

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 de continguts

1. Introducció	8
1.1. Problema d'investigació.....	10
1.1.1. Identificació del problema.....	10
1.1.2. Valoració del problema.....	10
1.1.3. Formulació del problema.....	11
1.2. Abast de la investigació.....	13
1.3. Objecte d'estudi.....	14
1.4. Objectius.....	15
1.4.1. Exploratoris.....	15
1.4.2. Descriptius.....	15
1.4.3. Explicatius.....	15
1.4.4. Metodològics.....	15
2. Marc teòric.....	16
2.1. La polèmica.....	17
2.1.1. Elements de la polèmica.....	26
2.1.2. Criteris per seleccionar les peces polèmiques.....	27
2.1.3. Definició pròpia de la polèmica.....	27
2.2. El periodisme digital.....	29
2.2.1. Elements lligats a la polèmica propis del periodisme digital.....	31
2.3. Les entrevistes amb els periodistes dels mitjans.....	33
2.3.1. Els entrevistats.....	34
2.3.2. Aportacions teòriques dels periodístiques.....	35

3. Marc contextual.....	43
3.1. Marca.com.....	43
3.2. As.com.....	44
3.3. Mundodeportivo.com.....	45
3.4. Sport.es.....	45
4. Metodologia.....	47
4.1. Anàlisi de la polèmica.....	48
4.1.1. Variables de selecció.....	49
4.1.2. Variables d'identificació.....	50
4.1.3. Variables per mesurar la polèmica.....	53
4.2. Entrevistes als periodistes.....	60
4.3. Entrevistes als potencials usuaris.....	61
4.4. Elaboració de l'enquesta.....	63
5. Investigació de camp.....	65
5.1. Distribució de les peces per mitjans.....	65
5.2. Resultats de les variables de selecció.....	66
5.3. Resultats de les variables d'identificació.....	68
5.4. Resultats de les variables per mesurar la polèmica.....	71
5.5. Resultats per mitjans.....	86
5.5.1. Marca.com.....	87
5.5.2. As.com.....	87
5.5.3. Mundodeportivo.com.....	88
5.5.4. Sport.es.....	89

5.6. Resultats de les entrevistes amb els potencials usuaris.....	90
5.7. Resultats de les enquestes.....	92
6. Discussió.....	97
7. Conclusions.....	102
8. Bibliografia.....	105
ANNEXOS.....	110

Índex de taules

Taula 1. Elements que ens permeten parlar de polèmica.....	23
Taula 2. Variables de selecció de les peces.....	49
Taula 3. Variables d'identificació.....	53
Taula 4. Variables per mesurar la polèmica.....	59

Índex de figures

Figura 1. Pàgines d'internet mes consultades en la darrera onada del 2016.....	43
Figura 2. Capçalera del portal de marca.com.....	43
Figura 3. Capçalera del portal d'as.com.....	44
Figura 4. Capçalera del portal de mundodeportivo.com.....	45
Figura 5. Capçalera del portal d'sport.es.....	45
Figura 6. Nombre de peces per cada mitjà.....	65
Figura 7. Variables de selecció de les peces.....	66
Figura 8. Origen de les peces.....	67
Figura 9. Relació entre fets i peces.....	68
Figura 10. Tema de la peça.....	69
Figura 11. Peces per cada onada.....	70
Figures 12 i 13. Evolució dels fets i les peces en els mitjans segons cada onada.....	70
Figura 14. Punts de vista.....	71
Figura 15. La polèmica dels fets.....	72
Figura 16. Tipus de contingut polèmic.....	73
Figura 17. Posicionament.....	74
Figura 18. Confrontació.....	75
Figura 19. Integració en altres peces.....	76
Figura 20. Ús de l'hipertext.....	77
Figura 21. Possibilitat de comentar.....	78
Figura 22. Ús d'elements gràfics.....	79
Figura 23. Elements gràfics.....	80

Figura 24, 25 i 26. Índex de Qualitat de Construcció de la Polèmica.....	81
Figura 27. Qualitat de construcció de la polèmica per cada mitjà.....	86
Figura 28. Equip del qual és aficionat cada enquestat.....	92
Figura 29. Lectors i no lectors entre els enquestats.....	92
Figura 30. Comparativa general entre els resultats de la polèmica i controvèrsia.....	93
Figura 31. Comparativa general entre els resultats de la polèmica i controvèrsia.....	93
Figura 32. Resultats de la primera peça de l'enquesta.....	94
Figura 33. Resultats de la segona peça de l'enquesta.....	94
Figura 34. Resultats de la tercera peça de l'enquesta.....	95
Figura 35. Resultats de la quarta peça de l'enquesta.....	95

Agraïments

Vull agrair a Josep Maria Blanco el seu suport en aquesta recerca, no només per la seva tasca com a tutor, sinó per la dedicació constant que ha mostrat durant tot el procés, encoratjant-me en els moments de dificultats. Sense la seva experiència, no hauria estat possible. També vull donar les gràcies a la meva família, els meus pares, per donar-me suport en els moments complicats i aguantar-me en els dies més dolents. Per últim, als diversos entrevistats i a tot aquell qui ha contribuït a la realització d'aquest treball, en les diferents etapes.

1. INTRODUCCIÓ

El periodisme i l'esport són dos mons íntimament lligats. La relació entre ells s'ha anat consolidant fins a configurar el que coneixem com a periodisme esportiu, una especialitat comunicativa amb unes característiques marcades, estudiades i definides per nombrosos professionals i experts de l'àmbit de la comunicació.

“El poder de atracción que tiene el deporte ha sido históricamente muy bien aprovechado por el periodismo, que ha proyectado los logros de deportistas y equipos hacia la comunidad a la que representan mientras ha despertado en el ciudadano la necesidad de consumir ese tipo de información para ser partícipe de la consecución de un éxito colectivo. De esta forma, el periodismo deportivo se ha convertido en un elemento de cohesión de las sociedades contemporáneas a las que presta un servicio público y con las que se identifica cultural y emocionalmente” (Rojas, 2011: 17)

La creixent transcendència d'aquests dos espais –periodisme i esport– han convertit el periodisme esportiu en un element clau en la societat, concedint-li una responsabilitat que esdevé cada vegada més difícil de gestionar i canalitzar correctament. Per tal de mantenir el rol preponderant de l'esport en el periodisme, els mitjans, especialment des de l'arribada dels portals digitals, s'han vist obligats a adaptar els seus continguts i llenguatges a les noves necessitats i demandes, especialment fruit de les dificultats en l'accés a la informació vinculada a esports i esportistes d'elit. Tant des del punt de vista del tractament, com dels nous discursos periodístics, un concepte que irromp amb força és el de la polèmica, terme que es repeteix en titulars i en el cos de nombrosos articles publicats en els portals digitals esportius.

Malgrat l'evident i gairebé quotidià ús de la paraula 'polèmica', també present en el debat a peu de carrer, no s'han estudiat a fons els efectes, les conseqüències i el significat que permeti entendre i definir el terme en el periodisme esportiu actual, així com si veritablement té incidència en la forma com es tracten els continguts en els mitjans digitals dedicats a la cobertura informativa del món de l'esport. Tampoc es coneixen els ingredients que la formen ni els elements que faciliten la seva identificació i anàlisi en les publicacions web des d'una perspectiva científica. Ignorem els components d'una recepta de la polèmica que, des de la nostra mirada com a lectors, sembla cada dia més utilitzada en els mitjans digitals esportius.

Una cita que resumeix la nostra visió sobre la situació actual del concepte és l'exposada per Elsa Ramos Ramírez en una entrevista amb Luis Yaim Martínez Acebal:

“La polémica es consustancial al deporte, solo que aun no sabemos aprovechar sus posibilidades. Para estimularla, la prensa debe aprender a dominar sus reglas, saber orientar sobre qué se quiere polemizar y no emplear el manido recurso de ¿Quién usted cree que va a ganar el campeonato?... en medio de una peña. Lo que más se consigue es un pleito de perros donde no se entiende nada de cuanto se habla” (Martínez Acebal, 2014: 29)

El present treball pretén definir la polèmica aplicada al món de l'esport en els mitjans digitals, així com conèixer els elements que la conformen, per entendre les lògiques que expliquen la seva utilització, o no, en un camp que, aparentment, està deslligat del component bèl·lic que s'associa a l'origen de la paraula que dona lloc al nostre estudi. D'aquesta manera, la investigació s'ha d'entendre com un acostament a la polèmica que busca demostrar que es pot estudiar i que pot servir com a base de futurs estudis aplicats a anàlisis més profundes del tractament polèmic en els mitjans digitals esportius o d'altres camps vinculats al periodisme. En aquesta investigació, doncs, primer hem realitzat una recerca bibliogràfica i teòrica sobre la polèmica, per construir una definició pròpia del concepte i identificar diversos elements que ens han permès construir una eina per trobar i mesurar la polèmica en els mitjans digitals esportius. Després, hem indagat sobre com es tracta i quina és la realitat als mitjans a través d'entrevistes a periodistes. Un cop examinats els articles polèmics en una taula d'anàlisi per ponderar la qualitat present en la construcció de les peces polèmiques, s'ha construït una enquesta per assenyalar de manera molt incipient l'impacte d'aquestes en els usuaris i lectors, per finalment extreure una conclusions sobre la nostra tasca i la visió de les diferents parts. En definitiva, es presenta una radiografia de la polèmica en els mitjans digitals esportius analitzats que busca integrar les diverses perspectives abordades en el treball per evidenciar la necessitat d'estudiar la polèmica com un format que guanya protagonisme en el contingut digital dels portals esportius.

1.1. Problema d'investigació

El primer que cal tenir present és que la polèmica és un concepte poc estudiat, ja no només des de la vessant esportiva, sinó en cap altre camp o disciplina comunicativa en què hagin pogut existir precedents del seu ús. Per tant, requereix d'una labor prèvia de conceptualització per tal d'emmarcar i situar correctament el terme.

1.1.1. Identificació del problema

La gran competitivitat entre les capçaleres informatives esportives ha obligat els mitjans a generar continguts que atreguin els lectors, amb propostes que incentivin la necessitat de consultar amb assiduitat les seves plataformes web. La nostra experiència com a lectors i professionals en l'àmbit de la comunicació ens ha permès observar que existeixen determinades qüestions que apareixen en els portals durant períodes més llargs de temps, mantenint una vigència més dilatada i prolongada, malgrat que el fet tractat hagi perdut ja el valor d'actualitat. Es tracta de fets que, davant la possibilitat d'adoptar diferents punts de vista i generar interpretacions plurals, permeten que s'allargui la seva cobertura, generant diverses peces relacionades que incrementen el protagonisme del fet i els actors involucrats en el mitjà de comunicació. És el que podríem identificar com la “polèmica esportiva”, un component que apareix posteriorment a un fet i que, a partir de diferents formats i gèneres de vegades poc definits o categoritzats, permet mantenir-ne l'atenció durant més temps. En aquest sentit, doncs, la polèmica s'observaria com un ingredient fonamental a l'hora de cridar l'atenció i concentrar la tensió en els lectors, fidels o nous, d'una capçalera.

1.1.2. Valoració del problema

Tot i que sembla evident, a priori, que la polèmica existeix en els mitjans, no està clar en quines formes es manifesta en el periodisme digital esportiu. Tampoc coneixem quina és la recepció que en tenen els lectors, ni si reconeixen la presència del matís polèmic en determinades peces. És reconeguda pels professionals dels mitjans com una tècnica per captar l'atenció en un determinat tema? També ignorem els criteris i les lògiques que justifiquen el tractament polèmic respecte un fet, així com si és una

voluntat del mitjà, que a partir d'una línia editorial determinada pugui alimentar i promoure aquest tipus de tractament basat en la controvèrsia. Quins gèneres i formats són els utilitzats en aquest tipus de casos? Es pot considerar en sí mateix com un gènere? En definitiva, quines són les característiques de la polèmica que ens permeten identificar-la en una peça periodística? Són dubtes que, després de consultar fonts i bibliografia, no semblen resolts, almenys, en la conjuntura actual digital i específicament en l'àmbit esportiu. Per això, caldrà, com hem dit, en primer lloc, una formulació pertinent del concepte que consideri els canvis que hagi pogut viure la polèmica tenint en compte les particularitats d'avui, lligat a possibles antecedents en altres camps com la retòrica, l'oratòria, la política o altres espais vinculats a la comunicació. Arribant a entendre la polèmica esportiva en totes les seves manifestacions, podrem tenir un nou plantejament inicial que sigui útil per a diverses disciplines que es vegin afectades per la intromissió del component polèmic en les seves rutines productives.

1.1.3. Formulació del problema

Amb tot, estem interessats en descobrir com es construeix i desenvolupa la polèmica esportiva en les capçaleres esportives amb plataforma web. Creiem que resulta més interessant analitzar el periodisme digital ja que, com apunta Rojas (2009), “se está produciendo una continua migración de lectores que prefieren buscar noticias en los soportes digitales antes que en el papel” (Rojas, 2009: 4). A més, els portals digitals permeten un flux informatiu constant i l'actualització de continguts a l'instant, per la qual cosa la renovació i el desenvolupament d'un fet polèmic és més ràpid i fàcil d'executar. D'aquesta manera, podrem identificar quins són els elements que permeten reconèixer-la com a lectors i usuaris dels portals digitals esportius i extraurem conclusions sobre el tractament polèmic en determinats esdeveniments o fets. Així, el nostre treball serviria per identificar quins fets poden o no tenir interès durant un període de temps determinat, més enllà d'advertir els elements que configuren la polèmica. La investigació podria servir com a guia per advertir quines són les temàtiques susceptibles de ser abordades amb la voluntat de generar debat i controvèrsia, i quins elements són necessaris per tractar el fet des d'un punt de vista polèmic i amb la màxima qualitat a l'hora d'explotar-lo.

Així, exposem un seguit de preguntes de la investigació que esperem quedin resoltes després de realitzar el treball:

1. Com es construeix i desenvolupa la polèmica en les capçaleres esportives amb plataforma web?
2. Com s'integra el tractament de la polèmica en les rutines i pràctiques periodístiques dels mitjans digitals esportius?
3. Com influeix la digitalització en el desenvolupament de la polèmica esportiva en els mitjans?
4. Quines són les característiques de la polèmica que ens permeten identificar-la en una peça periodística digital esportiva?
5. Quins gèneres i/o formats són els utilitzats per tractar la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

1.2. Abast de la investigació

La nostra investigació busca, com hem dit, conèixer com es construeix i desenvolupa la polèmica en els principals mitjans digitals esportius d'àmbit estatal després que es produeixi un determinat fet o esdeveniment. L'estudi consta de tres fases:

- Exploratòria: buscar què s'ha dit sobre polèmica, qui ha escrit al voltant d'ella i endinsar-nos en altres disciplines relacionades que puguin aportar llum a la nostra investigació, com poden ser totes aquelles relacionades amb l'art del debat i la discussió: dos elements nuclears de la polèmica. A més, també caldrà fer recerca de fonts, personals i documentals, així com estudiar les característiques del periodisme digital en el qual s'aplica i com afecta en el tractament d'aquesta polèmica.
- Descriptiva: identificar tots aquells elements que ens permeten parlar de polèmica en una peça escrita d'un portal digital esportiu, a més d'advertir els elements que la defineixen.
- Explicativa: trobar relacions entre els elements identificats que ens ajuden a descobrir el matís o component polèmic en una peça periodística, així com els trets característics que permeten reconèixer si el contingut, el tractament i la construcció dels articles són més o menys polèmics. Això caldrà lligar-ho amb les aportacions de la part exploratòria, per validar i provar que els nostres judicis i les nostres seleccions dels articles tenen fonament i són adients i encertades per reconèixer la polèmica i descriure-la en base als criteris establerts. Així, un cop connectats els diversos elements, caldrà trobar eines i instruments per mesurar el que considerarem *grau de polemicitat* o *Índex de Qualitat de Construcció de la Polèmica (IQCP)* en una publicació escrita, per tal de distingir amb rigor i criteri propi la qualitat de la polèmica present en els articles analitzats.

Aquest apartat serà ampliat i precisat en les pròximes pàgines, en què s'aprofundirà de forma més acurada en el procediment fins aquí esmentat.

1.3.OBJECTE D'ESTUDI

A partir del plantejament del problema identificat, per tal d'estudiar la polèmica haurem de conèixer aquelles qüestions que serveixen per identificar-la en continguts digitals esportius. És la relació entre els elements o ingredients que la conformen allò que ens ajuda a identificar-la i ens permet establir com podrem saber si una peça és o no polèmica, quin *grau de polemicitat* té i quina qualitat se li pot atorgar a la seva construcció a partir de l'ús i combinació dels elements que la componen i que, prèviament, haurem seleccionat com a vàlids per mesurar-la.

Per tant, l'objecte d'estudi del present treball és el següent:

Les relacions entre els elements que identifiquen i caracteritzen i determinen el tractament polèmic d'un contingut periodístic esportiu digital.

En base a aquests ingredients que trobem en les peces periodístiques dels principals portals digitals esportius, podrem categoritzar la polèmica i decidir quins factors condicionen o incideixen en la seva qualitat i el *grau de polemicitat* que tenen les peces seleccionades, en el que hem anomenat *Índex de Qualitat de Construcció de la Polèmica*. Un judici que anirà en funció de paràmetres anteriorment establerts i que serviran per entendre com es construeix i desenvolupa la polèmica d'un fet.

1.4.Objectius

L'objectiu general d'aquesta investigació és descobrir com es treballa la polèmica en els principals mitjans digitals esportius, des de la seva creació a partir d'un fet que pot o no ser polèmic, fins al moment en què es deixen de produir continguts relacionats amb ell. Per a conèixer aquest procés, sorgeixen un seguit d'objectius específics, com són definir què és la polèmica des del punt de vista del periodisme esportiu, trobar quins són els ingredients d'aquesta polèmica i els elements que permeten identificar-la, per tal d'advertir quins fets són susceptibles de ser abordats amb la voluntat de generar debat i controvèrsia. Amb tot, segons quines siguin les característiques i el moment del seu assoliment, trobem quatre tipus diferents d'objectius per a aquest treball de recerca:

1.4.1. Exploratoris

- Identificar què s'ha dit sobre polèmica i si existeixen antecedents en altres camps o disciplines per permetin establir algun paral·lelisme.
- Identificar quins són els fets que han sigut tractats com a polèmics en els portals digitals esportius.

1.4.2. Descriptius

- Descriure les característiques de la polèmica en general i en el terreny del periodisme esportiu a partir de les peces identificades.
- Descriure els elements que permeten identificar el tractament polèmic d'un fet.

1.4.3. Explicatius

- Establir relacions entre els elements identificats com a propis de la polèmica en la construcció d'una peça escrita per a un portal digital esportiu.
- Explicar com es construeix la polèmica en el context del periodisme digital esportiu.

1.4.4. Metodològics

- Construir una metodologia que permeti crear una taxonomia de la polèmica amb els diferents elements que la defineixen per establir en quin grau s'ajusten a la percepció d'allò polèmic segons les conclusions a què hem arribat en l'estudi.

2. MARC TEÒRIC

Tal i com venim comentant al llarg del treball, el primer que cal especificar és que no existeixen suficients estudis ni aportacions teòriques que serveixin com a base per a poder parlar sobre polèmica en el terreny del periodisme digital esportiu. En aquest sentit, tampoc trobem altres precedents en la professió periodística que puguin servir de model per a interpretar quina és la situació de la polèmica en la comunicació esportiva escrita i quines conseqüències té en el tractament d'un fet. Per tot això, caldrà identificar i construir les bases teòriques que permetin saber què és la polèmica, utilitzant les escasses aportacions d'investigadors i periodistes que hagin abordat, encara que sigui superficialment, l'eix temàtic principal de la nostra investigació. En aquest apartat, posarem a debat les diferents idees. Intentarem validar aquelles aportacions que considerem interessants per discernir sobre allò que és polèmic segons el nostre parer; buscarem rebatre les que considerem que no s'ajusten a les necessitats del nostre treball; i incorporarem elements nous que s'ajustin a la realitat actual de la polèmica esportiva en els mitjans digitals esportius. En aquest sentit, doncs, serà necessari prendre en consideració el context multimediàtic en el qual l'analcem, examinant tot allò que s'ha dit també sobre els portals a Internet i el periodisme esportiu digital d'avui. Al llarg de l'apartat del marc teòric, doncs, haurem de:

1. Buscar aportacions d'autors i investigadors que ens dotin d'elements per definir què és la polèmica, construint una definició pròpia per als mitjans digitals esportius, amb un seguit de trets i característiques particulars.
2. Trobar aquells elements que ens permetin identificar la polèmica en els mitjans digitals esportius, per tal de seleccionar quines peces són interessants en la nostra investigació a partir d'uns criteris ajustats.
3. Establir paràmetres que ens permetin mesurar, un cop triades les peces, quins són els ingredients que les configuren i fins a quin punt el tractament de la polèmica analitzada en els articles es pot considerar de qualitat.
4. Descobrir les característiques específiques dels portals digitals i la seva naturalesa multimediàtica per sumar elements a judici que s'incorporin a l'anàlisi o formin part de les publicacions que podríem considerar polèmiques.
5. Valorar i afegir les opinions interessants dels periodistes entrevistats de les principals capçaleres per confirmar o refutar les reflexions personals un cop abordada la bibliografia.

2.1. La polèmica

Segons el Diccionari de l'Institut d'Estudis Catalans (DIEC), la polèmica s'entén com la “controvèrsia per escrit sobre un punt filosòfic, polític, literari, artístic, etc.” A partir d'aquesta definició bàsica i global, ens adonem que existeixen una sèrie de camps –la filosofia, la política, la literatura i/o l'art– on hi ha tingut incidència, si més no, per figurar en la definició com a espais on s'ha desencadenat o hi ha aparegut la polèmica. En segon lloc, i a primer cop d'ull, la definició també estableix que es tracta d'un concepte aplicat al llenguatge escrit, una característica que limita el seu ús i que explica la voluntat d'orientar la nostra investigació al periodisme esportiu escrit. Tot i així, en la construcció d'una definició pròpia que s'ajusti al que busquem per entendre la polèmica digital esportiva, caldrà dilucidar si és únicament aplicable al terreny escrit o si, per la seva naturalesa i els elements que intentarem identificar més endavant, pot aparèixer en altres escenaris o camps relacionats amb la comunicació i el periodisme.

Analitzant el llenguatge i la terminologia utilitzada en la definició, un altre aspecte a destacar és l'ús de la paraula ‘controvèrsia’ per explicar què és la polèmica. Tot i la dificultat d'establir amb exactitud què s'entén per un fet controvertit i trobar elements que permetin mesurar-la amb precisió, sense entrar en una aproximació que hauria de ser gairebé filosòfica del concepte, considerem que es tracta d'un primer element vàlid i necessari per començar a definir i entendre què és la polèmica. De moment, però, desconeixem si la controvèrsia s'ha d'entendre i analitzar com un fi –arribar a la controvèrsia–, o un mitjà per a construir la polèmica. Un interrogant que intentarem resoldre en els pròxims paràgrafs.

En aquest sentit, lligat a aspectes del llenguatge i la terminologia emprada pels autors i investigadors, el fet que s'utilitzin una gran quantitat de conceptes gairebé com a sinònims per a parlar de polèmica dificulta la nostra tasca d'investigació. Més enllà de la controvèrsia, apareixen altres termes com el debat, la discussió, la disputa o el diàleg que tenen punts de connexió amb el concepte estudiat. Fins i tot, com han apuntat diversos autors com Schopenhauer o Aristòtil i més tard altres investigadors, la dialèctica o la retòrica mantenen alguna relació amb la polèmica, considerant-les com a regles, conductes o actituds que qüestionen la posició d'algú respecte un fet i que permeten la pluralitat d'opinions. Justament a conseqüència d'aquest enorme paraigües conceptual, en el nostre cas indaguem en cada disciplina per trobar les particularitats de

la polèmica que ens permetin distingir-la clarament de la resta de conceptes associats a la discrepància, considerant, alhora, el context periodístic en el qual l'emmarquem. A pesar de la voluntat d'utilitzar cada concepte d'acord a les peculiaritats que se li atribueixen, alguns dels termes sí funcionen com a sinònims i seran emprats com a tal en el treball, utilitzant la 'controvèrsia' com l'element comú que articula l'estudi de la polèmica i apareix en la nostra definició.

Per tal de començar a trobar alguns matisos que ens permetin definir-la amb una identitat pròpia i unes característiques específiques que la distingeixin dels conceptes anteriorment citats, segurament cal anar a l'origen de la paraula polèmica. Segons el Diccionari Etimològic vinculat a l'Enciclopèdia Catalana (1980), 'polèmica' prové de la paraula grega *polemos* –guerra–, que amb el sufix –ic/a fa referència a quelcom “pertanyent a la guerra”. Per tant, està íntimament vinculada a una perspectiva conflictiva i de confrontació. Aquest és un element observable a partir de certs matisos en la construcció d'un discurs i mitjançant l'ús d'un llenguatge que ens ha de permetre identificar les diferents postures existents respecte un determinat fet. Per tant, un altre element imprescindible en la construcció de la polèmica és la pluralitat d'opinions respecte el tema tractat. Idea que reforçarem a partir de diferents aportacions d'investigadors en futurs paràgrafs. Sense l'existència de diferents interpretacions al voltant d'un determinat fet no hi ha la possibilitat d'adoptar diferents postures, siguin més o menys contundents o concloents.

Lligat a aquesta idea anterior, com explica Adelino Cattani (2003), ja en l'època dels sofistes, Protàgores argumentava que sobre totes les coses hi ha sempre dos punts de vista, una afirmació que coincideix pràcticament en la totalitat de les aportacions d'investigadors i periodistes que parlen sobre la polèmica presentades a continuació. És una idea que adoptem com a necessària per al tractament de qualsevol fet polèmic. Per exemple, el cubà José Antonio Portuondo (2011) entén la polèmica com “el enfrentamiento de interpretaciones diversas de un fenómeno, o la manera de abordar un problema desde ángulos y criterios diferentes” (Valdivia, 2011: 27). En la mateixa direcció, Elsa Ramos explica que “la polémica tiene que incentivar y estimular la discrepancia, los puntos de vista diferentes, debe buscarle el punto de controversia a un hecho” (Valdivia, 2011: 29).

Segons aquesta darrera afirmació, que prenem com a bona, entendrem la controvèrsia, en essència, com el fi i la intenció de la polèmica: buscar la controvèrsia. Per tant, no la podem analitzar com un instrument per generar-la, sinó com l'objectiu final de les peces periodístiques que incorporen el to polèmic. Així doncs, provar la presència de la controvèrsia en una publicació digital esportiva està relacionat amb l'impacte i la reacció que genera en els lectors o usuaris un cop consumit el missatge. Malgrat en el treball hem d'entendre-la i observar-la segons les lògiques del periodisme, la controvèrsia troba els seus primers plantejaments teòrics en el camp jurídic, quan Marc Anneu Sèneca (s. I aC) va presentar algunes bases per explicar el concepte a *Controversiae*, on es relaten un seguit de casos jurídics basats en situacions quotidianes o històriques. Amb el temps i la suma de les diverses aportacions teòriques, Adelino Cattani concep la controvèrsia com un “acto dialógico, susceptible de un tratamiento retórico, basado en la regla de la verdad a través del consenso” (2003: 31). Una definició molt més aplicable al terreny periodístic. L'autor italià considera que, en el cas de la controvèrsia, no existeix una conducta millor que una altra, ni des del punt de vista ètic ni des del punt de vista de l'eficàcia. Per tant, no és un element estrictament mesurable ni podem ser objectius a l'hora d'identificar-la o jutjar-la, ja que s'atribueix a una sensació personal i una percepció íntima sobre com afrontem les diferents versions i possibles mirades respecte un fet. Per això, no existeix cap paràmetre empíric ni científic que pugui provar la controvèrsia. En el nostre cas, la incorporem com un element clau en la definició pròpia, entenent-la com la finalitat que explica la voluntat d'emprendre un tractament polèmic sobre un fet. Però, davant la impossibilitat d'establir un mecanisme precís per identificar-la, i com detallarem en l'apartat metodològic, hem realitzat un disseny d'enquestes a través de les quals diferents lectors puguin determinar si les peces seleccionades els desperten la sensació d'haver generat controvèrsia un cop llegida l'exposició del fet que s'interpreta com a polèmic.

Tornant al concepte general i a la cerca d'elements que defineixin i identifiquin la polèmica, Cattani (2003) incorpora un nou plantejament, considerant-la un debat al qual s'hi afegixen dos elements: l'agressivitat i el caràcter irreductible de les posicions. L'autor parla d'un enfrontament amb armes dialèctiques, establint una guerra metafòrica on hi ha guanyadors i vençuts, fent un paral·lelisme amb els elements que Carl von Clausewitz, estudis de la ciència militar moderna, associa a la guerra. En aquest cas, es parla de la polèmica com un acte de força tendent a reduir l'adversari. Per

tant, d'una banda, es ratifica i s'assenyala l'origen etimològic del concepte i aquesta analogia corrobora el component bèl·lic de la paraula. Per l'altra, aquestes aportacions adverteixen certa imposició i la tendència a negar i rebutjar la resta de visions respecte el fet en qüestió. Una perspectiva que només pot ser palpable a través de l'anàlisi del llenguatge i el contingut de les peces escrites, on pot veure's, o no, el posicionament del mitjà o periodista concret respecte el fet. Creiem que, malgrat la imposició d'una postura podria, a priori, restar qualitat a un tipus de contingut merament periodístic, en el cas concret de peces que pretenen justament incentivar la controvèrsia respecte un fet acaba significant un ingredient decisiu per explotar i alimentar la polèmica. Dit d'una altra manera: un dels factors que creiem decisius per diferenciar la polèmica d'altres tractaments o formats més tradicionals com la opinió és precisament el decantament clar i marcat cap a una de les posicions que són possibles d'adoptar respecte el fet en qüestió i el rebuig explícit de la resta. Per la qual cosa, lluny de ser un factor que resti qualitat, com podria creure's, el considerem com un punt determinant per poder parlar de polèmica i que dóna valor a la peça periodística, indiferentment que els resultats fruit de la construcció i execució del discurs puguin ser més o menys convincents.

Per no trepitjar altres conceptes –com ja hem argumentat anteriorment–, i en la línia del paràgraf anterior, Cattani diferencia la polèmica de la discussió. “Discutir significa comprometerse con la defensa de una tesis sin pretender imponérsela a los demás a cualquier precio y tratando de conquistar el acuerdo de la parte contraria sin robarle la palabra y reducirla al silencio” (2003: 26). Una visió més suau respecte la que atribueix al to polèmic. A més, assegura que en la resta de tipologies de debat, citades també anteriorment, les maniobres són més contingudes i ocasionals. És a dir, més fredes i menys contundents en el posicionament respecte el fet que en el cas de la polèmica. Amb aquesta distinció, reforcem el plantejament anterior: la voluntat d'imposar una posició, rebutjant l'altra i defensar un únic punt de vista com a vàlid sobre un fet és una característica que ha d'acompanyar la polèmica, atenent-nos a la pròpia essència i als orígens de la paraula.

Juan Bautista Branz (2012) afegeix un altre aspecte interessant que es relaciona amb el que ell considera un fet polèmic.

“Toda escena ‘polémica’, y los modos de su construcción, se basan en la lógica del espectáculo. Se discutió sobre cuáles eran los indicios que nos remitían a

pensar al espectáculo y sus gramáticas: disposición de los actores, escenografía, característica de los recortes de las cámaras, relatos, gestualidades, lenguajes” (2012: 8)

Aquest plantejament vincula la polèmica als mitjans amb una intenció d’espectacularitzar el fet tractat a partir d’un seguit d’elements que permeten construir i desenvolupar l’espectacle. Es tracta de matisos que també hem de prendre en consideració per estudiar en el cas de la polèmica i que poden servir per a fer una anàlisi acurada dels elements que permeten identificar-la en una peça escrita d’un portal digital. Per exemple, advertint el tractament polèmic en un seguit de temes que s’allunyen estrictament de l’esperit i la naturalesa de l’esport, i que busquen posar el focus en qüestions perifèriques o secundàries que es relacionen i serveixen de complement de la vessant més informativa d’un fet noticiós. En aquest punt, ens avancem a advertir l’ús d’elements audiovisuals, propis dels portals digitals esportius, que es descriuran més endavant, i que apareixen per la condició multimèdiàtica d’aquestes noves eines periodístiques que serveixen per reforçar el missatge polèmic. Malgrat la lògica de l’espectacle pot formar part de la pràctica periodística quan els mitjans construeixen i desenvolupen la polèmica, creiem que és una conseqüència, precisament, d’aquesta voluntat de generar controvèrsia i alimentar la polèmica. Per tant, no ho interpretem com un element present en les peces, sinó que, per la seva raó de ser, els articles que aborden fets polèmics no poden escapar-se d’un tractament espectacular. Per això ho incorporem al debat com un component que pot formar part de la definició, però pot ser prescindible a l’hora de trobar-lo estricta i clarament en el text o l’article.

En el context polèmic descrit per Branz, Cattani defensa que certes maniobres considerades arguments capciosos en un determinat context poden ser admesos i eficaços, posant com a exemples els arguments *ad hominem*, el *tu quoque*, *ad populum*, i tot tipus de fal·làcies. “En la polémica, la leña que produce más humo que fuego se emplea con generosidad” (2003: 41). Això ens fa pensar que la polèmica no demanda del rigor de qualsevol altre tipus de tractament periodístic, fins i tot en el cas de la opinió, sinó que parteix d’un plantejament més obert i menys exigent amb la veracitat dels arguments. A l’hora d’observar aquesta afirmació en un text, existeixen determinades construccions en el discurs vinculades al llenguatge que presagien i auguren cert distanciament del rigor periodístic, com pot ser, per exemple, no citar les fonts que presenten una determinada afirmació sobre el fet o ometre determinades dades

que restessin transcendència –i, per tant, debat– al fet polèmic. Incorporar-les i obrar amb el mateix rigor que en d'altres gèneres o formats més tradicionals, en canvi, afegeix, al nostre parer, qualitat a la polèmica. Tot i que, si ens atenem a aquesta aportació de Cattani, el fet que no apareguin no té perquè treure efectivitat al missatge.

