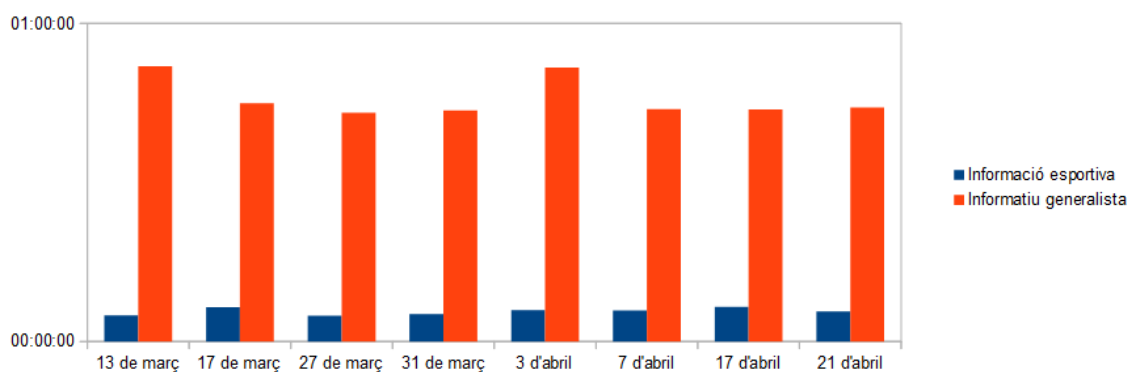
- Durada de la informació esportiva respecte l'informatiu generalista
- Número de peces d'esports destacades al sumari de l'informatiu generalista
- Número de peces que conté la secció d'esports de l'informatiu generalista
- Número de peces que corresponen a les diferents modalitats esportives
- Durada de les peces d'esports per minuts
- Clubs esportius protagonistes de les informacions de futbol
- Tipologia de protagonistes de les peces d'esports
- Macro gèneres que corresponen a cada peça d'esports
- Número de peces que corresponen als diferents criteris de selecció de les notícies segons la classificació de Miquel Rodrigo Alsina
- Número de peces que corresponen a notícies de continuïtat i notícies de seguiment
- Número de vulneracions del dret a la privacitat en les informacions
- Número de peces que no contenen cap font explícita
- Número d'informacions que poden qualificar-se com a rumors
- Número de peces que contenen imatges violentes
- Gènere sexual protagonista de les peces d'esports

5. ANÀLISI I DISCUSSIÓ

A continuació s'exposen els resultats obtinguts a partir de l'anàlisi en forma de taules i gràfics que reflecteixen les dades numèriques de forma més il·lustrativa. A partir d'aquí s'elaboren unes conclusions que formen una discussió amb les idees exposades al marc teòric.

Durada de la informació esportiva respecte l'informatiu generalista: TV3

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Informació esportiva (hores)	00:04:55	00:06:28	00:04:53	00:05:10	00:05:56	00:05:50	00:06:33	00:05:40
Informatiu generalista (hores)	00:51:56	00:44:58	00:43:10	00:43:35	00:51:39	00:43:51	00:43:46	00:44:07



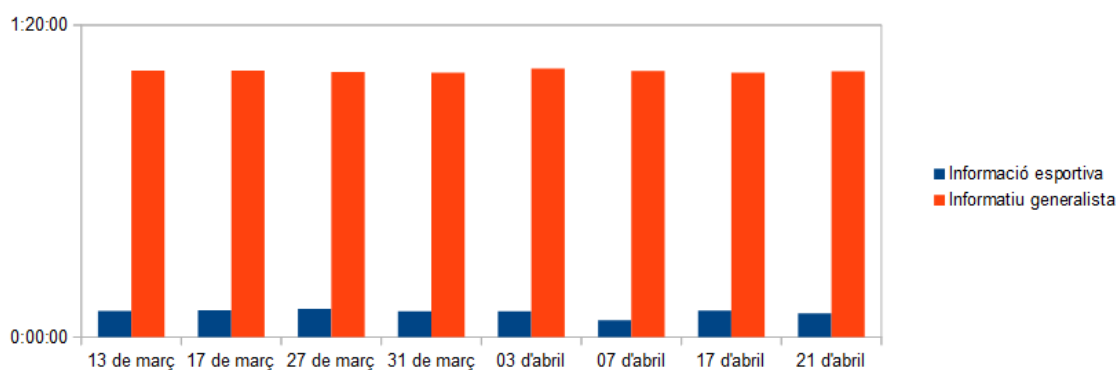
Com es pot interpretar a partir de la taula i el gràfic, el temps dedicat a la informació esportiva en un informatiu generalista de TV3 és relativament petit, ja que aproximadament ocupa poc més d'una novena o vuitena part de l'informatiu. En la majoria de casos, l'informatiu generalista no arriba als 45 minuts de durada; mentre que la informació esportiva en exceptuats casos supera els 6 minuts, que és poc temps per a poder-lo dedicar a diverses modalitats esportives o temàtiques esportives.

Tal i com assenyala Antonio Alcoba (2005) la informació esportiva a l'Estat espanyol ocupa un gran espai en els mitjans de comunicació. I com diu Paniagua Santamaría (2009), la informació esportiva acostuma a ocupar gran part de l'espai televisiu en els informatius, fins a una quarta part en alguns casos.

Als espais televisius dels informatius de les cadenes públiques com TV3 i TVE, no obstant, el temps dedicat a la informació esportiva es veu superat pel temps dedicat a altres temàtiques com la política o els conflictes internacionals, que se situen sempre al principi de l'informatiu com a temàtiques principals de la societat.

Durada de la informació esportiva respecte l'informatiu generalista: TVE

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Informació esportiva (hores)	0:06:46	0:06:55	0:07:14	0:06:39	0:06:40	0:04:20	0:06:51	0:06:04
Informatiu generalista (hores)	1:08:20	1:08:20	1:07:59	1:07:49	1:08:51	1:08:14	1:07:48	1:08:09



Com en el cas de TV3, a TVE observem que succeeix el mateix, i, a més, la diferència entre el temps de durada de l'informatiu generalista i la informació esportiva encara és més ample. A la major part dels dies la informació esportiva té una durada aproximada d'uns 6 minuts i, a diferència de TV3, l'informatiu generalista del vespre de TVE té una durada superior a la de 1 hora.

De fet, si observem les dades, veiem que la informació esportiva representa en la majoria de casos menys d'una desena part de tot l'informatiu, bastant lluny del que diu Paniagua. El cas més extrem és el del dia 7 d'abril on només es dediquen poc més de 4 minuts d'informació esportiva, quan l'informatiu té una durada de 68 minuts. Això vol dir que els esports representen, en aquest cas, una dissetena part de l'informatiu, aproximadament; temps amb el qual gairebé només es parla de futbol i les altres modalitats queden excloses.

En els dos casos (TV3 i TVE) la informació esportiva és la última temàtica de l'informatiu, és a dir que sempre va situada a la part final (sense tenir en compte la informació del temps climatològic). A més, sempre va separada per una careta que introdueix la secció d'esports i està presentada per un periodista diferent.

En el cas de TV3, als serveis informatius del vespre, la informació esportiva és presentada per Maria Fernández Vidal; i la resta de la informació la presenta Antoni Cruanyes i Plana. En el cas de TVE, als serveis informatius del vespre, la informació esportiva la presenta Jesús Álvarez Cervantes; mentre que la resta de l'informatiu va a càrrec d'Ana Blanco López.

**Número de peces d'esports destacades al sumari de l'informatiu generalista:
TVE i TV3**

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
TVE	2	1	1	1	1	0	1	1
TV3	1	1	1	1	1	1	1	1

Com es pot observar a la taula anterior, en la majoria de casos només es destaca una peça d'informació esportiva en el sumari de l'informatiu generalista. En tots els casos aquesta o aquestes informacions sempre van a la última part del sumari, igual que la informació esportiva se situa a la part final de l'informatiu. En el cas de TVE, les peces d'esports destacades al sumari són les següents:

- 13 de març: L'Atlètic de Madrid compra l'estadi de La Peineta (primera). El bon estat de forma de Sergio Ramos, jugador del Reial Madrid (segona).
- 17 de març: Els emparellaments dels equips espanyols al sorteig de la Champions.
- 27 de març: La selecció espanyola de futbol prepara un partit amistós contra França.
- 31 de març: Augmenten les iniciatives per a eradicar la violència al futbol base.
- 3 d'abril: L'Eldense denuncia un possible frau en el partit contra el FC Barcelona B de la Segona Divisió B de futbol.
- 17 d'abril: El Reial Madrid prepara el partit de Champions davant del Bayern de Munich i l'Atlètic de Madrid prepara el seu partit davant del Leicester.
- 21 d'abril: El Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid s'enfrontaran a les semifinals de la Champions.

En el cas de TV3, les peces d'esports destacades al sumari són les següents:

- 13 de març: El FC Barcelona prepara el proper partit davant del València, després de la derrota davant del Deportivo.
- 17 de març: El FC Barcelona queda emparellat amb la Juventus al sorteig de la Champions.
- 27 de març: El FC Barcelona torna als entrenaments després dels compromisos internacionals i comença a preparar el partit davant del Granada CF.
- 31 de març: Connexió en directe al camp de l'Espanyol que juga davant del Betis.
- 3 d'abril: El FC Barcelona goleja al Granada CF però perd a Rafinha pel que queda de temporada.
- 7 d'abril: El FC Barcelona prepara el seu partit de Lliga davant del Màlaga CF i ha d'estar atent al derbi, pel que faci el Reial Madrid.
- 17 d'abril: El Reial Madrid prepara el partit davant del Bayern de Munich, que oferirà en directe TV3.
- 21 d'abril: Neymar no podrà jugar el clàssic davant del Reial Madrid.

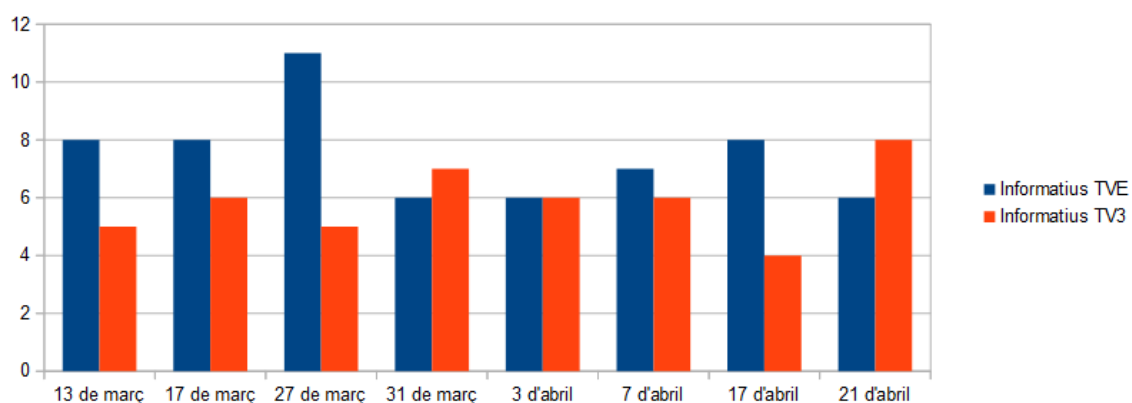
Observem, en primer lloc, que en tots els casos i sense excepció, les peces destacades al sumari fan referència al futbol. Segons Alcoba (2005), això és així perquè a l'Estat espanyol, el futbol és l'esport que més gent mou. La causa d'aquesta gran presència del futbol als mitjans de comunicació és bàsicament el nombre d'espectadors que mou i el nombre de persones que el practiquen. Tot i que també recorda que, no obstant, hi ha molts altres esports que mouen masses a Espanya i que no estan tan representats als mitjans de comunicació, com el ciclisme, l'automobilisme i el motociclisme (esports que no veiem representats en cap cas als sumaris dels informatius del vespre de TV3 i TVE).

Observem, a més, que la majoria de peces destacades al sumari fan referència a dos equips: el Reial Madrid i el FC Barcelona; seguint així la línia del que assenyala González Ramallal (2004) quan explica que hi ha una clara preeminència informativa del FC Barcelona i el Real Madrid CF.

Com es pot deduir, a TVE es fa més atenció al Reial Madrid i a l'Atlètic de Madrid; i, en canvi a TV3, es fa un enfocament especial al FC Barcelona. Això succeeix bàsicament per criteris de proximitat. Com explica Javier Gómez Bueno (2013), segons el territori, un mitjà de comunicació farà més esment a un club esportiu que a un altre, ja que l'audiència esperarà normalment obtenir informació primer sobre el seu equip.

Número de peces de la secció d'esports de l'informatiu generalista

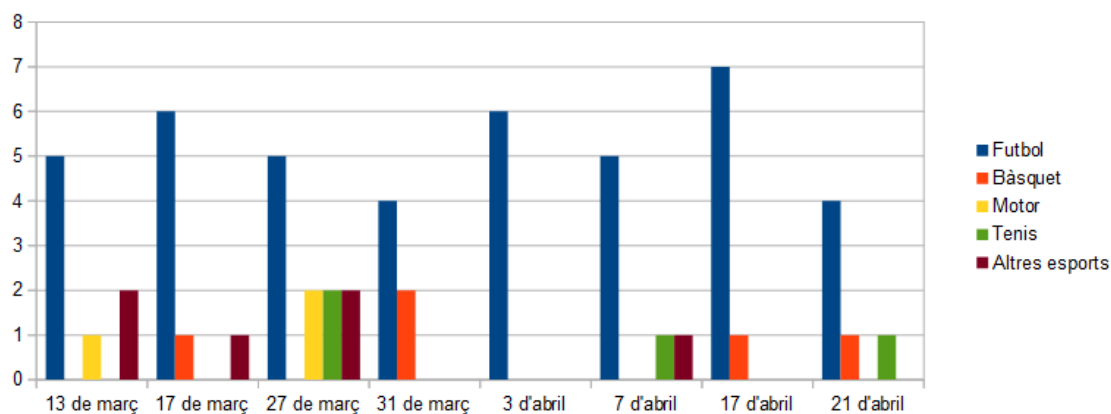
	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
TVE	8	8	11	6	6	7	8	6
TV3	5	6	5	7	6	6	4	8



Els serveis informatius de TVE del vespre contenen en la majoria de casos més peces dedicades als esports que els informatius de TV3, ja que la informació esportiva té més espai televisiu, com es mostra als primers gràfics de l'anàlisi.

Número de peces que corresponen a les diferents modalitats esportives: TVE

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Futbol	5	6	5	4	6	5	7	4
Bàsquet	0	1	0	2	0	0	1	1
Motor	1	0	2	0	0	0	0	0
Tennis	0	0	2	0	0	1	0	1
Altres esports	2	1	2	0	0	1	0	0



Seguint la mateixa línia que l'anterior anàlisi dels sumaris, la informació esportiva en referència al futbol és, en la majoria de casos, la que gaudeix de més espai informatiu i més nombre de peces, les quals tenen una major durada que en la resta de modalitats esportives. Les primeres peces en tots els casos parlen de futbol, mentre que les demés disciplines es deixen pel final.

Alcoba (2005) diu que hi ha molts altres esports a part del futbol que mouen masses a Espanya, però que, no obstant, no estan tan representats als mitjans de comunicació. Aquests esports segons l'autor són el ciclisme i els esports de motor. En el cas de TVE, veiem que gairebé no apareixen en cap informatiu. De motor, només tres peces; i de ciclisme no n'hi ha ni una en els vuit informatius analitzats.

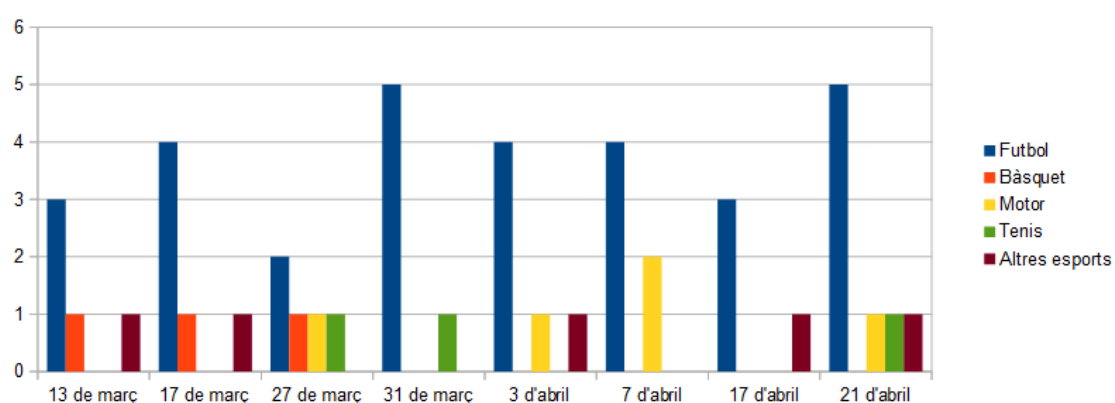
Tal i com assenyala Rojas Torrijos (2011), es prioritza la informació futbolística de forma casi absoluta, en detriment de la resta de modalitats esportives, que gaudeixen de molt poc espai als programes de ràdio i de televisió i a les pàgines en l'àmbit de la premsa escrita. En la mateixa línia, Paniagua (2009) considera que el futbol és l'esport que més presència té en els informatius de televisió i ocupa gran part dels informatius, tal i com queda evidenciat en els serveis informatius del vespre de TVE.

El bàsquet i el tennis són els altres dos esports que més importància tenen després del futbol, amb cinc i quatre peces respectivament en els vuit informatius analitzats, una xifra molt pobra tenint en compte que són els que més peces tenen després del futbol. Es deixen de banda, doncs, les disciplines que no són futbol, que queden arraconades al final de la secció d'esports de l'informatiu generalista i amb molt poques peces que els representen. Fins hi tot, hi ha un dia, el 3 d'abril, en que només es parla de futbol. No hi ha cap peça que informi sobre una altra disciplina esportiva.

Altres esports que apareixen als informatius del vespre de TVE en ocasions molt puntuals (només en quatre informatius dels vuit analitzats) són: l'atletisme (dues ocasions: el 13 de març i el 27 de març) el golf (dues ocasions: el 27 de març i el 7 d'abril) i l'snowboard (dues ocasions: el 13 de març i el 17 de març).

Número de peces que corresponen a les diferents modalitats esportives: TV3

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Futbol	3	4	2	5	4	4	3	5
Bàsquet	1	1	1	0	0	0	0	0
Motor	0	0	1	0	1	2	0	1
Tennis	0	0	1	1	0	0	0	1
Altres esports	1	1	0	0	1	0	1	1



En el cas de TV3 succeeix el mateix. El futbol és el rei. Totes les primeres peces de cada informatiu són de futbol, són les que gaudeixen d'una major durada i n'hi ha més quantitat. El cas més extrem és el 31 de març, on de sis peces d'esports que conté la secció esportiva dins de l'informatiu generalista, cinc parlen de futbol i només una d'un altre esport (en aquest cas el tennis).

No hi ha cap dia, no obstant, en que la informació esportiva només tracti de futbol, tot i que en alguns casos només hi ha una peça que no sigui de futbol (és el cas del 31 de març i del 7 d'abril).

Observem com els esports amb més representació als informatius del vespre a TV3, després del futbol, són el bàsquet, el motor (motociclisme i automobilisme) i el tenis. Aquests tres reben un tracte més o menys igualitari, amb un nombre més o menys igual de peces. El 27 de març és el dia més equilibrat: de cinc peces d'esports que conté l'informatiu generalista, dos són de futbol i les altres tres corresponen a cada un dels tres esports mencionats anteriorment. No obstant, com s'observa en el gràfic, això sembla més aviat una excepció, ja que en la majoria de casos les peces que tracten de futbol ocupen més del 50% de la secció d'esports dins de l'informatiu generalista.

D'altra banda, altres esports que no són ni futbol, bàsquet, motor o tenis, apareixen només en cinc informatius dels vuit analitzats; i només una peça per cada un d'aquests dies. Aquests esports són: el rugbi (una ocasió: el 13 de març), l'snowboard (una ocasió: el 17 de març), ciclisme (una ocasió: el 3 d'abril), l'hoquei herba (una ocasió: el 17 d'abril) i el golf (una ocasió: el 21 d'abril).

Durada de les peces per minuts: TVE (peces ordenades cronològicament)

Informatiu del 13 de març:

- 1a peça: El bon estat de forma de Sergio Ramos, jugador del Reial Madrid (00:39 minuts).
- 2a peça: Resultats de la lliga de Primera Divisió espanyola de futbol del cap de setmana anterior (01:05 minuts).
- 3a peça: L'Atlètic de Madrid compra l'estadi de La Peineta (00:40 minuts).
- 4a peça: El Sevilla FC prepara el partit de Champions contra el Leicester (01:11 minuts).
- 5a peça: El CD Mirandés denuncia el porter de l'UCAM Múrcia per un cop de puny (00:17 minuts).
- 6a peça: Lucas Eguibar i Regino Hernández, plata als mundials de Snowboard (01:17 minuts).
- 7a peça: Jonah Kipkemoi guanya la Marató de Barcelona (01:00 minuts).
- 8a peça: Kris Meeke guanya el ral·li de Mèxic (00:30 minuts).

Informatiu del 17 de març:

- 1a peça: Calendari del mes d'abril pel Reial Madrid, FC Barcelona i Atlètic de Madrid (01:10 minuts).

- 2a peça: El Reial Madrid queda emparellat amb el Bayern de Munich al sorteig de la Champions (01:23 minuts).
- 3a peça: El FC Barcelona queda emparellat amb la Juventus (01:24 minuts).
- 4a peça: L'Atlètic de Madrid queda emparellat amb el Leicester (01:11 minuts).
- 5a peça: El Celta queda emparellat amb el Genk al sorteig de la Europa League (00:21 minuts).
- 6a peça: Illarramendi, Deulofeu i Pedro Rodríguez, novetats a la selecció espanyola (00:31 minuts).
- 7a peça: Mor Israel Planas, entrenador de l'equip espanyol de Snowboard (00:21 minuts).
- 8a peça: Victòria de Marc Gasol amb els Memphis a la NBA (00:27 minuts).

Informatiu del 27 de març:

- 1a peça: La selecció espanyola prepara un partit amistós contra França (00:38 minuts).
- 2a peça: França prepara el partit contra Espanya (00:46 minuts).
- 3a peça: Alguns jugadors internacionals tornen als seus respectius equips de futbol i comencen a preparar els propers partits de Lliga (00:31 minuts).
- 4a peça: Repàs dels resultats dels partits de futbol internacional del cap de setmana (01:01 minuts).
- 5a peça: Mateu Alemany, nou director general del València CF (00:28 minuts).
- 6a peça: TVE adquireix els drets d'emissió dels resums de Moto GP i Fórmula 1 (00:18 minuts).
- 7a peça: Maverick Viñales guanya el seu segon Gran Premi de Moto GP (00:55 minuts).
- 8a peça: John Rahm quasi guanya el Torneig de Golf d'Austin, només superat pel número 1 del món (00:27 minuts).
- 9a peça: Rafa Nadal juga el seu partit número 1.000 com a professional (00:17 minuts).
- 10a peça: Garbiñe Muguruza abandona un partit de tennis a Miami per un cop de calor (00:11 minuts).
- 11a peça: Una dona esgotada és ajudada per dos homes a acabar la Marató de Filadelfia (00:32 minuts).

Informatiu del 31 de març:

- 1a peça: Augmenten les iniciatives per a eradicar la violència al futbol base (02:54 minuts).
- 2a peça: Una penya de l'Atlètic de Madrid fa una versió pròpia d'una cançó amb els noms dels jugadors del primer equip (00:46 minuts).
- 3a peça: Repàs dels propers partits de Primera Divisió espanyola de futbol (01:13 minuts).
- 4a peça: El director esportiu Monchi deixa el Sevilla (00:35 minuts).

- 5a peça: Ricky Rubio firma la seva millor actuació en quan a punts a la NBA amb els Timberwolves (00:26 minuts).
- 6a peça: Es fa una connexió en directe amb Teledeporte per saber com va el partit de bàsquet entre l'Unicaja de Màlaga i el València (00:40 minuts).

Informatiu del 3 d'abril:

- 1a peça: L'Eldense denuncia un possible frau en el partit contra el FC Barcelona B de la Segona Divisió B de futbol (01:46 minuts).
- 2a peça: Una jugadora amenaça de mort l'àrbitre en un partit de futbol femení (0:37 minuts).
- 3a peça: Se suspèn un partit de Tercera Divisió espanyola per insults a l'àrbitre a Mallorca (00:17 minuts).
- 4a peça: Un jugador amateur de futbol conegut per la seva agressivitat agredeix brutalment l'àrbitre d'un partit a Portugal i és denunciat a la policia (01:10 minuts).
- 5a peça: Un equip femení de Lleida guanya una lliga infantil de futbol masculina (01:31 minuts).
- 6a peça: Repàs dels partits que venen de Primera Divisió espanyola de futbol (01:14 minuts).