En la mateixa línia, Cattani també apunta, més enllà de la ja exposada pluralitat de tesis –com a visions o punts de vista diversos sobre un fet–, a les persones que les defensen. “En una polémica hay dos tesis en conflicto, pero también dos personas, por eso dan resultado los mensajes negativos no relacionados con la tesis sino con quien la sostiene” (2003: 51). Això, extrapolat a un fet relacionat amb l'àmbit esportiu, podria interpretar-se, per exemple, com una discriminació que tingués en compte a l'hora d'abordar el tema quins equips tenen implicacions en un determinat fet. L'autor explica que s'aprofiten els errors del passat, els comportaments incoherents, les motivacions sospitoses, els interessos inconfessables. Un punt de vista que ens obliga a afegir un nou element a judici: el tractament d'un fet polèmic pot presentar altres fets o actes passats relacionats amb els actors implicats –equips, jugadors, àrbitres, etc.–, que serveixen per afegir, com defensa l'autor italià, més llenya al foc, i provoquen que el fet en qüestió s'inclogui dins d'un sac en una cronologia tacada per altres casos controvertits esdevinguts anteriorment. Això té a veure amb el desenvolupament de la polèmica. En determinats casos, aquest desenvolupament pot emparar-se en altres precedents tractats amb la voluntat de generar debat que poden servir com a mirall, model o referència per identificar ràpidament el component polèmic que pot tenir un fet. En aquest sentit, i un cop seleccionats els articles d'anàlisi del nostre estudi, també podrem advertir si en la construcció d'una polèmica es parteix d'un cas anterior que serveixi per generar la controvèrsia respecte un fet més recent en el temps, o si l'episodi passat s'utilitza com un ingredient més per accentuar i alimentar el nou debat generat. Dit d'una altra manera, cal observar si existeixen temàtiques –per exemple, errors arbitrals– amb fets destinats a un tractament polèmic; o si un fet polèmic pot utilitzar altres precedents amb els mateixos protagonistes –per exemple, un equip de futbol– que serveixen per magnificar els fets i atribuir-l'hi un component polèmic amplificat per l'història de l'equip o actor –futbolista, àrbitre, president, etc.– en qüestió.

En una direcció similar, i seguint en el terreny pantanós, Rodrigo Alsina assenyalava tècniques sensacionalistes com una de les apostes del nou periodisme basat en la generació de debat, sense que en el seu cas utilitzi específicament la paraula polèmica.

“Esta tendencia, directamente relacionada con la adopción de técnicas del sensacionalismo, se ha extendido también a los medios deportivos impresos, que han apostado decididamente por la magnificación gráfica y la presentación de las noticias con titulares impactantes, que en muchos casos van más dirigidos a llamar la atención y entretener que a informar” (Rodrigo Alsina, 2001: 67)

Una realitat que pot tenir el seu reflex directe en els mitjans digitals en l'actualitat, que han pogut patir la mateixa evolució. Tot i que fa referència a la premsa tradicional escrita, cal també posar sobre la taula l'anàlisi dels titulars com un element identificatiu que pot advertir un to o certa predisposició al tractament polèmic en les publicacions dels portals digitals esportius, per exemple, amb la incorporació de la pròpia paraula “polèmica” en els titulars d'aquest tipus d'articles.

En aquest sentit, també Alicia Naranjo de Arcos (2011) sosté que es tracta d'una pràctica periodística que s'allunya de les bases tradicionalment vinculades a la professió. En la seva tesi, l'autora argumenta que recórrer a frases polèmiques desperta l'interès del lector. La voluntat de generar debat –sense entrar en si es pot considerar o qualificar com a polèmica– de què parlen els diferents autors és, segons Cattani, una resposta a les demandes dels propis lectors. Defensa que una comunitat necessita sobretot de confrontació, perquè el diàleg pot començar i tenir possibilitat d'èxit només amb els nostres semblants. En canvi, “cuando no es posible el diálogo, o cuando el diálogo no funciona, ¿qué queda? La excomunión, la interdicción, la expulsión o el enfrentamiento, la disputa, la polémica” (2003: 11). En resposta a aquesta condició gairebé social observada i explotada –vista la massificació de peces banals– per part dels mitjans, José Luis Rojas adverteix un canvi en les rutines periodístiques, que busquen generar aquest tipus de tractament polèmic:

“Asimismo, en esa búsqueda denodada por producir un volumen importante de noticias todos los días, el periodismo futbolístico incurre en una rutina de trabajo que está apuntalada por la necesidad de cubrir declaraciones como sea. Estas luego se transcriben, pese a no ser siempre contenidos realmente novedosos; más bien, son citas bastante previsibles y versiones de futbolistas y entrenadores que se fuerzan y entrecruzan continuamente, y que, al magnificarse y sobrevalorarse informativamente, hacen de la polémica uno de los principales hilos conductores del discurso deportivo” (Rojas, 2016: 53)

Prenent com a bona aquesta afirmació, ens atrevim a assegurar que la polèmica es desmarca dels criteris purs de noticiabilitat que sempre han anat lligats a la professió periodística. Com ja hem comentat en paràgrafs anteriors, i basant-nos en les diferents contribucions de periodistes i investigadors, haurem de buscar la polèmica també en aspectes secundaris, perifèrics. Peces que parlin de fets que s'ajudin d'altres articles de contingut estrictament noticiós –per exemple, cròniques d'esdeveniments– i que donin relleu a una informació més pura. En aquest sentit, creiem un aspecte característic del tractament polèmic l'ús d'un seguit de publicacions més breus que integren i donen dimensió a la polèmica i configuren un seguiment desgranat de la qüestió jutjada com a controvertida. Amplificades, generen una sensació de transcendència alimentada per l'enorme producció de contingut.

Més enllà de les aportacions sobre la utilització de la polèmica en el periodisme esportiu i els trets que la marquen, un dels treballs que millor aborda el concepte a nivell teòric i conceptual és el de Luis Yaim Martínez Acebal, citat anteriorment en la introducció de la present investigació i del qual n'hem extret algunes de les aportacions fins aquí incorporades en l'estudi. En el document *Los temas beisboleros en la página 7 del periódico vanguardia* (2014), es parla de la polèmica a partir de la visió que en tenen diversos autors i professionals de la comunicació que defineixen el concepte a partir del seu ús aplicat al món del beisbol. Tot i ser en un camp específic, també fan referència a algunes de les característiques generals fins aquí identificades. La incorporació de les opinions de diversos autors que parlen sobre el concepte i n'identifiquen característiques ens servirà per construir una definició pròpia acurada i orientada específicament al nostre treball, que prengui com a referència els diferents punts de vista integrats en els paràgrafs precedents. Alhora, ens orienta per observar la necessitat de conèixer la perspectiva de la polèmica que tenen els propis periodistes que la porten a la pràctica, quelcom que s'incorporarà en els propers apartats.

De totes les aportacions del treball de Martínez Acebal, n'afegim algunes que creiem interessants, si més no, per a posar-les damunt la taula a judici. No totes elles aborden el concepte des d'una mirada teòrica, sinó que aporten opinions sobre l'impacte que generen o com condicionen el desenvolupament dels articles en els mitjans. Luis Sexto (2010) considera la polèmica com l'element nou que aporta el periodista en el seu judici i la seva reflexió, i afegeix que converteix un tema en polèmic quan l'aborda amb agudesia i audàcia. Per la seva banda, Ariel Terrero (2011) defensa que el tema polèmic

té un impacte real en un sector de la societat. Un paper que també exposa Hely Danilo Zavala, a qui Valdivia entrevista en el seu treball (2011), i on aquell argumenta que la polèmica és necessària perquè permet participar en temes que són importants per al bon desenvolupament de disciplines esportives. L'investigador considera que alguns periodistes s'entesten en imposar la seva posició de qualsevol manera, característica defensada com a pròpia en la polèmica per diversos dels investigadors citats anteriorment. Són una sèrie d'ingredients nous per a la reflexió sobre com s'observa la polèmica esportiva en els mitjans.

Tots aquests matisos, que en bona mesura rebaten o reforcen les tesis plantejades fins ara des d'un punt de vista diferent, són aspectes interessants per concebre amb major precisió la polèmica, però no tots ens serveixen per elaborar una taxonomia que mesuri el *grau de polemicitat* que té cada article. Malgrat això, les incorporem com a elements que poden ajudar a entendre millor les lògiques de la polèmica, o fins i tot a l'hora de plantejar les entrevistes amb els professionals dels mitjans. Són opinions que, sostingudes en el present treball, poden animar a futurs investigadors per anar més enllà de definir i mesurar la polèmica en les peces. Per exemple, estimulen la voluntat d'aprofundir sobre els perquès de l'ús de la polèmica, així com iniciar possibles recerques que posin el focus en com calibrar l'impacte o la incidència que tenen els articles analitzats en aquest treball a l'hora de rebre'ls l'audiència dels portals digitals esportius –quelcom que es tractarà de manera molt embrionària–. Malgrat és una tasca que desenvoluparem nosaltres mateixos posteriorment en l'actual treball, considerem que es tracta d'una aproximació molt superficial que dóna la possibilitat de penetrar molt més en qüestions purament centrades en com interpreten els usuaris dels portals digitals esportius un determinat article amb contingut polèmic.

2.1.1. Elements de la polèmica

Un cop identificat què s'ha dit sobre la polèmica i incorporades les veus de diferents autors que han fet aportacions al respecte –alguns d'ells des de perspectives o disciplines contigües–, seleccionem un seguit d'elements que considerem imprescindibles per parlar de polèmica en els continguts periodístics. A tots aquests aspectes, posats sobre la taula després d'una primera exploració, caldrà afegir nous elements, com després veurem, aplicats estrictament al component digital.

Elements que formen la polèmica
✓ Controvèrsia
✓ Pluralitat d'opinions
✓ Posicionament respecte el fet, orientant el text a la defensa d'una de les postures possibles
✓ Agressivitat i caràcter irreductible de les posicions: confrontació
✓ Negació de la resta de punts de vista sobre el fet
✓ Sobrevaloració i magnificació informativa
✓ Lògica de l'espectacle

Taula 1. Elements que ens permeten parlar de polèmica. Font: Pròpia

A més, tots aquests aspectes seran detallats en l'apartat metodològic, on s'especificarà la manera d'analitzar-los i mesurar-los, per exemple, a partir de la incorporació d'una sèrie d'elements multimèdia. D'aquesta manera, amb uns criteris fixos prèviament definits, podrem establir uns paràmetres que reconguin què és polèmic i què no i si el tractament i la construcció del discurs dels articles té major o menor qualitat “polèmica”.

2.1.2. Els criteris per seleccionar les peces polèmiques

Alhora d'advertir qüestions que s'han de considerar quan parlem de polèmica, la recerca inicial també ens ha servit per apuntar a una sèrie de criteris que ens ajuden a identificar la polèmica en les peces, és a dir, a seleccionar les peces polèmiques. Per tal de filtrar en quins articles advertim un tractament polèmic, i un cop ens hem i endinsat en la bibliografia existent i conegudes les aportacions dels experts i investigadors, establim tres criteris per triar-les en base a les diverses lectures.

1. Anàlisi de titulars que busquen l'impacte: contenen la paraula “polèmica” o derivades en el títol o una part visible del titular de la pàgina principal del portal digital esportiu.
2. Qüestions perifèriques i temàtiques allunyades de l'essència de l'esport: jutgen situacions relacionades amb una decisió arbitral.
3. Busquen la confrontació: manifesta una declaració que contradiu, rebutja o nega una altra, entrant en un debat o disputa dialèctica entre dos o més actors.

Un cop trobats els ingredients presents en la polèmica i els elements que permeten identificar-la, proposem una definició o explicació que intenta englobar totes les característiques i trets diferencials que permeten parlar de polèmica amb uns matisos únics que la diferencien de la resta de conceptes associats a la controvèrsia i el debat.

2.1.3. Definició pròpia de la polèmica

Per a nosaltres, doncs, la polèmica és:

“Forma de tractament sobre un tema que el mitjà jutja d'interès,
interpretable des de diferents punts de vista que,
a partir de la sobrevaloració i magnificació informativa del fet en qüestió
i emparant-se en la lògica de l'espectacle,
defensa un únic punt de vista com a vàlid,
imposant-lo sobre la resta i negant qualsevol altre posició sobre el fet,
amb l'objectiu final de generar controvèrsia
i orientar el pensament i la mirada del lector perquè prengui com a bona una
determinada postura.”

A partir d'aquesta definició, i dels elements apuntats fins aquí, ens adonem que existeixen una sèrie de fonaments molt difícils d'incorporar i precisar en el nostre estudi, però que cal remarcar. D'una banda, la polèmica no requereix el rigor de qualsevol altre tipus de tractament periodístic, com passa fins i tot en els gèneres d'opinió, sinó que parteix d'un plantejament més obert i menys exigent amb la veracitat dels arguments –si és que hi són–. En segon lloc, els temes abordats des d'una vessant polèmica no tenen per què seguir els criteris de noticiabilitat aplicats al periodisme tradicional, sinó que, com exposava Rodrigo Alsina, la missió principal és entretenir i generar debat, més enllà d'informar. En tercer lloc, el tractament d'un fet polèmic pot anar lligat a altres fets o actes del passat que tinguin a veure amb els actors implicats –equips, jugadors, àrbitres–, que poden servir com a base per a construir una peça polèmica o, fins i tot, un recull d'articles que configuren una polèmica. En aquest sentit, hem identificat un component a analitzar, com són els titulars impactants, que van dirigits a cridar l'atenció del lector –de vegades, directament amb la paraula “polèmica”– i que adopten certes dosis de sensacionalisme i espectacularitat.

Algunes d'aquestes idees, no incloses en la definició ni en els elements que serveixen per parlar de polèmica, tenen a veure amb quin és l'efecte que generen els articles en l'audiència. Per tant, en l'apartat metodològic, caldrà desgranar de la manera més justa possible, els elements trobats i la manera de mesurar-los des del punt de vista del contingut i el llenguatge dels articles, tenint presents al màxim les nocions que en aquest apartat detallem. Alhora, també serà necessari precisar en l'audiència la recepció que té del missatge, que determinarà l'eficàcia del contingut i resoldrà si ha generat o no controvèrsia i, per tant, si és o no polèmic segons allò que nosaltres hem considerat.

Totes aquestes qüestions, que hem apuntat en l'exploració teòrica, ens han servit, no només per crear una definició pròpia del concepte, sinó, com hem dit, per posar el focus en elements que ens han d'ajudar a analitzar en profunditat una peça esportiva polèmica publicada per un mitjà digital. Una vegada hem advertit els elements característics de la polèmica escrita en general, anem a veure si el periodisme a la xarxa permet que apareguin nous elements que generen i desenvolupen la polèmica digital esportiva amb qualitats pròpies. Volem comprovar l'adaptació del fet polèmic a la pràctica del periodisme esportiu digital. Com en el cas anterior, buscarem maneres de calibrar les idees teòriques plantejades fins ara a partir dels instruments multimèdiàtics i el nou format digital en què ens endinsem.

2.2. El periodisme digital

En aquest apartat intentarem descobrir quins aspectes que aporta la característica multimèdiàtica de la xarxa són usats per a construir polèmica en formats digitals, i com s'afegeixen, canvien i/o condicionen els que expliquen la polèmica escrita general definida anteriorment.

Un cop investigat el concepte i exposades les característiques i elements que serveixen per identificar i definir la polèmica, cal conèixer el context en el qual es desenvolupa això que hem considerat com una “forma de tractament de determinats fets”. Saber les particularitats i les lògiques del periodisme digital pot orientar el nostre treball per entendre millor la construcció de la polèmica en les webs dels principals mitjans esportius. En aquest cas, la dificultat radica en la contínua renovació i actualització de les dinàmiques i rutines productives a Internet. Ramon Salaverría ho descriu com “la especialidad del periodismo que utiliza el ciberespacio para investigar, producir i, sobre todo, difundir contenidos periodísticos” (Salaverría, 2001: 323). A més, explica que la xarxa es presenta com un mitjà que integra i supera tota la resta i genera noves capacitats expressives a partir d'intercalar productes multimèdia, interactius i hipertextuals. Tres elements clau per entendre el fenomen digital.

Claudia Favaretto (2014), en la seva tesi doctoral, explica que la hipertextualitat fa possible interconnectar diversos textos digitals entre sí, mentre que la multimedialitat s'encarrega de combinar en un únic missatge text, imatge i so. A més, “la interactividad permite al usuario interaccionar con la información que se le presenta” (2014: 35). En aquest sentit, com explica Nocí (2001), és possible situar un producte informatiu a la xarxa, renovar-lo a mesura que van esdevenint notícies, i fins i tot donar-lo en directe, accedint als continguts des de qualsevol lloc i en qualsevol moment.

El primer component sobre el qual cal aprofundir d'aquest tipus de periodisme, doncs, és el concepte de multimèdia. Es tracta, segons el DIEC, d'aquelles peces que reuneixen diferents mitjans integrats de forma simultània. Això fa que una peça pugui incorporar vídeos, imatges, sons i tot tipus de continguts que ajudin a construir la polèmica. Nocí (2001) la defineix com la integració, en una mateixa unitat discursiva, de diversos tipus d'informació: text, imatges, sons i bases de dades o programes executables. El fet que apareguin tots aquests elements, també junts i observables a la vegada, permeten desenvolupar el tema i allargar el tractament gràcies a l'aportació d'un material utilitzat

a mode de proves per alimentar la polèmica. En aquest sentit, considerarem l'aportació d'aquest tipus de materials gràfics, visuals, sonors, etc. com un aspecte que ressalta la intenció de generar controvèrsia, reforçant el missatge i integrant una sèrie d'elements que alimenten el debat sobre el fet.

Un segon aspecte que els experts coincideixen a assenyalar és la immediatesa. Sandoval (2003) apunta a la possibilitat d'actualització constant per explicar la possibilitat d'incorporar la informació de manera immediata, en la línia anterior de Nocí. Aquestes noves rutines són, segons ella, una estratègia útil sobretot per a la capitalització i fidelització de clients. Es tracta d'un factor clau i un valor indispensable per entendre com un tema pot ser abordat de seguida des d'un punt de vista polèmic, ja que es tracta de fets que generen en un primer moment molt impacte –també des de l'arribada de les xarxes socials–, i els mitjans aprofiten aquesta rapidesa per rebre la major quantitat de visites en els minuts posteriors a que es produeixi. En cas que el fet no pogués abordar-se fins al cap d'unes hores, perdria interès i la digestió del fet impossibilitaria incorporar l'ingredient polèmic que sí apareix a les pàgines digitals. En el context actual marcat per una informació a l'instant, no s'entendria que un mitjà digital, sabent que s'ha produït un fet susceptible de ser polèmic, no intenti aprofitar-ho per abordar-lo de seguida. Això no té només incidència en el moment immediatament posterior al fet, sinó també amb la possibilitat de prolongar la polèmica i seguir captant l'atenció dels usuaris.

A més, a la idea de multimèdia i immediatesa, cal afegir l'hipertext i la interactivitat, dos fenòmens molt importants a l'hora de consumir i interpretar la informació.

D'una banda, l'hipertext permet als mitjans incorporar fàcilment altres notícies que hagin tingut a veure, en aquest cas, amb un fet polèmic. Aquest és justament un aspecte que, donades les diferents aportacions dels investigadors estudiats, hem considerat anteriorment com a clau per analitzar i identificar la polèmica. L'ús de l'hipertext facilita alimentar aquest tipus de debats, amb formats molt més senzills, però també profitosos i eficaços, ja que donen un major trànsit de visites al portal web. Com explica Favaretto (2014), la hipertextualitat està sent la característica més influent de la narració ciberperiodística. Permet a l'usuari profunditzar i escollir els trajectes de la lectura. “Los hipervínculos se van situando a lo largo del texto y permiten iniciar una lectura no secuencial y diferente para cada usuario” (2014: 37). Una narrativa més atractiva que enriqueix el consum de la informació per part de l'usuari. En el cas de la polèmica,

l'enllaç a una peça antiga pot tenir la funció de recordar altres casos similars, però, com veurem en l'anàlisi, també podria tenir la de persuadir o desacreditar la postura del lector sobre el nou tema polèmic, condicionant el seu punt de vista respecte la nova situació. Un fet que potencia clarament l'hipertext.

Per la seva banda, la interactivitat permet als usuaris i lectors participar del debat, aportar les seves opinions, encendre la metxa i crear un clima de discussió, una de les bases que hem assenyalat com a pròpies de la polèmica. Favaretto cita en la seva tesi doctoral Lourdes Martínez (2014), qui la defineix com la possibilitat de participació de l'usuari en el mitjà, amb altres usuaris, en els continguts i amb els emissors d'aquests continguts. Això no només ajuda a ampliar i allargar el tractament, sinó que també serveix als propis professionals de la comunicació encarregats de generar el contingut per advertir quina és la rebuda d'aquell fet a partir de les respostes, i fins a quin punt poden continuar o no estirant el fil de la polèmica. Com explica García (2005), no només pot definir o redefinir l'estructura de les notícies, sinó també el seu contingut, el seu tractament i l'enfocament. En les publicacions de temes polèmics, doncs, es pot veure si s'ha de generar discrepància, controvèrsia i pluralitat d'opinions. Tot i que no entrarem a analitzar els continguts d'aquestes respostes dels usuaris, el fet d'obrir la possibilitat de donar-l'hi veu ens pot deixar entreveure que el mitjà està convidant a alimentar el debat, la controvèrsia i la discrepància. En aquest cas, doncs, cal considerar-ho com un factor positiu per quantificar la qualitat del tractament de la polèmica. L'absència d'aquest recurs a l'abast dels mitjans significaria un empobriment de la polèmica i una pèrdua de les capacitats de què dota el periodisme digital.

2.2.1. Elements lligats a la polèmica propis del periodisme digital

- ✓ Ús de vídeos, imatges, àudios o inclusió de *tuits*: multimedialitat
- ✓ La pàgina incorpora la possibilitat de comentar la notícia: interactivitat
- ✓ La peça incorpora *links* o enllaços que dirigeixen a altres articles i que formen part d'una construcció global de la polèmica: hipertext

Aquests elements, en certa mesura, apareixen en resposta a les observacions que ens indicaven les aportacions teòriques. En alguns casos, són la manera de portar a la pràctica un desenvolupament i explotació de la polèmica.

Per tot això, i un cop finalitzada la nostra immersió en el món de la polèmica esportiva en els mitjans digitals, creiem oportú apuntar, com s'especificarà a les conclusions, que l'ús o presència de la polèmica en els espais esmentats s'explica, en bona part, gràcies a l'arribada dels nous portals digitals a Internet, que faciliten i agilitzen aquest tipus de tractament, que perd una mica de sentit o limita les possibilitats d'evolucionar i crear nous materials en espais tradicionals de premsa escrita. Els mitjans digitals esportius tenen l'opció d'explotar les possibilitats multimèdia que dona la xarxa i el fenomen digital per tal de treure el màxim rendiment al tractament polèmic d'un fet. Aquesta és una situació amb la qual difícilment pot competir un mitjà imprès, molt més limitat i encotillat per una naturalesa i unes característiques pròpies que redueixen les opcions d'explotar la polèmica. Per tant, una primera conclusió un cop investigat el camp d'interès del nostre estudi i que ampliarem en el darrer apartat és que els portals digitals esportius s'han convertit en un trampolí per generar la polèmica esportiva. Una bombolla que s'ha anat fent gran gràcies a la possibilitat d'utilitzar els recursos que ha anat donant Internet i que han servit per convertir la polèmica en un aspecte que, des del nostre punt de vista, observem cabdal en els mitjans digitals esportius analitzats.

2.3. Entrevistes amb els periodistes dels mitjans digitals esportius

En aquest apartat intentarem reflectir la visió de la polèmica i el tractament que se'n fa en els mitjans digitals esportius que formen part de l'anàlisi del present estudi – marca.com, as.com, mundodeportivo.com i sport.es– a través de quatre entrevistes en profunditat a un periodista de cada mitjà, com es detallarà més endavant en l'apartat metodològic. La incorporació de les seves veus en aquest apartat busca respondre a la voluntat de presentar la polèmica des de les diferents perspectives, un cop aportada la mirada més teòrica, per trobar connexions entre les fonts bibliogràfiques i els propis periodistes. Per això, hem intentat copsar la situació dels professionals: com treballen la polèmica, fins a quin punt són conscients del seu ús en el periodisme digital esportiu, quin coneixement tenen de què és la polèmica, com s'integra el tractament polèmic en la línia editorial del mitjà, com utilitzen les eines que hem identificat en el desenvolupament polèmic, etc. Un seguit de preguntes que ens serviran per ampliar el nostre coneixement sobre la polèmica, extret després de la consulta bibliogràfica, d'haver rebutat les diferents aportacions dels investigadors fins aquí citats i validat, reforçat o declinat les reflexions sobre la polèmica. Ens hem adonat que cal nova informació primària que s'exposi prèviament a la resta d'apartats del present treball i que intenta incorporar i afegir nova informació sobre l'estat de la qüestió. D'aquesta manera, podrem ajustar amb major precisió els nostres criteris, judicis i definicions de la polèmica, amb l'objectiu d'analitzar amb exactitud l'estat de la qüestió en els mitjans digitals esportius i extreure uns resultats acurats que tinguin presents les opinions dels quatre periodistes entrevistats.

Així, com es detalla més endavant en l'apartat de metodologia, hem construït un bloc de preguntes (ANNEX 1) en base a lectures sobre com elaborar un guió d'entrevista en profunditat, abordant diferents àrees temàtiques d'interès que hem considerat pertinents. Hem utilitzat la nostra experiència com a lectors dels diferents mitjans digitals per acompanyar les preguntes –si fos necessari– d'un exemple que pogués aclarir, en cas de dubte de l'entrevistat, quina era la qüestió que plantejàvem. Les respostes serveixen com un nou marc teòric, que amplia el coneixement i les aportacions sobre la polèmica, donat el poc tractament que se n'ha fet fins avui.

2.3.1. Els entrevistats

Com diem, en aquest apartat es presenten les diverses aportacions de quatre periodistes, un de cada mitjà.

Marca.com: Xavi Hernández

Redactor de marca.com. En el seu cas, considerem interessant la selecció d'un periodista relativament jove (33 anys), que ens pot aprofundir molt més en la qüestió digital. Unes dinàmiques i rutines productives que gairebé ha conegut des dels seus inicis en la professió.

As.com: Santi Giménez

Redactor en cap d'as.com a Barcelona. En el seu cas, la seva presència en la mostra permet veure com es delega o s'orquestra la polèmica des dels càrrecs més alts. A més, és un habitual en la secció d'opinió com a articulista, fet interessant des del punt de vista de la creació de la polèmica o, si més no, el debat.

Mundodeportivo.com: Toribio Blanco

Cap de secció a mundodeportivo.com. Ha viscut l'evolució del paper al digital, passant des del diari de premsa escrita a la plataforma web. Permet veure com els periodistes s'han adaptat a les noves demandes professionals.

Sport.es: Xavi Ortuño

Director adjunt del diari Sport i cap de la secció digital del mitjà. La seva formació en el periodisme multimèdia i el seu càrrec són aspectes importants, ja que suposa una aposta del mitjà per la seva plataforma web.

2.3.2. Aportacions teòriques dels periodistes

En aquest apartat busquem, com hem dit, afegir noves aportacions que permetin entendre la polèmica esportiva en els mitjans digitals i que puguin ampliar o complementar les extretes de la recerca bibliogràfica. Un cop realitzades les entrevistes (ANNEXOS 2-5), el primer que cal especificar és que no existeix un consens total sobre què és la polèmica, com s'empra i en quins escenaris té cabuda en els mitjans digitals esportius. Tot i que existeixen certs punts de connexió en els quals els periodistes es posen d'acord, sobretot pel que fa a la polèmica a nivell teòric, en general hem pogut copsar un cert desconeixement respecte com s'aborden els continguts polèmics, que semblen elaborats en base a una certa intuïció personal i altes dosis d'espontaneïtat.

A nivell teòric, els quatre periodistes prenen com una bona base de treball la definició extreta del DIEC, tot i que la consideren una aproximació genèrica que no inclou referències sobre el camp del periodisme esportiu digital i les característiques específiques del format. Tots ells parteixen de la idea inicial que es necessiten fets amb punts de vista i interpretacions plurals per poder desencadenar un tractament polèmic al voltant d'un fet. I afegeixen alguns elements: Ortuño considera necessari incorporar sobre la taula la intencionalitat del missatge; Giménez afegeix el component passional i la durada o prevalença de la polèmica esportiva per les particularitats intrínseques de l'esport, en una idea que Xavi Hernández resumeix en la bipolarització Madrid-Barça; mentre que Blanco defensa que en el terreny esportiu, els fets o les decisions poden ser més evidents i clares que en altres espais on hi té cabuda la opinió.

Pel que fa als orígens o possibles antecedents de la polèmica, tots els entrevistats coincideixen en què existeixen altres camps com la política, que han sigut pioners en el desenvolupament de la polèmica. Argumenten, en una idea similar, que el món del periodisme esportiu està agafant el relleu d'aquests espais, sense que es puguin prendre com a models de com construir la polèmica, ja que les característiques dels formats en què han tingut lloc exemples de tractament polèmic estan molt allunyats del periodisme digital escrit. En tres casos, els periodistes coincideixen en assenyalar un mateix programa en concret com l'iniciador de l'explotació el component polèmic d'un fet: *Sálvame*. Un espai de debat on confrontar diferents punts de vista que, malgrat les dificultats inherents al periodisme escrit per la seva pròpia naturalesa, ha ensenyat que es tracta d'una pràctica atractiva que genera molta atenció en l'audiència. I és que, com

expliquen Giménez i Ortuño, la facilitat amb què es desencadena la polèmica en una televisió on diversos convidats exposen diferents visions d'un fet és molt superior. Més que servir com a model, doncs, ho mostren com la llavor que ha permès fer el salt de la polèmica televisiva a la polèmica dels portals digitals esportius, previ pas per altres formats de la televisió com el *Chiringuito* o *Estudio Estadio*. Programes on “fer bullir l'olla” que han acabat tenint impacte i repercussió en les webs esportives. Blanco, malgrat apuntar també a aquests precedents televisius, considera que en el cas de l'esport, la polèmica té més fonament i base de veracitat al darrera que en el cas de la premsa del cor, com podria ser *Sálvame*, on el grau d'especulació és molt major. Tot i aquesta sorprenent unanimitat en indicar clarament la provinença de la polèmica esportiva als mitjans digitals en els formats televisius, tots ells creuen que hi ha bastant desconeixement sobre com desenvolupar la polèmica en els nous escenaris comunicatius i com aplicar aquesta pràctica als seus espais: “som uns amateurs” i “ens falten eines per saber l'impacte real i com explotar-ho, explica Ortuño. Respecte aquesta certa desconexença, Giménez, més prudent, opta per no generalitzar, i parla de figures molt dotades que saben com encendre la metxa de la polèmica, en la línia del que ens diu Ortuño: “tenim *anchormans* que poden desenvolupar molt bé la polèmica”. Tot i que aquesta capacitat per generar debat no acaba de tenir bases prou sòlides per explotar-la amb criteris i normes suficientment conegudes o definides.

La situació actual, que tots assenyalen com l'auge o un moment de gran aposta pels continguts polèmics, serveix als periodistes per reflexionar i arribar a acceptar que, potser, es tracta d'un gènere en sí mateix per les característiques i el desenvolupament anteriorment esmentat. “És possible que estiguem parlant d'un subgènere, no al nivell dels que s'estudien a les universitats, però amb bastants trets que permetrien pensar en aquesta possibilitat”, apunta Giménez. “S'ha convertit en un gènere. No hauria de ser així, però sí.”, es resigna Blanco. En el cas d'Hernández, confirma que a Internet, la polèmica està adoptant les peculiaritats necessàries com per considerar-se un gènere. L'única veu discrepant és la de l'Sport, que no ho considera com a tal, sinó la primera característica del debat i la tertúlia. Com diem, l'explotació de l'ús de la polèmica els fa advertir que estem en el moment d'esplendor d'aquest tipus de tractament basat en la voluntat de generar controvèrsia. En relació a això, Blanco fa la següent metàfora: “Estem en la bombolla de la polèmica, com en el seu moment va ser la bombolla immobiliària. És una bombolla que explotarà i acabarà baixant”. Altres no veuen tan

clar que sigui una moda passatgera, a pesar que tots ells coincideixen en visionar-la com una pràctica que es veurà obligada a evolucionar i modificar les seves rutines si vol seguir tenint presència en els mitjans digitals esportius.

A partir d'aquí, i a mesura que anem abandonant les preguntes més teòriques per entrar a parlar del funcionament i les rutines dels mitjans, comencen a aparèixer les discrepàncies, desacords i falta d'una línia d'actuació clara. En primer lloc, hi ha desacord en si es té la intenció d'exposar un fet polèmic únicament per generar debat, o si a aquesta voluntat de provocar controvèrsia s'hi ha de sumar també la de posicionar-se clarament respecte el fet. Com hem dit al llarg del marc teòric, considerem que decantar-se cap a una de les possibles interpretacions dels fets és un factor decisiu per parlar de polèmica, ja que és un dels pocs trets que el distingeixen de la opinió pura. Tot i així, Blanco considera que a mundodeportivo.com s'intenta exposar el fet sense que se'n faci un judici final, sent la pròpia acció o fet el que permet decantar la balança cap a un determinat punt de vista. Una línia molt fina que explica diferenciant dos tipus de polèmiques: "Tenim dos nivells de polèmica. Una de denúncia, on simplement exposem els fets –la jugada mal xiulada, per exemple–. Podríem dir que aquesta primera és de qualitat, constructiva, per millorar les coses. El segon nivell és la polèmica que elaborem quan fem ressò a la pàgina d'una polèmica més televisiva, que sorgeix en altres espais de debat." En el seu cas, troba la majoria de polèmiques en fets relacionats amb qüestions arbitrals –"en un noranta per cent"– i, segons el propi Blanco, no busquen dirigir la polèmica, sinó simplement recollir-la i presentar un estat d'opinió que normalment està al carrer. En canvi, Ortuño defensa que des d'sport.es intenten liderar les polèmiques: "Quan construïm una polèmica, busquem liderar una facció. Polèmica no és plantejar les dues parts de la baralla. Això és un debat. Per nosaltres polèmica és agafar la bandera d'una posició i anar contra el món", una postura que generarà reaccions, tant a favor com en contra, arrossegant gent darrera. En aquest sentit, tot i la importància del component digital, apunta al valor de la portada com a símbol d'aquest posicionament, que ha d'anar en sintonia amb la resta de peces polèmiques aparegudes al portal digital. Entén la portada la cara més visible del posicionament del mitjà sobre un afer o fet.

Com veiem, tot i partir de línies editorials similars, basades en el que consideren la informació d'interès del barcelonisme, ambdues plataformes gestionen diferent aquestes situacions susceptibles de ser interpretades des d'un to polèmic. La primera molt més

suau i subtil, tot el contrari de la fermesa i l'actitud "combativa" de la segona en l'exposició dels fets. Caldrà veure si aquestes opinions tenen reflex en l'anàlisi de les peces polèmiques.

Pel que fa a as.com, Santi Giménez se situa en un hipotètic carril del mig, en un ideal de polèmica en què el mitjà intenta exposar totes les posicions sobre el fet. Observant la polèmica com una forma de tractament dels fets proper a la opinió, o el que podríem dir múltiples opinions, considera que en el portal digital es fa l'esforç d'incorporar diferents veus que defensin un o altre punt de vista sobre un fet. D'aquesta manera, els lectors tenen en un únic mitjà el desenvolupament complet de la polèmica per treure les seves pròpies conclusions, sense haver de recórrer a altres per saber què se'n diu al respecte. Un funcionament que pot respondre a una de les dificultats identificades per Ortuño en la construcció de la polèmica en els mitjans digitals escrits: les poques possibilitats d'exposar totes les sensibilitats respecte el fet.

Un cop explicat com es concep la polèmica en aquests mitjans, cal desenvolupar-la. Arribats en aquest punt, els periodistes coincideixen en observar pocs criteris a l'hora d'establir què és polèmic i què es tracta com a tal en el portal digital, així com la manera i eines a utilitzar per construir i desencadenar la polèmica. Qui sembla tenir-ho més clar és sport.es, disposant d'un seguit d'eines –formes de presentar la peça– que serveixen per anar modelant-la, tot i que admet que "ens fiem bastant del nas" per decidir com presentar-la. En l'esquema ideal de com desenvolupar-la, "passa un fet, fem una notícia breu, elaborem una enquesta, generem una opinió exprés per empènyer la polèmica i l'acabem amb una última peça de tancament." En la resta de mitjans digitals analitzats en el nostre treball, sembla que la mirada del periodista esdevé encara més clau. "Hi ha gran part de percepció de cadascú, fonamentada en enquestes i seguidors que et poden donar pistes. Has de ser ràpid, àgil de ment i acompanyar-ho gràficament perquè el lector entengui de què estàs parlant", afegeix Blanco. Com diem, per decidir que un fet tindrà cabuda en el mitjà digital, s'atribueixen altes dosis d'intuïció del periodista i fiar-se del clima que es viu a la redacció com a termòmetre de si un tema pot donar de sí o no. En aquest sentit, les xarxes socials irrompen com una espècie d'alarma per detectar-los i un mesurador de la corrent d'opinió de la gent que pot servir per orientar la decisió de fer seguiment del fet. Un pes de les xarxes socials que, segons Giménez, està alterant el que haurien de ser els criteris estrictament periodístics de la construcció del discurs polèmic. "El problema és que les polèmiques no són dirigides per periodistes, sinó per

professionals experts en les xarxes socials que estan prenent el control dels mitjans: els SEO". Per això, i en la línia d'allò exposat al llarg de l'apartat teòric, les peces cada vegada s'allunyen més de les bases tradicionals del periodisme i els criteris de noticiabilitat. "S'imposa la cerca del clic, i en això la polèmica és capdavantera", conclou el periodista de l'As.

Lligat al paper de les xarxes socials, en tot el procés de construcció de la polèmica, la tecnologia s'adverteix com un factor fonamental. Els entrevistats remarquen especial incidència del vídeo, que ha canviat molt la manera de presentar i vendre les peces. "Jo puc escriure quatre paràgrafs explicant un fet, que si tens el vídeo no necessites res més", explica Ortuño, que afegeix: "Estem fent un canvi: la gent no vol que el periodista ho jutgi. La gent ho vol veure. 'Ensenya-m'ho'. Quant més directes som més èxit té". El mateix periodista diu que la gent ja no vol peces tan enceses, sinó que simplement busquen que se li presenti el vídeo de la jugada per jutjar-la ells mateixos.

Malgrat la polèmica és un tractament dels fets que moltes vegades s'ha vinculat o observat des de la vessant més groga, banal i intranscendent, els periodistes no accepten observar-la com una part bruta i matussera del periodisme. La idea general és que "pot existir polèmica de qualitat i existeix", encara que potser amb comptagotes. Uns posen el focus en les fonts, el rigor i la diligència en el tractament del fet, com és el cas d'sport.es: "Tenim seccions molt treballades que acaben generant polèmiques gairebé sense buscar-les. Això vol dir que és possible crear continguts de qualitat i alhora polèmics". Mentre altres situen la base d'aquesta polèmica de qualitat en els temes que es posen sobre la taula. "Temes com la violència al futbol, debat sobre els estils de joc –una polèmica futbolística pròpia–, polèmica de gestió de clubs, de contractes, de com es tracta la massa social... Són polèmiques de qualitat", defensa Giménez.

Finalment, per englobar els diferents elements tractats en l'entrevista, es posa sobre la taula la definició pròpia de la polèmica. L'únic que no presenta cap objecció és Xavi Hernández, qui l'aprova com una bona conclusió de l'entrevista. En la resta, l'aspecte que genera més discussió és el fet que la polèmica busqui orientar la mirada i posicionar-se respecte el fet. Explícitament ho rebutja Blanco; mentre que Ortuño considera que el decantament cap a un determinat punt de vista és justament la conseqüència de la polèmica i d'un bon tractament del fet. A més, es mostra escèptic a la idea que la polèmica parteix d'una magnificació –malgrat implícitament ho sostingui

en altres respostes—. Defensa que la sobrevaloració resta punts, i que cada vegada la paraula “robatori” o “escàndol” s'utilitzen menys, perquè no generen l'impacte que es busca –caldrà veure si és cert que s'ha desterrat del diccionari d'sport.es aquest tipus de vocabulari—. En aquest sentit, sosté que “no aconsegueixo generar polèmica si la forço”, malgrat, com diem, en altres respostes es resigna a acceptar que en alguns fets es veuen obligats a “estirar el xiclet”. I conclou: “si suavitzo el missatge entrarà més gent. Intentem evitar el *forofisme*”. En l'altre extrem, Santi Giménez considera massa suau la definició que hem elaborat. “Fins i tot té un component que pot arribar a ser més malèvol, molt més explícit”, explicant que la polèmica actual és molt més matussera que sibil·lina. En aquest sentit, defensa que la polèmica funciona molt més quan vas contra el teòric rival. Això permet, tal i com també explica Ortuño, ser molt més contundent i convincent en el posicionament que es va construint mentre es desencadena la polèmica en el mitjà digital esportiu.

Reflexions generals extretes de cada entrevista

Per tal de resumir les diferents aportacions i situar la visió de la polèmica en cada mitjà, exposem els punts clau extrets de cada periodista i que, alhora, ens serveixen per entendre com es concep la polèmica en cada portal digital analitzat. Més enllà de poder establir les seves bases, podrem establir relacions amb futurs apartats del present treball. L'anàlisi de les peces polèmiques serà, en certa mesura i sense que sigui l'objectiu del treball, un indicatiu sobre si les aportacions dels entrevistats van o no en sintonia amb els resultats extrets.

Marca:

Intenta presentar una polèmica basada en la imparcialitat, especialment orientada a casos de decisions arbitrals i declaracions que s'escapen dels tòpics. En el seu cas, no tenen criteris a l'hora d'abordar-ho, però admeten que forma part d'un contingut amb molt protagonisme i important en el mitjà digital.

As:

Intenta evitar fer-se ressò de polèmiques buides; busca exposar tots els punts de vista, sense que el lector hagi d'anar a consumir la informació del que podríem considerar “bàndol contrari” en un altre mitjà; no existeixen pautes sobre com construir i desenvolupar un contingut polèmic, però sí és té consciència de l'efectivitat d'eines com els vídeos –tenen adquirits els drets d'emissió–.

MD:

Diferencien dos tipus de polèmiques: les que tenen cabuda com a altaveu mediàtic d'un fet que ha generat debat; i aquelles que busquen directament valorar un fet per part del mitjà. En general, tot i la línia editorial barcelonista, intenten no ser molt fanàtics en els seus tractaments polèmics, posant sempre per davant els criteris periodístics. La majoria de polèmiques, segons es desprèn de l'entrevista, estan orientades a exposar fets arbitrals que puguin perjudicar el Barça o beneficiar el Madrid.

Sport:

Pretenen liderar polèmiques. Això els porta a fer seguiment i ressò de polèmiques més buides que es desencadenen en altres mitjans o formats com la televisió. Tot i la clara voluntat de posicionar-se sobre el fet, es defensa que ha de ser amb subtilesa, i que la opinió ha de ser implícita, amb un estil de polèmica que eviti grans posicionaments. Això sí, en el cas que la polèmica tingui com a protagonista el Madrid (bàndol de la polèmica que es considera com a contrari), els frens deixen pas a atacs més evidents i menys tènues. En el seu cas, els vídeos s'han convertit en un element fonamental, i cada cop es busca menys pronunciar-se sobre un fet, sinó simplement exposar-lo.

Després de la realització de les quatre entrevistes, ens atrevim a exposar una reflexió extreta de les converses amb els periodistes, que no busca condicionar la lectura de les dades de l'anàlisi presentades més endavant, sinó apuntar una primera idea per a la discussió final.

Pel que ens diuen, caminem cap a un tipus de polèmica cada vegada menys textual, tot i els esforços dels mitjans digitals escrits per adaptar la polèmica a la naturalesa del format. És difícil desenvolupar la polèmica en aquests espais, ja que el contrast d'opinions és complex i difícil d'executar. Per construir la polèmica com a lectors, potser cal un consum de múltiples mitjans, on haguem de llegir els quatre portals digitals per veure les diferents versions. Tot i que els fets puguin interpretar-se des de diferents sensibilitats, pel que ens diuen, és molt difícil que el seu tractament no denoti cert posicionament. En aquest punt, observem la dificultat de construir una metodologia que ens permeti clarament discernir això, ja que en molts casos el posicionament respecte la polèmica és implícit, subtil, o fins i tot conseqüència de donar o no cabuda a un determinat fet en el mitjà. Per això, haurem de limitar-nos a valorar si es posicionen només en aquells casos molt flagrants en què clarament es faci un judici sobre el fet.

Per acabar, apuntem una reflexió de Xavi Ortuño que ens pot orientar en la nostra anàlisi de les peces polèmiques i, alhora, ens pot donar pistes sobre els resultats i les conclusions del treball:

“He començat defensant que gairebé tot és polèmica, però m’adono que gairebé res ho és. Molt poques vegades generem realment una polèmica. Els mitjans digitals estem perdent ser els focus de la polèmica. Les televisions, les xarxes socials... ja són l’espai de la polèmica. Tenim poques armes. Altres formats poden dir ‘Et llegim’. Nosaltres podem recollir les polèmiques, però costa molt més que et segueixin” (ANNEX 2)

3. MARC CONTEXTUAL

Com hem dit, hem escollit els quatre mitjans digitals esportius per estar, tots ells, entre els 15 llocs web més visitats durant la darrera onada de l'any 2016, segons dades de l'EGM. Si tenim en compte únicament mitjans, formen part del Top-12. I, més concretament, parlant de l'àmbit esportiu, són els quatre portals més visitats.

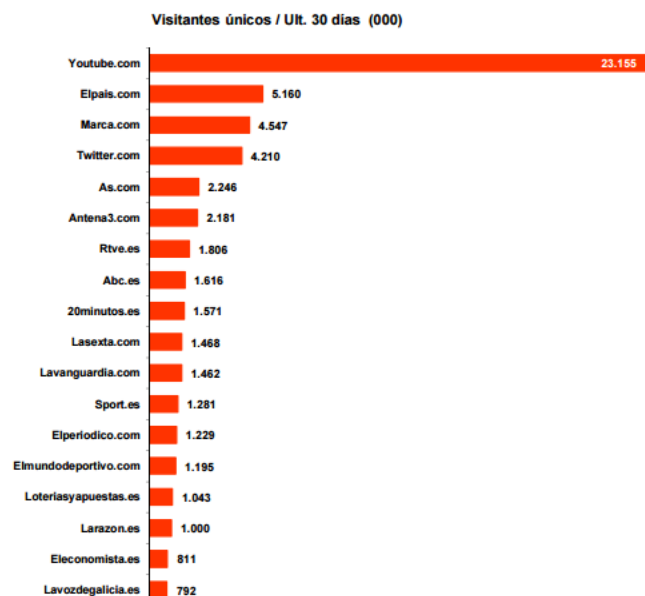


Figura 1. Pàgines d'internet més consultades en la darrera onada del 2016. Font: EGM

En el present apartat buscarem aportar la informació bàsica i necessària sobre cadascun dels quatre mitjans digitals esportius analitzats en el treball amb l'objectiu de conèixer les seves particularitats i advertir aquells possibles condicionants que expliquin els resultats extrets a continuació.

3.1. Marca



Figura 2. Capçalera del portal de marca.com. Font: marca.com

Marca.com apareix com a espai digital del diari esportiu d'àmbit espanyol Marca. Va ser creat l'any 1995, i és la tercera web més visitada a Espanya, amb un total de visites de 4.547.000 usuaris únics a l'estat espanyol. Majoritàriament, es fa un ampli seguiment del futbol com a esport rei a Espanya, tot i que també fan bandera de ser l'espai per a tota la resta d'esports. En la mateixa línia, pretenen identificar-se com el diari per a totes les aficions, una línia editorial que busca integrar la informació de tots els clubs, malgrat prepondera el Reial Madrid. A més del diari en paper, des del 2006 formant part d'Unidad Editorial, Marca també ha comptat amb un canal de televisió, que va deixar d'emetre després de la darrera redistribució de canals de la TDT; i emissora de ràdio, Radio Marca. Això pot tenir incidència en com aborden les peces en els mitjans i com utilitzen el fenomen de la convergència tecnològica. A més, disposen dels drets de la Lliga, per la qual cosa poden emetre vídeos de totes les jugades. Juan Ignacio Gallardo és l'actual director de marca.com, que aposta per tractar les polèmiques a través de la veu d'Andújar Oliver, exàrbitre de Primera Divisió, que jutja, segons el seu criteri, les decisions arbitral que generen certes discrepàncies.

3.2.As



Figura 3. Capçalera del portal d'as.com. Font: as.com

As.com apareix com a espai digital del diari esportiu d'àmbit espanyol As. Va ser creat també l'any 1995, i és la cinquena web més visitada a Espanya, amb un total de visites de 2.246.000 usuaris únics a l'estat espanyol. Com en el cas de marca.com, té en el futbol una de les línies més potents, malgrat també és la web oficial de la NBA a Espanya. Tot i viure algun canvi en la línia del mitjà, especialment en la versió tradicional, as.com té en el Reial Madrid i l'Atlètic de Madrid els seus dos principals focus d'atenció, per la seva condició de mitjà amb seu a Madrid. Alfredo Relaño n'és el director i forma part del grup PRISA, qui edita la versió en paper. Per tant, en aquest cas també forma part d'un grup de comunicació, la qual cosa pot afavorir l'exploació de

diversos materials amb diferents suports. A més, disposa dels drets d'emissió dels resums de la Lliga, per la qual cosa pot integrar-los en el seu portal web.

3.3. Mundo Deportivo



Figura 4. Capçalera del portal de mundodeportivo.com. Font: mundodeportivo.com

Mundodeportivo.com es situa com el catorzè lloc web més visitat a l'estat espanyol, amb un total de 1.195.000 visites diàries. Santi Nolla és l'actual director del diari, també en la seva versió web, que es va llançar l'any 1995, coincidint amb els altres dos mitjans. Malgrat en un primer moment es va utilitzar el domini .es, des de l'any 2009 utilitza el .com, amb una clara mirada global del mitjà. Presenta informació poliesportiva, i amb certa predilecció cap a quatre equips: Barça, Atlètic de Madrid, Reial Societat i Athletic Club. I és que s'edita a Barcelona, Madrid i Biscaia, a més de Guipúscoa, València i Sevilla. Com en els casos anteriors, també forma part d'un grup de comunicació més gran, Godó, que integra altres mitjans, com la televisió 8tv. Tot i aquesta convergència, no té els drets per emetre els resums dels vídeos de la Lliga, i cal veure com aprofita les diverses eines o recursos a disposició.

3.4. Sport



Figura 5. Capçalera del portal de sport.es. Font: sport.es

Sport.es és el mitjà amb la línia editorial més marcada, si més no, amb menys embuts. És el mitjà que s'identifica com la referència del barcelonisme, amb una informació

esportiva dedicada sobretot al soci i aficionat del Barça. Malgrat això, tant en la versió digital, com en el diari en paper del qual es desprèn, Sport, també dóna cabuda a informació esportiva en general. El lloc web irromp en el format definitiu l'any 2000, coincidint amb les eleccions a la presidència del Barça guanyades per Joan Gaspart. No només és, dels quatre, el més tardà, sinó que també és l'únic que manté el domini estatal. Des d'aleshores, s'ha anat consolidant entre els quatre mitjans més importants a casa nostra, situant-se el dotzè amb més visites en l'última onada de 2016 de l'EGM, amb un total de 1.281.000 visites diàries. Forma part del grup Zeta, i Ernest Folch n'és el seu director. En el cas d'sport.es, sí té els drets de la Lliga per incorporar els vídeos en el portal digital. Un dels aspectes a remarcar és que el grup Zeta, com passa en el cas d'altres grups de comunicació, està immers en una profunda crisi, amb pèrdues econòmiques estimades en 7,7 milions d'euros en l'any 2016, segons dades del propi grup. Una situació que ha esclatat aquest 2017, desencadenant la venda d'altres mitjans integrats en el *holding*. La conjuntura econòmica ha provocat una gran agitació en els seus treballadors, que han promogut diverses vagues durant el mes de maig del 2017 en senyal de protesta davant les mesures impulsades per combatre la crisi. De moment, però, el cas continua sense resoldre's de manera satisfactòria, la qual cosa podria fer perillar la pervivència del mitjà digital.

4. METODOLOGIA

Amb la intenció de resoldre el problema identificat i assolir els objectius marcats, hem navegat en les quatre principals capçaleres esportives d'àmbit nacional seleccionades per ser les de major tirada i amb el nombre de visites diàries més alt, com hem explicat en l'anterior apartat –marca.com, as.com mundodeportivo.com i sport.es–, identificant-hi aquelles peces o articles que són susceptibles d'haver estat abordats des d'un plantejament o to polèmic. Com hem dit, el nostre treball és un acostament a la polèmica esportiva: creiem que es pot estudiar i fem un tast per demostrar-ho.

Com especificarem en els propers paràgrafs d'aquest apartat, la recerca de les peces polèmiques a analitzar s'ha dut a terme en sis setmanes –primera i tercera– dels mesos de gener, febrer i març. Per fer-ho, hem hagut de recórrer a l'hemeroteca digital dels diferents mitjans, fent una cerca de les publicacions aparegudes durant el període establert, amb l'objectiu d'incloure totes les peces polèmiques i ajustant-nos al temps determinat, tenint com a primera referència el portal de marca.com, primer mitjà consultat. Així, hem utilitzat una metodologia d'Estadística Descriptiva no correlacional escollida a partir de les orientacions de diversos llibres sobre metodologia i comunicació consultats, que ens han permès acabar modelant una eina basada en un anàlisi quantitatiu que ens facilita ubicar la polèmica i categoritzar-la. Un cop seleccionat el corpus en base a la metodologia posteriorment detallada, s'ha procedit a l'anàlisi de les peces, que s'especificarà a continuació.

D'una banda, cal establir els criteris que serveixin per identificar les peces que entren dins el nostre estudi, en base a una sèrie d'elements detallats a continuació que ens permetran dilucidar sobre la utilització o no del to polèmic en les publicacions. Aquests primers criteris els considerarem variables de selecció de la polèmica, que poden aparèixer o no en la definició pròpia del concepte construïda anteriorment. Per altra banda, caldrà disposar d'una eina que permeti mesurar, un cop seleccionats els articles que entren dins la nostra investigació, el *grau de polemicitat* present en les peces, el que anomenem *Índex de Qualitat de Construcció de la Polèmica*. Aquests elements, que concebem com a variables per mesurar la polèmica de la peça, funcionaran a mode de taxonomia a partir de diferents aspectes a analitzar que mesuraran la polèmica. Així podrem establir, a partir d'un sistema de codificació, si aquesta s'ha explotat millor o

pitjor, segons un criteri propi basat en les aportacions dels experts, les entrevistes als periodistes dels mitjans i la recerca bibliogràfica.

A més, per limitar en quins espais buscar, hem obert un primer paraigües per restringir les temàtiques generals que entren a judici, valorant únicament aquelles peces que abordessin qüestions vinculades directa o indirectament al futbol, per ser l'esport d'elit més tractat en els mitjans digitals esportius i amb major nombre de peces susceptibles de ser polèmiques –per la pròpia lògica de l'esport, com ens explicava Santi Giménez (ANNEX 4)–. Més enllà d'això, analitzar polèmiques futbolístiques pot assentar unes bases vàlides i prou sòlides per a l'estudi d'altres esports.

4.1. Anàlisi de la polèmica

Per identificar les peces i analitzar la polèmica, com hem dit, hem creat dues eines. La primera, funciona a mode de filtre per decidir quines peces entren dins el nostre anàlisi i quines no. Després de la recerca bibliogràfica i les entrevistes amb els professionals de cada mitjà digital analitzat, hem establert tres criteris que ens determinen si un article tracta el fet des d'una perspectiva polèmica. Són el que anomenem variables de selecció, que funcionen com a paraigües per trobar els articles polèmics, malgrat hi ha la possibilitat que deixi fora altres peces que podrien considerar-se polèmiques.

En primer lloc, hem seleccionat aquells articles que, ja sigui en el titular, o en qualsevol altre element de titulació, incorporin la paraula “polèmica” o altres de la mateixa família lèxica derivades del concepte. Com veurem, hi ha mitjans digitals com marca.com que utilitzen una etiqueta clara per identificar ràpidament aquest tipus d'articles, molt més visibles que en altres mitjans que opten per introduir el concepte en el títol de la publicació. En la taula d'anàlisi (ANNEX 6), aquest serà el valor 1 de les variables de selecció. En cas que un contingut –seleccionat per algun dels altres dos criteris– inclogui la paraula “polèmica” o derivades en el cos del text, també s'afegirà en la taula.

En segon lloc, més enllà del llenguatge utilitzat, i en base a les aportacions de la recerca bibliogràfica, també considerarem aquelles peces que parteixin d'altres articles sobre un esdeveniment o fet –cròniques, notícies, entrevistes– que clarament adoptin un rol secundari, donant relleu i tractant una qüestió menor de la informació sobre el fet principal. En aquest sentit, ens hem fixat en les publicacions que s'allunyen d'allò

realment transcendent i informatiu –com podria ser el resultat d’un partit, per exemple–, parlant de temes perifèrics d’un esdeveniment noticiós, que poden fer referència a qüestions que busquen generar una nova peça vinculada a un tractament polèmic. En aquest criteri, i observant un tema recurrent en els mitjans, hi entren totes aquelles peces elaborades a partir de decisions arbitrals que el mitjà entri a jutjar amb articles en el seu portal web, siguin o no errades evidents, així com les reaccions i opinions que funcionin com a complement del que entenem com a “polèmica arbitral”. És el valor 2.

Finalment, la darrera variable per parlar de polèmica són les peces que es fan ressò de declaracions contràries a una opinió determinada, entrant en un debat o discussió entre dues o més parts que apareixen enfrontades en el portal digital esportiu. En aquest tercer cas –valor 3–, poden aparèixer casos desencadenats a les xarxes socials.

4.1.1. Variables de selecció:

1. Incorporen la paraula ‘polèmica’ en el títol o en un espai visible del titular en la pàgina principal
2. Tracten temes sobre decisions arbitrals: temes secundaris que tenen un una crònica d’un esdeveniment o fet la llavor que justifica la nova peça
3. Es fan ressò de declaracions que rebaten decisions, opinions d’altres actors o punts de vista discrepants respecte un fet

Variables de selecció		
“Polèmica”	Arbitral	Declaracions

Taula 2. Variables de selecció de les peces. Font: Pròpia

Els tres valors d’aquesta variable no són excloents. És a dir, pot donar-se el cas que una situació arbitral –valor 2– aparegui en el mitjà en un titular que inclogui la paraula “polèmica” –valor 1–; o que un fet arbitral –valor 2– desencadeni en una polèmica de declaracions –valor 3–, per la qual cosa haurem de marcar els dos espais.

4.1.2. Variables d'identificació:

Com hem dit, i més enllà de les variables de selecció, tenim un seguit de valors que ens serviran per diferenciar cada peça i saber les seves característiques formals, sense entrar a valorar si conté o no un contingut polèmic. És el que considerarem variables d'identificació, que ens facilitaran i agilitzaran l'anàlisi posterior dels resultats.

Variable 1: Fet

En primer lloc, hem categoritzat una primera columna en la taula de variables: Fet, on intentarem trobar la qüestió inicial que ha desencadenat una o diverses peces i que serveix com a paraigües per un o diverses peces.

Variable 2: Peça

L'anterior dóna lloc a la segona variable: Peça, on podrem veure el nombre d'articles sobre un fet. L'objectiu d'aquesta distinció és poder extreure resultats sobre l'abundància de peces que es puguin desencadenar a partir d'un únic fet, la qual cosa intenta evidenciar la magnificació informativa que pot existir com a element assenyalat per diversos autors.

En ambdós casos, establim un sistema de numeració correlatiu sense jerarquitzar, en l'ordre cronològic que anem seleccionant les peces en els diferents portals digitals esportius establerts anteriorment a partir del dia en què s'inicia la tria.

Variable 3: Tema

La tercera variable l'anomenem Tema i va en consonància als tres criteris de selecció anteriorment esmentats. Els diferents valors estan marcats d'acord als temes més abundants que hem pogut veure en una primera exploració de les diverses peces susceptibles de ser polèmiques en els mitjans digitals esportius. Així, en cas que una peça parli d'una decisió arbitral, tindrà valor 1; mentre que si la peça es fa ressò d'un debat públic –a través dels mitjans o les xarxes socials– per part de dos o més actors del

món del futbol, se li adjudicarà el valor 2. Per a la resta, d'opcions, el valor per identificar-les serà 3, sense que això signifiqui un major o menor grau de polèmica en les peces. En aquest sentit, podrem extreure conclusions sobre com es desenvolupa la polèmica i com el tractament del fet pot obligar a generar nous continguts amb formats o temes diferents.

Valors de la variable tema:

1. Arbitral
2. Debat públic
3. Altres

Variable 4: Mitjà

Això dona peu a la quarta variable: Mitjà, amb quatre valors que corresponen a cadascun dels portals digitals esportius esmentats al llarg del treball i que són objecte d'anàlisi. En aquest cas, ens permetrà conèixer quantes peces s'elaboren en cada mitjà respecte els diversos temes que anem veient, i quants mitjans confeccionen peça/es al voltant d'un fet en qüestió, havent-hi casos en què no tots els mitjans decideixin parlar sobre un determinat fet que altres jutgen com a polèmic.

Valors:

1. Marca
2. Mundo Deportivo
3. Sport
4. As

Variable 5: Onada

Com s'ha comentat a l'inici de l'apartat metodològic, per limitar el nostre corpus, hem acotat l'estudi a sis onades per poder fer una recerca més precisa i amb una temporalitat que permet ser més exactes a l'hora d'extreure resultats, sense que aquests estiguin condicionats per les particularitats d'un període més concret. Hem analitzat els articles que daten des de l'inici de gener fins a final de març, considerant la primera i la tercera

setmana de cada mes, comptant la primera sencera –de dilluns a diumenge dins el mes–. D’aquesta manera, podrem veure l’evolució d’una polèmica i si un tema determinat té un seguiment i perdura més o menys en el temps, malgrat en casos en què s’acabi la setmana, les següents peces que puguin continuar hipotèticament des d’un dilluns en endavant, no entraran dins el nostre estudi, ja que no formaran part de l’onada que hem marcat per estudiar les peces.

Valors de la variable onada:

1. Primera setmana de gener
2. Tercera setmana de gener
3. Primera setmana de febrer
4. Tercera setmana de febrer
5. Primera setmana de març
6. Tercera setmana de març

Cal especificar que, en el cas que un fet sigui titllat com a polèmic en un dels mitjans digitals esportius seleccionats –apareix explícitament la paraula “polèmica” o derivades en el titular–, buscarem les peces relacionades amb la qüestió en la resta de mitjans per tal de veure si en ells es consideren polèmiques o no. L’objectiu és evitar deixar fora de l’anàlisi cap peça que sigui susceptible de ser polèmica, prenent com a referència el mitjà en el qual el fet es titlli com a polèmic. En aquest sentit, ens podem trobar amb un seguit de casuístiques que intentem explicar a continuació:

- Hi apareixen, però no es consideren polèmiques;
- Hi apareixen, però no s’ajusten a cap de les nostres variables de selecció de la peça i, per tant, no podem valorar-les com a polèmiques;
- S’aborden des d’un criteri de selecció diferent –per exemple, no apareix la paraula “polèmica” en el titular, sinó que es fan ressò d’unes declaracions que poden o no ser polèmiques relacionades amb el mateix fet–;
- No apareixen en la resta de mitjans i només un fa cobertura del fet.

En la tercera casuística, les inclourem en l’apartat d’annexos i entraran en la taula d’anàlisi de les peces com a susceptibles de ser polèmiques, malgrat puguem acabar determinant que el fet en qüestió no és polèmic –potser ni tan sols en el cas inicial en què un dels mitjans ha titllat el fet de “polèmic” en el seu titular–.

Aquesta metodologia, doncs, més enllà de seleccionar i integrar totes les peces susceptibles de ser polèmiques en l'anàlisi, busca també observar si un fet és considerat polèmic en més d'un mitjà. Això, alhora, ens permet comparar com s'ha construït i desenvolupat la polèmica en cadascun dels mitjans, i si existeixen diferències o no en quant al plantejament que en fa cada mitjà.

Variables d'identificació					
Fet	Peça	Titular	Tema	Mitjà	Onada

Taula 3. Variables d'identificació. Font: Pròpia

4.1.3. Variables per mesurar la polèmica

Un cop definit com triem les peces i com les seleccionem, sense cap jerarquia que serveixi per mesurar la polèmica, hem d'entrar a valorar el seu contingut. Per això, utilitzarem la segona eina, que busca justament mesurar allò que hem anomenat com el *grau de polemicitat* o l'*IQCP* present en l'article i la qualitat de la polèmica, que es desprèn directament de l'avaluació d'aquestes variables amb un seguit de valors que ho determinin. És el que anomenem variables per mesurar la polèmica, amb una fitxa de codificació que ens servirà per mesurar la polèmica i establir si el tractament de la peça segueix en major o menor mesura els criteris que hem considerat necessaris per construir amb qualitat un contingut polèmic. Cadascun dels valors suposarà un pes proporcional en la balança, segons les conclusions extretes en el marc teòric.

Aquesta eina (ANNEX 6) sobretot s'orienta a un anàlisi de llenguatge i la terminologia emprada per abordar el fet, utilitzant les aportacions teòriques anteriorment esmentades. Però també en quant al contingut formal, amb la presència o no d'un seguit d'elements que dotin la peça de major polèmica.

En cas que els valors –respostes a la variable– siguin ‘Sí’ o ‘No’, a la resposta positiva se li atorgarà el valor 2, mentre a la negativa se li adjudicarà valor 1, com quedarà justificat a continuació. D'aquesta manera, per seguir amb l'objectiu d'establir l'*Índex de Qualitat de Construcció de la Polèmica* de la peça, podrem sumar els valors extrets de cada variable i aquells amb la suma més alta seran els articles amb un component o to polèmic més alt o accentuat pel mitjà. Aquestes són les variables per mesurar-la:

Variable 6: Punts de vista

Valors:

1. No és interpretable des de diferents punts de vista
2. És interpretable des de diferents punts de vista

Seguint les aportacions teòriques, la primera variable que establim per mesurar si un fet és polèmic és el que anomenem “punts de vista”. En aquesta variable jutgem si el fet és interpretable des de més d’un punt de vista o no. En cas que es tracti de polèmiques basades en declaracions o un debat públic, posarem el focus en el fet inicial, valorant que sigui interpretable o no des de diferents punts de vista, i no sobre si les declaracions o opinions manifestades tenen interpretacions plurals o diferents de l’exposada.

En aquest sentit, ens podem trobar amb un seguit de casuístiques que intentem explicar a continuació:

- Que les diferents visions del fet apareguin en la mateixa peça;
- Que existeixi més d’una peça en el mitjà per presentar les diferents visions del fet o les opinions discrepants al voltant del fet;
- Que haguem de mirar en algun dels altres quatre mitjans per veure que existeix un punt de vista diferent respecte el fet;
- Jutjar segons el nostre propi criteri si existeix la possibilitat d’opinar diferent respecte el fet.

En el cas de decisions arbitrals, malgrat pugui ser evident l’error comès pel col·legiat, la seva interpretació –equivocada o no– servirà per justificar que el fet és interpretable des de diferents punts de vista.

Variable 7: “És polèmica?”

La variable 6, ahora, dona peu a la setena i serveix per determinar si un fet és o no polèmic. Com hem especificat al llarg del treball i en la nostra definició pròpia de la polèmica, sense la possibilitat d’adoptar diferents punts de vista sobre un fet no pot existir la polèmica, però sí desenvolupar-se en el mitjà. És a dir, existeixen fets que, malgrat no ser interpretables des de diferents punts de vista –variable 6.1–, poden tenir

presència en el mitjà digital esportiu. Això, doncs, no exclou la possibilitat que un fet s'abordi des d'una voluntat de generar polèmica, malgrat el fet en sí no tingui matisos polèmics, com veurem amb l'exposició de diferents casos en el proper apartat.

Així, es pot donar el cas que, tot i aparèixer la paraula “polèmica” en el titular o ajustar-se a algun dels criteris que hem marcat per seleccionar les peces, alguna d'elles no tingui fonament polèmic segons allò que hem definit i, per tant, no se'n valorarà cap de les següents variables –no és polèmic–. En una segona conjuntura, poden existir peces que, sense tractar directament temes interpretables des de diferents punts de vista, serveixin com a article per a fer soroll i augmentar el contingut relacionat amb un determinat fet polèmic inicial anterior. Aquests casos, s'inclouran en la taula d'anàlisi i s'especificaran com a articles generadors de polèmica, malgrat la variable 6 pugui tenir valor 1. En el mateix sentit, tot i que un fet pot desencadenar opinions posteriors que signifiquin un posicionament respecte el fet, no són, en essència, una exposició del fet inicial, ja que no valoren l'acció en sí, sinó que exposen una reacció respecte d'ells. Per això, aquells articles que tinguin justament aquesta missió de mostrar una reacció o que funcionin a mode de debat sobre el fet inicial, seran considerats també generadors de polèmica i amplificadors del debat.