Informatiu del 7 d'abril:

- 1a peça: El Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid preparen el derbi (00:39 minuts).
- 2a peça: Repàs de les últimes victòries de l'Atlètic al Bernabéu (00:16 minuts).
- 3a peça: Zidane (entrenador del Reial Madrid) parla sobre el seu futur (01:11 minuts).
- 4a peça: Simeone (entrenador de l'Atlètic) parla sobre el futur de Griezmann (jugador del seu equip) (00:53 minuts).
- 5a peça: El FC Barcelona prepara el partit davant del Màlaga (00:35 minuts).
- 6a peça: Victòria de Novak Djokovic a la Copa Davis de tennis (00:29 minuts).
- 7a peça: Sergio García es situa líder de la classificació del Màster d'Augusta de golf (00:11 minuts).

Informatiu del 17 d'abril:

- 1a peça: El Reial Madrid prepara el partit de Champions davant del Bayern de Munich (01:09 minuts)
- 2a peça: El Bayern de Munich ja ha arribat a Madrid per afrontar el partit davant el Reial Madrid (00:28 minuts).
- 3a peça: Repàs de la trajectòria de Carlo Ancelotti (entrenador) i Xabi Alonso (jugador) al Reial Madrid (actualment al Bayern) (00:58 minuts).

- 4a peça: Isco serà el substitut de Bale (lesionat) al Reial Madrid pel partit del Bayern (00:52 minuts).
- 5a peça: L'Atlètic de Madrid prepara el partit de Champions davant del Leicester (01:12 minuts).
- 6a peça: El FC Barcelona prepara el partit davant de la Juventus (01:06 minuts).
- 7a peça: Bonic gest esportiu en un partit d'alevins de futbol a Peralada, entre Madrid i Barça (00:24 minuts).
- 8a peça: A l'NBA han començat els play-offs pel títol entre les dues conferències (00:35 minuts).

Informatiu del 21 d'abril:

- 1a peça: El Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid s'enfronten a les semifinals de la Champions, i això assegura un equip espanyol a la final (01:34 minuts).
- 2a peça: El TAD no ha estudiat encara el recurs del FC Barcelona contra la sanció de Neymar que l'impedeix jugar contra el Reial Madrid (01:09 minuts).
- 3a peça: Gareth Bale (Reial Madrid) ja s'entrena amb normalitat i podria jugar davant del FC Barcelona (01:21 minuts).
- 4a peça: El Celta de Vigo ha quedat emparellat al sorteig de la Europa League amb el Manchester United (00:56 minuts).
- 5a peça: Albert Ramos per primera vegada es classifica per a les semifinals d'un Master 1.000 de tennis (00:29 minuts).
- 6a peça: Els Memphis Grizzlies de Marc Gasol han vençut als Spurs de Pau Gasol a l'NBA (00:30 segons).

Durada de les peces per minuts: TV3 (peces ordenades cronològicament)

Informatiu del 13 de març:

- 1a peça: El FC Barcelona prepara el proper partit davant del València després de la derrota davant del Deportivo (01:58 minuts).
- 2a peça: El Reial Madrid recupera el liderat de Primera Divisió gràcies a Sergio Ramos (01:15 minuts).
- 3a peça: El Sevilla prepara el partit contra el Leicester de Champions (00:33 minuts).
- 4a peça: Es confirma la lesió de Justin Dolman, jugador del FCB de bàsquet (00:20 minuts).
- 5a peça: La selecció del País de Gal·les de rugbi canta Stand By Me al vestidor (00:38 minuts).

Informatiu del 17 de març:

- 1a peça: El FC Barcelona queda emparellat amb la Juventus al sorteig de la Champions (00:57 minuts)
- 2a peça: El Reial Madrid queda emparellat amb el Bayern, i l'Atlètic de Madrid, amb al Leicester (01:54 minuts)
- 3a peça: Repàs de la trajectòria de la Juventus (rival del Barça) a l'edició de la Champions 2016-2017 (01:01 minuts)
- 4a peça: L'Espanyol prepara el partit de Lliga davant l'Eibar (00:31 minuts)
- 5a peça: El Barça de bàsquet torna a perdre a l'Eurolliga (00:33 minuts)
- 6a peça: Mor Israel Planas, entrenador de l'equip espanyol de Snowboard (00:20 minuts)

Informatiu del 27 de març:

- 1a peça: El FC Barcelona torna als entrenaments després dels compromisos internacionals i comença a preparar el partit de Primera Divisió davant del Granada CF (01:40 minuts).
- 2a peça: L'Espanyol prepara el partit de Lliga davant del Betis i Óscar Duarte es perd la resta de la temporada per lesió (00:36 minuts).
- 3a peça: Maverick Viñales guanya el Gran Premi de Qatar amb Moto GP (01:25 minuts).
- 4a peça: Nacho Rodríguez, exjugador del Barça de bàsquet, presentat com a "màner de gestió" del club blaugrana (00:44 minuts).
- 5a peça: Garbiñe Muguruza abandona un partit de tennis a Miami per un cop de calor (00:17 minuts).

Informatiu del 31 de març:

- 1a peça: Última hora de l'Espanyol que està jugant amb el Betis (00:37 minuts).
- 2a peça: El FC Barcelona prepara el partit de Lliga davant del Granada CF (00:43 minuts).
- 3a peça: Repàs de la trajectòria de Sergi Samper al Granada CF (exjugador del FC Barcelona) (01:18 minuts).
- 4a peça: El director esportiu Monchi deixa el Sevilla (01:04 minuts).
- 5a peça: "Imatge simpàtica del dia". Dani Alves (exjugador del FC Barcelona) fa una broma a un periodista durant un entrenament (00:30 minuts).
- 6a peça: Un esquiador nord-americà li cau una allau al damunt mentre esquiava i surt il·lès (00:33 minuts).
- 7a peça: Rafa Nadal es classifica per a la final del Torneig de Miami (00:14 minuts).

Informatiu del 3 d'abril:

- 1a peça: El FC Barcelona goleja al Granada CF però perd a Rafinha pel que queda de temporada (01:43 minuts).
- 2a peça: El nou estadi del FC Barcelona B portarà el nom de *Johan Cruyff* (00:26 minuts).
- 3a peça: La policia nacional ha començat a interrogar jugadors de l'Eldense després de la denuncia del club per un possible frau en el partit contra el FC Barcelona B de la Segona Divisió B de futbol (01:30 minuts).
- 4a peça: L'Espanyol prepara el partit de Primera Divisió davant l'Athletic de Bilbao (01:25 minuts).
- 5a peça: Marc Márquez (pilot de Moto GP) vola cap a Argentina on se celebra el proper Gran Premi de Moto GP (00:35 minuts).
- 6a peça: Breu informació sobre que Esport 3 oferirà en directe la volta ciclista del País Vasc (00:06 minuts).

Informatiu del 7 d'abril:

- 1a peça: El FC Barcelona prepara el seu partit de Lliga davant del Màlaga CF (01:46 minuts).
- 2a peça: Breu repàs de la trajectòria de Michel (entrenador del Màlaga CF) a l'equip andalús (00:27 minuts).
- 3a peça: El Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid s'enfronten aquesta jornada de Primera Divisió i preparen el partit (01:33 minuts).
- 4a peça: L'Espanyol rebrà l'Alavés a casa (00:35 minuts).
- 5a peça: Maverick Viñales, el més ràpid en els entrenaments del Gran Premi de Moto GP d'Argentina (00:42 minuts).
- 6a peça: La boira obliga a suspendre els entrenaments matinals de Fórmula 1 al circuit de Shanghai (00:36 minuts).

Informatiu del 17 d'abril:

- 1a peça: Setmana decisiva pel FC Barcelona i pel Reial Madrid, que prepara el partit davant del Bayern de Munich que oferirà TV3 (03:20 minuts).
- 2a peça: El FC Barcelona prepara el partit davant de la Juventus i l'equip italià fa un vídeo per a motivar l'afició (01:55 minuts).
- 3a peça: Un aficionat argentí mor en caure des d'una graderia (00:33 minuts).
- 4a peça: L'Atlètic Terrassa queda eliminat de la copa d'Europa d'hoquei herba davant l'Oranje Rood (00:34 minuts).

Informatiu del 21 d'abril:

- 1a peça: Neymar finalment no podrà jugar el clàssic davant del Reial Madrid (01:55 minuts).

- 2a peça: El Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid han quedat emparellats per a les semifinals de la Champions (00:30 minuts)
- 3a peça: L'Atlètic de Madrid prepara el partit davant de l'Espanyol (00:42 minuts).
- 4a peça: Leo Baptistao (jugador de l'Espanyol) és dubte per lesió per al partit davant de l'Atlètic de Madrid (00:43 minuts).
- 5a peça: L'equip de futbol femení del Barça prepara les semifinals de la copa d'Europa davant del Paris Saint-Germain (00:26 minuts).
- 6a peça: Andy Murray participarà al torneig de tennis Open Bank Sabadell que oferirà Esport 3 (00:36 minuts).
- 7a peça: Núria Iturrios, golfista mallorquina, domina en solitari el Mediterranean Ladies Open de golf, disputat a Sitges (00:28 minuts).
- 8a peça: Maverick Viñales, el més ràpid dels entrenaments de Moto GP al circuit de Texas (00:07 minuts).

En primer lloc, podem observar, tant en el cas dels informatius del vespre de TVE com de TV3, que les peces que tracten de futbol són les que sempre van al principi de la secció d'esports de l'informatiu generalista, i les que gaudeixen de més durada, és a dir, d'un major espai televisiu.

El futbol ocupa entre el 70% i el 80% del total dels continguts esportius dels diaris, seccions, programes i portals especialitzats a Internet (Rojas Torrijos, 2011). En el cas dels informatius analitzats de TVE i TV3, observem com els altres esports gaudeixen clarament de menys espai televisiu i, a més, les peces dedicades a aquestes altres modalitats tenen una menor durada, en general, en comparació a les peces que parlen de futbol; i se situen a la part final de la secció d'esports de l'informatiu generalista.

A TVE, pel que fa a la durada de les peces, observem com les que parlen de futbol tenen més durada: per exemple, a l'informatiu del vespre del dia 17 d'abril, es dediquen gairebé tres minuts i mig a parlar només de la prèvia del Reial Madrid-Bayern de Munich (dividits en quatre peces). Aquest dia només hi ha dues peces que no parlin de futbol, les quals juntes sumen només 59 segons. En canvi, la informació futbolística, en aquest informatiu, suma un total de 5 minuts i 45 segons.

A TV3 passa el mateix: per exemple, com podem observar amb les dades anteriors, el mateix dia 17 d'abril, es dediquen un total de 5 minuts i 48 segons a la informació futbolística (casi exactament el mateix que a TVE), fins hi tot incorporant una notícia extra esportiva: la mort d'un aficionat argentí en caure des d'una graderia. En canvi, només es dediquen 34 segons a parlar d'un esport que no és futbol.

Pel que fa al contingut de les peces, tant en els informatius del vespre de TVE com de TV3, la majoria tracten dels partits de futbol que els equips de Primera Divisió ja han disputat o han de disputar. Fins hi tot, hi ha vegades que el monopoli del futbol és tan evident, que s'emeten peces en què es mostren fets curiosos o extra esportius en el món del futbol, com la broma de Dani Alves en un dels informatius de TV3.

També és remarcable el fet que TVE fa una especial atenció a la violència en el món del futbol. A l'informatiu del vespre del 31 de març es dediquen els primers gairebé 3 minuts d'informació esportiva a un reportatge sobre l'augment de les iniciatives per a eradicar la violència al futbol base (02:54 minuts). A més, hi ha un dia en concret, el 3 d'abril, en què es dediquen la meitat de les peces a parlar d'actes violents en el món del futbol, les quals sumen un total de 2 minuts i 4 segons.

Segons Rojas Torrijos (2011), això respon als criteris d'espectacularització de la informació i criteris extra periodístics, amb l'objectiu de garantir un públic cada vegada més ampli i amb la conseqüència de la tendència cap a un periodisme "morbós" que busca més commoure que informar.

Tal i com assenyala també José Luis Rojas Torrijos al seu llibre *Periodismo de calidad* (2011), la necessitat de satisfer una demanda d'informació diària desemboca en l'elaboració sovint de continguts més trivials. Als informatius analitzats, en certes ocasions, els esports que gaudeixen de poca o gairebé nul·la representació són notícia per temes extra esportius, morbosos o de curiositat.

Per exemple, en el cas de TVE, a l'informatiu del vespre del 27 de març, es parla de la Marató de Filadèlfia per mostrar que una dona esgotada és ajudada per dos homes a acabar la marató (es mostra el "gest solidari" d'aquests dos homes i no s'informa de cap resultat ni res més). En el cas de TV3, a l'informatiu del vespre del 13 març, hi ha una peça de rugbi, que és la única vegada que el rugbi apareix en els vuit informatius de TV3 analitzats, i es mostra a la selecció del País de Gal·les cantant *Stand By Me* al vestidor.