Valors variable “polèmica”:

0: No és polèmic. En aquest cas, no s'analitzaran la resta de variables.

- És una especulació sobre un fet incert que pot esdevenir en un futur;
- No hi ha cap fet per a ser jutjat;
- El fet no es pot jutjar, simplement s'ha produït però no té interpretacions possibles i no funciona com a polèmica per falta d'ingredients.

1: Generador de polèmica. Serveix per augmentar la polèmica sobre un fet inicial. En aquest cas, ho diferenciem de les peces eminentment polèmiques en funció de si la opinió sobre un determinat fet és exposat directament per un professional del mitjà o és un tercer, algú directament implicat qui exposa una opinió de la qual el mitjà se'n fa ressò. En aquest segon cas, no considerarem el fet polèmic, sinó generador de la polèmica, ja que no es tracta estrictament el fet inicial, sinó que el portal digital es fa ressò d'una manifestació aliena al mitjà.

2: És polèmic en sí mateix perquè exposa el fet inicial –en faci o no una valoració–.

Variable 8: Posicionament

Valors:

1. No es posiciona; només exposa el fet.
2. Es posiciona clarament respecte el fet.

Les aportacions teòriques ens fan pensar que el posicionament respecte un fet suposa un factor decisiu per parlar de polèmica i, per tant, exposar clarament la opinió té valor 2. En aquest cas, incorporarem a la taula la paraula o expressió que denoti aquest posicionament. Quan parlem de prendre una postura clara i evident, considerarem el posicionament del mitjà –en la veu de qualsevol dels seus professionals–, mai en el cas que simplement es tracti d’una exposició de les declaracions d’algun actor directament involucrat en el fet, tot i que d’elles es desprengui un decantament clar i una opinió cap a una determinada postura. Per tant, en temes arbitrals, per exemple, es valorarà que el mitjà doni explícitament la seva visió del fet, però no en cas que utilitzi les paraules i manifestacions d’un tercer actor directa o indirectament involucrat però extern al mitjà que faci unes declaracions al voltant del fet mostrant el seu punt de vista.

Variable 9: Confrontació

Malgrat la dificultat de mesurar a nivell textual aquest component en un text, existeixen elements que denoten implícitament el caràcter opositor d’unes paraules: signes d’exclamació, paraules altisonants, ús de terminologia bèl·lica, etc., que van molt associats al que podríem considerar com l’agressivitat o grau de confrontació en el llenguatge. Elements que ens permetin posar en la balança de l’anàlisi de les peces el matís etimològic de la paraula “polèmica” –pertanyent a la guerra–, quelcom que hem jutjat com a necessari en el desenvolupament de la polèmica.

Valors:

1. No.
2. Sí.

En cas que el valor sigui 2, incorporarem a la taula la paraula o expressió que denoti aquest to agressiu o confrontador present en el contingut textual.

Variable 10: Genera altres peces

Valors:

1. No.
2. Sí.

Seguint amb els elements que defineixen la polèmica, hem de valorar si un tema genera diverses peces. Una de les característiques que hem atribuït a la polèmica gràcies a les aportacions dels autors és que el fet busca generar una gran bombolla i gran seguiment amb diversos articles que parlin sobre ell. Per mesurar aquesta magnificació informativa, cal identificar si un tema té diverses peces o no, malgrat pot donar-se el cas que no es relacionin entre elles en el mitjà a través de l'hipertext.

Variable 11: Hipertext

Valors:

1. No té enllaços.
2. Té enllaços dins l'article.

Lligat a la variable anterior, més enllà de si un tema té més d'una peça o no, cal veure si aquestes peces es relacionen entre elles gràcies a l'hipertext, característica que hem considerat important de la polèmica pròpia del periodisme digital. En cas que l'article contingui enllaços que retroalimentin la peça, serà un factor a favor en la balança per mesurar el *grau de polemicitat*. En aquesta variable, només valorarem aquells *links* que s'incloguin directament en el text, i no en altres espais de la pàgina externs al text, com podria ser un “també t'interessa” o “també és notícia”.

Variable 12: Comentaris oberts

Valors:

1. No dona la possibilitat de comentar la peça.
2. Dona la possibilitat de comentar la peça.

En la línia de l'anterior variable, però aplicat a l'interactivitat, cal tenir present una altra característica pròpia del periodisme digital. El fet que incorpori la possibilitat de comentar l'article serà un punt a favor en la balança per dictaminar que un fet s'ha abordat des d'una polèmica de qualitat –té un alt *grau de polemicitat*–. Si cal registrar-se o connectar-se a algun servidor per poder escriure un comentari, donarem valor 1 per les dificultats de comentar, que tira enrere molts usuaris a participar del debat i, a més, pot influir en la rapidesa amb la que es fomenta la polèmica si es dilata la seva publicació. En aquesta variable, es probable que un cop realitzat l'anàlisi de les diferents peces, ens adonem que el mitjà sempre opta per una o altra opció, donat que el format o les característiques de l'eina de publicació solen ser sempre les mateixes. Tot i així, el portal digital esportiu pot optar per altres espais per generar aquest debat, com podrien ser les xarxes socials, on presentar la notícia i fer seguiment dels comentaris dels usuaris. És quelcom que no entrarem a analitzar. Amb tot, i com apuntarem a l'apartat de Discussió, creiem que aquesta qüestió alimenta la idea que seria interessant estudiar com els mitjans generen i alimenten la polèmica a les xarxes socials, sovint amb una clara intenció de generar tràfic cap a la *homepage*.

Variable 13: S'acompanya d'elements gràfics

Valors:

0. Cap.
1. Un únic element: foto, *tuit* o vídeo
2. Dos o més elements: foto i *tuit*; foto i vídeo; *tuit* i vídeo; o foto, *tuit* i vídeo.

Finalment, la variable 13 buscarà mesurar el component de la multimedialitat, tercer factor identificat com a clau per entendre la polèmica actual en els mitjans digitals. En cas que l'article, jutjat com a polèmic, inclogui elements multimèdia, sumarà punts en aquesta taxonomia de la polèmica que hem construït. L'ús d'una imatge, un *tuit* o un vídeo directament relacionat amb el fet en qüestió, té valor 1, ja que ho considerem un element gràfic relativament senzill d'afegir a la peça i de característiques visuals similars; mentre que si apareix més d'un element gràfic –relacionats clarament amb el fet tractat–, el valor serà 2, ja que la riquesa del material present en l'article és superior.

Quant més alt el valor, més pes en la balança i, en conseqüència, més ben desenvolupada la polèmica i major qualitat en el tractament, en el que hem catalogat *Índex de Qualitat de Construcció de la Polèmica*.

Variables per mesurar la polèmica							
Punts de vista	És polèmic?	Posicionament	Confrontació	Altres peces	Hipertext	Comentaris	Elements gràfics

Taula 4. Variables per mesurar la polèmica. Font: Pròpia

Amb aquest seguit de variables que conformen la nostra eina d'anàlisi a mode de taxonomia de la polèmica, i la suma dels diferents valors de la taula, buscarem respondre a la qüestió:

1. Quin *índex de qualitat de construcció de la polèmica* té?

L'escala del grau de qualitat en la construcció de la polèmica va de 6 a 14, considerant 6 el valor mínim per entrar a considerar un article com a polèmic o com a generador de polèmica; i sent 14 el valor màxim a assolir per una peça en cas de complir tots els criteris establerts. En cas que l'*IQCP* sigui alt, voldrà dir que el tractament de la polèmica és de qualitat; mentre que quan el valor sigui baix, voldrà dir que no s'ha desenvolupat o explotat bé el component polèmic del fet.

4.2. Entrevistes als periodistes

Pel que fa a les entrevistes als periodistes dels mitjans, ja presentades en l'apartat del marc teòric com a noves aportacions rellevants, cal especificar que han estat preguntats per les mateixes qüestions, elements que hem identificat en la fase exploratòria i que hem posat a judici per part dels professionals del periodisme digital esportiu. Pere Soler (2011) defineix les entrevistes en profunditat com trobaments cara a cara entre l'investigador i els informants, dirigits a una comprensió de les perspectives que tenen els informants respecte la seva vida, experiències o situacions. Un format que busca extreure una informació similar en els quatre casos, on es pugui exposar la visió de cadascú respecte uns temes concrets. Així, les entrevistes s'han realitzat durant el període d'anàlisi de peces, buscant respondre, a la pràctica, com és la polèmica en els mitjans digitals esportius que hem analitzat en l'anàlisi.

D'aquesta manera, es reforça la voluntat de presentar la polèmica als mitjans en la seva globalitat i des de diferents perspectives. El treball suposa una radiografia completa que integra des del diferents angles l'estat de la polèmica, tant des del punt de vista teòric, com des del punt de vista pràctic, com la visió que en tenen els mateixos professionals que s'encarreguen de realitzar les peces.

Un cop realitzades les entrevistes i exposades les aportacions que considerem més rellevants en el marc teòric del present treball, en l'apartat de discussió i conclusions s'utilitzaran les seves reflexions sobre la polèmica als mitjans digitals. Després de l'extracció dels resultats en la investigació de camp, esperem relacionar-ho amb allò que anem observant de l'anàlisi, a més de respondre a les preguntes de la investigació per resoldre els diferents problemes marcats. En aquest sentit, l'exposició de les respostes s'ha presentat a partir dels diferents temes sobre els quals han estat preguntats, com ja ha quedat evidenciat en l'apartat anterior (2.3).

4.3. Planificació de les entrevistes a potencials usuaris

Per continuar construint una metodologia que ens permeti verificar o veure a la pràctica les aportacions teòriques apuntades durant la recerca bibliogràfica de materials, el darrer element que hem de posar sobre la taula és el de la controvèrsia, idea que hem apuntat com a clau en la polèmica i que hem introduït en la definició pròpia del concepte. Així doncs, caldrà confeccionar un procediment que ens permeti emprendre aquesta voluntat.

Per fer-ho, cal posar el focus en els potencials usuaris que puguin valorar la polèmica. Un cop desglossats els resultats de l'anàlisi de les peces seleccionades, procedirem a realitzar entrevistes obertes, amb un guió obert de temes a abordar que l'entrevistador anirà responent i desenvolupant una conversa individual i pròpia que pretén advertir possibles problemes a l'hora d'interpretar la polèmica en els mitjans digitals esportius.

Les entrevistes (ANNEX 7), doncs, s'han realitzat a cinc persones seleccionades en funció de diferents criteris que posteriorment especifiquem. Més enllà del sexe i l'edat, també hem considerat necessari integrar els testimonis tant d'usuaris habituals, de persones que no són lectors dels mitjans digitals, com de lectors de premsa escrita però no digital. D'aquesta manera, podíem englobar més casos i considerar situacions i conjuntures més variades, que permetin un coneixement més heterogeni de les situacions en què es troben els potencials usuaris dels mitjans digitals.

Cinc persones parlant sobre algunes de les peces que formen part de l'anàlisi, explicant la reacció que els genera, a més de la visió que tenen sobre la polèmica i la possible relació amb els mitjans. L'objectiu és acabar construint una enquesta que tingui en consideració les aportacions d'aquests potencials usuaris parlant de la polèmica, amb conceptes que busquen ajustar-se al màxim als raonaments i la mirada que tenen aquests entrevistats. Així, busquem desmarcar-nos dels condicionants i apriorismes que tenim un cop arribats a aquest punt, per tal d'elaborar una enquesta el més acurada possible.

Perfil dels usuaris:

- Noi entre 18 i 30 anys
- Noia entre 18 i 30 anys
- Home entre 30 i 50 anys
- Dona entre 30 i 50 anys
- Home o dona de més de 50 anys

D'aquesta manera, encara que es tracti d'una mostra molt petita i segurament amb la possibilitat de ser molt més precisa, podrem basar-nos en idees diverses i punts de vista plurals a l'hora de concebre i entendre la polèmica, no només en quant a la seva identificació, sinó també en quant a la construcció d'un discurs, ús d'un llenguatge i vocabulari que ha de ser apreciat abans d'elaborar una enquesta destinada a un *target* més ampli. En definitiva, evitem crear unes preguntes poc entenedores per a un cert col·lectiu, i únicament basades en la nostra visió personal de la polèmica o les aportacions d'investigadors apuntades després de la recerca bibliogràfica. La idea és també veure si això resulta efectiu metodològicament per a aquest treball i sotmetre-ho a consideració per mirar de disposar més endavant d'una eina més robusta, qüestió que també s'abordarà en la discussió de la present recerca. Com hem dit, l'impacte o els efectes que provoquen les peces polèmiques no és un aspecte que s'expliqui suficientment en el nostre treball, però sí s'introdueix com a factor interessant per a analitzar en futurs treballs de recerca.

4.4. Elaboració de l'enquesta

Un cop inclosa la visió dels diferents entrevistats, construirem l'enquesta que ha de determinar el darrer element a judici en aquest treball: la controvèrsia. Amb l'objectiu de provar la validesa de les preguntes, procedirem a realitzar enquestes amb les tres peces més paradigmàtiques de l'estudi –la valorada com a més polèmica, com a menys, i una que hem considerat com a ‘no polèmica’ (“*No habría nevera para Aytekin*”)–, a més d'una altra intermèdia que servirà de control, per calibrar millor la versemblança de les respostes (“*Monumental lío con la sede de la final de la Copa*”). Categories atribuïdes a cada peça que seran presentades en l'apartat d'investigació de camp i que justificaran la nostra tria per a formar part de l'enquesta. En base a les respostes obtingudes, d'una banda, podrem observar si els resultats extrets a partir de les variables d'anàlisi són més o menys fidels al que interpreten els potencials usuaris enquestats. D'altra banda, podrem valorar si la nostra tasca com a investigadors és bona i els elements establerts per parlar de polèmica són correctes, ja que són els que ens serveixen per extreure uns resultats respecte cada article. En aquest darrer cas, utilitzant els resultats per posar el focus en la controvèrsia generada pels articles.

L'enquesta es penjarà en dos grups de Facebook. El primer, format clarament per membres de l'àmbit futbolístic, i l'altra del món acadèmic-periodístic. La distinció pot servir per extreure conclusions sobre com incideix la familiaritat amb l'esport, o no, en la percepció de la polèmica en continguts publicats en els mitjans digitals esportius. A més, però, per no esbiaixar els resultats, inclourem dues preguntes prèvies per determinar aspectes que, després de les entrevistes amb els potencials usuaris, considerem necessàries d'incorporar. Unes converses que també ens han permès presentar unes preguntes en l'enquesta que especifiquin clarament què es busca amb les respostes, i evitar així una interpretació errònia del que s'ha de contestar.

Com diem, l'objectiu d'aquesta prova no és extreure conclusions definitives, sinó demostrar que es pot estudiar l'impacte que generen les peces polèmiques. En aquest sentit, cal recordar que el nostre treball és un acostament a la polèmica esportiva. Pretenem fer un tast per demostrar que es pot estudiar. Per això, d'una manera molt primària, s'ha confeccionat la següent eina de mesura que, com hem dit, intenta també tenir presents les aportacions extretes dels potencials usuaris:

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? De quin equip ets?

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3 –essent 0 el menys controvertit i 3 el que més busca generar controvèrsia–:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 0 ____ 1 ____ 2 ____ 3 ____

Controvèrsia? 0 ____ 1 ____ 2 ____ 3 ____

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 0 ____ 1 ____ 2 ____ 3 ____

Controvèrsia? 0 ____ 1 ____ 2 ____ 3 ____

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 0 ____ 1 ____ 2 ____ 3 ____

Controvèrsia? 0 ____ 1 ____ 2 ____ 3 ____

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 0 ____ 1 ____ 2 ____ 3 ____

Controvèrsia? 0 ____ 1 ____ 2 ____ 3 ____

L'enquesta inclou les peces que, en base als resultats de la investigació de camp – detallats posteriorment –, són més significatives: la més polèmica, menys polèmica, no polèmica i peça intermèdia de control. Així, la valoració dels enquestats és en una escala de 0 a 3, com ja s'ha especificat en el paràgraf anterior. La segona variable a valorar és la controvèrsia, sent 0 aquell article considerat gens controvertit i 3 el que la provoca el màxim. Incloure les dues variables permet observar incipientment si la nostra metodologia d'anàlisi dels mitjans és bona. Però també reforça la credibilitat dels resultats que puguem extreure, ja que les dues variables van de la mà i, per tant, la relació entre els resultats pot guiar les conclusions.

5. INVESTIGACIÓ DE CAMP

Un cop realitzats les pertinents anàlisis en base a la metodologia explicada anteriorment, procedim a exposar els resultats extrets del nostre endinsament en els mitjans digitals esportius seleccionats, i que apareixen en l'ANNEX 6 del present treball.

Hi ha un total de 143 peces identificades al llarg de les sis setmanes en base als tres criteris establerts de selecció. Els 143 articles tracten sobre 30 fets inicials que serveixen de paraigües de diverses peces. És a dir, en general, els fets tenen seguiment en diverses peces en el mitjà, sent únicament 9 els articles que no podem associar o vincular a altres peces. Per tal de presentar els resultats, exposarem les dades extretes per cada variable, i, després, posarem el focus en fets particulars i els mitjans.

5.1. Distribució de les peces per mitjans

En el següent gràfic podem veure de quin mitjà provenen cadascuna de les peces seleccionades com a polèmiques. Amb aquesta diferenciació, podem tenir indicis sobre si un mitjà aposta més o menys pel tractament de continguts polèmics, però també ens dóna pistes sobre si els fets polèmics s'exploten més o menys, amb la creació d'un nombre més o menys gran de peces en cada portal digital esportiu.

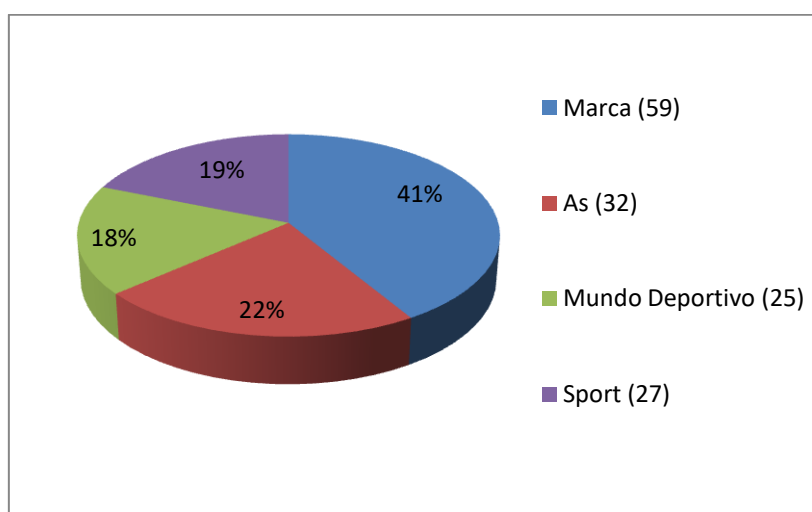


Figura 6. Nombre de peces per cada mitjà. Font: Pròpia

marca.com	as.com	mundodeportivo.com	sport.es
59	32	25	27

Podem veure com marca.com és el mitjà digital dels analitzats que més peces polèmiques elabora, tot i que cal posar-hi dos asteriscs. D'una banda, és l'únic dels quatre que aposta clarament per presentar el contingut polèmic sota l'etiqueta “*La polèmica según Andújar Oliver*”. D'aquesta manera, en els criteris de selecció de les peces, totes les que parlaven sobre decisions arbitrals entraven a l'estudi i això amplia el nombre de peces. A més, en el mitjà opten per presentar totes les jugades mínimament controvertides o dubtoses, algunes amb molt poca base o molt poc interpretables. Fins i tot aquelles que l'àrbitre ha xiulat correctament s'aborden per confirmar que la opinió de l'exàrbitre és la mateixa que la presa per l'àrbitre del partit. Un plantejament que també fa créixer el nombre d'articles a la taula d'anàlisi. El segon asterisc és que la xifra total queda molt inflada només amb un únic fet: la remuntada del Barça contra el PSG. Arran d'aquest cas, el mitjà destina un total de 10 articles vinculats a la polèmica, per la qual cosa les dades s'inflen en valors absoluts. Clarament, doncs, és la que fa un desplegament més clar per tractar la polèmica, malgrat això no vol dir que sigui qui millor l'explota o potencia, com més tard veurem en els resultats extrets de cada mitjà.

5.2. Resultats de les variables de selecció

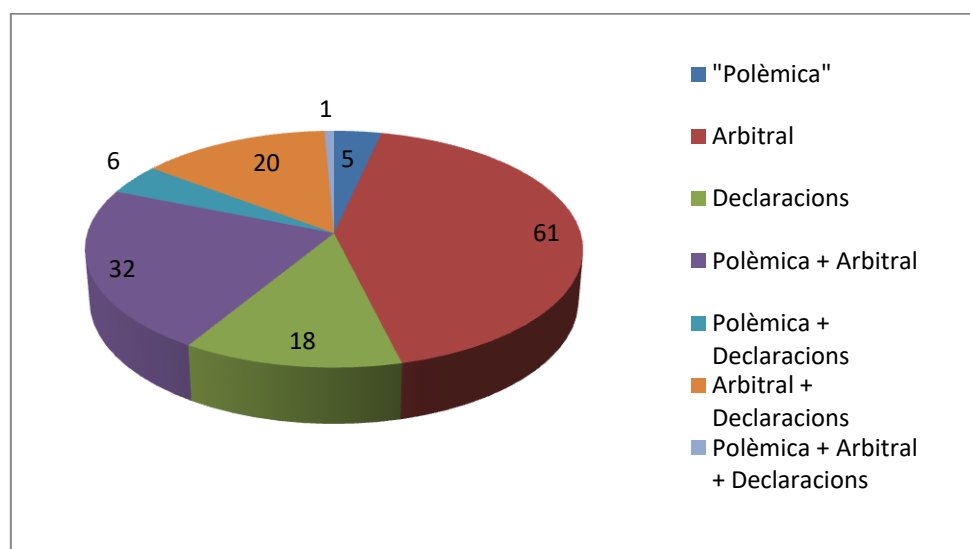


Figura 7. Variables de selecció de les peces. Font: Pròpia

"Polèmica"	Arbitral	Declaracions	P + A	P + D	A + D	P + A + D
5	61	18	32	6	20	1

En aquest gràfic podem veure l'origen de cada peça, és a dir, per quin criteri l'hem integrat en la nostra anàlisi. Cal especificar que en aquesta primera taula apareixen totes les combinacions, que són unes xifres que estan condicionades pel fet que alguns articles presenten més d'un criteri de selecció. Per això surten xifres més altes que el nombre total de peces analitzades. Si les classifiquem en els tres blocs inicials – polèmica, arbitral o declaracions–, ens adonem que 44 hi entren per contenir la paraula “polèmica” –39 de les quals acompanyades per un altre criteri–; 114 tenen un rerefons arbitral –malgrat també poden coincidir altres criteris de selecció–; i 45 són peces que tenen cabuda per tractar-se de declaracions discrepants.

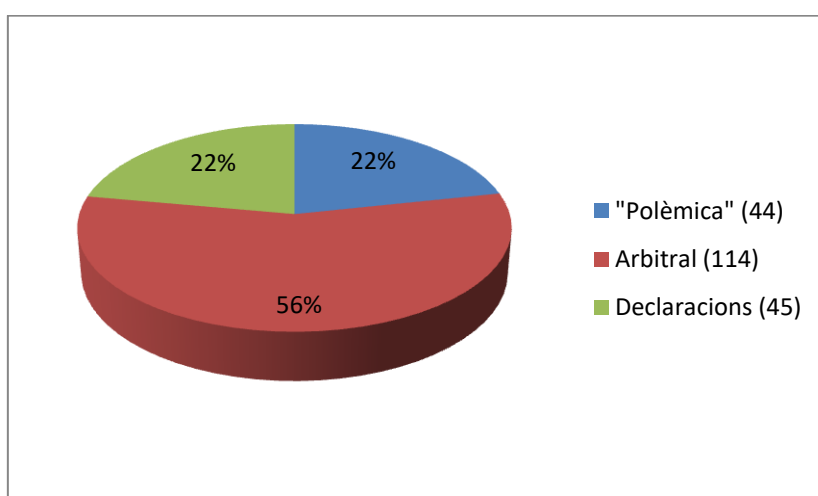


Figura 8. Origen de les peces. Font: Pròpia

"Polèmica"	Arbitral	Declaracions
44	114	45

La majoria de fets tenen origen arbitral, i alguns mitjans opten per reforçar aquest contingut que considerem polèmic amb l'ús de la paraula “polèmica”, que pot servir per remarcar i accentuar aquesta voluntat de generar debat amb l'article en qüestió. Alhora, el mateix passa amb altres combinacions, com en “polèmiques de declaracions”, que presenten dos criteris per a seleccionar la peça com a polèmica o, si més no, susceptible de ser-ho. Una d'elles, titulada “¡Qué vergüenza por Dios!” i publicada a marca.com durant la primera onada, s'ha inclòs perquè presenta els tres criteris: tracta un tema arbitral, és una declaració discrepant i en el text, utilitza la paraula “polèmica”.

5.3. Resultats de les variables d'identificació

Resultats de les variables 'Fet' i 'Peça'

Deixant de banda els criteris de selecció, exposem els resultats de les variables d'identificació més rellevants, aquelles que ens han servit per codificar els resultats extrets, però no per jerarquitzar el pes de les peces en quant al seu *grau de polemicitat* o la qualitat de construcció de la polèmica.

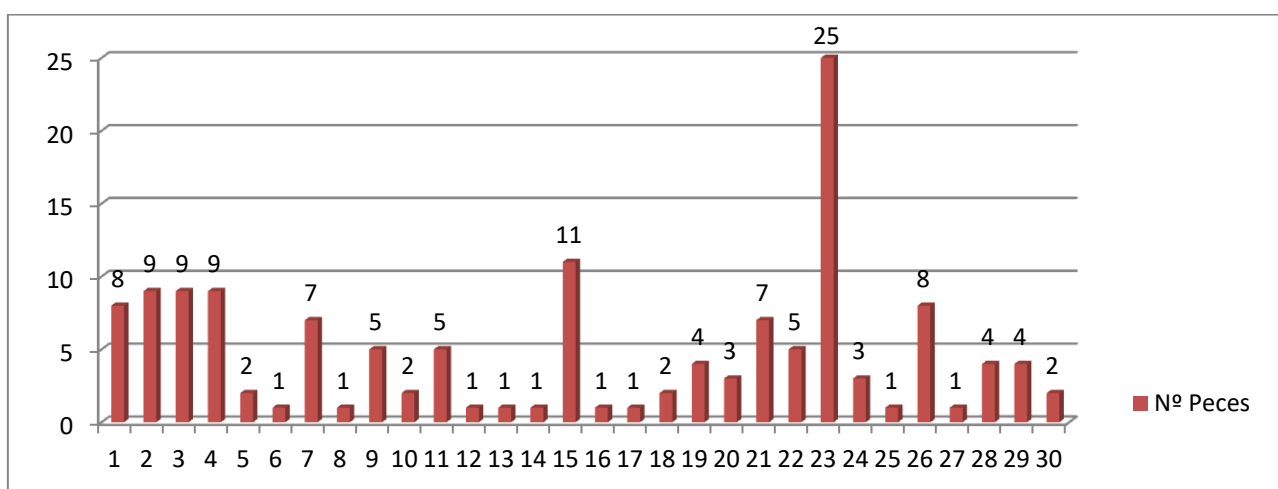


Figura 9. Relació entre fets i peces. Font: Pròpia

Com veiem, la majoria de fets –tret de 9– tenen més d'una peça al voltant del que podríem considerar com a fet inicial. Això vol dir que es compleix una de les idees que hem extret sobre la polèmica, i és que cada fet intenta crear contingut en massa per tal d'abordar la polèmica des de diferents angles, com després veurem en els resultats de les variables 10 –altres peces– i 11 –hipertext–. En aquest sentit, crida l'atenció un fet en especial, que acumula una producció de 25 peces. Es tracta de la remuntada del Barça en el partit de Champions contra el PSG –fet 23–, el que podríem considerar com a fet inicial que desencadena un seguit d'articles relacionats amb ell i que acaben configurant una polèmica de fins a 25 articles. Més endavant entrarem a analitzar aquest cas detalladament, tot i que ja podem endevinar que es tracta d'un fet paradigmàtic de com explotar la polèmica o, si més no, generar-la.

Resultats de la variable 'Tema'

En base a les opinions dels entrevistats, que diferenciaven entre un tipus de polèmica arbitral i una que es fa més ressò de debats o creuament de declaracions –ja sigui en els propis mitjans o en xarxes socials–, extraïem els resultats que ens adverteixen les temàtiques més habituals de les polèmiques. Establíem tres possibilitats: debat, quan tingués a veure amb qüestions que tenen a veure amb declaracions que fan bullir l'olla; arbitral, quan la peça tracta una polèmica relacionada amb una decisió de l'àrbitre; i altres, per a aquelles que no poguéssim incloure en cap de les dues etiquetes anteriors.

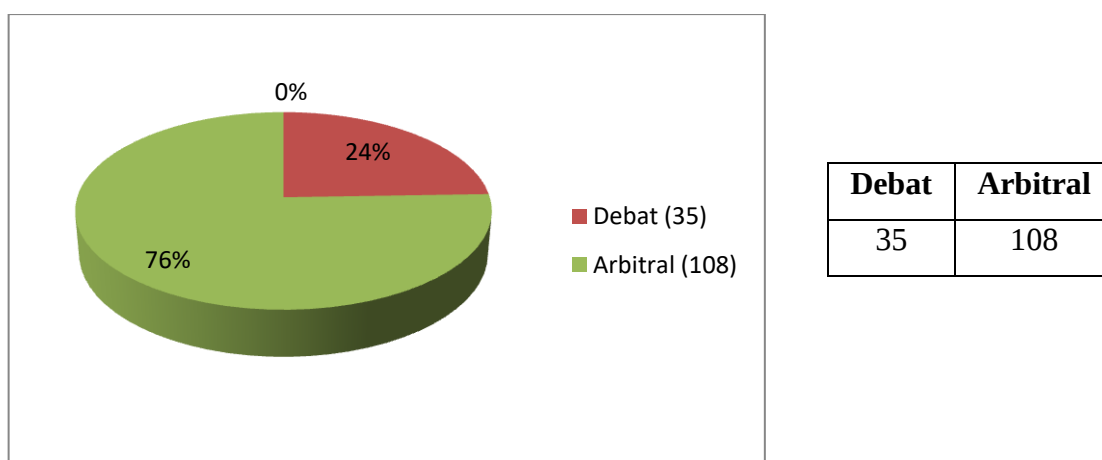
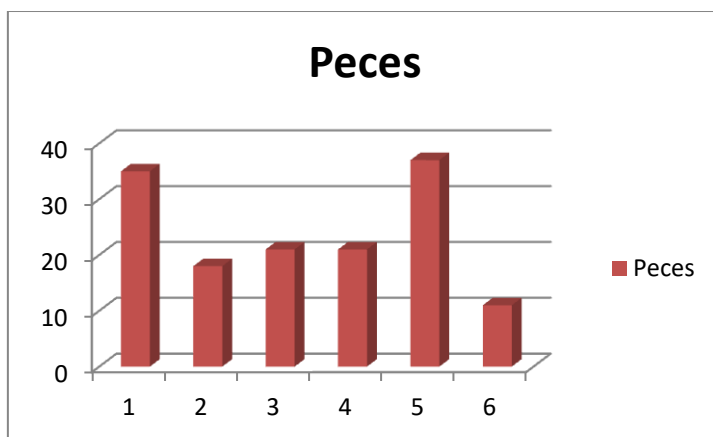


Figura 10. Tema de la peça. Font: Pròpia

En primer lloc, totes les peces han pogut ser incloses en una de les dues etiquetes, sense que haguem hagut d'incorporar-ne una nova categoria o etiqueta en "Altres". Com veiem, i en la línia del que apuntaven els criteris de selecció de les peces, la majoria d'aquestes tenen temàtiques arbitral. En aquest sentit, cal especificar que en aquells debats de temàtica arbitral o amb origen en una decisió arbitral, els hem atribuït l'etiqueta "arbitral", per tenir els seus orígens en un fet que té a veure amb el col·legiat. Així, en el cas dels articles dins la categoria "debat", destaquen, en la seva majoria, polèmiques desencadenades en les xarxes socials, que tenen a veure amb *tuits*, declaracions o comentaris en aquest escenari que fan el salt al mitjà de comunicació digital i que acaben tenint una àmplia cobertura, permetent la possibilitat de fer-ne un seguiment en cas que l'intercanvi de missatges es produeixi en públic.

Resultats segons l'onada

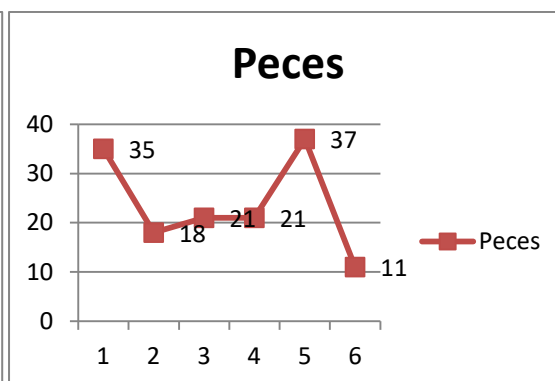
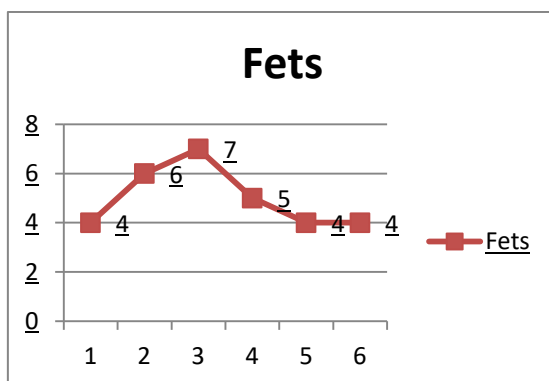
En aquest gràfic observem el nombre de peces que es produeixen en cadascuna de les sis onades.



Onada	Peces	Fets
1	35	4
2	18	6
3	21	7
4	21	5
5	37	4
6	11	4

Figura 11. Peces per cada onada. Font: Pròpia

Amb les mateixes dades, si busquem l'evolució, i comparar el nombre de peces amb el nombre de fets tractats en cada onada, ens adonarem de dues coses:



Figures 12 i 13. Evolució dels fets i les peces en els mitjans segons cada onada. Font: Pròpia

D'una banda, en la 5^a onada, hi ha un espectacular pic de peces. Això és degut a que data de la remuntada del Barça contra el PSG, un tema especialment explotat com ja hem vist en els resultats d'altres variables, que condicionen la nostra mirada de les dades. Tot i aquest auge en el tractament de peces considerades polèmiques, el nombre de fets en aquest període (4) no adverteix cap fenomen especialment estrany, sinó una clara voluntat d'explotar un determinat fet i dotar-lo de molt contingut.

En segon lloc, la darrera onada està condicionada perquè no hi ha lliga. És l'anomenada 'aturada per seleccions', on les peces polèmiques són més minses (11). En aquest sentit, els mitjans aposten per tractar temes relacionats amb especulacions del mercat de fitxatges, o posar el focus en altres esports com la Fórmula 1, que guanya protagonisme durant aquesta darrera setmana d'anàlisi.

5.4. Resultats de les variables de mesura de la polèmica

A continuació, entrem a exposar els resultats extrets de l'anàlisi per conèixer l'*Índex de Qualitat de Construcció de la Polèmica* de les peces seleccionades, amb un seguit de variables que es presenten a continuació. Les primeres fan referència a qüestions relacionades amb l'ús del llenguatge i l'estructura del discurs, mentre les darreres posen el focus en els elements més visuals i el format en el qual se'ns presenta la polèmica.

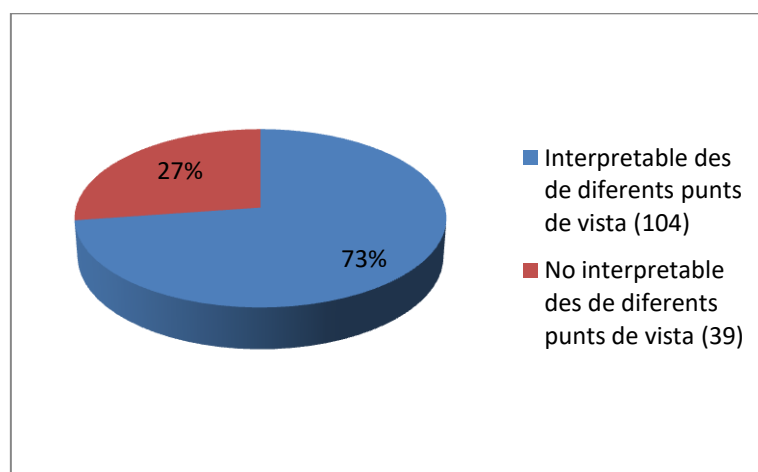


Figura 14. Punts de vista. Font: Pròpia

Variable 6: Punts de vista	
Interpretable des de diferents punts de vista	104 peces
No interpretable des de diferents punts de vista	39 peces

En primer lloc, observem com la majoria de les peces seleccionades són interpretables des de diferents punts de vista, tenint presents els criteris i les diverses casuístiques exposades en l'apartat metodològic. Això, d'una banda, ens indica que els criteris de selecció establerts són relativament precisos, ja que han exclòs bona part dels articles no

polèmics. Per altra banda, indica que partim d'un gran nombre de peces que són polèmiques, ja que hem advertit aquesta primera variable per mesurar la polèmica com el primer paraigües necessari per jutjar si un fet és o no polèmic. Cal, però, veure què passa amb la resta.

En segon lloc, dels 39 articles que no són interpretables des de diferents punts de vista considerant el fet que aborden, no tots han d'interpretar-se com peces que no són polèmiques. Com hem especificat, poden existir peces que, sense ser eminentment polèmiques, serveixen com a generadores de polèmica. És el que observem en els següents gràfics.

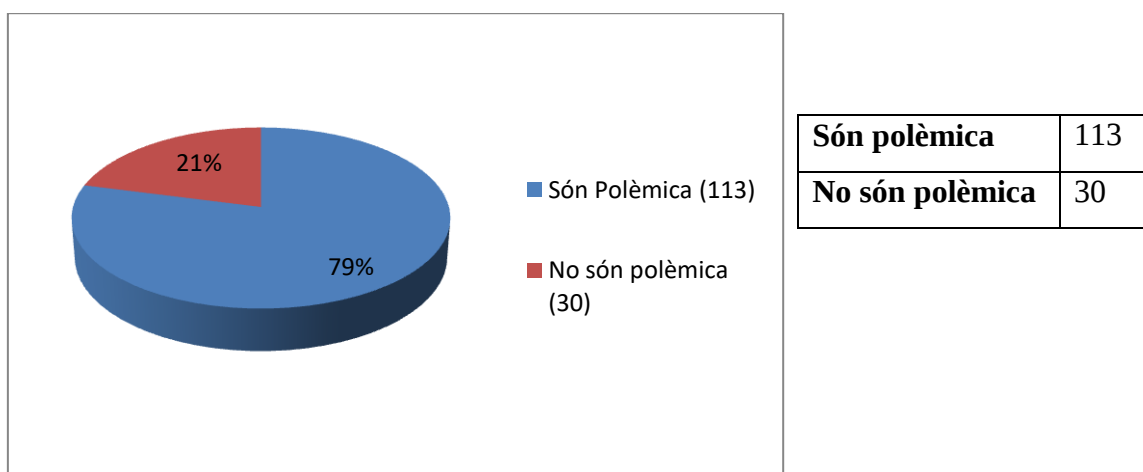


Figura 15. La polèmica dels fets. Font: Pròpia

Com veiem, un 79% dels articles són polèmica, un resultat que és un reflex bastant directe de la variable 6 –punts de vista–, a excepció d'algunes peces en què, malgrat no poder adoptar diferents punts de vista respecte el fet, funcionen com a generadores de polèmica. A partir d'aquest filtre, parlarem d'un total de 113 peces polèmiques, obviant aquelles que no s'ajusten a les condicions establertes per a ser-ho (30). Per la qual cosa, la resta de variables i gràfics analitzats estaran marcats per aquesta dada. Desgranats, els resultats són els següents:

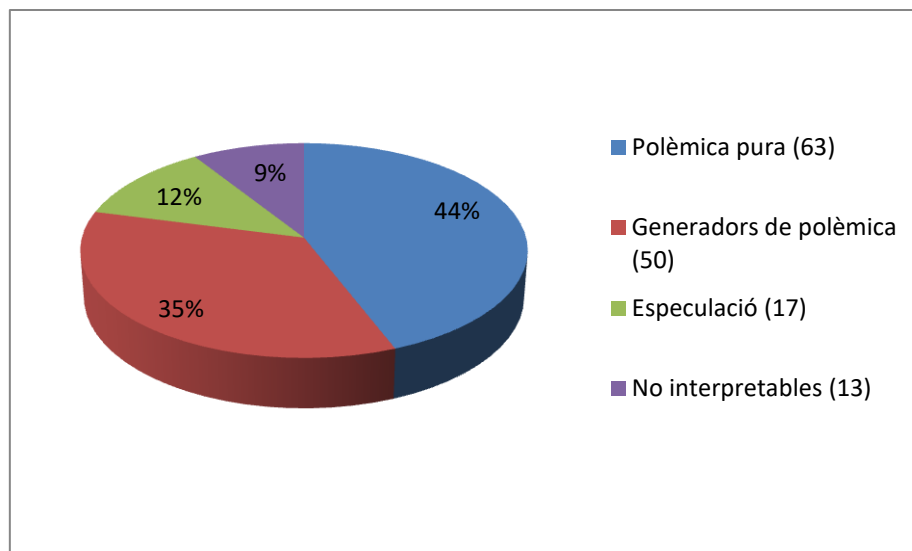


Figura 16. Tipus de contingut polèmic. Font: Pròpia

Polèmica	Generadora de polèmica	Especulació	Fet no interpretable
63	50	17	13

Com diem i demostren els resultats extrets de l'anàlisi, poden existir peces sobre fets poc interpretables que sí funcionin com a generadores de polèmica. Crida l'atenció com una gran quantitat de les peces que tenen cabuda en l'estudi funcionen com a soroll o amplificadores d'una polèmica pura –entenent aquesta com la que tracta i valora estrictament el fet inicial–. Les dades proven que, com ja s'apuntava a nivell teòric, la polèmica té la voluntat de crear una gran quantitat de continguts, malgrat no parlin directament del fet, sinó que es facin ressò d'unes declaracions, reaccions o debat posterior a ell. Com defensava Cattani i hem exposat en el marc teòric, en la polèmica, la llenya que produeix més fum que foc s'utilitza amb generositat. Una reflexió que s'evidencia amb les peces que, o bé exposen fets que no donen lloc a cap interpretació – i s'han colat a la taula perquè contenen la paraula “polèmica” en el titular o tracten una decisió arbitral secundària al propi esdeveniment–, o directament són especulacions o rumors sense cap fonament, ni tan sols per a ser catalogades com a generadores de polèmica, malgrat possiblement la seva intenció sigui justament aquesta.

Resultats del 'posicionament'

Un cop marcat el filtre de quines peces són polèmiques i quines no, ens queden un total de 113 articles polèmics –dels 143 inicials incorporats a judici en la taula–. De tots ells, en menys de la meitat, hi ha un posicionament clar respecte el fet (44%), quelcom que hem jutjat imprescindible per parlar de polèmica de qualitat.

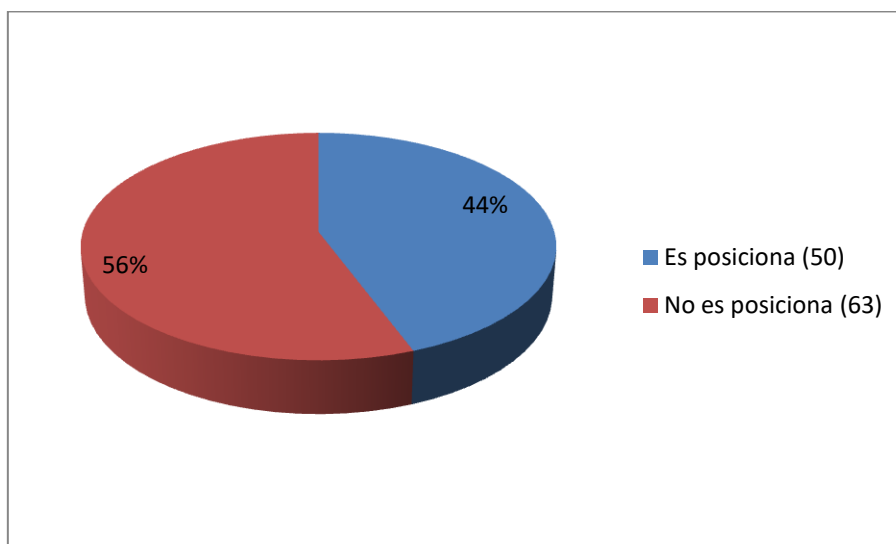


Figura 17. Posicionament. Font: Pròpia

Es posiciona	50 peces
No es posiciona	63 peces

En aquest apartat, cal destacar marca.com, que en aquells articles que tracten clarament un fet arbitral inicial, hi ha un decantament clar, exposant quina és la visió que té el mitjà –en aquest cas, Andújar Oliver– per decidir sobre el fet. En canvi, com a tendència general, as.com i mundodeportivo.com són molt més mesurats en les seves manifestacions, exposant els fets sense que en molts casos es pugui observar explícitament quina és la visió del mitjà. En una altra manera d’explotar la polèmica arbitral, sport.es, sense optar per la veu d’un exàrbitre com en el cas de Marca, també presenta amb determinació la postura al voltant del fet, sent, en aquest cas, el propi periodista redactor de la peça qui es posiciona. Això pot anar d’acord amb la visió de la polèmica exposada per Xavi Ortuño (ANNEX 2), que explica que busquen liderar polèmiques i agafar clarament una bandera per arrossegar-hi gent darrera, sense embuts.

Resultat del component de 'confrontació'

Lligat als resultats de la variable anterior, un altre aspecte que hem observat en general poc explotat és el de la confrontació o el to agressiu en el missatge de les peces. Després de l'anàlisi textual dels diversos articles, també en el cos de la peça, veiem com són pocs els mitjans que aposten clarament per utilitzar frases que busquen presentar el fet com un duel o xoc entre dues forces. Poc ús, en general, per exemple, de metàfores bèl·liques en els titulars –com a part més visible i de reclam– o en qualsevol part del text. En aquest sentit, hem obviat aquelles expressions amb to contundent que s'hagin produït fruit de les manifestacions o declaracions dels actors implicats, i únicament hem valorat aquelles que ha redactat i utilitzat el periodista en la seva exposició dels fets.

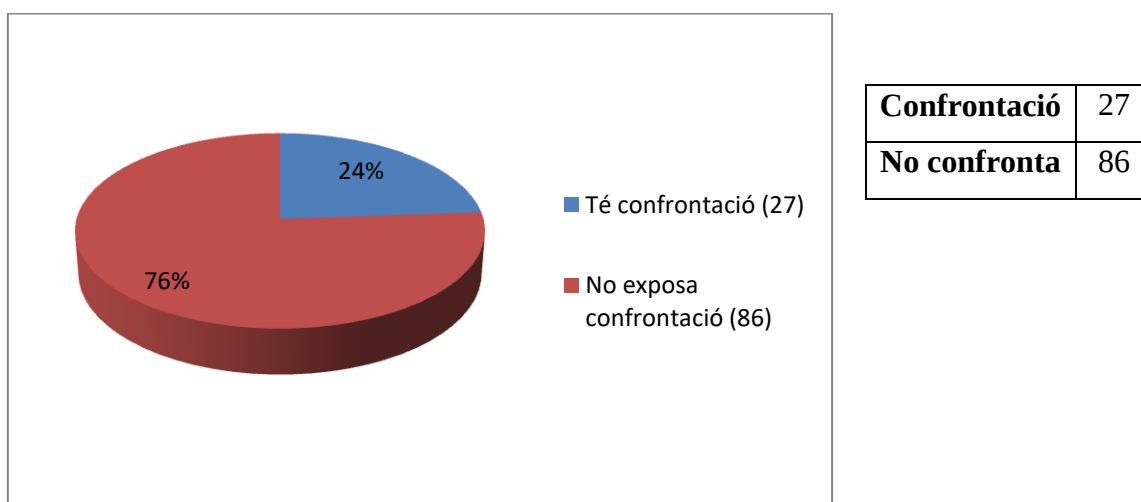


Figura 18. Confrontació. Font: Pròpia

Qui sembla emprar millor aquest matís en el llenguatge és sport.es, especialment en uns titulars rics en adjectius i frases altisonants que denoten crispació, enuig, malestar i estats d'opinió que queden palesos amb exemples com els següents: *“Toni Kroos celebra el 2017 humillando a Marcelo y el brasileño le pide respeto”*; *“La explosiva respuesta de Piqué al 'doble rasero' de los árbitros”*. Humiliar, explosió, robatori, són elements que alerten un cert component bel·ligerant que acaba esclatant –valgui el recurs– en el text que conforma la peça: “encendre la metxa”, “deixar fulminat”; “disparar contra”, “carregar contra”, “clamar contra”, i tot un seguit d'expressions que exposen un escenari metafòric com si el debat exposat en la polèmica adoptés certes dosis de dramatisme i es presentés com una disputa o combat, en un recurs força habitual en el periodisme esportiu.

Un cop exposats els resultats més relacionats a una qüestió textual i construcció del discurs, amb l'anàlisi que podríem considerar de llenguatge, presentem a continuació els resultats de les variables més formals, de presentació del contingut i construcció de la polèmica, vinculades especialment al factor digital i multimediàtic de les pàgines.

Resultats variables multimediàtiques

El primer element que hem de mostrar és si les peces tenen altres articles sobre el mateix fet que serveixen per englobar polèmiques. En la línia dels resultats extrets en variables d'identificació anteriors –peces i fets–, busquem ara demostrar això que sembla una evidència si ens atenem al que hem anat observant de l'anàlisi.

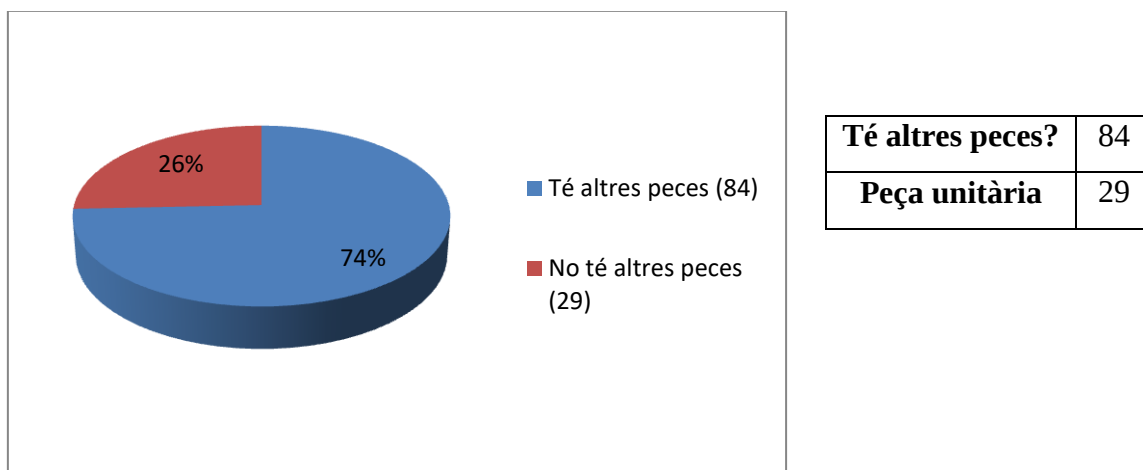


Figura 19. Integració en altres peces. Font: Pròpia

D'una banda, veiem clarament com la majoria de peces polèmiques s'han d'entendre en un conjunt i en la globalitat d'un tractament amb un alt nombre de peces. Com ja hem remarcat al llarg del present treball, el tractament polèmic demanda d'una gran abundància d'articles, un mar de continguts per on navegar i que, en el seu conjunt, permeten configurar el tractament d'un fet de manera molt més rica, al nostre parer.

Alhora, veiem com hi ha un seguit de peces (29) que, per la seva poca transcendència o pel fet de tractar qüestions menors, tenen menys relleu i profunditat en els diversos portals en quant a la generació de contingut relacionat amb elles. En aquest sentit, un exemple són els breus articles que valoren jugades secundàries, decisions arbitrals clares que no generen cap debat ni la possibilitat de crear nou contingut relacionat amb elles.

Però aquesta abundància de continguts i la voluntat de generar un gran nombre de peces cal ratificar-ho amb el que considerem una bona utilització dels continguts generats. És a dir, l'ús o presència de l'hipertext –enllaços en la peça que porten a altres peces i retroalimenten la polèmica en la seva totalitat– com a element que cohesiona la construcció i desenvolupament de la polèmica, permetent observar-la com una sola.

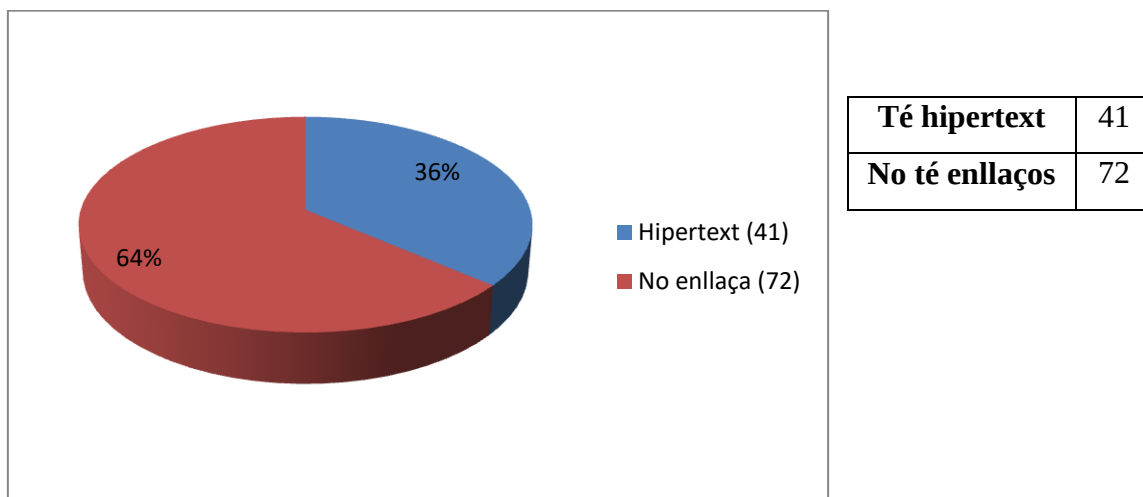


Figura 20. Ús de l'hipertext. Font: Pròpia

Com veiem, hi ha una majoria de peces que no incorporen enllaços –en el text– i, per tant, estan desenvolupant una polèmica que podria explotar-se molt millor amb l'ús de l'hipertext. Les dades però, tenen un condicionant que hem de saber llegir: marca.com és el mitjà digital analitzat que més peces polèmiques incorpora a l'anàlisi i, curiosament, els seus articles no acostumen a incorporar *links* inserits en el text que dirigeixin a altres peces que podrien tenir relació amb el mateix fet polèmic. Per la qual cosa, tot i que la majoria de peces –tenint en compte els quatre mitjans– no utilitzen l'hipertext, en els altres tres portals aquesta distància no és tan gran.

Això pot tenir a veure amb el format o les característiques de l'eina de publicació, ja que observem certes tendències que es fan gairebé dogmàtiques. En general, sport.es i as.com exploten bé aquesta opció; mentre mundodeportivo.com i marca.com no acostumen a integrar en el text –com hem especificat en la metodologia– enllaços a altres peces, malgrat en determinats articles sí incorporen la possibilitat d'accedir a aquests altres continguts en espais de la pàgina com “també és notícia”, sense inserir-los

directament en el contingut escrit de la peça –la qual cosa hem especificat prèviament que penalitza negativament en el nostre sistema de ponderació–. Com diem, els resultats, gairebé sistemàtics en quant a la valoració d’aquesta variable en cada mitjà, ens fan pensar que potser estan condicionats per l’instrument web amb el qual treballen.

Un programari de publicació que té la mateixa incidència en els resultats de la següent variable: la possibilitat de comentar la notícia. En aquest cas, encara molt més definitiu i inflexible. Com veiem, la majoria de les peces sí que permeten ser comentades:

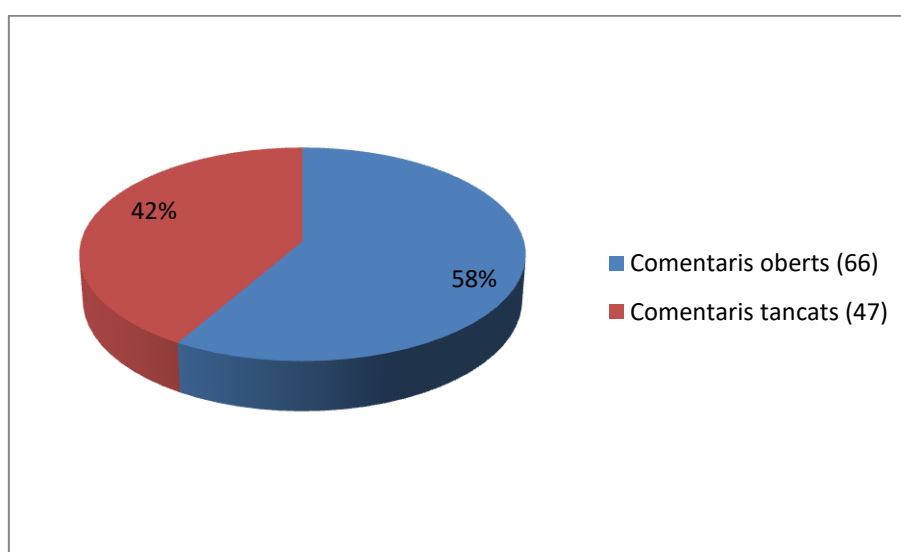


Figura 21. Possibilitat de comentar. Font: Pròpia

Comentaris oberts	66
Comentaris tancats	47

Marca.com i sport.es tenen permanentment oberta la possibilitat de comentar la notícia, amb grans facilitats per entrar en el debat i deixar la teva opinió. Mentre que as.com i mundodeportivo.com no presenten aquesta possibilitat. En el cas d’As, obliga a registrar-se i iniciar sessió a la plataforma per poder participar de l’eina, la qual cosa hem considerat negativa, ja que suposa una trava per a molts usuaris. És possible, com hem apuntat en la metodologia, que aquests mitjans busquin potenciar altres espais per desencadenar el debat com poden ser les xarxes socials, però en el present estudi no

hem entrat a valorar aquesta qüestió. Malgrat això, ho volem constatar com a un element interessant a estudiar en un futur anàlisi encarat a investigar com es desencadena el debat en les xarxes socials a partir d'una peça publicada per un mitjà digital esportiu. Aquest apunt serà incorporat en l'apartat de discussió.

La darrera variable a analitzar és sobre els elements gràfics que s'afegeixen a la peça. Com hem explicat, definim dues categories per ponderar el seu ús a la peça: quan l'article només incorpora un element: imatge, *tuit* o vídeo; o quan hi apareixen més d'un i, per tant, la qualitat de la construcció de la polèmica augmenta. Aquests són els resultats:

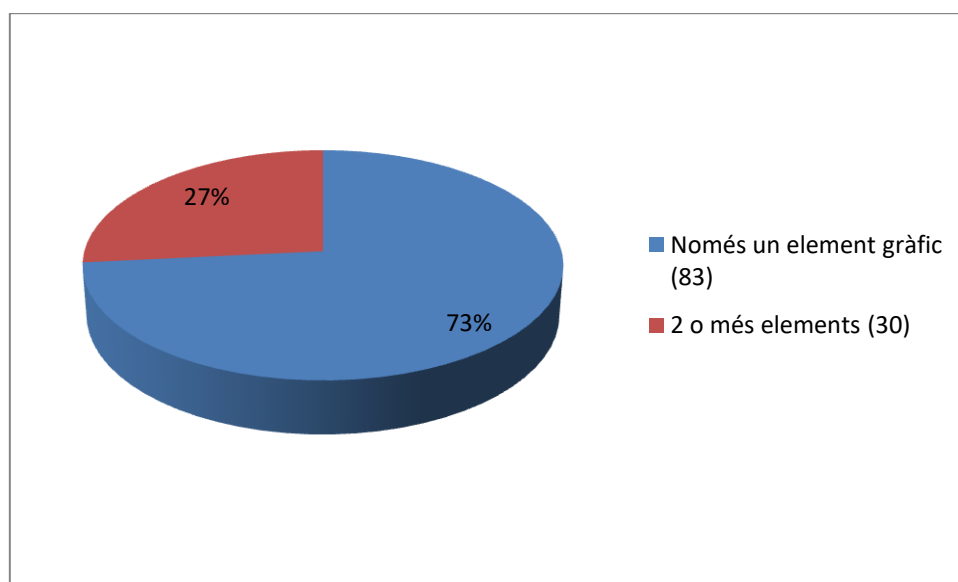


Figura 22. Ús d'elements gràfics. Font: Pròpia

Un únic element gràfic	83
2 o més elements gràfics	30

Com veiem, el primer que cal remarcar és que totes les peces (113) s'acompanyen d'almenys un element gràfic. Si especifiquem de quin tipus de component gràfic parlem –foto o *tuit* i vídeo–, els resultats són els següents:

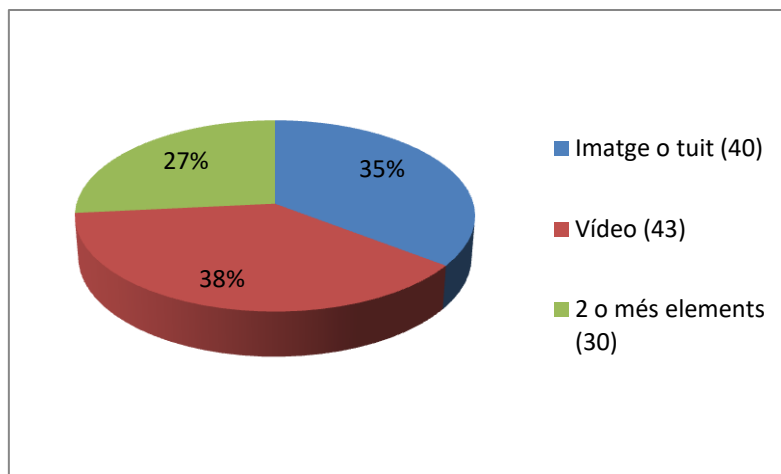


Figura 23. Elements gràfics. Font: Pròpia

Imatge i/o tuit	Vídeo	Imatge i/o tuit i vídeo
41	43	29

Com podem observar, el repartiment entre peces informatives que tenen una imatge o un tuit i les que tenen un vídeo és força semblant, mentre que les peces que integren dos o més elements visuals són minoritàries (30). La figura 23 intenta mostrar quin és el pes del vídeo en les peces, un element que els entrevistats han coincidit a assenyalar com a molt important i de protagonisme cada cop major. En aquest sentit, i tal com ens expliquen els periodistes dels mitjans, és important saber qui té els drets d'adquirir els vídeos de la lliga i qui no. Evidentment, en cas de les jugades polèmiques, la possibilitat d'incorporar un vídeo, més enllà de la imatge, dota de major rigor i qualitat a l'article. Però, com diem, és una variable molt marcada per les possibilitats del mitjà, especialment pel condicionant econòmic d'haver de pagar els vídeos. Sport.es, marca.com i as.com incorporen habitualment vídeos, especialment quan es tracta d'accions que tenen a veure amb decisions arbitrals que poden ser errònies. En el cas de mundodeportivo.com, intenta acompanyar el text, almenys, d'una imatge. Com hem especificat, només valorem l'element gràfic quan té relació directa amb el fet o l'acció que està valorant-se com a polèmica o susceptible de ser-ho.

Hi ha un segon tipus de polèmiques, aquelles de declaracions o que es basen en un debat públic generat a les xarxes, que en gairebé la totalitat dels casos permeten aportar els *tuits* on es presenten les opinions dels implicats en l'intercanvi de manifestacions.

L'Índex de qualitat de construcció de la polèmica

Un cop extrets els resultats de cada variable, amb la segona eina explicada en la metodologia hem ponderat els valors atorgats en funció dels paràmetres anteriorment especificats. Els valors impliquen unes xifres numèriques que ens permeten graduar la polèmica en l'índex de qualitat de construcció de la polèmica, que són la suma dels diversos aspectes analitzats a la taula. Aquest resultat no busca mesurar que la polèmica sigui de més o menys qualitat, sinó que sigui explotada amb més o menys qualitat.

De les 113 peces polèmiques analitzades –30 n'han quedat fora per no ser polèmiques, com ja hem explicat–, la majoria es concentren en la franja entre la ponderació 9 i 12 de qualitat de construcció de la polèmica. Com veiem en els següents gràfics, només hi ha una peça que compleixi tots els criteris jutjats com a necessaris que assoleixi la màxima puntuació en aquesta gradació (14). Aquests són els valors absoluts per a cada grau:

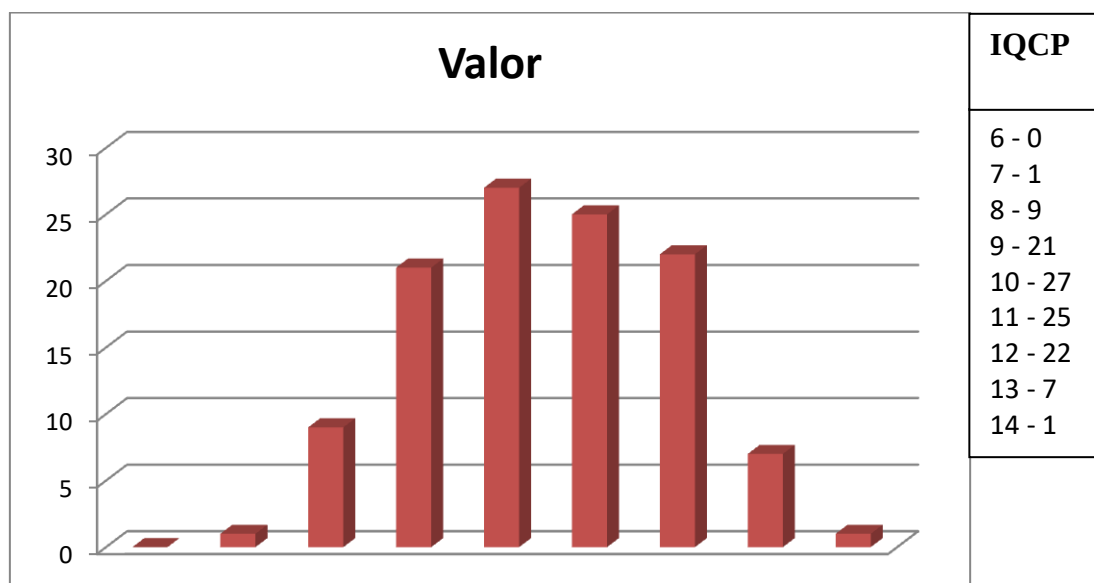


Figura 24. Índex de Qualitat de Construcció de la Polèmica. Font: Pròpia

Percentualment, com veiem aquí i ja hem explicat en el paràgraf anterior, la majoria de les peces (95) oscil·len entre el valor 9 i 12 de la taula:

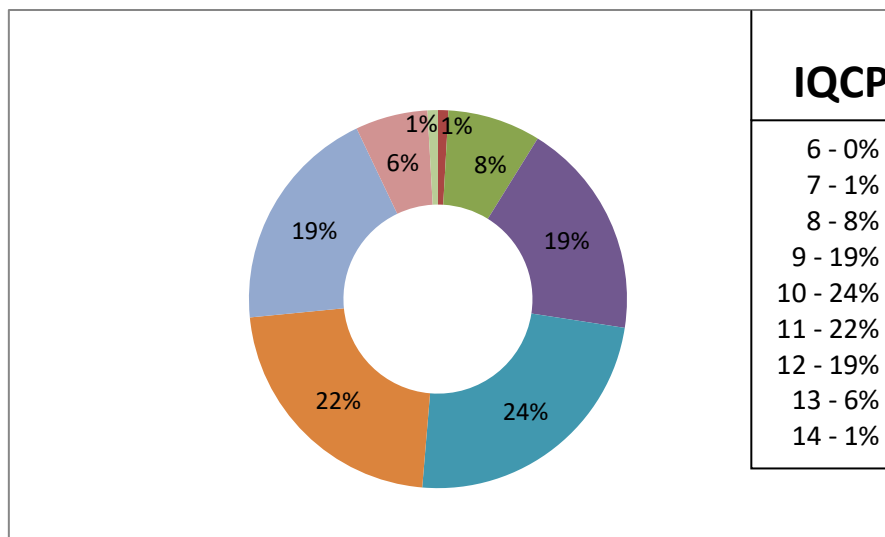


Figura 25. Índex de Qualitat de Construcció de la Polèmica. Font: Pròpia

Es tracta d'una distribució que permet veure com es concentren les polèmiques en el centre –qualitat de construcció mitjana– i no en els extrems –poca o molta qualitat–. Els resultats mostren que la polèmica s'explota força bé, sense ser perfecte –no inclou tots els elements jutjats com a necessaris–, però sí té suficient fonament a l'hora de tractar-se i presentar-se en el mitjà.