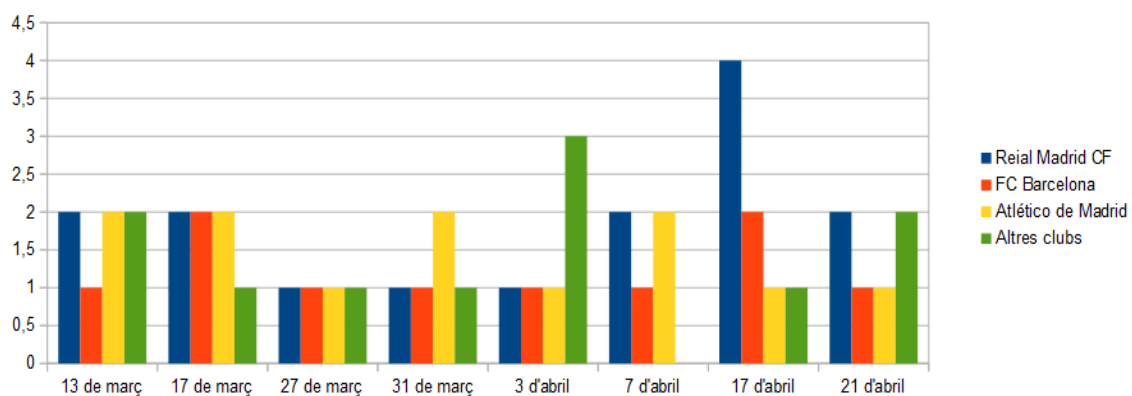
En definitiva, per les poques vegades que apareixen alguns esports, com el rugbi a TV3, només apareixen per mostrar temes extra esportius, morbosos o de curiositat, no es posa atenció en la competició en sí o el torneig que s'està disputant. En les informacions referents al futbol també això també succeeix, quan el més lògic seria que aquestes peces es substituïssin per altres que parlessin d'una altra disciplina esportiva per donar-li més representació.

D'altra banda, igual que succeeix amb les peces destacades al sumari de l'informatiu, en el cas de TVE, s'aprecia una preeminència de les informacions que fan referència al Reial Madrid i a l'Atlètic de Madrid, especialment al primer, per qüestions de proximitat geogràfica i audiència; de manera que en la majoria de informatius analitzats sempre es comença parlant d'aquests dos equips (13 de març, 17 de març, 7 d'abril, 17 d'abril i 21 d'abril).

Alcoba (2005) considera que els mitjans de comunicació de Catalunya sempre prioritzen les informacions que parlen del FC Barcelona, i l'Espanyol sempre queda per darrere tot i ser un equip català de Primera Divisió. En el cas de TV3, igual que al sumari de l'informatiu generalista, la secció d'esports normalment comença parlant del FC Barcelona. De fet, totes les primeres peces d'esports dels vuit informatius del vespre analitzats parlen del FC Barcelona, excepte el 31 de març en que es comença parlant de l'Espanyol, ja que estava disputant el seu partit de Lliga en aquell moment, i es fa una connexió en directe per saber l'última hora de l'equip i el resultat del partit.

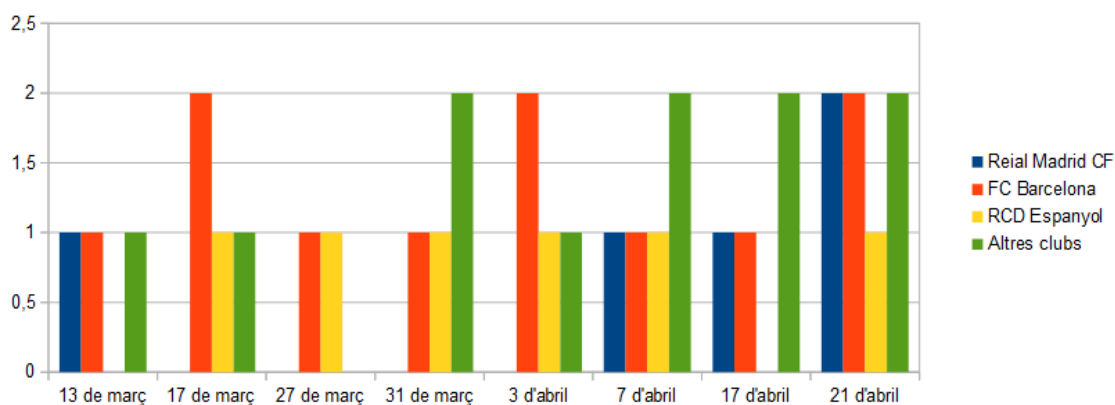
Clubs esportius protagonistes de les informacions de futbol (per número de peces): TVE

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Reial Madrid CF	2	2	1	1	1	2	4	2
FC Barcelona	1	2	1	1	1	1	2	1
Atlètic de Madrid	2	2	1	2	1	2	1	1
Altres	2	1	1	1	3	0	1	2



Clubs esportius protagonistes de les informacions de futbol (per número de peces): TV3

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Reial Madrid CF	1	0	0	0	0	1	1	2
FC Barcelona	1	2	1	1	2	1	1	2
RCD Espanyol	0	1	1	1	1	1	0	1
Altres	1	1	0	2	1	2	2	2



En definitiva, TVE i TV3 evidencien una preeminència informativa del Reial Madrid i el FC Barcelona, posant més atenció a un que l'altre segons la proximitat geogràfica i l'audiència. Ramallal a *El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España* (2004) considera que la informació esportiva a l'Estat espanyol distribuïda als mitjans de comunicació està majoritàriament relacionada amb dos protagonistes principals, el FC Barcelona i el Real Madrid CF; de manera que la resta de realitats i protagonistes esportius, no només de futbol, queden inferiorment representats. El cas més extrem és el de l'informatiu del vespre de TVE del 17 d'abril, on hi ha quatre peces dedicades a la informació relacionada amb el Reial Madrid CF.

Altres clubs a les quals les peces fan referència són, en moltes ocasions, els rivals amb els quals s'han d'enfrontar el Reial Madrid CF o el FC Barcelona. Per exemple, a l'informatiu del vespre de TVE del 17 d'abril es posa molta atenció al Bayern de Munich, compartint protagonisme en les primeres peces amb el Reial Madrid, que és el seu rival a la Champions. Altres equips protagonistes d'una peça informativa als informatius del vespre de TVE són: El Sevilla (dues ocasions), el Mirandés (una ocasió), el Celta (dues ocasions), l'Eldense (una ocasió), l'AEM Lleida (una ocasió).

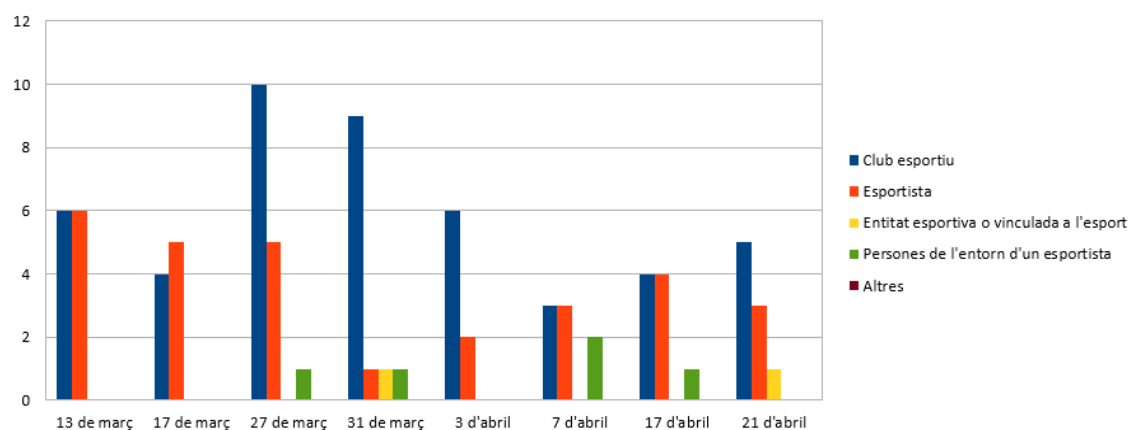
A TV3, succeeix exactament el mateix. Per exemple, a l'informatiu del vespre del 17 de març, es dedica 1 minut i 1 segon a fer un repàs de la trajectòria de la Juventus (rival del Barça) a l'edició de la Champions 2016-2017. Altres equips protagonistes d'una peça informativa als informatius del vespre de TV3 són: El Sevilla (dues ocasions), el Granada CF (una ocasió) i l'Eldense (una ocasió).

Com podem observar, Sevilla i Eldense són denominadors comuns perquè el Sevilla llavors disputava Champions i l'Eldense estava immers en un frau. El Celta, en el cas de TVE, disputava competició europea (Europa League). L'AEM Lleida va ser protagonista un dia perquè un equip femení havia guanyat una lliga masculina. El Granada CF, en el cas de TV3, va ser rival del FC Barcelona a Primera Divisió.

Així doncs, en el cas del futbol, com observem en els casos de TVE i TV3, els altres equips queden força arraconats (exceptuant l'Atlètic de Madrid a TVE, el qual se li dóna molta més representació que no pas a l'Espanyol a TV3), gaudint de poques peces en comparació a Reial Madrid i FC Barcelona i gairebé mai al principi de la secció d'esports, només en ocasions molt puntuals, com que un d'aquests equips estigui jugant un partit al moment.

Tipologia de protagonistes de les peces d'esports: TVE

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Club esportiu	6	4	10	9	6	3	4	5
Esportista	6	5	5	1	2	3	4	3
Entitat vinculada a l'esport	0	0	0	1	0	0	0	1
Persones de l'entorn d'un esportista	0	0	1	1	0	2	1	0
Altres	0	0	0	0	0	0	0	0



La majoria de protagonistes de les informacions, en el cas de les peces d'esports dels informatius analitzats de TVE, són clubs esportius, per exemple el Reial Madrid CF o el FC Barcelona (ja hem evidenciat anteriorment que les primeres informacions sempre fan referència a aquests dos clubs). També s'han comptabilitzat els equips de seleccions com la espanyola o la francesa, per exemple. Com hem vist a l'anàlisi del contingut, s'informa de l'equip en general, dels partits que ha disputat o que ha de disputar, l'actualitat del club, prèvia dels partits, entrenaments, novetats i baixes en les convocatòries, etcètera.

També són molt freqüents les peces protagonitzades per un esportista (d'elit o no) per exemple Garbiñe Muguruza (tenista) o Maverick Viñales (pilot de Moto GP), tots dos protagonistes de dues peces respectivament del 27 de març. S'ha donat el cas en algunes ocasions que en una peça d'esports són protagonistes un esportista i un club esportiu a la vegada. Per exemple al 13 de març és protagonista d'una peça (la cinquena) el CD Mirandés per denunciar el porter de l'UCAM Múrcia; però, a l'hora, el porter també és el protagonista per haver proporcionat un cop de puny al rival. També succeeix això al 21 d'abril, on es parla de la preparació del Reial Madrid del partit davant del FC Barcelona i es posa atenció en la lesió de Gareth Bale (Reial

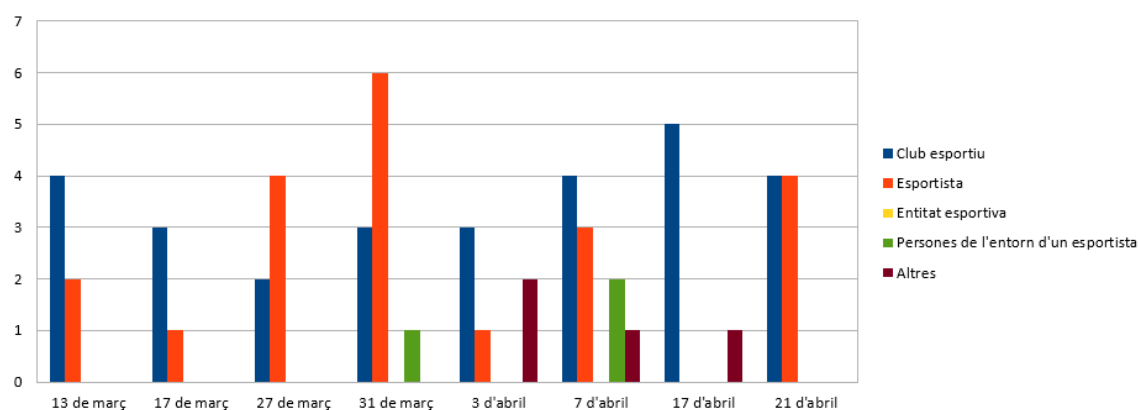
Madrid i Bale, en aquest cas, són els protagonistes de la peça, que és la tercera de la secció d'esports).