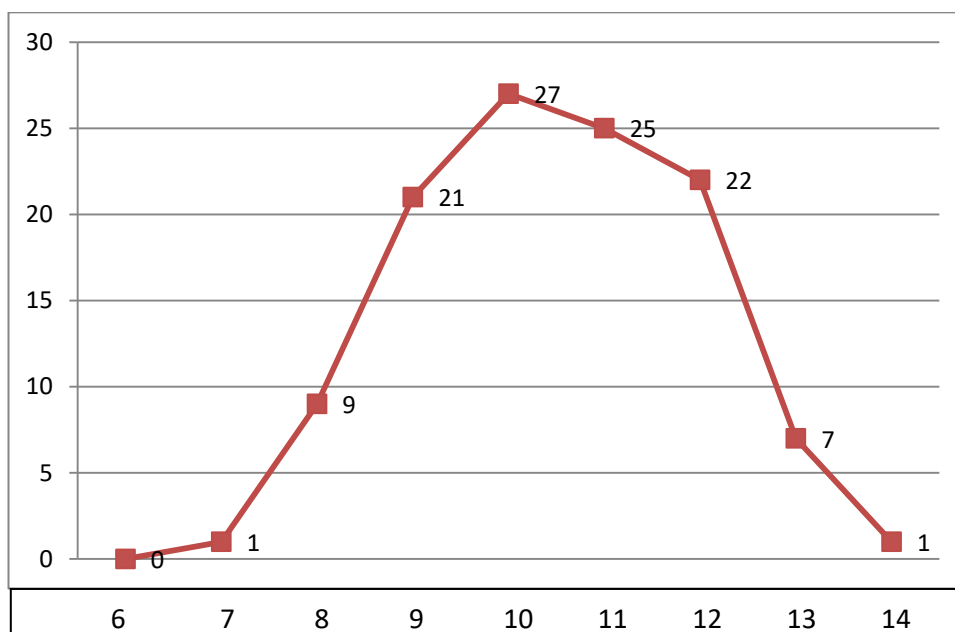


Figura 26. Índex de Qualitat de Construcció de la Polèmica. Font: Pròpia

El fet amb major qualitat en la construcció de la polèmica

D'entre el total de peces polèmiques (113), n'hi ha una que resulta molt paradigmàtica perquè suposa l'exemple perfecte de com explotar la polèmica i, en conseqüència, el seu valor és de 14. Aquesta xifra és el resultat de la utilització dels diferents elements que hem anat ponderant, com expliquem a continuació.

La peça pren per títol "*El Barça, el equipo de los líos arbitrales*", i apareix a marca.com durant la tercera onada seleccionada –primera setmana de febrer–. L'article està seleccionat pel criteri arbitral, i és, en essència, un resum de totes les accions polèmiques que han involucrat –perjudicant o beneficiant– el Barça en les setmanes anteriors a la publicació de la peça. El fet que abordi diferents fets precedents permet explotar tots els elements necessaris per la polèmica “perfecta”. En primer lloc, permet que hi hagi interpretacions plurals, encara més tenint present que no només tracta una decisió arbitral, sinó moltes i de diversa índole. En segon lloc, que ja hagi donat cabuda a aquests fets en el moment en què es van produir facilita al mitjà posicionar-se clarament, recordant què es va dir al respecte, i prenent una postura sobre si les decisions arbitrales que han afectat l'equip eren encertades o no. A més, utilitza un llenguatge que clarament busca la confrontació, i té un to agressiu molt marcat: "*Encendió la mecha*" o "*Piqué disparó sin medida*" són alguns dels exemples d'aquest llenguatge metafòric que acompanya l'article. En tercer lloc, com hem dit, aquesta peça s'acompanya d'altres articles –redactats en el passat quan es van produir les jugades– que serveixen per donar encara més pes a la polèmica. De fet, l'article és, en sí mateix, un recull de totes aquestes peces i, a més, utilitza l'hipertext per vincular-les i que el lector pugui anar a l'article del passat en el qual es parlava de la decisió en qüestió. En quart lloc, marca.com permet comentar la notícia, per la qual cosa contribueix a generar aquest debat al voltant de cada fet. I, finalment, l'article incorpora diversos elements gràfics, des d'imatges i vídeos de les jugades considerades “polèmiques”, fins a *tuits* que recullen la reacció dels protagonistes després que esdevingués el fet.

En definitiva, per tots aquests aspectes, es tracta de l'exemple més paradigmàtic de com construir una peça polèmica amb qualitat, i aprofitant totes les eines de què es disposa per assolir l'objectiu d'un contingut que desperti diverses opinions i exploti al màxim la polèmica.

El fet amb menys pes polèmic o pitjor construït

A l'altra banda de la balança, i sense considerar tots aquells (30) que ja descartàvem prèviament pel fet de no ajustar-se al que ha de tenir un contingut polèmic, dels 113 que s'han inclòs a valorar, n'hi ha un que arriba tan sols al valor 7, és a dir, només un punt per sobre del que hem considerat, segons l'eina, com el mínim exigible a una peça que té la intenció d'explotar la polèmica, com diem, segons els nostres criteris.

En la línia del cas anterior, però al contrari, la seva poca ponderació és resultat d'un mal ús o, simplement, de no utilitzar les eines de què es disposa per a explotar la polèmica. Es tracta d'una peça titulada "*Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi*" que apareix en la sisena onada –tercera setmana de març– a mundodeportivo.com. L'article entra a anàlisi perquè es fa ressò d'un creuament de declaracions contràries i, a més, en altres mitjans ha estat titllat de "polèmic", per la qual cosa hem entrat a valorar-lo. Com veiem, el fet no té gaires elements per ser polèmic, però el tractament que fa mundodeportivo.com és especialment poc polèmic. D'una banda, considerem que és dèbil perquè el *tuit* no admet gaire objecció, és a dir, no existeixen punts de vista al voltant de la manifestació inicial perquè no valora cap fet. El missatge pot ser més o menys encertat, més o menys punyent, pot rebre's millor o pitjor, però no admet la possibilitat –com sí passa quan es parla de fets– d'interpretar-se des de diferents punts de vista. En segon lloc, com a generador de polèmica, l'article no té cap posició respecte el *tuit*, simplement exposa el debat que s'ha produït i les reaccions a Twitter arran d'una primera manifestació. En la mateixa línia, tampoc utilitza cap llenguatge que confronti les visions dels fets, utilitzant metàfores bèl·liques o que siguin més pujades de to, buscant avivar el foc. És un llenguatge molt pla, sense mullar-se ni aportar cap joc de paraules en aquest sentit. En tercer lloc, i pel que fa a elements formals i de presentació, no té cap altre article que parli sobre el fet, i tampoc utilitza l'hipertext per relacionar-ho amb cap altra peça, encara que fos un fet del passat que tingués vinculació amb l'actual, per exemple, per tenir els mateixos protagonistes. Finalment, la pàgina no permet comentar la notícia, i únicament s'inclou el *tuit* que ha generat tot aquest soroll mediàtic, sense que apareguin imatges del passat entre els actors implicats, ni cap altre element gràfic. Per tots aquests aspectes, la peça acaba tenint una ponderació de set punts que, a priori i sota els criteris que hem establert, ens indica que la polèmica no s'ha construït ni desenvolupat de la millor manera possible.

Altres casos rellevants

Més enllà del valor obtingut en aquest *IQCP*, que al capdavant és una ponderació personal que busca orientar l'estudi de la polèmica i demostrar que és quelcom que pot ser objectivable i mesurable, existeixen altres casos que són exemplificatius de diversos aspectes que hem anat observant al llarg de l'anàlisi dels articles.

El primer fet que volem posar sobre la taula és el de la decisió sobre la seu que havia d'acollir la final de la Copa del Rei. En aquest cas, trobem com una decisió –que encara ni tan sols s'ha pres–, en alguns mitjans és titllat de polèmic, embolic, i tot un seguit de qualificatius que busquen incitar al debat i la discussió. Tots els mitjans se'n fan ressò, i el més curiós és que ni tan sols es pot considerar polèmic, sinó un intent d'agitar l'estat d'opinió de la gent i fer soroll per generar polèmica, malgrat en molts articles que parlen sobre el fet, no ho sigui. I no ho és, en molts d'ells, perquè, en realitat, no hi ha cap fet. Encara no s'ha produït cap esdeveniment ni decisió –en el moment en què es publiquen– que permeti ser valorat. Només funciona com a generador de polèmica –i pot explotar-se– en les peces que aporten dades sobre els possibles escenaris o seus on jugar-se, però no quan es basi en declaracions basades en hipòtesis o suposicions, ja que no s'ha produït cap fet per ser jutjat. És una dels exemples més clars de que, molts dels temes que els mitjans cataloguen de polèmics, en realitat són un intent per generar soroll i neixen únicament de la voluntat de crear un debat o soroll a la xarxa.

Com hem dit, però, el cas més extraordinari és el de la remuntada del Barça contra el PSG. Més enllà de la gran quantitat de peces que es despengen de l'actuació arbitral, trobem altres aspectes destacables. D'una banda, hi ha els articles que valoren les jugades i decisions arbitrals que, en sí mateixos, són polèmics, ja que analitzen el fet i l'interpreten. Per l'altra banda, es produeixen continguts en massa cada dia per mantenir viu el debat arbitral, malgrat, en molts casos, el mitjà deixa de banda fins i tot criteris estrictament periodístics, com hem apuntat en el marc teòric, amb l'únic objectiu de continuar explotant la polèmica. En aquest sentit, apareixen informacions falses, que són desmentides en altres peces en el propi mitjà: "*Aytekín no pitará más en esta Champions tras su mal arbitraje*" i "*No habría nevera para Aytekín*", al cap d'unes hores; basades en condicionals, suposicions i especulacions: "*El supuesto insulto de Aytekín a los jugadores del PSG*", que l'únic que fan és augmentar el contingut i intentar explotar la polèmica, malgrat alguns d'aquests articles no tinguin suficient base

com per considerar-se polèmics, ni tan sols per entrar a valorar-ne les diferents variables. Fins i tot, per generar aquesta abundància i donar cada dia un nou ingredient polèmic als lectors, as.com utilitza una mateixa peça per publicar-la dues vegades amb títols diferents –amb la mateixa redacció–, com si es tractés de dos articles diferents: *"La prensa alemana, contra Aytekin: el penalti fue un chiste"* i *"La federación alemana ve "muy bueno" el arbitraje de Aytekin"*. Malgrat ser, en aparença, diferents, en entrar a la publicació ens adonem que tenen el mateix contingut, exacte i calcat. Una evidència més que ens demostra que, en la polèmica, quant més soroll, millor, sense que els criteris de noticiabilitat i els codis de la professió tinguin tan pes com en altres formats o gèneres periodístics, tal i com ja apuntàvem en apartats anteriors.

Malgrat no forma part del nostre estudi buscar la intencionalitat d'aquestes pràctiques o buscar relacions que puguin associar-se a la línia editorial del mitjà, es tracta d'una bona mostra de com, a partir d'un únic fet, es pot desencadenar una tempesta inacabable de continguts que alimentin la polèmica. En conseqüència, és la que més s'allarga en el temps –fins i tot un cop passada la setmana, malgrat ja no podem entrar a analitzar aquestes peces perquè surten fora de l'onada seleccionada–, i esdevé un cas de tal excepcionalitat que el considerem fins i tot com un bon punt de partida per a una recerca més àmplia que tingui com a eix central aquest fet.

5.5. Resultats per mitjans

Un cop hem valorat individualment els resultats extrets de les diverses variables establertes, hem explicat els fets que presenten una construcció polèmica de major i menor qualitat, i hem explicat alguns dels casos que ens semblen més paradigmàtics per com es construeix i desenvolupa la polèmica, anem a observar quins són els resultats i observacions que podem extreure de cada mitjà analitzat.

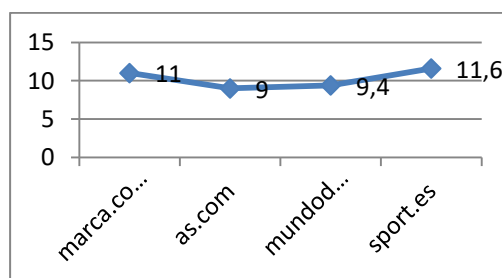


Figura 27. Qualitat de construcció de la polèmica per cada mitjà. Font: Pròpia

5.4.1. Resultats de marca.com

Un cop sumats tots els valors de les peces de marca.com en quant a qualitat de construcció de la polèmica, i dividits pel nombre de peces analitzades del mitjà, ens surt una qualitat mitjana d'11. Aquesta ponderació es pot explicar per diversos motius:

- No utilitza hipertext moltes vegades, malgrat generar suficient volum de contingut respecte un fet. Això rebaixa el valor de les peces.
- El model de la polèmica arbitral: en veu d'Andújar Oliver aporta posicionament respecte el fet en gairebé totes les peces i dóna certa credibilitat com a ex-àrbitre –malgrat això no es valori en la taula–. Tot i així, no explota bé les eines multimèdia, com la inclusió de diversos elements gràfics, i algun dels temes tractats són obvietats, accions molt evidents cap a un costat de la balança o l'altra que, malgrat estar abordades des d'una mirada polèmica ben desenvolupada, no haurien de tenir prou pes com per aparèixer al portal digital. Tot i que és lícit que si s'ho proposen així, tots els fets tinguin cobertura en una breu peça, la realitat és que aquest tipus de peces també rebaixen el valor obtingut en aquest *IQCP*.

5.4.2. Resultats d'as.com

Un cop sumats tots els valors de les peces d'as.com en quant a qualitat de construcció de la polèmica, i dividits pel nombre de peces analitzades del mitjà, ens surt una qualitat mitjana de 9. Aquesta ponderació es pot explicar per diversos motius:

- Moltes vegades no utilitza l'hipertext i, tret de casos puntuals, les peces són molt unitàries i no formen part d'un grup d'articles que poden generar més contingut i conformar un tractament polèmic en la seva globalitat.
- És suau a l'hora de presentar les seves opinions, i gairebé mai es posiciona. Per contra, i sota el nostre punt de vista, desenvolupa una polèmica que podríem considerar “sibil·lina” –malgrat aquest factor no entra a anàlisi ni es pot jutjar amb la nostra eina, és una percepció que tenim i que apuntem com a interessant per a reflexionar–. Veiem com hi ha casos en què desvia el focus de fets que en altres mitjans sí apareixen com a transcendent, simplement no tractant-los o posant l'atenció en una qüestió menys transcendent.

- Per altra banda, no explota bé les eines multimèdia. No permet la possibilitat de comentar les peces, en cap cas. La qual cosa també fa perdre punts en aquesta ponderació que hem elaborat.

En general, però, creiem que el cas d'as.com és resultat d'una política del mitjà per no posicionar-se respecte els fets que poden ser polèmics –en la línia del que ens explica Santi Giménez a l'entrevista–, una “deficiència” en el llenguatge en quant a posicionament i confrontació que és una característica comuna en gairebé totes les peces i que té reflex directe en el resultat obtingut.

5.4.3. Resultats de mundodeportivo.com

Un cop sumats tots els valors de les peces de mundodeportivo.com en quant a qualitat de construcció de la polèmica, i dividits pel nombre de peces analitzades del mitjà, ens surt una qualitat mitjana de 9,4. Aquesta ponderació es pot explicar per diversos motius:

- No utilitza hipertext moltes vegades.
- És força pla. Molt sovint no es posiciona. Deixa el posicionament a altres veus externes al mitjà que es manifestin sobre el fet, però no jutja tals declaracions com a bones –malgrat el fet que les incorporin ja és indicatiu que existeix cert acord amb les opinions que hi apareixen–, però no serveix per puntuar en la nostra eina com un factor positiu.
- No incorpora la possibilitat de comentar les notícies i això rebaixa molt la qualitat de la construcció de les peces polèmiques.
- Gairebé mai incorpora vídeos, per la qual cosa la majoria d'elements gràfics no acostumen a sumar més d'1.

El cas de mundodeportivo.es és, segons el nostre punt de vista, un exemple de com la no utilització d'eines multimèdia i les limitacions de l'instrument de publicació de la pàgina web condicionen i rebaixen la qualitat de la polèmica. En la línia anterior d'as.com, també és molt fred en el posicionament, intenta mostrar una imatge d'imparcialitat, simplement, en molts casos, exposant el fet polèmic sense posicionar-se ni ser contundent en l'ús del llenguatge.

5.4.4. Resultats d'sport.es

Un cop sumats tots els valors de les peces d'sport.es en quant a qualitat de construcció de la polèmica, i dividits pel nombre de peces analitzades del mitjà, ens surt una qualitat mitjana d'11,6. Aquesta ponderació es pot explicar per diversos motius:

- Bon ús de les eines multimèdia
- Utilització d'un llenguatge molt adjectivat, amb connotacions agressives, de confrontació.
- Tot i no optar per una veu com la de l'exàrbitre de marca.com, en la majoria de les peces hi ha un posicionament clar respecte el fet, moltes vegades defensat directament pel redactor de la peça.
- Incorporació, majoritàriament, de més d'un element gràfic. Gràcies a l'adquisició dels drets de la lliga, la majoria de polèmiques vinculades a una decisió arbitral tenen més d'un element per il·lustrar-les.

En definitiva, i segons els resultats extrets, sport.es és el que millor desenvolupa la polèmica a nivell formal, de llenguatge i d'explotació les eines. Genera bastant contingut per cada fet, connecta les peces, fa molt visible la possibilitat de comentar. En quant a la terminologia i la construcció del discurs, utilitza un llenguatge directe, contundent, propi del que hem considerat com a polèmica –matís etimològic–. Expressions dures, sense pèls a la llengua, i es posiciona clarament sobre els fets sense utilitzar cap veu aliena al mitjà.

5.5. Resultats de les entrevistes amb els potencials usuaris

Com hem explicat en la metodologia, després de l'extracció dels resultats de l'anàlisi, busquem posar sobre la taula el darrer element que hem inclòs en la definició i que falta per validar: la controvèrsia. Com hem vist, i quedarà palès en les conclusions, la investigació de camp ens ha permès anar jutjant tots aquells elements –tant a nivell textual, de llenguatge i de construcció del discurs, com a nivell formal, de presentació i explotació multimèdia– que hem apuntat en el marc teòric. Ara, però, manca trobar l'impacte que generen aquestes peces –impossible de mesurar en un anàlisi de contingut– en els lectors o usuaris que consumeixen aquests mitjans.

En primer lloc, les cinc entrevistes (ANNEX 7) a potencials usuaris ens han permès adonar-nos d'alguns aspectes. D'una banda, cal una major sensibilitat en l'ús de determinats conceptes, poc comprensibles per a algun dels entrevistats –no podem generalitzar en un col·lectiu, donat que la mostra no és prou àmplia–, i especificar a què ens referim quan parlem d'explotar la polèmica. L'alfabetització mediàtica és una qüestió que condiciona la interpretació de les peces polèmiques, sobretot pel que fa a la inclusió de diferents elements visuals i tot allò que s'afegeix al text. En general, però, la comprensió dels articles és força gran, i el fet d'abordar entrevistes obertes ha servit tant per orientar els lectors, com per configurar una determinada visió de la polèmica i els mitjans digitals en cadascun d'ells. D'altra banda, pel que fa a la vessant més teòrica de la polèmica, tampoc acaba d'existir entre ells un consens total a l'hora de definir-la i explicar-ne les seves característiques, fet que té incidència, al capdavant, en com s'interpreta el missatge d'una peça polèmica.

Molts atribueixen a la polèmica conceptes amb matisos negatius, com el fanatisme, la subjectivitat, la passió, la falsa imparcialitat, l'artificiositat i, en general, la percepció que formen part de tècniques o pràctiques del periodisme poc fonamentades. Qüestions que no hem inclòs en l'anàlisi dels resultats de les peces, per la dificultat de mesurar aquesta perspectiva, malgrat alguna de les variables ho incités de manera incipient. En canvi, sí calia considerar algunes d'aquestes aportacions en el cas de la realització de l'enquesta. A més, les respostes apunten a un factor que no hem tingut en compte en la investigació de camp fins aquí exposada: a qui afecten les polèmiques. En molts casos, s'ha fet especial atenció en el fet que, normalment, les polèmiques acostumen a funcionar quan involucren a un equip important, que arrossega més seguidors i genera

més debat. Al mateix temps, també hem pogut copsar la sensació que és important considerar el nombre d'actors que implica la polèmica, ja que això condiciona la recepció que en tenen. Quan són qüestions menors, la possibilitat de generar controvèrsia un cop llegida disminueix. O, si més no, així ho defensen els entrevistats. Aquesta mirada dels usuaris ens ha servit, d'una banda, per definir i justificar quines peces incorporem en l'enquesta, ja que en algun cas han determinat el perquè de veure més o menys polèmic un determinat article. Alhora, ens han sigut útils per construir preguntes molt més concretes i menys obertes, ja que en alguns casos la dificultat per interpretar quins articles són més polèmic o menys ha sigut gran. Per això, hem incorporat algunes indicacions prèvies en les preguntes de l'enquesta que ajuden a la seva comprensió i a obtenir uns resultats que realment responguin a allò que volem. En aquesta línia, l'enquesta és molt tancada i busca clarament extreure uns resultats concrets, com hem ensenyat en la metodologia. Primer, calia saber si l'enquestat acostuma consumir mitjans digitals esportius, ja que hem percebut que en aquells entrevistats que no eren usuaris, la comprensió de la polèmica esportiva escrita era molt diferent. En segon lloc, calia saber de quin equip és, ja que, com ens han indicat en les converses, l'afectació o el sentiment que desperta una peça té a veure amb l'equip que involucra el fet. Aquestes són consideracions que, malgrat la nostra mostra és relativament petita, considerem necessàries d'incloure en cas que s'ampliés el nombre d'enquestats. Un fet que no hem pogut assolir per una qüestió de temps.

A l'hora de triar les peces que formen part de l'enquesta, després de presentar als entrevistats les que en l'anàlisi hem considerat més significatives –més polèmica, menys, un exemple d'article que no és polèmic i una intermèdia de control–, creiem que són oportunes per l'enquesta. Així, pel que fa a la inclusió dels articles en les entrevistes amb els potencials usuaris, la majoria d'ells concorden bastant amb els resultats que hem extret de l'anàlisi, per la qual cosa acreditava la seva utilització en l'enquesta. En la majoria de casos, estableixen uns resultats molt similars als que hem conclòs amb l'estudi de les peces, i els arguments que ens donen corroboren els nostres criteris per qualificar i mesurar la qualitat en la construcció de la polèmica, la qual cosa valida l'ús d'aquells exemples en les enquestes.

5.6. Resultats de les quatre enquestes

Després de penjar el document de l'enquesta amb els quatre enllaços a les notícies en dos grups diferents, han sortit un total de 18 respostes, 9 membres de cada grup. El primer que cal especificar és que hi ha sis equips diferents, i un enquestat que diu no ser de cap equip, com s'observa en el següent gràfic:

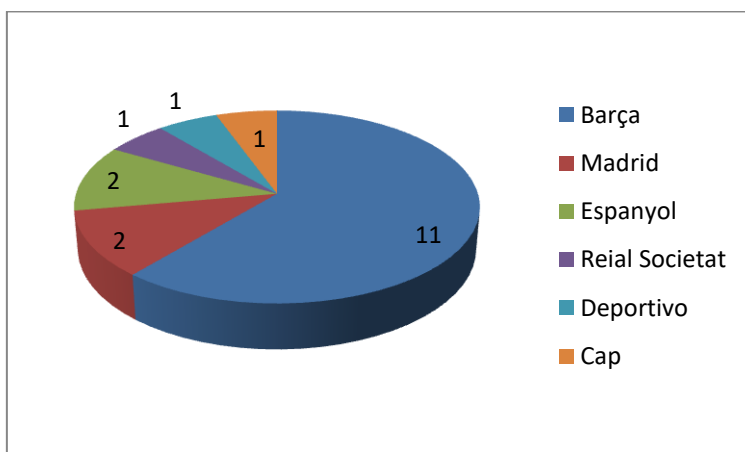


Figura 28. Equip del qual és aficionat cada enquestat. Font: Pròpia

El segon, que dels enquestats, només dos no són lectors habituals de mitjans digitals esportius. Aquesta resposta, però, té un condicionant. Els dos sectors als quals s'ha distribuït l'enquesta –àmbit esportiu i àmbit periodístic/acadèmic– faciliten que els diversos membres del grup siguin assidus al consum d'aquest tipus d'informació o contingut dels mitjans digitals.

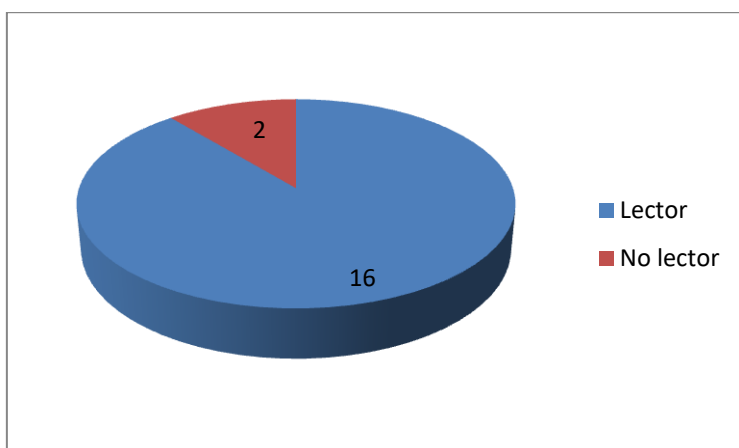


Figura 29. Lectors i no lectors entre els enquestats. Font: Pròpia

Aquestes dues variables poden ser significatives a l'hora d'observar casos particulars o possibles relacions amb els resultats establerts en peces concretes, que es detallaran a continuació, però, per ells sols, no són cap indicatiu per parlar de com s'interpreta la polèmica per part dels enquestats.

En canvi, els següents gràfics mostren com s'ha interpretat cada peça.

Resultats generals de la polèmica i la controvèrsia:

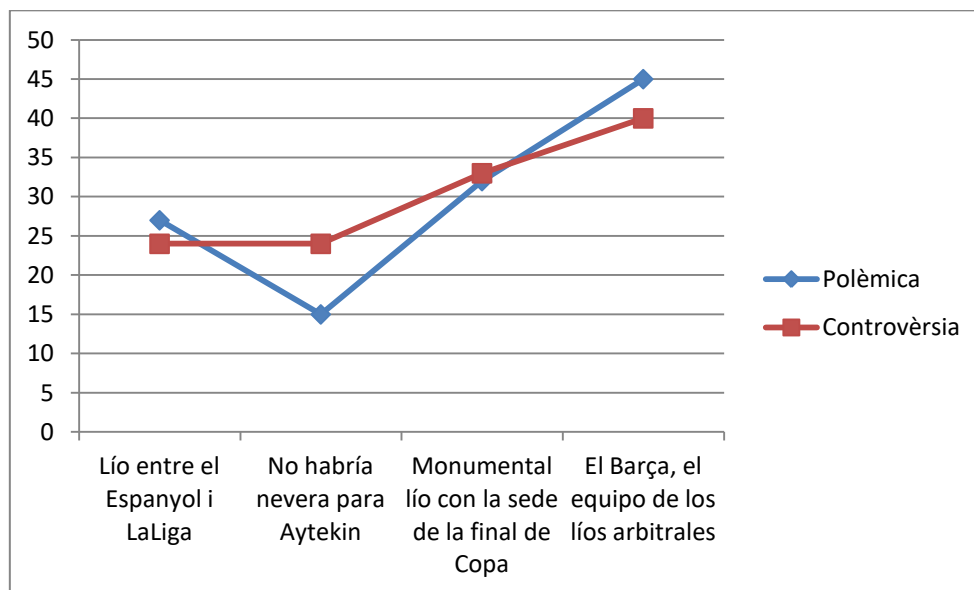


Figura 30. Comparativa general entre els resultats de la polémica i controvèrsia. Font: Pròpia

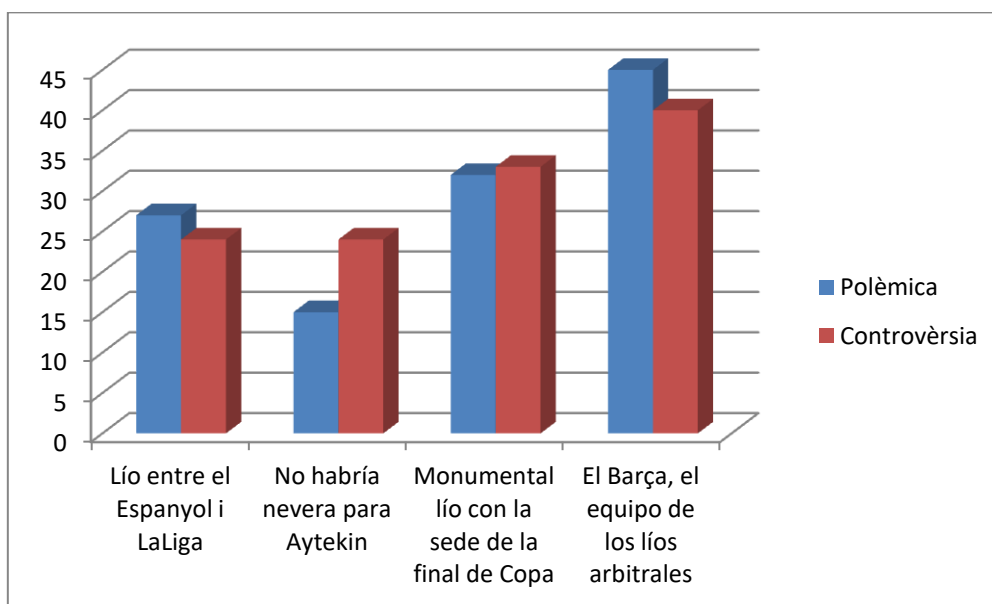


Figura 31. Comparativa general entre els resultats de la polémica i controvèrsia. Font: Pròpia

El primer que cal remarcar és que observem certa correspondència entre els resultats que hem extret de l'anàlisi de les peces i les respostes de les enquestes. No tant per identificar les peces que consideràvem intermèdies i que serveixen de control en l'enquesta, sinó especialment en la que millor explota la polèmica i busca generar controvèrsia, on sembla no haver-hi massa dubtes.

Per peces:

“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”

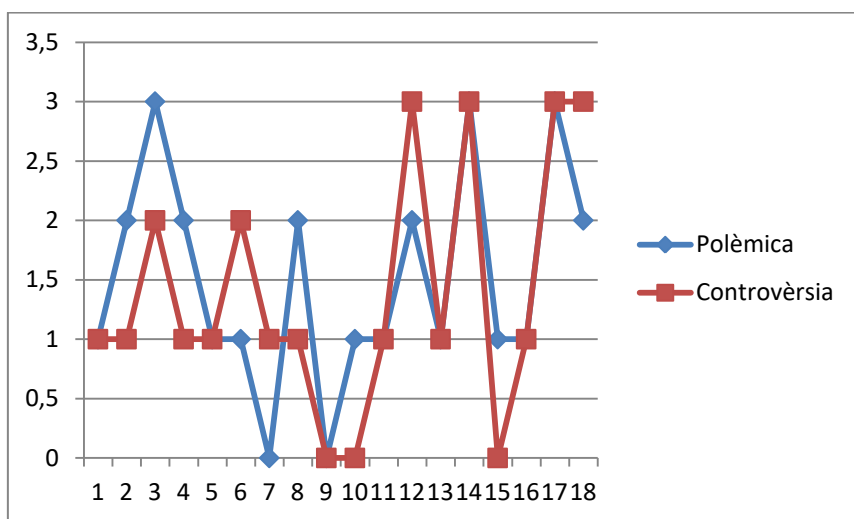


Figura 32. Resultats de la primera peça de l'enquesta. Font: Pròpia

“No habría nevera para Aytekin”

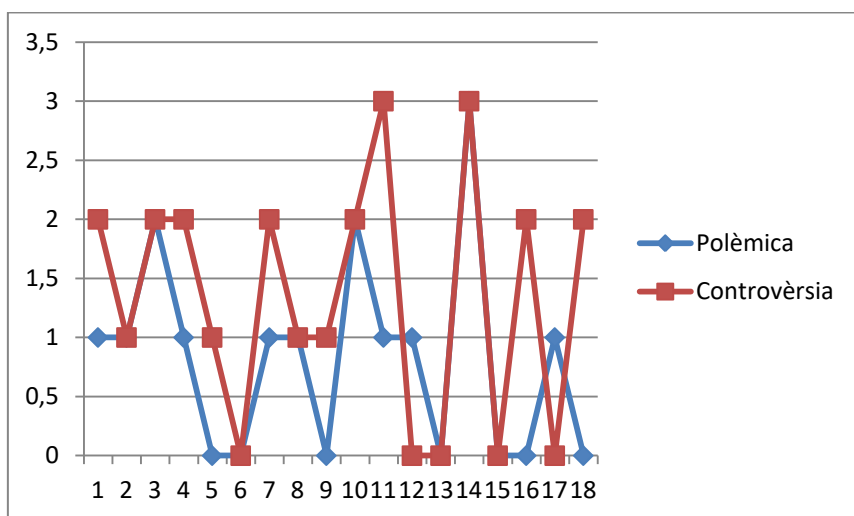


Figura 33. Resultats de la segona peça de l'enquesta. Font: Pròpia

“Monumental lío con la sede de la final de Copa”

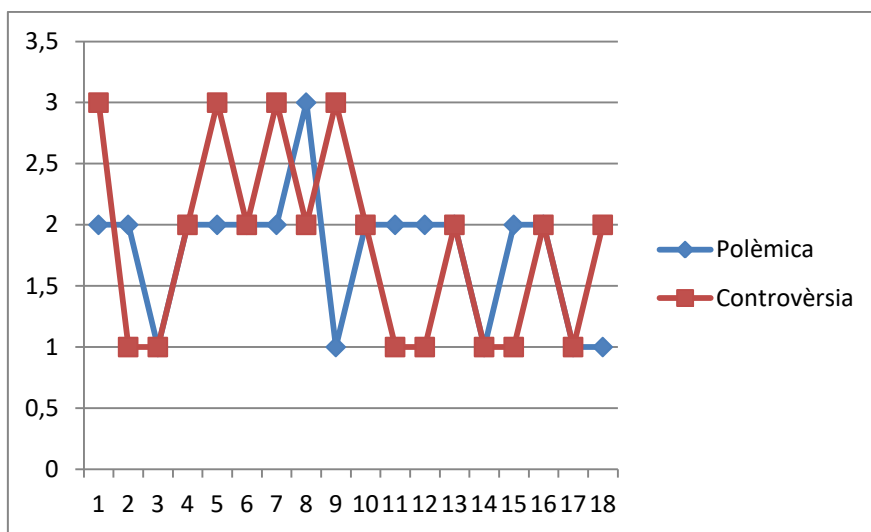


Figura 34. Resultats de la tercera peça de l'enquesta. Font: Pròpia

“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”

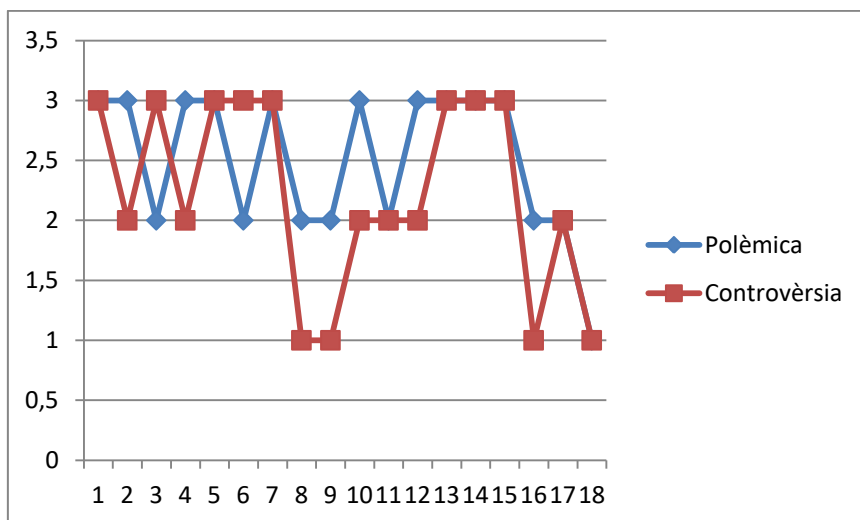


Figura 35. Resultats de la quarta peça de l'enquesta. Font: Pròpia

Els resultats mostren lleugerament i de manera incipient que, més o menys, els enquestats valoren d'una manera similar a la nostra les peces, amb uns resultats que s'assimilen força als resultats de l'anàlisi de cada peça. En el cas de la segona peça, si fossin fidedignes al que hem establert, la línia hauria de quedar a zero, ja que nosaltres havíem considerat que no era polèmica. Malgrat alguns usuaris ho interpreten així, no

són la majoria, però sí queda classificada com la peça amb menys valoració global, tant en considerar-se polèmica (15 punts), com a l'hora de considerar que genera controvèrsia (24).