D'entitats esportives o vinculades a l'esport (sense comptar els clubs esportius o seleccions) només se n'han comptabilitzat dos com a protagonistes d'una peça d'esports en els informatius analitzats de TVE. Aquestes entitats són: una penya de l'Atlètic de Madrid (protagonista de la segona peça del 31 de març); i el TAD (protagonista de la segona peça del 21 d'abril per la sanció a Neymar).

Pel que fa a les persones de l'entorn d'un esportista s'han comptabilitzat entrenadors, representants i directius dels clubs o entitats esportives. Se n'han registrat un total de cinc en els vuit informatius analitzats de TVE. Aquests són: Mateu Alemany (director general del València, protagonista de la cinquena peça d'esports del 27 de març); Monchi (exdirector esportiu del Sevilla FC, protagonista de la quarta peça d'esports del 31 de març); Zidane i Simeone (entrenadors del Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid i respectivament, protagonistes de la tercera i quarta peça d'esports respectivament); i, per últim, Carlo Ancelotti (exentrenador del Reial Madrid, protagonista de la tercera peça d'esports del 17 d'abril).

Tipologia de protagonistes de les peces d'esports: TV3

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Club esportiu	4	3	2	3	3	4	5	4
Esportista	2	1	4	6	1	3	0	4
Entitat vinculada a l'esport	0	0	0	0	0	0	0	0
Persones de l'entorn d'un esportista	0	0	0	1	0	2	0	0
Altres	0	0	0	0	2	1	1	0



En el cas dels informatius analitzats de TV3, observem com els esportistes tenen més protagonisme que als informatius analitzats de TVE. Fins hi tot els dies 27 i 31 de març les peces protagonitzades per esportistes doblen a les protagonitzades per clubs esportius. No obstant, com succeeix a TVE, s'ha donat el cas en algunes ocasions que en una peça d'esports són protagonistes un esportista i un club esportiu a la vegada. Per exemple, la cinquena peça d'esports del 27 de març és protagonista Óscar Duarte (jugador de l'Espanyol) per una lesió, però a l'hora l'Espanyol també.

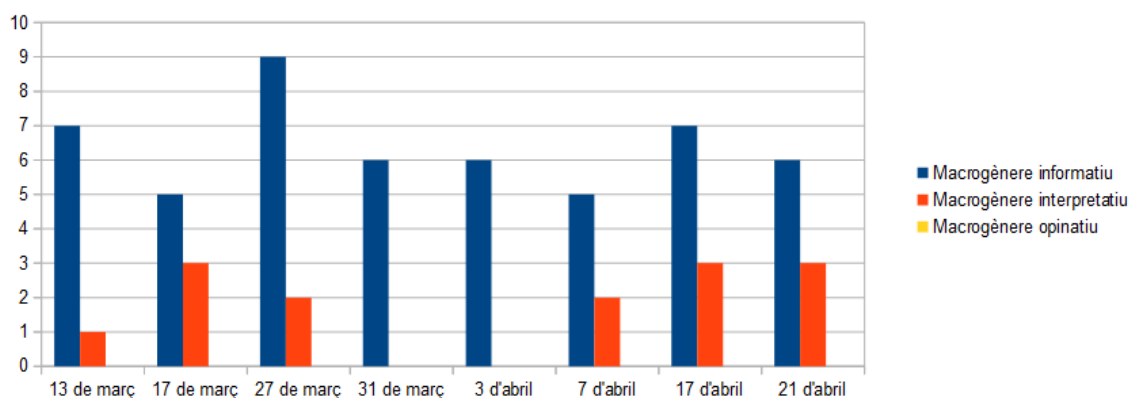
A diferència de TVE, als informatius analitzats de TV3 no s'ha comptabilitzat cap peça protagonitzada per entitats esportives o vinculades a l'esport (sense comptar els clubs esportius o seleccions).

Pel que fa a les persones de l'entorn d'un esportista s'han comptabilitzat, igual que en el cas de TVE, entrenadors, representants i directius dels clubs o entitats esportives. En el cas dels vuit informatius analitzats de TV3 s'han comptabilitzat un total de 3 peces protagonitzades per aquesta tipologia de protagonistes. Aquests són: Monchi (exdirector esportiu del Sevilla FC, protagonista de la quarta peça d'esports del 31 de març, igual que en el cas de TVE); Míchel (entrenador del Màlaga CF, protagonista de la segona peça d'esports del 7 d'abril); i Zidane (entrenador del Reial Madrid, protagonista de la tercera peça d'esports del 7 d'abril).

La tipologia de protagonistes qualificada com a "altres" engloba tots els protagonistes que no formin part de cap de les altres tipologies. En el cas de TVE no se n'ha comptabilitzat cap en els vuit informatius analitzats del vespre. A TV3, en canvi, se n'han registrat un total de quatre: El nou estadi del FC Barcelona B (protagonista de la segona peça d'esports del 3 d'abril); la volta ciclista del País Basc (protagonista de la sisena peça d'esports del 3 d'abril); els entrenaments de Fórmula 1 suspesos per la boira (protagonistes de la sisena peça d'esports del 7 d'abril); i, per últim, l'aficionat argentí que cau des d'una graderia (protagonista de la tercera peça d'esports del 17 d'abril).

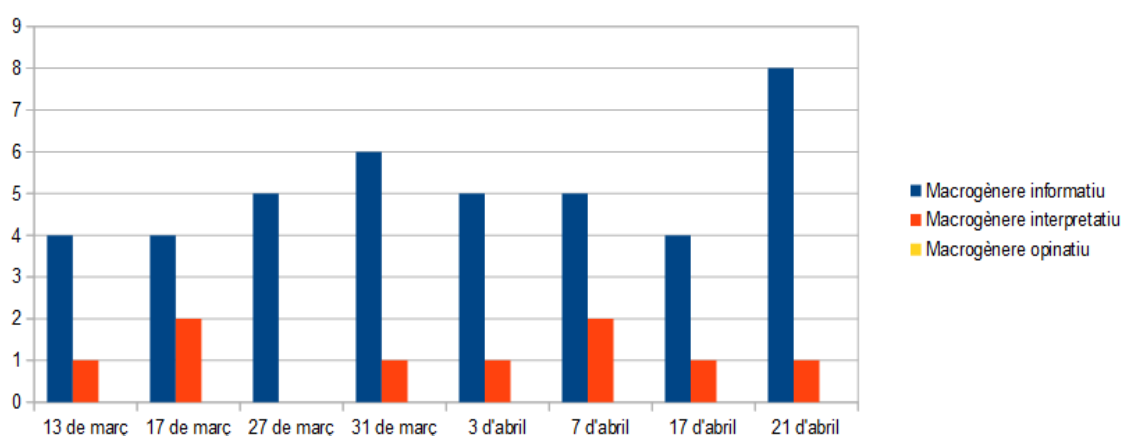
Macro gèneres que corresponen a cada peça d'esports: TVE

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Informatiu	7	5	9	6	6	5	7	6
Interpretatiu	1	3	2	0	0	2	3	3
Opinatiu	0	0	0	0	0	0	0	0



Macro gèneres que corresponen a cada peça d'esports: TV3

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Informatiu	4	4	5	6	5	5	4	8
Interpretatiu	1	2	0	1	1	2	1	1
Opinatiu	0	0	0	0	0	0	0	0



Pel que fa als macro gèneres de les peces de la secció d'esports dels informatius analitzats, s'ha registrat un clar domini del macro gènere informatiu, entès com la classificació de les peces que són notícies estrictes (sense interpretació, acostant els fets al receptor amb la màxima objectivitat possible) i reportatges informatius (la diferència amb la notícia estricta és l'aprofundiment en els fets); ja que es tracta dels serveis informatius de les cadenes públiques.

En alguns casos, tant en les seccions d'esports dels informatius analitzats de TVE com a TV3, s'utilitzen petits reportatges o cròniques interpretatives per a complementar la informació estricta, ja que s'aporten certs elements valoratius o interpretatius i alguns judicis de fet i de valor, sempre secundaris respecte la

informació estricta i el màxim objectiva del fet en sí. En aquests casos, les peces s'han comptabilitzat com a macro gènere interpretatiu.

Alguns exemples en aquest sentit són les següents peces:

- “El FC Barcelona queda emparellat amb la Juventus” (TVE, 17 de març): S'informa d'inici que al FC Barcelona li ha tocat la Juventus de Torí al sorteig de la Champions; i, seguidament, es fa un repàs de la trajectòria de l'equip italià a l'edició d'aquesta competició durant la present temporada 2016-2017 mitjançant un reportatge interpretatiu amb elements valoratius com “*eterno Buffon*” (el porter de la Juventus, Gianluigi Buffon, té 39 anys i està considerat un dels millors porters del món).
- “El FC Barcelona prepara el proper partit davant del València després de la derrota davant del Deportivo” (TV3, 13 de març): S'informa que el FC Barcelona ja ha tornat als entrenaments per a preparar el proper partit de Lliga davant del València CF després de la derrota davant del Deportivo de La Corunya, en una mena de reportatge interpretatiu on s'utilitzen certs elements valoratius com “nit gloriosa” (referint-se a la remuntada davant del PSG anterior a la derrota amb el Deportivo) i on es culpa de la derrota a la “ressaca de la Champions”.

Respecte al macro gènere opinatiu, no s'ha comptabilitzat cap peça, ja que es tracta dels serveis informatius.

En definitiva, la majoria de peces de les seccions d'esports dels informatius analitzats de TVE i TV3 són estrictament informatives (notícies estrictes només o notícies estrictes complementades amb reportatges informatius que aporten un aprofundiment dels fets).

En alguns casos s'utilitzen reportatges interpretatius amb certs elements valoratius per a complementar la informació dels fets. En aquests casos s'utilitzen alguns judicis de valor com s'ha comprovat en els dos exemples anteriors.

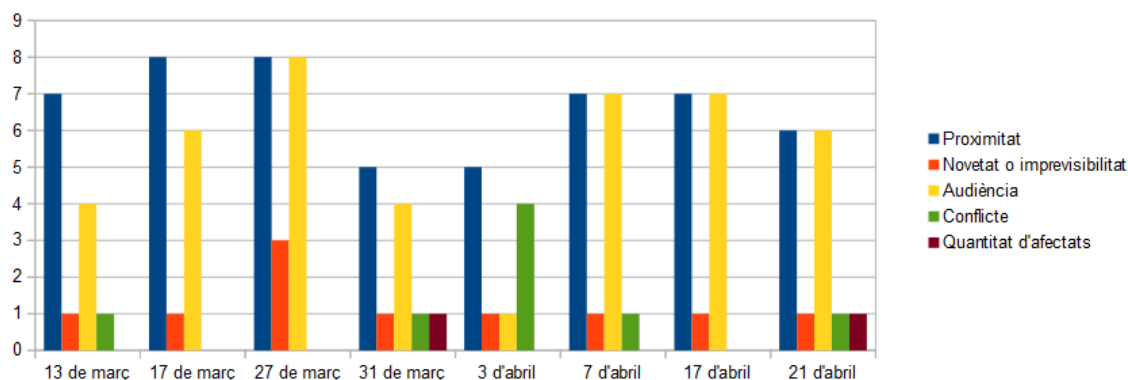
En aquest sentit, tal i com considera Javier Gómez Bueno (2013), no es fa una clara distinció entre la informació i l'opinió, en algun cas, es camufla com a notícia interpretativa; tot i que en el cas de TVE i TV3, amb els exemples reflectits, això es fa de forma molt subtil, amb comentaris molt puntuals de la veu en *off*.

José Luis Rojas Torrijos (2011) assenyala, en la mateixa línia que Gómez Bueno (2013), que una de les característiques que distingeixen la branca del periodisme esportiu d'altres àmbits periodístics és la contínua barreja d'informació i opinió, i la conseqüent hibridació dels gèneres i formats. Com hem vist en els casos de TVE i TV3, en els exemples recollits, en aquest sentit, la informació estricta es barreja amb la informació interpretada, en els casos on es complementa la informació dels fets mitjançant reportatges interpretatius.

Tal i com recomanen els codis deontològics, el periodista sempre ha de fer una clara distinció entre informació i opinió. El Manual d'Estil de RTVE considera també que la informació i l'opinió han d'estar "clarament delimitades". S'ha de fer una clara distinció entre els fets i les opinions. I el Llibre d'estil de TV3 diu: "La nostra informació esportiva no es barreja amb l'opinió de qui la transmeti, tot i que pugui suposar-se que aquesta opinió sigui la mateixa que comparteix la majoria de l'audiència". En exceptuats casos de TVE i TV3, doncs, caldria polir el compliment dels codis deontològics i prestar més atenció als manuals d'estil.

Número de peces que corresponen als diferents criteris de selecció de les notícies segons la classificació de Miquel Rodrigo Alsina: TVE

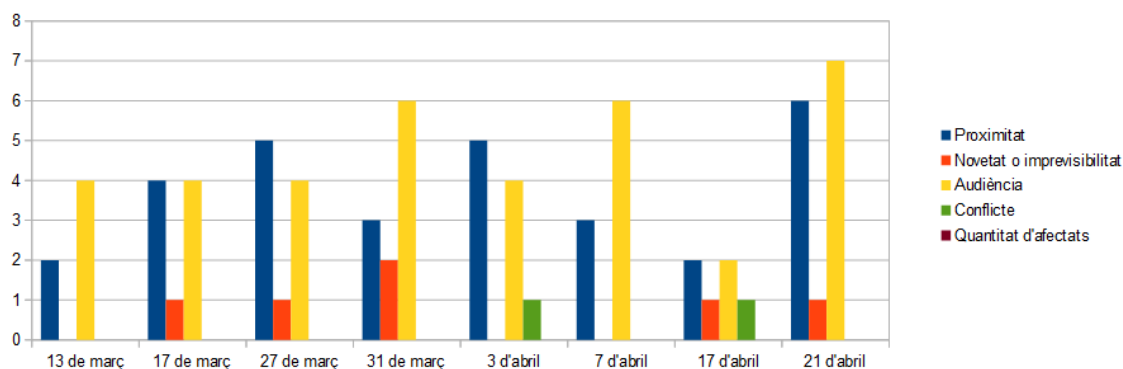
	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Proximitat	7	8	8	5	5	7	7	6
Novetat o imprevisibilitat	1	1	3	1	1	1	1	1
Audiència	4	6	8	4	1	7	7	6
Conflicte	1	0	0	1	4	1	0	1
Quantitat d'afectats	0	0	0	1	0	0	0	1



Número de peces que corresponen als diferents criteris de selecció de les notícies segons la classificació de Miquel Rodrigo Alsina: TV3

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Proximitat	2	4	5	3	5	3	2	6
Novetat o imprevisibilitat	0	1	1	2	0	0	1	1

Audiència	4	4	4	6	4	6	2	7
Conflicte	0	0	0	0	1	0	1	0
Quantitat d'afectats	0	0	0	0	0	0	0	0



Pel que fa als criteris de selecció de la informació noticiable, observem un clar predomini, tant en el cas dels informatius analitzats de com als de TV3, dels criteris de proximitat i audiència.

Com s'ha explicat anteriorment, TV3 posa més atenció a les informacions referents als equips catalans com el FC Barcelona que als de la resta de l'Estat espanyol per qüestions de proximitat territorial bàsicament i, evidentment, això va lligat als criteris d'audiència, ja que el públic de Catalunya espera tenir més informació sobre els protagonistes i fets propers. En el cas de TVE, les notícies referents al FC Barcelona també comptarien com a "proximitat" i "audiència", ja que la televisió pública engloba tot l'Estat espanyol.

Els següents criteris de selecció amb menys importància en les peces de les seccions d'esports dels informatius generalistes d'ambdues cadenes públiques són: "novetat o imprevisibilitat", "conflicte" i "quantitat d'afectats". Respecte TVE, d'aquests tres, el més present és el criteri de "conflicte", juntament amb el de "novetat o imprevisibilitat".

Tal i com considera Javier Gómez Bueno a la seva tesis doctoral del 2013, molts periodistes s'interessen pels conflictes en detriment de la informació estrictament esportiva, en la cerca del morbo i la confrontació, a vegades acompanyat d'imatges violentes i sensacionalisme, que funciona com un mecanisme d'atracció de l'audiència, amb la finalitat d'obtenir beneficis econòmics.

El dia exemplar en aquest sentit dels vuit informatius del vespre analitzats de TVE és el 3 d'abril (quatre peces corresponents al criteri de "conflicte"), on es fa una clara atenció a la violència en el món del futbol (tres peces) i al frau de les apostes amb el cas de l'Eldense (una peça).

Pel que fa al criteri de selecció de la informació noticiable “quantitat d’afectats”, en el cas dels vuit informatius analitzats de TVE, li corresponen dues peces (31 de març i 21 d’abril): “Augmenten les iniciatives per a eradicar la violència al futbol base”, ja que la violència al món del futbol base afecta a moltes categories i a molts aficionats; i “El Celta de Vigo ha quedat emparellat al sorteig de la Europa League amb el Manchester United” (en aquesta peça es fa menció a la mort de 30 aficionats nigerians del Manchester United electrocutats per la caiguda d'un cable d'alta tensió).

Respecte el criteri de “novetat o imprevisibilitat”, s’han comptabilitzat un total de 10 peces pel que fa als informatius de TVE, sent el dia 27 de març on hi ha més abundància. Alguns exemples són: “Jonah Kipkemoi guanya la Marató de Barcelona” (13 de març); “Garbiñe Muguruza abandona un partit de tennis a Miami per un cop de calor” (27 de març); “Albert Ramos per primera vegada es classifica per a les semifinals d'un Màster 1.000 de tennis” (21 d’abril). Les tres informacions eren imprevisibles.

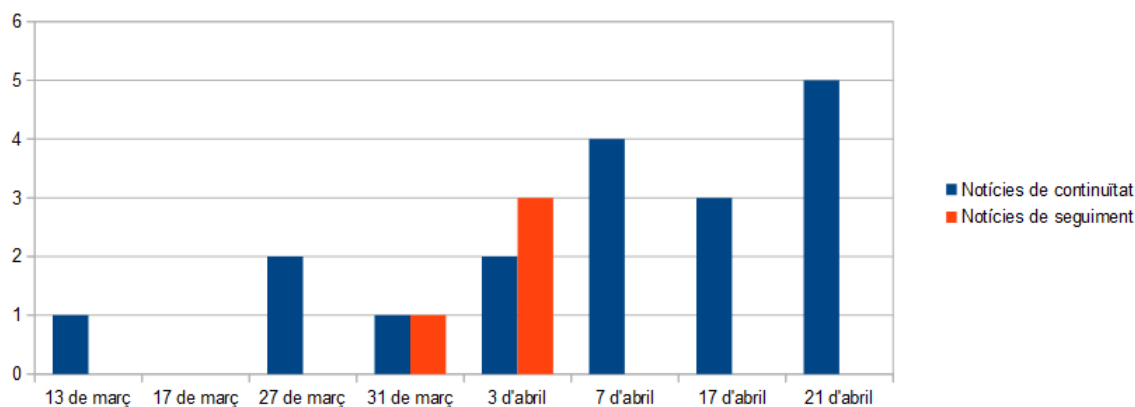
En el cas dels vuit informatius analitzats de TV3, s’han comptabilitzat un total de 6 peces en correspondència al criteri de “novetat o imprevisibilitat” a l’hora de seleccionar la informació noticiable. Alguns exemples són: El director esportiu Monchi deixa el Sevilla” (31 de març); “Un aficionat argentí mor en caure des d'una graderia” (17 d’abril); “Núria Iturrios, golfista mallorquina, domina en solitari el *Mediterranean Ladies Open* de golf, disputat a Sitges” (21 d’abril). Les tres notícies eren imprevisibles o poc esperades.

Pel que fa al criteri de “conflicte”, a diferència dels informatius analitzats de TVE, en el cas de TV3 s’han comptabilitzat només dues peces en correspondència a aquest criteri de selecció de la informació: “La policia nacional ha començat a interrogar jugadors de l'Eldense després de la denuncia del club per un possible frau en el partit contra el FC Barcelona B de la Segona Divisió B de futbol” (3 d’abril); “Un aficionat argentí mor en caure des d'una graderia” (17 d’abril).

Pel que fa al criteri de selecció de la informació noticiable “quantitat d’afectats”, en el cas dels vuit informatius analitzats de TV3, no s’ha comptabilitzat cap peça en correspondència a aquest criteri.

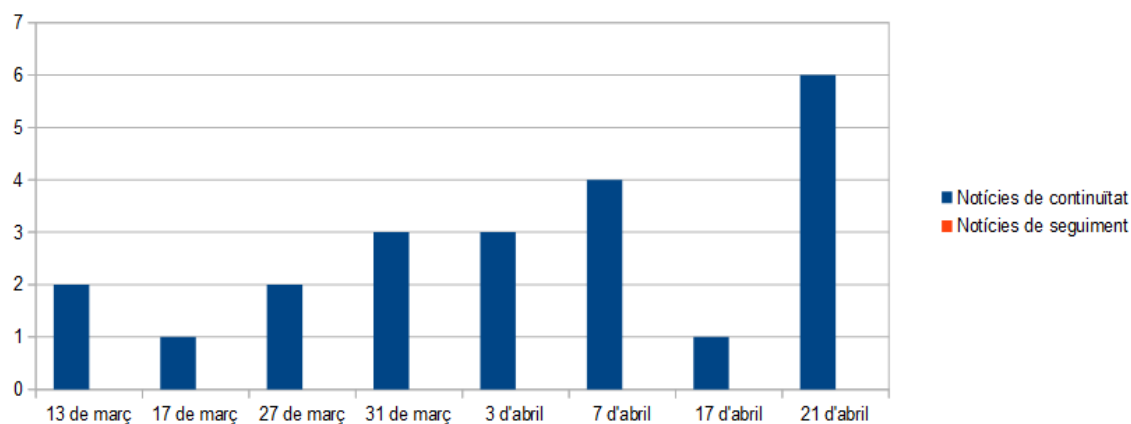
Número de peces que corresponen a notícies de continuïtat i notícies de seguiment: TVE

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Notícies de continuïtat	1	0	2	1	2	4	3	5
Notícies de seguiment	0	0	0	1	3	0	0	0



Número de peces que corresponen a notícies de continuïtat i notícies de seguiment: TV3

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Notícies de continuïtat	2	1	2	3	3	4	1	6
Notícies de seguiment	0	0	0	0	0	0	0	0



Pel que fa al nombre de peces corresponents a notícies de continuïtat i notícies de seguiment, s'ha comptabilitzat un major nombre de notícies de continuïtat, especialment en el cas de TV3, on no s'ha registrat cap notícia de seguiment cap secció d'esports dels vuit informatius analitzats del vespre. En el cas de TVE, en canvi, se n'han comptabilitzat un total de 4, amb una especial presència al dia 3 d'abril, on s'han qualificat de "notícies de seguiment" les tres peces referents a episodis violents en l'àmbit del futbol, ja que aquesta qüestió era bastant tractada en aquesta època per una bona part dels mitjans de comunicació espanyols amb més renom.

A TV3, no obstant, no hi ha cap peça en els vuit informatius analitzats que tracti aquesta qüestió a excepció de la mort d'un aficionat argentí. TVE i molts altres mitjans van fer una especial atenció a la violència en el món del futbol base, sobretot arrel d'una baralla a Mallorca entre aficionats que es va fer molt viral.

Les notícies de continuïtat fan referència, en ambdós casos, a les prèvies i preparacions dels partits que els equips han de disputar, en general; ja que es fa un seguiment de l'equip en qüestió (preparació, partit, conseqüències del partit). Per exemple: "El Sevilla FC prepara el partit de Champions contra el Leicester" (TVE, 13 de març); "El Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid preparen el derbi" (TVE, 7 d'abril); "El FC Barcelona prepara el proper partit davant del València després de la derrota davant del Deportivo" (TV3, 13 de març); o "El FC Barcelona prepara el partit de Lliga davant del Granada CF" (TV3, 31 de març).

Número de vulneracions del dret a la privacitat en les informacions

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
TVE	0	0	0	0	0	0	0	0
TV3	0	0	0	0	0	0	0	0

En cap cas, dels setze informatius analitzats en total, es vulnera el dret a la privacitat, a la intimitat i a la imatge de cap dels protagonistes de les peces informatives, ni de les persones relacionades amb els fets noticiables. Tant el codi deontològic de la FAPE com el del Col·legi de Periodistes de Catalunya remarquen el deure dels periodistes de respectar el dret a la privacitat, intimitat i imatge; especialment en menors i persones més vulnerables. En el cas de TVE i TV3 veiem com es compleix, almenys en els vuit informatius analitzats del vespre.