Com hem dit, les enquestes no han donat resultats totalment satisfactoris des del punt de vista de categoritzar o situar cada peça en una hipotètica escala gradual. Per exemple, si comparem dues peces que, sobre el paper i els resultats de l'anàlisi, havien de treure resultats força diferents, com són la primera –“*Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi*”– i la tercera –“*Monumental lío con la sede de la final de Copa*”–, ens adonem que la percepció que tenen els enquestats és que són força similars en quant a les variables jutjades (27 per 32 sobre polèmica i 24 per 33 sobre controvèrsia, respectivament). Per tant, ens adonem que cal perfeccionar l'eina i la metodologia per analitzar l'impacte que generen, tant pel que fa a l'eina d'anàlisi que ens havia permès situar-les com a casos exemplificatius, com pel que fa a la construcció de l'enquesta.

Un altre aspecte interessant a apuntar dels resultats és que, com s'observa en la figura 31, en la majoria de casos, les dues valoracions –polèmica i controvèrsia– van bastant de la mà. És a dir, s'observen els dos elements en les peces com si es tractés d'una mateixa unitat, considerant la controvèrsia com quelcom gairebé intrínsec de la polèmica. Una dinàmica que només es trenca en la segona peça: “*No habría nevera para Aytekin*”. En ella, s'observa una major distinció entre que la peça exploti la polèmica (15), i que busqui generar controvèrsia (24). Això és significatiu, ja que pot indicar que les especificacions a l'hora de presentar la pregunta en l'enquesta han donat els seus fruits i han contribuït a unes respostes acurades. Alhora, serveix per veure que, un fet que no es jutja estrictament polèmic o que s'interpreta com a poc polèmic, pot aconseguir crear la sensació que genera controvèrsia. Una dinàmica que també hem observat en l'anàlisi propi i anterior de les peces, en què, segons els criteris establerts, existien un gran nombre d'articles que, sense ser eminentment polèmics, funcionaven com a generadors de polèmica.

6. DISCUSSIÓ

En aquest apartat exposem una breu síntesi i interpretació dels resultats extrets, amb l'objectiu d'orientar i apuntar a possibles noves línies d'investigació que es puguin sostenir en el treball de recerca. Això ens ajuda, alhora, a identificar les conclusions d'aquest treball en base a resultats definitius. En aquest sentit, fem un judici de la nostra tasca com a investigadors un cop finalitzat el procés d'elaboració i realització del treball, advertint possibles canvis o millores.

D'una banda, com a idea general, apuntem que la polèmica sembla avançar cap a formats o construccions cada vegada menys textuals, i on el pes dels elements multimediàtics sigui major. Com incorporem a les conclusions, sembla evident que, en realitat, és molt poc natural desenvolupar una polèmica en un mitjà digital escrit, per la pròpia naturalesa del format. Per això, és molt difícil construir una metodologia justa, precisament perquè hi ha molts casos que estan en el llindar de la polèmica o que no tenen bases prou sòlides per raonar o justificar una argumentació definitiva. Això pot provocar que el periodisme sembli estar construïnt cada vegada discursos més banals que tenen repercussió directa en la polèmica i com aquesta s'explota i apareix en els mitjans digitals esportius. Malgrat hem construït eines que busquen objectivar-la, mesurar-la i categoritzar-la amb la màxima precisió i criteri possible, és un exercici complex en un terreny bastant heterogeni i particular, a més de ser poc estudiat.

Com a investigadors, ens hem d'atribuir el demèrit o assenyalar el defecte de no ser capaços de discernir amb major claredat quines peces són polèmiques i quines funcionen únicament com a generadores de debat. Tot i que, segurament, també arribaríem a la hipòtesi que la paraula polèmica està mutant en la interpretació que en fan els lectors i els propis periodistes quan la fan aparèixer als mitjans en titulars i cossos de text. En aquest sentit, una possible resposta a això observat després d'endinsar-nos en les diverses peces, és que el concepte "polèmica" no acostuma a funcionar quan s'utilitza com a adjectiu. O, si més no, resulta més difícil identificar-hi el component polèmic. En la majoria de casos en què es parlava de "el polèmic *tuit*...", "la polèmica felicitació...", etc. i s'emprava el concepte com a adjectiu, la peça és menys polèmica o, fins i tot, no ho és. Pot ser que s'estigui desvirtuant la paraula i que els mitjans abusin d'ella per qualificar o catalogar qüestions que no passen de ser "desafortunades", "desencertades" o "provocadores", però no "polèmiques", si ens

atenem estrictament al que hem entès pel concepte “polèmica”. Però, davant l’èxit i eficiència d’aquest tipus de continguts, com expliquen els propis periodistes, els mitjans opten per utilitzar el concepte amb freqüència i gairebé de manera excessiva per cridar l’atenció del lector que entra a la pàgina i incitar a que vulgui saber el contingut de la peça titllada com a polèmica.

També ens hem adonat que, amb l’anàlisi que hem fet, potser caldria incloure altres elements a judici en la taula. Per exemple, a quants actors involucra el fet –ja sigui jugadors, equips, etc.–; i també és important a quins actors implica. Segurament si haguéssim inclòs a la taula d’anàlisi una variable que mesurés sobre quin equip parlava la polèmica, ens adonaríem que la majoria de peces tracten qüestions sobre el Barça i el Madrid. Aquesta és una reflexió que hem extret gràcies a les entrevistes amb els usuaris, i que no hem pogut incorporar en el nostre treball. En aquest sentit, aquest component, podríem dir “passional”, que afecta a la polèmica, fa que, moltes vegades, la interpretació del contingut polèmic depengui del lector, sent completament subjectiva. Un article pot generar major controvèrsia depenent de si ets del Barça o del Madrid o de qualsevol altre equip. Per això, davant la preponderància d’aquests dos equips, la majoria del tractament polèmic sembla destinat a estimular i incitar els seus aficionats, generant continguts al voltant d’ells. Per això, el que cal valorar és si, objectivament, ho genera. I això és molt difícil d’assolir metodològicament. En aquest sentit, Adelino Cattani considerava que, en el cas de la controvèrsia, no existeix una conducta millor que una altra, ni des del punt de vista ètic ni des del punt de vista de l’eficàcia. Per tant, no és un element estrictament mesurable ni hem trobat la manera de ser totalment objectius a l’hora d’identificar-la, ja que s’atribueix a una sensació personal i una percepció íntima sobre com afrontem les diferents versions i mirades respecte un fet. No existeix cap paràmetre empíric ni científic que pugui provar la controvèrsia, malgrat en el nostre treball hem assenyalat un possible camí per intentar estudiar aquest element.

Tampoc hem pogut jutjar ni relacionar la polèmica amb la immediatesa, element propi del periodisme digital que, possiblement, també té repercussió en com es tracta la polèmica en les webs dels mitjans esportius. Més enllà que apostin per crear aquest contingut amb rapidesa, com sembla evident, no hem pogut posar aquest valor en la balança de la polèmica, ni estimar l’impacte que té en el seu desenvolupament. Per tant, malgrat s’ha intuït com un aspecte clau perquè es generi i construeixi la polèmica, no hem pogut demostrar que això és així.

En l'estudi, tampoc hem parat especial atenció a qüestions com la veracitat dels titulars o fonaments deontològics sobre l'elaboració de les peces. No ho hem mesurat, però ho apunten tant les aportacions dels autors del marc teòric, com els entrevistats usuaris, que en alguns casos associen la polèmica a aspectes com el fanatisme, la subjectivitat, o l'artificiositat, entre d'altres qüestions pejoratives. El joc de paraules, les declaracions tretes de context, forçades, són aspectes que assenyalen diversos actors en el nostre treball, però que, en canvi, rebutgen els propis periodistes dels mitjans, que neguen tals pràctiques, malgrat en alguns casos es resignen a acceptar-les. En el nostre cas, hem intentat fer una aproximació a aquestes pràctiques i rutines del periodisme, amb variables com la confrontació, que busca trobar certes metàfores o analogies de l'àmbit bèl·lic. Tot i així, no arriba a assimilar-ho en els termes que s'exposen en les entrevistes amb potencials usuaris, on es remarca molt més que la polèmica entra en un terreny de fang. Situació que, malgrat es considera que els mitjans haurien d'estar per sobre i educar els lectors, moltes vegades són els primers en entrar en aquest terreny pantanós i explotar una polèmica banal i buida. En aquest sentit, aquestes polèmiques actuals, en molts casos, són un ressò de les que es generen a les televisions o es desencadenen a les xarxes socials, com explicarem en les conclusions.

Així, també advertim, com ho fem en el treball, la necessitat de conèixer el rol de les xarxes socials en el desenvolupament de les polèmiques esportives dels mitjans digitals. Tot i que no hem entrat a valorar i estudiar aquest escenari en el nostre treball, ho volem constatar com a un element interessant a estudiar en un futur anàlisi encarat a investigar com es desencadena el debat en les xarxes socials a partir d'una peça publicada per un mitjà digital esportiu. Creiem que, per la pròpia lògica de les xarxes socials, esdevé l'espai que potser potencia millor el debat, més que la possibilitat d'incorporar la opció de comentar una notícia dins la pròpia pàgina del portal digital esportiu. Es tracta d'una hipòtesi interessant sobre la qual obrir nous plantejaments i qüestions.

Un altre factor en el qual hem de fer autocrítica és en la construcció de l'enquesta, que no ha permès extreure resultats prou significatius, malgrat sí permet intuir certes tendències que, en cap cas, es poden elevar a la categoria de conclusions definitives. La manca de temps ha sigut un dels condicionants que ha limitat la força dels resultats de les enquestes, amb una eina poc robusta que es pot millorar.

Respecte els casos que sobresurten molt de les puntuacions mitjanes o més repetides, trobem algunes possibles explicacions, malgrat són hipòtesis que no podem confirmar. D'una banda, les valoracions al voltant de la controvèrsia que s'escapen de les que són majoria poden venir per la construcció d'una mala eina d'enquesta, que no hagi establert clarament què es jutja, permetent la possibilitat que existeixi certa incidència en respondre en funció de l'equip amb el qual simpatitza l'entrevistat en qüestió. És a dir, que no respongui a si busca generar controvèrsia, sinó que puntuï –entre 0 i 3, com s'ha especificat en la metodologia– segons si a ell li ha generat controvèrsia. Similar passa amb la ponderació sobre l'explotació de la polèmica en la peça, on s'observa que, potser, alguns usuaris no han valorat les eines que formen part de la pàgina, sinó a qui involucren i impliquen o altres aspectes que desconeixem. Una possible explicació, doncs, a aquest fenomen observat és que l'assimilació del contingut polèmic està supeditat a l'equip amb el qual simpatitzen. Per exemple, el fet que hi hagi dos simpatitzants de l'Espanyol i una de les peces tracti un fet sobre aquest club, pot explicar que interpreti la polèmica o la controvèrsia d'una manera diferent. En aquest sentit, una altra hipòtesi que apuntem, malgrat també resulta impossible provar-la, és que els casos en què les respostes són d'enquestats que no són lectors habituals –2 de 18–, la interpretació que es fa de les peces polèmiques pot ser diferent a la resta, és a dir, respecte d'aquells que estan més familiaritzats amb el consum d'aquest tipus d'informació. Això podria explicar que existeixin respostes que, com es mostra de les figures 32 a la 35, siguin molt dissonants o s'allunyin de les més freqüents. Un darrer condicionat, i que també resta força als resultats que busquen mesurar la interpretació que fan els enquestats de les peces, pot ser l'ordre en el qual s'han llegit els articles. El fet que no s'hagi construït una eina que tingui en compte això –per exemple, alternant les peces–, fa que els resultats estiguin lleugerament esbiaixats.

En definitiva, la idea és veure si això resulta efectiu metodològicament per a aquest treball i sotmetre-ho a consideració per mirar de disposar, més endavant, d'una eina més robusta, que permeti considerar les diverses conjuntures especificades fins aquí.

Una vegada que hem construït la metodologia, realitzat entrevistes a diferents perfils i actors vinculats a la polèmica, fet l'anàlisi de les peces i l'extracció de resultats, la present recerca ens ha estimulat a veure que es poden desenvolupar en el futur altres tipus de recerques. Quelcom relacionat amb la present discussió.

- Polèmica i controvèrsia poden anar de la mà. És possible que s'interpreti que, a millor explotació i tractament de la polèmica, també major controvèrsia genera. És una relació entre variables extret de les enquestes que pot ser un fil del qual estirar en una futura recerca o tesi.
- Estudi de casos particulars i clarament significatius: El fet de la remuntada del Barça contra el PSG pot esdevenir un cas amb suficient força com per estudiar-lo en sí mateix com a tractament molt paradigmàtic de la polèmica, com ja s'ha detallat en anteriors apartats reflexionant sobre els resultats i l'anàlisi.
- El rol de les xarxes socials en la potenciació de la polèmica esportiva per part dels mitjans digitals. Un escenari que serveix per “fer bullir l'olla” i buscar cridar l'atenció de l'audiència a través d'incentivar el debat i agitar als usuaris.
- Les polèmiques dels mitjans digitals esportives es fan ressò d'una polèmica que podríem considerar televisiva i molt més espectacular, intentant adaptar-se a les particularitats de l'escenari del periodisme textual a Internet.

Un seguit d'apunts i línies d'estudi que no hem explorat —o ho hem fet de manera molt inicial i embrionària— que demostren que, més enllà d'unes conclusions que puguem extreure, com veurem en el darrer apartat, el treball sí ha aconseguit evidenciar certs comportaments i rutines sobre com es desenvolupa la polèmica en els mitjans digitals esportius, principal objectiu de la present investigació.

7. CONCLUSIONS

Després d'analitzar la situació als mitjans i copsar diferents veus i aportacions, podem arribar a algunes conclusions que, en molts casos s'ajuden o complementen l'anterior discussió. En primer lloc, cal apuntar que, malgrat aquestes conclusions potser no són absolutament definitives en algun dels casos, sí són el resultat d'una evidència que hem pogut constatar en el treball de recerca: la polèmica es pot estudiar, malgrat, com hem demostrat, continua sent un escenari poc conegut en els mitjans digitals esportius.

En base a aquesta primera sentència, creiem que podem afirmar que l'estudi demostra que, tot i parlar en moltes ocasions de polèmica –tant els mitjans com els propis usuaris– els resultats extrets mostren que en molts casos no ho són. D'una banda, l'anàlisi i la investigació de camp mostren que els mitjans s'omplen d'especulacions i soroll que, en molts casos, no admeten ni tan sols la possibilitat d'adoptar diferents punts de vista, ni segueixen els criteris i elements que hem definit i utilitzat per parlar de polèmica. En aquest sentit, algunes peces encapçalen en el titular amb la paraula polèmica tot i no ser-ho, com ha quedat palès en l'estudi. Ens adonem també que hi ha una gran quantitat d'articles que, en essència, no són polèmics, però funcionen com a peces generades de polèmica i afegeixen més llenya al foc respecte un determinat fet polèmic, com hem exposat en casos especialment paradigmàtics. D'altra banda, i lligat a aquesta idea, com reflexionava Ortuño –sport.es–, cada vegada és més difícil que es desencadeni polèmica als mitjans, malgrat, tal i com assenyalen els propis periodistes i també els potencials usuaris entrevistats, aquesta s'observa com un element molt present –en auge– en els mitjans digitals esportius (143 articles en sis setmanes). Almenys, en un intent de convertir-la en protagonista dels espais.

L'argumentació del paràgraf anterior sobre la “poca polèmica” real existent en els portals digitals, que hem observat i s'ha apuntat des de diverses perspectives, ens condueix a una altra qüestió a posar sobre la taula. La polèmica, en molts casos –especialment en usuaris entrevistats–, s'observa com una part “fosca” o amb connotacions negatives respecte el periodisme. Tant aquests usuaris com alguns periodistes, mostren una visió que la vincula a aspectes com el sensacionalisme, pràctiques poc ètiques –com hem demostrat en l'estudi de determinats casos exemplificatius–, que s'allunya dels valors i codis tradicionalment defensats per la professió. Aquesta banalitat és encara més exponencial per la digitalització. La cerca del

clic impera en molts casos per sobre de valors periodístics, i l'escenari digital potencia que la polèmica sigui protagonista i cabdal en la captació i fidelització de l'audiència, com expliquen els periodistes entrevistats, observen els potencials usuaris, i apunta una investigació de camp que mostra la sobreproducció i massificació de continguts amb un tractament o rerefons polèmic.

En aquest sentit, i com ja hem assenyalat al llarg del treball, sense aquest component o realitat digital, la polèmica no s'entendria en l'actualitat en els mitjans esportius. La seva presència s'explica, en bona part, gràcies a l'arribada d'aquests nous espais a Internet, que faciliten i agilitzen aquest tipus de tractament, que perd una mica de sentit o limita les possibilitats d'evolucionar i crear nous materials en espais tradicionals de premsa escrita. Els mitjans digitals esportius tenen l'opció d'explotar les possibilitats multimèdia que dona la xarxa i el fenomen digital per tal de treure el màxim rendiment al tractament polèmic d'un fet. Aquesta és una situació amb la qual difícilment pot competir un mitjà imprès, molt més limitat i encotillat per una naturalesa i unes característiques pròpies que redueixen les opcions d'explotar la polèmica. En aquest sentit, podem concloure que l'ús d'aquestes eines serveix per jutjar els articles polèmics com a millor construïts o explotats, com apunten de manera incipient els resultats de les enquestes i la nostra investigació de camp, que són força coincidents en aquest aspecte. En la mateixa línia, els portals esportius a la xarxa s'han convertit en un trampolí per generar la polèmica esportiva. Però també donar cabuda a altres continguts, amb altres formats. Una bombolla que s'ha anat fent gran gràcies a la possibilitat d'utilitzar els recursos que ha anat donant Internet, apropant-se a altres espais com la televisió o la ràdio, que han servit per convertir la polèmica en un aspecte cabdal, com hem defensat.

A aquesta bombolla, com diem, s'hi han hagut d'anar-hi sumant nous formats, amb fórmules que havien resultat exitoses en altres espais. Després de la investigació de camp, i en base també a les respostes dels professionals dels mitjans, concloem que la polèmica a les webs ha agafat el relleu de la polèmica creada a les televisions o les ràdios, en altres plataformes i suports, convertint els portals digitals en una caixa de ressonància, fent-se ressò de la polèmica d'altres mitjans de comunicació. Això irromp com a resposta a una problemàtica que busquen solucionar davant l'efectivitat o rèdit – que sembla provat pels propis mitjans– d'incorporar continguts polèmics: la polèmica és un format que no s'ajusta al periodisme escrit. Especialment perquè, per la pròpia naturalesa del format, és molt difícil d'explotar, alhora que costa exposar els diferents

punts de vista. Per això, d'una banda, s'apunta a la necessitat d'un consum de múltiples mitjans per integrar una polèmica completa, que inclogui totes les mirades i postures possibles. De l'altra, a la necessitat constant d'adaptar-se a les noves exigències i a les noves rutines, en un procés que es va construint sobre la marxa i en base a pocs criteris sòlids. En aquest sentit, sembla evident, després de l'estudi, que hi ha poc coneixement de què és la polèmica, especialment en els mitjans, però també en l'audiència. En alguns casos, hi ha certa assimilació o confusió amb altres espais com la opinió o el format tertúlia televisiva, les lògiques dels quals obliguen a reformular les pràctiques del periodisme a Internet per incloure-hi o donar cabuda a la polèmica. Com hem apuntat en la discussió, es tracta d'un camí que s'està recorrent contínuament, i que no se sap ben bé cap a on depararà.

I és que sembla evident que la polèmica es veu obligada a canviar i replantejar-se constantment. Buscar noves formes i adaptar-se a les noves demandes i necessitats. Com s'adverteix en la discussió, potser cada vegada es camina més cap a una major importància del vídeo, i menys a la interpretació del periodista. De moment, la polèmica funciona i té seguiment, malgrat continuïn sense existir els coneixements i fórmules que permetin potenciar-ho. Aquest treball fa una radiografia de la polèmica per advertir la necessitat d'establir i trobar mecanismes que permetin conèixer a fons quines implicacions té la presència de la polèmica en els portals digitals esportius.

BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA CONSULTADA

- BERGANZA, MR; RUIZ, JA. (2005). *Investigar en comunicación: guía pràctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrd, McGraw-Hill
- BRANZ, JB. (2012). *Narrativas en torno al deporte en tv: el problema de la discriminación*. Consultat el gener de 2017. Disponible a: http://www.ungs.edu.ar/mpc/wpcontent/uploads/2012/11/BRANZ_NARRATIVAS-EN-TORNO-AL-DEPORTE-EN-TV.pdf.
- BIANCHI, F. (2012). Deporte y Periodismo: El problema de la subvaloración. *Cuadernos.Info*, (7), 91-95. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.7.334>
- CARRILLO GUERRERO, L. (). *Retórica:La efectividad comunicativa*. Consultat el desembre de 2016. Disponible a: <http://www.rhetorike.ubi.pt/02/pdf/03-guerrero-retorica-rethorike-04-09.pdf>
- CATTANI, A. (2006). *Los usos de la retórica*. Madrid, Alianza Editorial
- CATTANI, A. (2003). *Las reglas del diálogo y los movimientos de la polémica*. Consultat el gener de 2017. Disponible a: http://www.uv.es/sfpv/quadern_textos/v32-33p7-20.pdf
- COROMINES, J. (1985). *Diccionari etimològic i complementari de la llengua catalana*. Barcelona, Curial
- FAVARETTO, C. (2014). *La evolución de los cibermedios deportivos en el escenario de la web 2.0. El caso español (AS, Marca, Mundo Deportivo y Sport)*. Consultat l'abril de 2017. Disponible a: <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/285106/cfl1de1.pdf?sequence=1>

- GARCÍA, G. L. (2005). *Modelos de medio de comunicación en Internet: desarrollo de una tipología*. Consultat el gener de 2017. Disponible a: http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/53688/Modelos_de_medios_de_comunicacion_en_Int.pdf?sequence=1
- MARTÍNEZ, L.Y. (2014). *Los temas beisboleros en la página 7 del periódico vanguardia*. Consultat el desembre de 2016. Disponible a: <http://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/407/Los%20temas%20beisboleros%20en%20la%20p%C3%A1gina%207%20del%20peri%C3%B3dico%20Vanguardia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- NARANJO, A. (2011). *Tratamiento de la información deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente. El caso de los encuentros de fútbol entre Real Madrid y F. C. Barcelona*. Consultat el 14 de febrer de 2017. Disponible a: http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4848/TDR_NARANJO_ARC_OS.pdf?sequence=6
- NARANJO, A. (2011). *Tratamiento de la Información Deportiva en la prensa: la crónica como género prevalente* (Tesis de doctorado). Consultat el març de 2017 Disponible a: http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4848/TDR_NARANJO_ARC_OS.pdf?sequence=6
- NOCÍ, J. D. (2001). *La escritura digital: hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Zarrautz (Guipúzcoa).
- OLIVA, C. (2014). *El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento*. Consultat el març de 2017. Disponible a: <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva2.pdf>
- OREJA, F. (1990). *Aristóteles y la Retórica*. Consultat el gener de 2017. Disponible a: <http://revistas.ucm.es/index.php/RESF/article/viewFile/RESF9292220419A/11741>

- RODRIGO ALSINA, M. (2001). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Consultat el 18 de desembre de 2016. Disponible a: <https://sociologiadelacomunicacionucab.files.wordpress.com/2015/10/teorc3adas-de-la-comunicac3b3n-c3a1mbitos-mc3a9todos-y-perspectivas.pdf>

- ROJAS, J. L. (2016). Cuadernos de Periodistas, número 31: *La creciente banalización de los contenidos deportivos*. Consultat el 14 de desembre de 2016. Disponible a: http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2016/03/48-56-ROJAS-TORRIJOSC_31-1.pdf

- ROJAS, J. L. (2012). *Del fútbol por exceso a la espectacularización de la información en el periodismo deportivo. Propuestas para una mayor diversificación temática de los contenidos*. Consultat el 18 de desembre de 2016. Disponible a: http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/035_Rojas.pdf

- ROJAS, J. L. (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. Consultat el 5 de desembre de 2016. Disponible a: http://www.correspondenciasy analisis.com/es/pdf/v4/pe/3_periodismo_deportivo.pdf

- SALAVERRÍA, R. (2001). *Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental*. Consultat el febrer de 2017. Disponible a: http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5068/1/esmp_multimedia.pdf

- SALAVERRÍA, R.; GARCÍA AVILÉS, J. A. (2008). *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo*. Consultat el febrer de 2017. Disponible a: <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5071/1/154114.pdf>

- SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. (2008). *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Consultat el febrer de 2017. Disponible a: http://textualvisualmedia.com/images/revistas/02/27_masip.pdf

- SANDOVAL. M. T. (2003). *Los periodistas en el entorno digital: hacia el periodismo multimèdia*.
- SOLER, P. (2011). *La investigación cualitativa. Un enfoque integrador. Un enfoque integrador*. Bcelona, Ed. Gedisa
- SCHOPENHAUER, A. (2004). *El arte de persuadir*. Consultat el desembre de 2016. Disponible a: <https://josefranciscoescribanomaenza.files.wordpress.com/2016/01/aquc3ad19.pdf>
- SCHOPENHAUER, A.(2002). *El arte de tener razón*. Madrid, Alianza Editorial
- VALDIVIA, M. (2011). *La polémica en los comentarios de Escambray: Un enfoque crítico*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Central de Las Villas. Villa Clara.
- WILLIAM, J. Morgan. *Why sports morally matter*. Consultat el desembre de 2016. Disponible a: <http://www.imd.inder.cu/adjuntos/article/633/Why%20Sports%20Morally%20Matter.pdf>

LLOCS WEB

- Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació (2015). Estudi General de Mitjans: Febrer a Novembre de 2015. Disponible a: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>
- Diccionari de l'Institut d'Estudis Catalans (DIEC). Consultat el desembre de 2016. Disponible a: <http://dlc.iec.cat/>
- El Confidencial (2017). *'El Periódico de Catalunya' pone en un brete a Zeta tras aprobar una huelga de cinco días*. Consultat el maig de 2017. Disponible a: http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2017-05-03/el-periodico-de-catalunya-huelga-cinco-dias-mayo-gala-catalan-ano-recortes-grupo-zeta_1376843/
- Portal digital d'AS. Consultat del al 2 de gener al 26 de març de 2017. Disponible a: www.as.com
- Portal digital de Marca. Consultat del al 2 de gener al 26 de març de 2017. Disponible a: www.marca.com
- Portal digital de Mundo Deportivo. Consultat del al 2 de gener al 26 de març de 2017. Disponible a: www.mundodeportivo.com
- Portal digital d'Sport. Consultat del al 2 de gener al 26 de març de 2017. Disponible a: www.sport.es
- Vozpopuli (2017). *La venta de Ediciones B no alivia la crisis de Zeta: el futuro de 'Interviú' y 'Tiempo', en el aire*. Consultat el maig de 2017. Disponible a: http://www.vozpopuli.com/medios/Ediciones-Zeta-Interviu-Tiempo-Cuore_0_1016299461.html

ANNEXOS

1. MODEL D'ENTREVISTA EN PROFUNDITAT

SOBRE LA POLÈMICA COM A CONCEPTE

La definició que dona el DIEC sobre polèmica és la següent:

(Controvèrsia, especialment per escrit, sobre un punt teològic, polític, literari, etc.)

1. Fins a quin punt creu vostè que és adient la definició del DIEC sobre polèmica segons el que es practica als portals digitals esportius?
2. Què entén vostè per polèmica?
3. Quines són les característiques que atribueix vostè a la polèmica?
4. Existeixen altres camps en què s'hagi utilitzat la polèmica en el terreny de la comunicació? Possibles antecedents
5. Quin coneixement creu que tenen els periodistes dels mitjans esportius sobre què és la polèmica?

EL GÈNERE

6. Pot considerar-se la polèmica com un gènere en sí mateix amb bases i sentit propi?
 - a. En cas que no, en quin gènere situem la polèmica?

LA INTENCIONALITAT DEL MISSATGE

7. Quin és l'objectiu final de crear continguts polèmics?
8. Com s'integra la polèmica en la informació del mitjà i la línia editorial?

CONSTRUCCIÓ DE LA POLÈMICA

9. Quin pes creu vostè que té la polèmica en els mitjans esportius digitals?
 - a. Importància dels continguts polèmics com a reclam de les audiències.
10. Com i quan creu vostè que s'inicia el tractament de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

11. Quins criteris –si és que existeixen– s'utilitzen per decidir si un tema pot tenir un tractament polèmic en els mitjans esportius?
12. Creu que es pot parlar de peça o contingut polèmic esportiu digital de qualitat? Quines serien les seves característiques?
13. Quines són les rutines de producció de les publicacions esportives amb un component clarament polèmic?
 - a. Construcció i desenvolupament en el tractament de la polèmica esportiva

LES ESPECIFICITATS DE LA TECNOLOGIA

14. Com influeix la tecnologia en la construcció de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?
15. Existeixen algunes pautes sobre els elements i continguts que han de formar part d'una peça o publicació polèmica?

LES CARACTERÍSTIQUES DEL PROFESSIONAL ENCARREGAT

16. Hi ha persones especialitzades específicament destinades a cobrir aquest tipus de fets polèmics?
17. Quines són les aptituds, actituds i habilitats que ha de demostrar el periodista encarregat de generar peces amb un component polèmic?

18. Què en pensa de la següent definició o explicació sobre la polèmica?

“Forma de tractament sobre un tema que el mitjà jutja d’interès, interpretable des de diferents punts de vista que, a partir de la sobrevaloració i magnificació informativa del fet i, emparant-se en la lògica de l’espectacle, defensa un únic punt de vista com a vàlid, imposant-lo sobre la resta i negant qualsevol altre posició, amb l’objectiu final de generar controvèrsia i orientar el pensament i la mirada del lector perquè prengui com a bona una determinada postura.”

2. ENTREVISTA A XAVIER ORTUÑO

SOBRE LA POLÈMICA COM A CONCEPTE

La definició que dona el DIEC sobre polèmica és la següent:

Controvèrsia, especialment per escrit, sobre un punt teològic, polític, literari, etc.

1. Fins a quin punt creu vostè que és adient la definició del DIEC sobre polèmica segons el que es practica als portals digitals esportius?

Faltaria parlar de la intenció. Pel que entenem avui en els mitjans esportius, aquesta definició tan teòrica ha canviat. El que estem fent nosaltres és assenyalar per carregar contra l'altre, no fem una contraposició dels continguts.

2. Què entén vostè per polèmica?

Quan *Sport* parla de polèmica, busca liderar una facció. Polèmica no és plantejar les dues parts de la baralla. Això és un debat. Per mi polèmica és agafar la bandera d'una posició i anar amb ella contra la resta del món. És liderar una facció que saps que generarà reaccions, tan a favor com en contra. Perquè portarà gent darrere nostre i anirà contra altres faccions.

3. Quines són les característiques que atribueix vostè a la polèmica?

Provocar aversió i recolzament. En el moment que els mitjans es treuen la careta, detectem les posicions que creiem que els nostres lectors recolzaran. Si diem que un partit ha sigut injust, agafem la bandera i liderem corrents d'opinió per arrossegar gent al darrere.

4. Existeixen altres camps en què s'hagi utilitzat la polèmica en el terreny de la comunicació (antecedents)?

Sí. Els mitjans digitals som uns amateurs. Les tertúlies televisives són qui lideren les polèmiques, tot i que tenim *anchormans* que poden liderar-ho en el diari. Però el paraigua del mitjà no ens permet tant agafar la bandera. Programes televisius com el *Chiringuito* o *Estudio Estadio* ho tenen molt més fàcil. No han d'agafar un sentit unitari. Ells són els professionals de la polèmica. Nosaltres encara no sabem adaptar la polèmica esportiva televisiva als mitjans digitals.