Número de peces que no contenen cap font explícita

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
TVE	0	0	1	0	1	1	1	0
TV3	0	0	0	0	1	0	0	1

Les fonts són la base fonamental perquè la informació sigui rigorosa i de qualitat. Antonio Alcoba (2005) considera que la font de la notícia és l'origen de la informació i per tant és essencial per determinar si una informació és veraç i el més objectiva

possible. En la mateixa línia, Gómez Bueno (2013) recorda que les fonts són la base fonamental per a mantenir el rigor en les informacions i que la qualitat dels continguts depèn en gran part de l'ús correcte de les fonts, en contra del que seria un simple rumor.

En el cas dels informatius analitzats, s'han comptabilitzat quatre peces de la secció d'esports dels vuit informatius del vespre de TVE que presenten una informació sense utilitzar cap font. En el cas de TV3, només dues peces s'han comptabilitzat en aquest sentit.

En alguns casos, no obstant, aquestes informacions tenen a veure amb la cadena pública en qüestió. Per exemple la peça comptabilitzada de TVE del 27 de març és la següent: "TVE adquireix els drets d'emissió dels resums de Moto GP i Fórmula 1". La font d'origen en aquest cas, doncs, seria la pròpia TVE. El mateix succeeix a TV3 quan s'informa el dia 3 d'abril que Esport 3 (canal de la Televisió de Catalunya) oferirà en directe la volta ciclista del País Basc.

La resta de peces registrades en que no apareix de forma explícita l'ús de fonts informatives són les següents: "Se suspèn un partit de Tercera Divisió espanyola per insults a l'àrbitre a Mallorca" (TVE, 3 d'abril); "Sergio García es situa líder de la classificació del Màster d'Augusta de golf" (TVE, 7 d'abril); "Isco o Asensio seran els substituïts de Bale (lesionat) al Reial Madrid pel partit del Bayern" (TVE, 17 d'abril); "Maverick Viñales, el més ràpid dels entrenaments de Moto GP al circuit de Texas" (TV3, 21 d'abril).

Número d'informacions que poden qualificar-se de rumors

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
TVE	0	0	0	0	0	0	1	0
TV3	0	0	0	0	0	0	0	0

Pel que fa als rumors, els dos codis deontològics estudiats deixen clar que s'ha d'evitar la difusió de rumors i d'informacions poc contrastades. Gómez Bueno (2013) considera que el rumor és un recurs utilitzat habitualment en el periodisme esportiu, tot i que no té cap altre funció que la de desinformar.

I Alcoba (2005), en la mateixa línia, considera que el rumor és una de les fonts més utilitzades en el periodisme esportiu.

En el cas de TVE, es dona una informació al dia 17 d'abril que es pot considerar rumor. El periodista assegura que Isco Alarcón o Marco Asensio, un dels dos, (jugadors del Reial Madrid CF) seran els substituïts de Gareth Bale en un partit davant del Bayern. Aquesta informació no està contrastada, ja que les declaracions

de Zinedine Zidane (entrenador del Reial Madrid) asseguren que encara no sap qui posarà en el lloc de Bale. La majoria de mitjans de renom a l'Estat espanyol, inclòs TV3, en aquest cas, van apuntar que aquests dos jugadors eren els que més possibilitats tenien de jugar, però cap ho va afirmar, perquè ningú ho havia confirmat, inclòs l'entrenador.

En totes les demás peces d'esports dels vuit informatius analitzats de TVE, no s'ha detectat cap més informació no contrastada o que es pogués tractar d'un rumor. L'afirmació sobre qui seria el substitut de Bale podria tractar-se d'una equivocació.

"Els rumors i les especulacions no són notícia. Ni els alimentem ni els vam difondre ni els desmentim. Tinguem present que, molt sovint, els rumors són interessats i tenen com a objectiu utilitzar als mitjans per influir en operacions de caràcter econòmic", diu el llibre d'estil de TV3. En el cas dels informatius analitzats del vespre de TV3, no s'ha detectat cap rumor en les peces de la secció d'esports, complint el que diu el llibre d'estil i els codis deontològics.

Número de peces que contenen imatges violentes, que contenen imatges de conductes violentes o que puguin fomentar la violència

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
TVE	1	0	0	1	2	0	0	0
TV3	0	0	0	0	0	0	1	0

Tal i com explica José Luis Rojas Torrijos (2011), igual que l'ús del llenguatge bel·licista pot incitar la violència, l'ús d'imatges violentes en l'àmbit televisiu també la poden provocar. Les edicions digitals dels diaris i els informatius mostren en reiterades ocasions imatges d'agressions i baralles entre jugadors i aldarulls protagonitzats per aficionats a les graderies.

En el cas de TVE, observem com hi ha un total de quatre peces d'esports que contenen imatges violentes en els vuit informatius analitzats. A la secció d'esports del 3 d'abril, dues de les sis peces que hi ha en total contenen imatges violentes. Aquest dia es posa una especial atenció en alguns episodis violents al món del futbol.

Les dues peces en qüestió són:

- "Se suspèn un partit de Tercera Divisió espanyola per insults a l'àrbitre a Mallorca". És la tercera peça de la secció. No es mostren imatges violentes d'aquest fet, sinó d'una baralla que hi va haver la setmana anterior entre aficionats en un partit de futbol també a Mallorca.
- "Un jugador amateur de futbol conegut per la seva agressivitat agredeix brutalment l'àrbitre d'un partit a Portugal i és denunciat a la policia". És la quarta

peça de la secció. Les imatges mostren l'agressió del jugador a l'àrbitre i altres agressions anteriors a jugadors rivals protagonitzades pel mateix futbolista.

Pel que fa als altres dies, les peces de la secció d'esports dels informatius de TVE analitzats que contenen imatges violentes són:

- “El CD Mirandés denuncia el porter de l'UCAM Múrcia per un cop de puny”. Aquesta peça és del 13 de març i és la cinquena de la secció d'esports. Apareix el porter de l'UCAM colpejant amb un cop de puny un jugador rival.
- “Augmenten les iniciatives per a eradicar la violència al futbol base”. Aquesta peça és del 31 de març i és la primera de la secció d'esports. Es tracta d'un reportatge informatiu que mostra com augmenten les iniciatives per lluitar contra la violència al futbol base, on hi ha moltes baralles entre aficionats i entre jugadors. Per aquest motiu, es fan servir imatges violentes de baralles per exemplificar i il·lustrar aquesta situació.

En el cas de TV3, només s'ha pogut comptabilitzar una peça d'esports en els vuit informatius analitzats que contingui imatges violentes. Aquesta peça correspon al dia 17 d'abril: “Un aficionat argentí mor en caure des d'una graderia”. És la tercera peça de la secció d'esports. A les imatges surt l'aficionat caient des de la graderia, des d'una alçada d'uns cinc o sis metres.

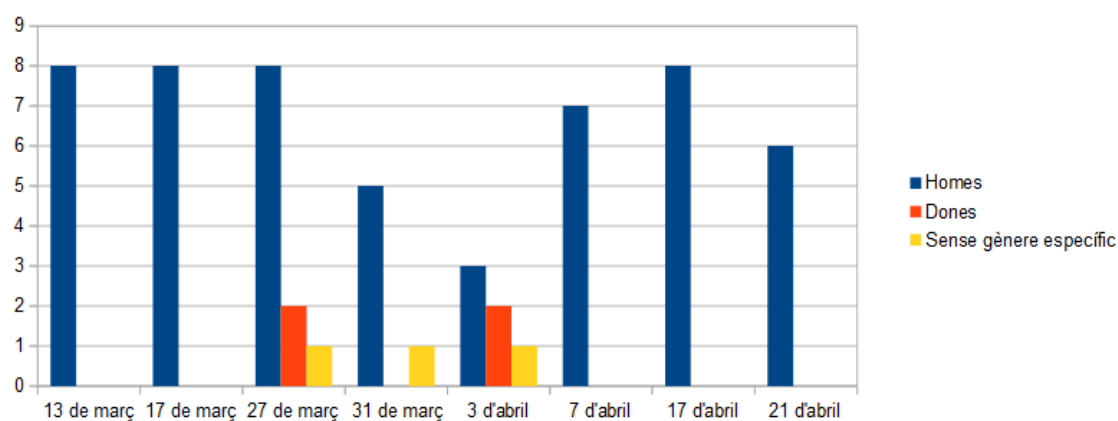
En definitiva, segons Rojas Torrijos (2011), la mostra d'imatges violentes pot tenir una influència negativa en el públic, lligada a la responsabilitat social que tenen els mitjans de comunicació, especialment en els més joves.

En els casos analitzats de TVE i TV3, no obstant, l'ús d'imatges violentes és força escàs; i en la major part dels casos sembla útil per il·lustrar la realitat de la gravetat de la situació i fer així com una mena de denuncia a la violència en l'àmbit del futbol, especialment entre els aficionats.

No obstant, veure com un aficionat argentí cau des d'una graderia o les diverses agressions del jugador de futbol amateur de Portugal són més aviat imatges morboses i sensacionalistes que no aporten gaire significat. Javier Gómez Bueno (2013) considera que el sensacionalisme és molt freqüent a la informació esportiva, ja que juga un paper fonamental en l'atracció de l'audiència. Aquestes peces podrien substituir per altres peces d'altres disciplines esportives que tenen poca representació.

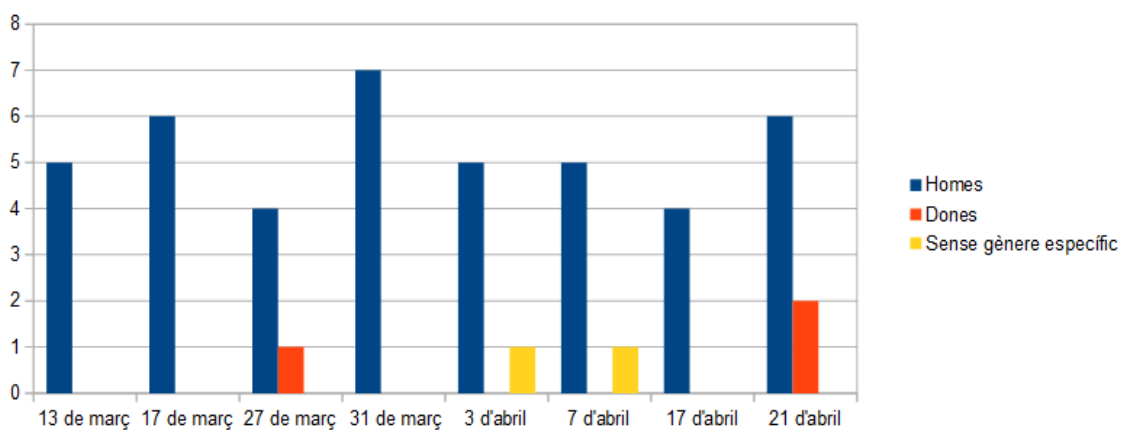
Gènere sexual protagonista (per peces): TVE

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Masculí	8	8	8	5	3	7	8	6
Femení	0	0	2	0	2	0	0	0
Sense gènere específic	0	0	1	1	1	0	0	0



Gènere sexual protagonista (per peces): TV3

	13/03	17/03	27/03	31/03	3/04	7/04	17/04	21/04
Masculí	5	6	4	7	5	5	4	6
Femení	0	0	1	0	0	0	0	2
Sense gènere específic	0	0	0	0	1	1	0	0



Pel que fa al gènere sexual dels protagonistes de les peces informatives de la secció d'esports dels informatius del vespre de TVE i TV3 analitzats, es pot interpretar un clar domini de la figura de l'home per sobre de la figura de la dona. S'ha de tenir en compte que en les peces que tracten d'equips o clubs, com el FC Barcelona, això s'ha comptabilitzat com a gènere masculí, ja que es parla del primer equip masculí. Si es parlés de l'equip femení, evidentment, comptaria com a gènere femení. La categoria "sense gènere específic" es refereix a aquelles peces que no es refereixen ni a homes ni a dones, sinó a objectes o a temàtiques que inclouen els dos gèneres.

Segons Bach i Arús i Gallego i Ayala (1998), pel que fa al gènere femení, en general, la premsa esportiva espanyola ignora sistemàticament la dona esportista, no segueixen ni informen sobre les seves activitats i no fan un seguiment correcte de les competicions o esdeveniments esportius on la dona és protagonista. Les informacions esportives amb protagonistes femenines queden arraconades en segon terme, fins hi tot en competicions que inclouen categoria masculina i femenina.

Elena Calvo Ortega al seu article *La representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión* (2014) considera que, en general, als serveis informatius de les cadenes de l'Estat espanyol les notícies esportives dels informatius són elaborats per i per a un públic masculí. Aquest fet queda reflectit no només per la infrarepresentació de la dona esportista, sinó també pel manteniment d'estereotips sexistes que perpetuen la desigualtat i dificulten l'accés de la dona a l'esport.

En el cas de TVE, es pot observar que, dels vuit informatius analitzats, en sis no apareix cap peça de la qual el gènere femení sigui el protagonista. En total, només hi ha quatre peces repartides en dos dies (27 de març i 3 d'abril) de les quals la dona esportista sigui la protagonista.

En el cas del 27 de març, és notícia l'abandonament de Garbiñe Muguruza (tenista) d'un partit per un cop de calor i no pels seus resultats o evolució competitiva en el torneig de Miami (11 segons). També és notícia aquest dia la dona esgotada de la Marató de Filadèlfia que és ajudada per dos homes. En el cas del 3 d'abril, és notícia l'equip femení infantil de l'AEM Lleida per guanyar una lliga masculina (1:31 minuts); i també és notícia una jugadora de futbol femení amateur per amenaçar de mort l'àrbitre d'un partit (37 segons). Veiem, doncs, com és més noticiable una dona esportista per un acte violent, perquè és una informació morbosa, que no els resultats d'una altra dona esportista en una competició; o els resultats d'un equip femení de qualsevol disciplina esportiva.

Les peces sense gènere específic als informatius analitzats de TVE són tres i són les següents: TVE adquireix els drets dels resums de motociclisme (27 de març); augmenten les iniciatives per eradicar la violència al futbol base (31 de març); se suspèn un partit a Mallorca per insults a l'àrbitre (3 d'abril).

En el cas de TV3, es pot observar que, dels vuit informatius analitzats, tampoc en sis apareix cap peça de la qual el gènere femení sigui el protagonista. Només apareixen tres peces amb protagonistes femenines, repartides també en dos dies (27 de març i 21 d'abril). En el cas del dia 27 de març, és notícia també Garbiñe Muguruza pel mateix motiu que a TVE (17 segons); i, en el cas del 21 d'abril, és notícia l'enfrontament europeu de futbol entre el FC Barcelona femení i el PSG (26 segons); i l'evolució de Núria Iturrios (golfista) en el *Mediterranean Ladies Open* de Sitges (28 segons).

Les peces sense gènere específic als informatius analitzats de TV3 són dues i són les següents: El nou estadi del FC Barcelona B portarà el nom de *Johan Cruyff* (3 d'abril); La boira obliga a suspendre els entrenaments matinals de Fórmula 1 al circuit de Shanghai (7 d'abril).

En definitiva, la representació de la dona en els informatius del vespre de TVE i TV3 és absolutament escassa, gaudeix de molt poques peces informatives que la representin; i, a més, aquestes peces se situen normalment a la part final de la secció d'esports de l'informatiu generalista i tenen una durada inferior a les peces protagonitzades per homes, en general. A més, en diverses ocasions, la dona és protagonista per qüestions curioses o morboses, més que pels seus resultats en una competició: per exemple, una dona futbolista que amenaça de mort l'àrbitre, una dona que abandona un partit per un cop de calor o un equip femení que guanya una lliga masculina.

6. CONCLUSIONS

Les conclusions del present treball intenten donar resposta a les preguntes d'investigació formulades anteriorment i s'han establert mitjançant l'anàlisi i la consegüent obtenció de resultats dels vuit informatius del vespre analitzats de TVE i TV3. Aquestes conclusions són les següents:

- Tal i com reflecteixen les dades numèriques, en primer lloc, cal afirmar que la informació esportiva no té un pes i una durada molt considerable respecte la resta de l'informatiu generalista, i hi ha temàtiques, com la política, que tenen un pes més important. Al sumari, normalment, apareix només una notícia de temàtica esportiva, quan altres temàtiques com la política gaudeixen normalment de més d'una peça al sumari; per tant, es pot afirmar que la informació esportiva no és la més important ni la que gaudeix de més temps dins d'un informatiu generalista de TVE i TV3.
- Tal i com s'esperava, efectivament el futbol és la disciplina reina, ja que és l'esport que gaudeix de més representació amb diferència respecte la resta de modalitats esportives. En la majoria de casos, el futbol ocupa més del 50% de la durada de la secció d'esports de l'informatiu generalista, i més de la meitat de les peces es dediquen únicament al futbol, en general. Per tant, la informació que fa referència a la resta de modalitats esportives queda clarament arraconada, mai al principi de la secció d'esports i gairebé sempre a la part final. Fins hi tot a vegades s'informa de fets no estrictament esportius relacionats amb el futbol, en detriment de la visibilitat dels altres esports.
- FC Barcelona i Reial Madrid gaudeixen de més visibilitat respecte la resta d'equips de futbol, a excepció de l'Atlètic de Madrid en el cas dels informatius de TVE, que gaudeix d'un tracte gairebé equilibrat amb el Reial Madrid. L'Espanyol, el segon equip de la ciutat de Barcelona, queda bastant més arraconat en el cas dels informatius de TV3. El FC Barcelona ocupa les primeres peces a excepció de casos puntuals com un partit que s'està disputant al moment (com el cas de l'Espanyol-Betis, per exemple).
- En algunes peces no acaba d'estar clara la divisió entre informació i opinió, ja que sovint aquesta última es camufla en una mena de reportatges interpretatius que aporten certs elements valoratius i judicis de valor, i que complementen la informació donada al principi pel presentador. En la majoria de casos, no obstant, en el cas de TVE i TV3, les peces són únicament i exclusivament informatives, basades en informació estricta i sense interpretació.
- No són abundants les peces d'esports que facin referència a conflictes i a informacions morboses i/o sensacionalistes. S'han comptabilitzat poques peces en general que facin referència a conflictes, a excepció de l'informatiu de TVE del

3 d'abril que fa un ampli seguiment a la violència al món del futbol amateur, tot i que en una voluntat de reflectir una situació negativa que s'ha de canviar més que no pas buscant la morbositat o el sensacionalisme. Les informacions, en general, doncs, en el cas de TVE i TV3, no són morboses ni sensacionalistes.

- No hi ha peces d'informació esportiva, en cap cas, que vulneren els drets de privacitat, intimitat o imatge de les persones. Per tant, en aquest sentit, es compleix perfectament el que dictaminen els codis deontològics i ètics de la FAPE i del Col·legi de Periodistes de Catalunya, i els llibres i manuals d'estil d'ambdues cadenes públiques.
- Hi ha molt poques peces que continguin informació sense basar-se en fonts de manera explícita i algunes són informacions referents a la pròpia cadena o informacions breus de resultats al final de la secció esportiva, de manera que no hi ha temps per especificar l'origen de la informació ni ensenyar una imatge que sustenti la veracitat de la informació.
- Com a conseqüència del punt anterior, no s'ha comptabilitzat cap informació que es pugui qualificar com a rumor, a excepció de que els futbolistes Isco o Asensio serien els substituïts de Gareth Bale en un partit ja que el propi entrenador va decidir no donar cap pista. Al final, per cert, va jugar Isco.
- S'utilitzen en alguns casos imatges violentes (especialment als informatius de TVE) com a il·lustracions de la realitat, especialment en les peces referents a la qüestió de la violència en l'àmbit del futbol, i especialment al futbol base, una qüestió molt seguida per la majoria de mitjans de comunicació importants de l'Estat espanyol durant aquell més. Aquestes imatges poden fomentar la violència, però en la majoria de peces també reflecteixen una situació negativa que s'ha de canviar. Per tant, en aquest cas, les imatges violentes serveixen per a reflectir i a l'hora denunciar la situació. Altres imatges com la caiguda d'un aficionat argentí (TV3) es podrien qualificar únicament com a morboses i sensacionalistes.
- Per últim, efectivament la dona esportista queda pràcticament oblidada als informatius de TVE i TV3, seguint la teoria d'alguns autors exposada al marc teòric. Són molt escasses les peces d'esports protagonitzades per dones, de manera que la figura de la dona esportista queda molt poc representada en els serveis informatius. La situació és tant evident, que la majoria d'informatius analitzats no presenten cap peça protagonitzada per una dona. La dona esportista apareix, en definitiva, en ocasions puntuals.

7. BIBLIOGRAFIA

- Alcoba López, Antonio (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Alcoba López, Antonio (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis.
- Associació de Periodistes de Barcelona (1993). *Anals del periodisme català*. Barcelona: Associació de la Premsa de Barcelona.
- Avelaneda Origuela, Milena; Lopes da Silva, Cinthia (2012). *El Deporte y la Televisión: El papel del profesional de Educación Física*, p. 33-37. Recuperat de: <file:///C:/Users/pgina/Downloads/Dialnet-ElDeporteYLaTelevision-3984921.pdf>
- Bach i Arús, Marta; Gallego i Ayala, Juana (1998). *Gènere i informació*. Barcelona: Institut Català de la Dona.
- Bonaut Iriarte, Joseba (2006). *Televisión y deporte: influencia de la programación deportiva en el desarrollo histórico de TVE durante el monopolio de la televisión pública (1956-1988)* (tesis doctoral). Universidad de Navarra.
- Bonaut Iriarte, Joseba (2014). *Los programas de resumen futbolístico de TVE durante el monopolio de la televisión pública: características y rasgos de innovación*, p. 91-104. Recuperat de: <file:///C:/Users/pgina/Downloads/45092-71299-2-PB.pdf>
- Calvo Ortega, Elena (2014). *La representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión*, p. 111-129. Recuperat de: <file:///C:/Users/pgina/Downloads/11814-43077-1-SM.pdf>
- DeMarco, J. M. (2013). *Los NO-DOs en la historia española del siglo XX: El caso de Cataluña*, p. 1-56. Recuperat de: <http://digitalrepository.trincoll.edu/theses/299>
- Gallardo Parrón, Rubén; Montes Vozmediano, Manuel (2015). *La propiedad de los derechos de emisión de los eventos deportivos y su recuperación en los informativos: El caso de Antena 3, La 1 y Telecinco*, p. 9-28. Recuperat de: <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/viewFile/12909/13282>
- García Santamaría, José Vicente; Alcolea, Gema (2011). *Los derechos audiovisuales de retransmisiones deportivas y su repercusión en el mercado televisivo español*, p. 1-20. Recuperat de: http://www.razonypalabra.org.mx/varia/77%202a%20parte/16_GarciaAlcolea_V77.pdf

- Gómez Bueno, Javier (2013). *Ética, responsabilidad y observación de los códigos deontológicos en el periodismo deportivo* (tesis doctoral). Universidad de Murcia.
- González Ramallal, Manuel E. (2004). *El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España*, p. 271-280. Recuperat de: <http://www.fes-sociologia.com/files/res/4/12.pdf>
- Guzzo, Gabriel (2014). *El fútbol como espectáculo: el carácter panóptico de su transmisión televisiva*, p. 4-17. Recuperat de: <file:///C:/Users/pgina/Downloads/Dialnet-ElFutbolComoEspectaculo-5533833.pdf>
- Hernández Alonso, Néstor (2012). *Tendencias en el lenguaje deportivo actual*. Madrid: Editorial Visión Libros.
- Paniagua Santamaría, Pedro (2009). *Cultura y Guerra del Fútbol: Análisis del mensaje informativo*. Barcelona: Editorial UOC.
- Rojas Torrijos, José Luis (2010). *Bases para la formación de un libro de estilo de última generación. Construcción de un modelo teórico válido para los medios deportivos escritos y digitales en Lengua Española* (tesis doctoral). Universidad de Sevilla.
- Rojas Torrijos, José Luis (2011). *Periodismo deportivo de calidad: propuesta de un modelo de libro de estilo panhispánico para informadores deportivos*. Madrid: Fragua.
- Rojas Torrijos, José Luis (2015). *Nuevos horizontes del periodismo deportivo español: primeras revistas para móviles y tabletas en los diarios Marca y Sport*, p. 29-49. Recuperat de: <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/viewFile/12910/13283>
- Tranche Rodríguez, Rafael; Sánchez-Biosca, Vicente (2001). *NO-DO. El tiempo y la memoria*. Madrid: Cátedra.

8. WEBGRAFIA

- CCMA (2007). Llibre d'estil de la CCMA. Recuperat de:
<http://www.ccma.cat/llibredestil/>
- Col·legi de Periodistes de Catalunya (2016). *Codi deontològic*. Recuperat de:
<https://www.periodistes.cat/codi-deontologic>
- Federación de Asociaciones de Periodistas de España (2017). *Código Deontológico*. Recuperat de:
<http://fape.es/home/codigo-deontologico/>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015). *Archivo histórico del NO-DO*. Recuperat de:
<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/fe/fondos-filmicos/colecciones-especiales/archivo-historico-de-no-do.html>
- RTVE (2010). *Manual de Estilo de Rteve*. Recuperat de:
<http://manualdeestilo.rtve.es/>