5. Quin coneixement creu que tenen els periodistes dels mitjans esportius sobre què és la polèmica?

Per començar, ens falten eines. No sabem quines eines funcionen. És com si un canal de televisió fes un debat amb totes les persones del mateix color polític i haguessis de canviar de canal per sentir l'altra versió. És el que ens passa als portals digitals. Nosaltres fem una aposta per un tema o contingut perquè sabem que a l'altra banda hi ha una persona dient el contrari. En certa manera, anem a cegues, i no ens podem inventar la contra-reposta. Per això les televisions ens porten tant avantatge en això. La televisió ho porta fent fa molts anys. *Moros y cristianos* és el primer programa de polèmica que recordo. El futbol ho ha copiat.

EL GÈNERE

6. Pot considerar-se un gènere en sí mateix amb bases i sentit propi?

- a. En quin gènere situem la polèmica?
- b. En quins formats es pot trobar?

No. Hi ha el format tertúlia, que la seva primera arma és la creació de polèmica i generar debat. No és un gènere com a tal, sinó la primera característica del debat.

LA INTENCIONALITAT DEL MISSATGE

7. Quin és l'objectiu final de crear continguts amb base polèmica? (persuasió?)

En el nostre cas, és intentar representar corrents d'opinió dels nostres seguidors. De vegades no l'encertem. Per exemple, pots dir que al minut 14 s'aplaudeixi perquè l'àrbitre ho va fer molt malament l'altre dia. I de vegades no et segueixen perquè el periodista no ha sabut crear aquesta corrent.

8. Com s'integra la polèmica en la informació del mitjà i la línia editorial?

Si consideres que una portada pot generar polèmica, que ho fa, pot ser la representació de la línia editorial. La portada és la nostra editorial.

9. Quin pes creu vostè que té la polèmica en els mitjans esportius digitals?

- a. Importància dels continguts polèmics com a reclam de les audiències.

Pes no ho sé. Rendiment molt. No és el contingut que més rendiment genera, però en un moment concret és el que vol la gent. Per exemple, tenim els vídeos de la lliga. Hem hagut d'aprendre a gestionar quan tirem aquests continguts. Quan s'acaba el partit, la gent vol sentir *rajar* o sentir elogis. Hi ha vídeos que funcionen més l'endemà que el dia de partit. Intentem buscar vídeos d'accions que poden generar polèmica, i la Lliga és qui decideix si te'l passa o no. Si un vídeo és polèmic funciona perfectament. Si parlem de gols, potser no té tant èxit. *Pisotón, codazo...* tot allò que està obert a la interpretació triomfa. Per això busquem aquest tipus de casos, perquè a més ens permeten alimentar les polèmiques. En el nostre cas, una de les polèmiques que ara començaran a aparèixer és la interna: el Barça haurà de prendre decisions i nosaltres estarem allà. Hi ha lectors de l'*Sport* que també busquen això. La polèmica cap a fora és la fàcil, la divertida. No ens surt ser valents i atacar el club que interessa. Per exemple, quan parlo del Barça, no tinc feedback. Quan parlo del Madrid sí. Quan el Barça perd fas un article ràpid a la web i exposes què ha fallat i és quan millor funciona. Tornant a la pregunta, crec que no sabem el pes real, però anem fent-ho sobre la marxa.

10. Com neix el tractament de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

- a. Ha evolucionat l'ús de la polèmica esportiva als mitjans digitals?
- b. El periodisme segueix aplicant les lògiques inicials de la polèmica esportiva?

La portada en paper s'imposa i ens indica com liderar polèmiques. Pots fer 10 notícies d'un tema, que fins que fas una portada dient "*Robo*" no s'aixeca la polèmica. Les televisions utilitzen les portades i és com una bandera per ensenyar. El discurs a la web pot servir, però la majoria de gent espera a la portada per veure amb què vas. Així és com neix el tractament. Si ets ràpid en treure una portada, les ràdios i les teles parlaran de tu. Una portada d'un diari és agenda informativa i segueix tenint molt pes per reforçar una polèmica. Es genera molt perquè es pot tenir un èxit, però la portada és el que serveix per tenir més impacte i iniciar una polèmica.

11. Quins criteris s'utilitzen per decidir si un tema pot tenir un tractament polèmic en els mitjans esportius?

- a. Quines qüestions creu que determinen o influeixen en el tractament periodístic de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

No hi ha criteris molt definits. El que més funciona són les opinions exprés i cadascú les tira per on vol. La gràcia està en palpar on està la indignació de la gent. Les 80 persones que estan a la redacció són un gran indicador per advertir què pot ser polèmic. Les pròpies filies i fòbies de cadascú. També tenim enquestes, que ens donen pistes i material per fer una peça sobre el tema en qüestió. Són la via més ràpida, i a partir d'ella es pot fer una altra peça.

12. Creu que es pot parlar de peça o contingut polèmic esportiu digital de qualitat? Quines serien les seves característiques?

Si el punt inicial és el que creiem que el lector vol llegir, donem arguments, però no tots els que podríem donar. Per exemple, no sempre hem tingut un àrbitre per parlar de qüestions arbitrals. Tampoc sempre han funcionat. És molt més fàcil tenir el vídeo del *lìbero*, perquè, al final, qualsevol persona l'únic que podrà fer és interpretar. Els mitjans esportius vivim en un món apart on, de vegades, hi ha gent que se li escapa la mà per generar polèmica. A vegades vols avivar l'espurna i si veus que no et segueixen vas tirant perdigons per tot arreu per forçar. És difícil dir que hi ha polèmica de qualitat. Pots fer una bona campanya, que et segueixin jugadors, però és difícil fer una polèmica de qualitat. De vegades surt quan menys t'ho esperes.

Per exemple, hem obert una secció que es diu "*Historias de la historia*" que genera molt debat entre els lectors, tot i que hagi passat el temps. Durant dos dies aconsegueixes que es parli d'allò. Però no es fa pensant amb aquesta intenció de fer polèmica. (De vegades la polèmica o el debat es desenvolupa sense que hi hagi intenció d'això). Pot ser que això sigui la polèmica de qualitat, perquè té investigació darrera, dades, recopilació...

O el *Qué fue de...* Si un exjugador té un passat tèrbol o s'ha ficat en temes de drogues... genera polèmiques. Parlar de qüestions buides costa. De vegades un fet està inflat perquè no tenim on rascar. Altres, per contra, fins i tot has de rebaixar. Estem fent un canvi: la gent no vol que el periodista ho jutgi. La gent ho vol veure. "Ensenya-m'ho". Passa amb molts temes. Quant més directes som més èxit té. Els temes arbitrals estan

decaïent una mica perquè cansa. Hi ha personatges, exjugadors, etc. que sempre saps que són un fil generador de polèmica. Aquí tenim part de culpa, perquè és una polèmica buida. Per mi la polèmica de qualitat és quan aconseguixes liderar una corrent d'opinió. Realment, passa molt pocs cops. Costa molt. T'he començat dient que tot és polèmica, però m'adono que gairebé res és polèmica. Molt poques vegades generem una polèmica. Els mitjans digitals estem perdent ser els focus de la polèmica. Les teles, les xarxes... ja són l'espai de la polèmica. Tenim poques armes. Altres espais poden dir "Et llegim" i tenen mitja feina feta. Nosaltres podem recollir les polèmiques, però costa molt més que et segueixin quan tu la iniciïs. Per exemple la possibilitat de comentar una notícia és quelcom que ens generava molts problemes perquè entraven comentaris ofensius etc. És un risc perquè és responsabilitat dels mitjans tot el que surt. Potser per tot això cada vegada és més difícil que sigui de qualitat.

13. Quines són les rutines de producció de les publicacions esportives amb un component clarament polèmic?

b. Construcció i desenvolupament en el tractament de la polèmica esportiva

"Passa un fet, fem una notícia breu, elaborem una enquesta, generem una opinió per empènyer la polèmica i la tanquem amb una última peça" Aquest seria l'esquema ideal.

LES ESPECIFICITATS DE LA TECNOLOGIA

14. Com influeix la tecnologia en la construcció de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

Tenim diverses eines. Les enquestes són el termòmetre. I els espais de debat és on la gent pot entrar i barallar-se. Això sí, el vídeo és el gran canvi. És el que la gent demana. Jo puc escriure quatre paràgrafs explicant un fet, que si tens el vídeo no necessites res més. El tema de les càmeres en tots els angles i punts de vista és un instrument que permetrà canviar la manera d'exposar la polèmica.

15. Existeixen algunes pautes sobre els elements i continguts que han de formar part d'una bona peça o peça polèmica de qualitat?

No tenim una guia però ens fiem del nas. Per exemple, en el sorteig de Champions, el tema de les boles calentes ja no té gràcia. Ara es busca valorar si és un creuament fàcil o

difícil i donar dades. L'enquesta és el primer que ens ve al cap. I els comentaris que estan sempre oberts. A partir d'aquí és deixar que bulli l'olla.

LES CARACTERÍSTIQUES DEL PROFESSIONAL ENCARREGAT

16. Hi ha persones especialitzades específicament destinades a cobrir aquest tipus de fets polèmics?

No. Sí que hi són en articles d'opinió. Però sobre fets polèmics no hi ha cap encarregat. Per exemple, l'1x1 pot ser polèmic, i té periodistes concrets encarregats d'elaborar-los. Però en polèmica no. Perquè tampoc tenim un model de notícia polèmica. El polemista existeix en la televisió, però a l'hora de fer un article no.

17. Quines són les aptituds, actituds i habilitats que ha de demostrar el periodista encarregat de generar peces amb el component polèmic?

L'article ha de semblar el més pla possible i que tu sàpigues crear polèmica fent veure que estàs sent neutral. Aquesta seria la clau. Si vens arguments sense mullar-te, és el millor format. Si algú és molt "terrorista", és millor no donar-li aquest tipus de temes polèmics.

18. Una vegada hem parlat sobre la polèmica, què en pensa de la següent definició o explicació següent?

"Forma de tractament sobre un tema que el mitjà jutja d'interès, interpretable des de diferents punts de vista que, a partir de la sobrevaloració i magnificació informativa del fet i emparat en la lògica de l'espectacle, defensa un únic punt de vista com a vàlid, imposant-lo sobre la resta i negant qualsevol altre posició, amb l'objectiu final de generar controvèrsia i orientar el pensament i la mirada del lector perquè prengui com a bona una determinada postura."

La polèmica és la conseqüència d'això. De detectar un tema interessant pel lector, amb diferents punts de vista. Respecte la resta...

Abordat des de la magnificació i la sobrevaloració, et resta punts. Cada vegada la paraula “*robo*” o escàndol s'utilitza menys. No aconsegueixo generar polèmica si la forço. Si suavitzo el missatge entrarà més gent. Intentem evitar el fanatisme. Si negues la resta de visions, estàs fent una mala campanya.

3. ENTREVISTA TORIBIO BLANCO

SOBRE LA POLÈMICA COM A CONCEPTE

La definició que dona el DIEC sobre polèmica és la següent:

Controvèrsia, especialment per escrit, sobre un punt teològic, polític, literari, etc.

1. Fins a quin punt creu vostè que és adient la definició del DIEC sobre polèmica segons el que es practica als portals digitals esportius?

Com a base, estic d'acord.

2. Què entén vostè per polèmica?

És una controvèrsia que, en el cas de l'esport, té la particularitat que podem parlar d'una decisió que pot ser evident i clara.

3. Quines són les característiques que atribueix vostè a la polèmica?

La polèmica, en quant a fets arbitrals, genera diferents opinions. Quan són polèmiques d'altres tipus, per exemple, els aplaudiments a un àrbitre, té un clar component d'interpretació. Per tant, atribueixo la diversitat d'opinions i la necessitat d'interpretar.

4. Existeixen altres camps en què s'hagi utilitzat la polèmica en el terreny de la comunicació (antecedents)?

La política és el clar exemple de polèmica. És un camp capdavanter i possiblement també pioner.

5. Quin coneixement creu que tenen els periodistes dels mitjans esportius sobre què és la polèmica?

No sé quin coneixement es té, però s'explota moltíssim. En els mitjans digitals esportius, la polèmica no és forçada, però hi ha una corrent d'entreteniment que es basa en la polèmica. El *Sálvame Deluxe* podríem dir que ha sigut una referència pel periodisme esportiu, que ha adoptat els mateixos trets. Però, en el cas de l'esport, la polèmica té un raonament al darrere que altres tipus de programes “rosa” no tenen.

EL GÈNERE

6. Pot considerar-se un gènere en sí mateix amb bases i sentit propi?

- a. En quin gènere situem la polèmica?
- b. En quins formats es pot trobar?

S'ha convertit en un gènere. No hauria de ser així, però ho és.

LA INTENCIONALITAT DEL MISSATGE

7. Quin és l'objectiu final de crear continguts amb base polèmica? (persuasió?)

Partim de fets que són susceptibles de veure's diferent. La polèmica creix en la denúncia. El que fem és exposar un cas que considerem injust, una jugada mal xiulada – en el noranta per cent dels casos–. És una exposició que denuncia una situació que no s'ha jutjat bé. Després hi ha altres tipus de polèmiques, de declaracions... però sempre ens basem en aquests fets. Després les reforcem, o no.

8. Com s'integra la polèmica en la informació del mitjà i la línia editorial?

Nosaltres som un mitjà barcelonista, en el sentit que cobrim informació del Barça. Per tant, estem a sobre del que fa, i també els seus competidors. Quan hi ha una jugada que al Madrid li han xiulat malament no triguem en abordar-ho. Més ara que tenim una audiència global. En altres esports, ha de ser molt més clar. Amb el Barça es va més al detall i s'és més minuciós a l'hora de tractar el tema.

CONSTRUCCIÓ DE LA POLÈMICA

9. Quin pes creu vostè que té la polèmica en els mitjans esportius digitals?

- a. Importància dels continguts polèmics com a reclam de les audiències.

La polèmica en tots els mitjans en general cada cop puja més. És una dinàmica que podríem dir estem en la bombolla de la polèmica. Com en el seu moment va ser la bombolla immobiliària, on els pisos estaven sobrevalorats. És una bombolla que explotarà i acabarà baixant. La gent se satura. Per exemple, *Sálvame* ha estat anys

estirant de la corda però ho està perdent. En el nostre cas, no sempre estem buscant polèmica. S'ha de saber gestionar quan entrem i quan no per no saturar. És un producte o tipus de gènere que la gent demanda. La gent vol polèmica. En aquest tipus de peça es genera molt més *feedback*, més debat i comentaris. El que abans era un debat, ara li diem polèmica.

10. Com neix el tractament de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

- a. Ha evolucionat l'ús de la polèmica esportiva als mitjans digitals?
- b. El periodisme segueix aplicant les lògiques inicials de la polèmica esportiva?

El primer que ha de passar és que l'àrbitre interpreti una jugada que nosaltres no interpretem igual o pren una decisió de pes. Després fem una peça purament informativa. En cas que siguin decisions arbitrals, entrem a valorar si estan ben valorats o no, tot i que de vegades és difícil decantar-se cap a una posició. Aquest és un tipus de polèmica. L'altra és quan tu lideres una polèmica: per exemple, el cas del plàtan que es va menjar el Dani Alves, on ets el primer en veure que aquell fet pot tenir ressò.

11. Quins criteris s'utilitzen per decidir si un tema pot tenir un tractament polèmic en els mitjans esportius?

- a. Quines qüestions creu que determinen o influeixen en el tractament periodístic de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

Nosaltres no dirigim la polèmica, sinó que la recollim. És un estat. Si un jugador està jugant malament, entrem a generar debat. Necessites d'uns fets que puguin tenir component per debatre. De vegades entrem a valorar clarament quina és la nostra visió i altres només posem sobre la taula el fet.

12. Creu que es pot parlar de peça o contingut polèmic esportiu digital de qualitat? Quines serien les seves característiques?

Hi ha dos nivells de polèmica. Una de denúncia: veus una jugada que està mal arbitrada i la denúncies. Podríem dir que aquesta és de qualitat, constructiva, per millorar les coses. L'altra polèmica és la que fem quan ens fem ressò d'una polèmica més televisiva. La polèmica de bar en què poses sobre la taula un fet que ja s'està parlant. Mai busquem una campanya definida.

13. Quines són les rutines de producció de les publicacions esportives amb un component clarament polèmic?

c. Construcció i desenvolupament en el tractament de la polèmica esportiva

Quan passa el fet, de seguida tens el primer indicador en les xarxes socials. Després està la pròpia mirada del periodista, que té unes sensacions respecte el tractament del tema. Hi ha una part molt gran de percepció, i l'altra d'enquestes, seguidors... que et donen pistes. Portem els fets a la seva vessant més controvertida, però és una evolució natural.

LES ESPECIFICITATS DE LA TECNOLOGIA

14. Com influeix la tecnologia en la construcció de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

El mitjà digital té un avantatge: agafes a la gent calenta, en un estat d'ànim que no és reflexiu sinó temperamental. La immediatesa permet que de seguida aborris el fet.

15. Existeixen algunes pautes sobre els elements i continguts que han de formar part d'una bona peça o peça polèmica de qualitat?

No existeixen pautes establertes. Va molt relacionat a la intuïció del periodista.

LES CARACTERÍSTIQUES DEL PROFESSIONAL ENCARREGAT

16. Hi ha persones especialitzades específicament destinades a cobrir aquest tipus de fets polèmics?

No tenim a ningú, ni busquem generar-les. Sí que les recollim, però ho pot fer qualsevol redactor del mitjà.

17. Quines són les aptituds, actituds i habilitats que ha de demostrar el periodista encarregat de generar peces amb el component polèmic?

Tenim professionals que miren tots els partits. Veuen què passa i tenen un *feedback*. A partir d'aquí, el periodista ha de saber captar que un fet pot tenir un matís polèmic. La percepció del periodista ha d'anar en sintonia amb l'audiència i ser capaç de reflectir al

paper aquelles injustícies que la gent veu. Has de ser ràpid, àgil de ment i acompanyar-ho gràficament perquè el lector entengui de què estàs parlant.

18. Una vegada hem parlat sobre la polèmica, què en pensa de la següent definició o explicació següent?

“Forma de tractament sobre un tema que el mitjà jutja d’interès, interpretable des de diferents punts de vista que, a partir de la sobrevaloració i magnificació informativa del fet i emparat en la lògica de l’espectacle, defensa un únic punt de vista com a vàlid, imposant-lo sobre la resta i negant qualsevol altre posició, amb l’objectiu final de generar controvèrsia i orientar el pensament i la mirada del lector perquè prengui com a bona una determinada postura.”

Hi ha coses que no estic d’acord. Sobrevaloració i magnificació no crec que sigui una realitat en el cas dels mitjans digitals esportius. Aquests són elements que sí apareixen en altres escenaris com la televisió, però els mitjans digitals aprofitem per recollir aquestes qüestions inflades. El que no fem és agafar un fet menor i intentar vendre’l com a major. O almenys intentem no fer-ho.

Més que lògica de l’espectacle intentem que sigui lògica del debat. Defensar un únic punt de vista tampoc estic d’acord, tot i que ho fem, potser sense voler. Si una jugada mereix vermella, ho diem però intentem no imposar. És una línia molt fina.

I l’objectiu és generar debat. Més o menys el mateix que controvèrsia.

Resumint, et diria que la polèmica té una part de denúncia que és exposició i que genera debat o no. I una part que és de debat. Per exemple el VAR: posar sobre la taula temes que generen debat, però tractats informativament.

4. ENTREVISTA A SANTI GIMÉNEZ

SOBRE LA POLÈMICA COM A CONCEPTE

La definició que dona el DIEC sobre polèmica és la següent:

Controvèrsia, especialment per escrit, sobre un punt teològic, polític, literari, etc.

1. Fins a quin punt creu vostè que és adient la definició del DIEC sobre polèmica segons el que es practica als portals digitals esportius?

No seré jo qui corregeixi el IEC. Estic d'acord.

2. Què entén vostè per polèmica?

En el cas de l'esport, potser és més apassionada, o s'estira més en el temps. És la diferència: s'allarga més.

3. Quines són les característiques que atribueix vostè a la polèmica?

La base de la polèmica és que un fet sigui interpretable des de diferents punts de vista. Entra tot: la opinió sobre el joc d'un jugador, si es mereix un premi o no... En l'esport, en general, hi ha disciplines on la polèmica és molt més limitada. El resultat és el que és sense que es pugui desencadenar polèmica. En el cas del futbol, la pluralitat d'opinions és molt més constant. Més enllà de les polèmiques del joc en sí, tota la resta és susceptible de polèmica. La prova són els *shows* televisius, on tot el que es vulgui esdevé polèmic.

4. Existeixen altres camps en què s'hagi utilitzat la polèmica en el terreny de la comunicació (antecedents)?

La polèmica en els mitjans de comunicació ve de molt lluny, des de diaris del segle XVIII que tenien punts de vista diferents a nivell polític, cultural, i també esportiu. Ve inherent a la professió. El que estem vivint actualment és un canvi de format. S'ha passat de la polèmica del paper escrit al *show* televisiu, i potser radiofònic. La polèmica ha existit sempre, però hi ha un model actual basat en convertir la polèmica en un *show*. Polèmiques exagerades que s'han exportat de la premsa del cor. Dels programes com *Sálvame* a la polèmica actual dels mitjans.

5. Quin coneixement creu que tenen els periodistes dels mitjans esportius sobre què és la polèmica?

Generalitzar seria molt poc prudent. El que veig és que hi ha gent molt dotada per generar polèmiques i treure punta a qualsevol cosa per convertir-ho en polèmica. Hi ha periodistes especialment hàbils per encendre una polèmica. Amb les xarxes socials encara més.

EL GÈNERE

6. Pot considerar-se un gènere en sí mateix amb bases i sentit propi?

- a. En quin gènere situem la polèmica?
- b. En quins formats es pot trobar?

No m'ho havia plantejat mai així. No sé si un gènere com els que s'estudien a les universitats, però és possible que hi hagi un subgènere que sigui la polèmica.

LA INTENCIONALITAT DEL MISSATGE

7. Quin és l'objectiu final de crear continguts amb base polèmica? (persuasió?)

Donar les versions d'un fet perquè el lector tregui les seves conclusions. El que passa és que en molts casos les polèmiques acaben sent unidireccionals. La polèmica esdevé quan confrontes opinions, i això és molt difícil en un mateix mitjà.

8. Com s'integra la polèmica en la informació del mitjà i la línia editorial?

A l'As, normalment, intentem que hi hagi veus plurals, a favor i en contra d'un fet o una visió. En altres mitjans crec que és més difícil trobar-ho. És el que ha de tenir una polèmica tot i que sigui difícil que tingui tots els ingredients.

CONSTRUCCIÓ DE LA POLÈMICA

9. Quin pes creu vostè que té la polèmica en els mitjans esportius digitals?

- a. Importància dels continguts polèmics com a reclam de les audiències.

Està clarament en auge. No sé si la gent ho demanda i ho vol, o simplement quan dones *merda* la gent compra *merda*. Realment està en auge, sens dubte.

10. Com neix el tractament de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

- a. Ha evolucionat l'ús de la polèmica esportiva als mitjans digitals?
- b. El periodisme segueix aplicant les lògiques inicials de la polèmica esportiva?

Pel que depèn de mi, quan veig una situació susceptible de ser-ho, comencem amb un article d'opinió. No sé si són polèmiques, però són casos que es poden jutjar.

11. Quins criteris s'utilitzen per decidir si un tema pot tenir un tractament polèmic en els mitjans esportius?

- a. Quines qüestions creu que determinen o influeixen en el tractament periodístic de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

Normalment ho decidim sense criteris, més enllà del dels periodistes. Amb el cas de les xarxes socials, allà es desenvolupen altres tipus de polèmiques que des del mitjà intentem no fer-ne ressò.

12. Creu que es pot parlar de peça o contingut polèmic esportiu digital de qualitat? Quines serien les seves característiques?

Per desgràcia, cada vegada hi ha gent més obsessionada amb què un fet sigui viral, que no pas amb què sigui veritat. Tot i així, hi ha continguts polèmics de qualitat. Depèn molt del tema. Hi ha polèmiques escombraries. Però temes com la violència al futbol, el debat sobre els estils de joc –una polèmica futbolística pròpia–, polèmica de gestió de clubs, de contractes, de com es tracta la massa social, l'aficionat... Són polèmiques de qualitat. Però aquelles que són més tendents al *grogisme*, fruit de la influència nefasta d'aquesta premsa rosa, són absolutament banals i de poca qualitat.

LES ESPECIFICITATS DE LA TECNOLOGIA

13. Com influeix la tecnologia en la construcció de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?

Ha facilitat les coses. Però la polèmica en essència existeix per sí sola. Hi ha eines que ajuden. El vídeo és important, però no tothom ho pot tenir i tampoc tothom sap explotar-ho bé. També es poden fer captures de pantalla, però hi ha un cert buit legal al respecte i a molts de nosaltres ens enganxa ja massa grans per saber utilitzar alguns elements.

14. Existeixen algunes pautes sobre els elements i continguts que han de formar part d'una bona peça o peça polèmica de qualitat?

El problema és que les polèmiques no són dirigides per periodistes, sinó per professionals experts en les xarxes socials que estan prenent el control dels mitjans –els SEO–. No hi ha un director o redactor en cap que estableixi criteris periodístics. Per això estem anant cap a la cerca del clic. Els criteris varien constantment i anem sobre la marxa. Estan entrant a la selva i no saben on està el camí de sortida.

LES CARACTERÍSTIQUES DEL PROFESSIONAL ENCARREGAT

15. Hi ha persones especialitzades específicament destinades a cobrir aquest tipus de fets polèmics?

En la línia de l'anterior resposta, cada cop tenen menys pes els periodistes i més els SEO, que decideixen quan i com tirar un contingut a la xarxa. Tot i així, com a generadors d'opinió, sí que hi ha professionals molt dotats.

16. Quines són les aptituds, actituds i habilitats que ha de demostrar el periodista encarregat de generar peces amb el component polèmic?

Com et dic, el problema és que, per molt bons que siguin, cada cop estan més encotillats pel que ens diuen aquests experts de la web. I com que els criteris que ens marquen canvien cada dia, els periodistes han d'adaptar les seves habilitats al que es demana.

17. Una vegada hem parlat sobre la polèmica, què en pensa de la següent definició o explicació següent?

“Forma de tractament sobre un tema que el mitjà jutja d'interès, interpretable des de diferents punts de vista que,

a partir de la sobrevaloració i magnificació informativa del fet i,
basant-se en la lògica de l'espectacle,
defensa un únic punt de vista com a vàlid, imposant-lo sobre la resta i negant
qualsevol altre posició,
amb l'objectiu final de generar controvèrsia i orientar el pensament i la mirada
del lector perquè prengui com a bona una determinada postura.”

Fins i tot és més recargolat. En la polèmica exhibeixes el punt de vista contrari al que tu
suposes que té el teu lector. És a dir, interessa més el que fa el contrari, per magnificar-
ho, que el que fa el propi.

Respecte la definició, inclús té un component que pot arribar a ser fins i tot molt més
malèvol, una polèmica com quelcom molt més explícit. És més aviat matusser que
sibil·lí. Crees polèmiques donant punts de vista contraris al que està passant.

5. ENTREVISTA XAVI HERNÁNDEZ

SOBRE LA POLÈMICA COM A CONCEPTE

La definició que dona el DIEC sobre polèmica és la següent:

Controvèrsia, especialment per escrit, sobre un punt teològic, polític, literari, etc.

1. Fins a quin punt creu vostè que és adient la definició del DIEC sobre polèmica segons el que es practica als portals digitals esportius?

És adequada, tot i que no estic d'acord amb el matís "per escrit". Crec que passa en d'altres formats.

2. Què entén vostè per polèmica?

Un concepte que genera opinió, debat i molta audiència als mitjans de comunicació. En el cas dels esports i més concretament del futbol, pren dimensió per la bipolarització Madrid-Barça.

3. Quines són les característiques que atribueix vostè a la polèmica?

Qualsevol aspecte que generi debat entre lectors/aficionats i qualsevol decisió que afecti els interessos d'un determinat equip són suficients per engegar una polèmica.

4. Existeixen altres camps en què s'hagi utilitzat la polèmica en el terreny de la comunicació?

La política també està polaritzada, per exemple, i és un escenari propici per a la polèmica.

5. Quin coneixement creu que tenen els periodistes dels mitjans esportius sobre què és la polèmica?

Poc, la veritat. Es dona per feta. Als mitjans esportius hi ha poc temps per a la reflexió i això és un condicionant important.

EL GÈNERE

6. Pot considerar-se la polèmica com un gènere en sí mateix amb bases i sentit propi?

A Internet sí. Es creen debats per sumar visites, copsar la opinió dels aficionats. Moltes vegades sense necessitar text.

LA INTENCIONALITAT DEL MISSATGE

7. **Quin és l'objectiu final de crear continguts polèmics?**

Copsar opinió, crear debat i generar trànsit i audiència.

8. **Com s'integra la polèmica en la informació del mitjà i la línia editorial?**

Depèn del mitjà i de l'espai informatiu. Per exemple, hi ha programes de televisió que només són de polèmica.

CONSTRUCCIÓ DE LA POLÈMICA

9. **Quin pes creu vostè que té la polèmica en els mitjans esportius digitals?**

Té un pes determinant. Massa, pel meu gust.

10. **Com i quan creu vostè que s'inicia el tractament de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?**

No ho sé. Quan vaig arribar, ja hi era.

11. **Quins criteris –si és que existeixen– s'utilitzen per decidir si un tema pot tenir un tractament polèmic en els mitjans esportius?**

Declaracions que surten del tòpic i decisions arbitrals interpretables o errònies.

12. **Creu que es pot parlar de peça o contingut polèmic esportiu digital de qualitat? Quines serien les seves característiques?**

Una opinió pot ser polèmica i alhora estar prou argumentada.

13. **Quines són les rutines de producció de les publicacions esportives amb un component clarament polèmic?**

No ho sé.

LES ESPECIFICITATS DE LA TECNOLOGIA

14. **Com influeix la tecnologia en la construcció de la polèmica esportiva en els mitjans digitals?**

L'accentua. Internet dóna accés als lectors.

15. **Existeixen algunes pautes sobre els elements i continguts que han de formar part d'una peça o publicació polèmica?**

Imatge, titular potent i opinió decantada.

LES CARACTERÍSTIQUES DEL PROFESSIONAL ENCARREGAT

16. Hi ha persones especialitzades específicament destinades a cobrir aquest tipus de fets polèmics?

Sí. Hi ha periodistes que emeten opinions sistemàticament crítiques amb determinats equips.

17. Quines són les aptituds, actituds i habilitats que ha de demostrar el periodista encarregat de generar peces amb un component polèmic?

Capacitat per generar debat i encendre els lectors.

18. Què en pensa de la següent definició o explicació sobre la polèmica?

“Forma de tractament sobre un tema que el mitjà jutja d’interès,
interpretable des de diferents punts de vista que,
a partir de la sobrevaloració i magnificació informativa del fet i,
emparant-se en la lògica de l’espectacle,
defensa un únic punt de vista com a vàlid, imposant-lo sobre la resta i negant qualsevol altre posició,
amb l’objectiu final de generar controvèrsia i orientar el pensament i la mirada del lector perquè prengui com a bona una determinada postura”.

Molt completa i precisa per parlar de la polèmica digital esportiva.

6. ARTICLES I TAULA D'ANÀLISI

PRIMERA ONADA

Fet 1: Felicitació de Kroos y resposta Ronaldo

1. Marca

Real Madrid El alemán del Real Madrid recordó el 1-7 en semifinales del Mundial 2014

La polémica felicitación de Kroos que no hace gracia a Marcelo ni a ningún brasileño



Toni Kroos protagonizó una de las felicitaciones de año más virales. El alemán del Real Madrid recordó en redes sociales el histórico 1-7 de Alemania a Brasil en las semifinales del Mundial 2014 para dar la bienvenida a 2017.

pic.twitter.com/m8nE0yAwsP

? Toni Kroos (@ToniKroos) 31 de diciembre de 2016

Poco después, Marcelo felicitó a todos el 2017 y pidió en mayúsculas respeto.



<http://www.marca.com/futbol/real-madrid/2017/01/01/5868ab34468aeb9f0e8b45c9.html>

Real Madrid Publicó en Facebook la imagen de la victoria de Brasil ante Alemania en la final del Mundial 2002

¡Ronaldo responde a Kroos con otra felicitación envenenada!

• La polémica felicitación de Kroos que no hizo ninguna gracia en Brasil



La felicitación de Toni Kroos en su twitter ha escocido, y mucho, a los brasileños. Primero fue Marcelo el que contestó a su compañero de equipo. Sin nombrarlo directamente, pidió "respeto" en este año 2017. Ronaldo Nazario mandó un recado al internacional alemán y, llegando incluso a citarle, publicó en su Facebook la imagen de la final del Mundial 2002 en la que la selección brasileña venció por 2-0 a Alemania.



<http://www.marca.com/futbol/real-madrid/2017/01/01/586961ece5fdea7e3c8b458c.html>

2. As



El internacional alemán se acordó del 1-7 a Brasil en la semifinal del Mundial de 2014. Su compañero Marcelo pidió "respeto".



As.com 1 enero 2017 • 07:37h CET

Toni Kroos no tardó en hacerse protagonista en el recién estrenado año 2017. El internacional alemán colgó una felicitación con polémica. En ella se incluía un foto



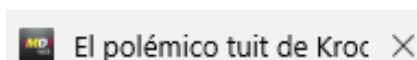
La felicitación de su compañero **Marcelo** fue bien distinta. En ella pedía respeto: "Feliz año a todos, mucha salud y respeto a los demás siempre", escribió en su red social.



Al día siguiente el jugador del Real Madrid mandó un mensaje explicativo sobre su polémico tweet: "Fue un pequeña broma. Les deseo a todos un feliz año nuevo", decía Kroos.

http://futbol.as.com/futbol/2017/01/01/primera/1483252194_036782.html

3. Mundo Deportivo



Brasil se enciende con el tuit de Kroos

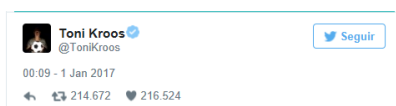
• La 'broma' a Marcelo no ha sentado nada bien entre los aficionados canarinhos, que responden al alemán



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/real-madrid/20170101/413032425377/kroos-tuit-brasil-alemania-mundial.html>

Tenso 'pique' Kroos-Marcelo en las redes

• El alemán y el brasileño se lanzaron 'pullitas' en sus felicitaciones de año nuevo



No tardó Marcelo en entrar al trapo y responder al internacional teutón con otro mensaje en su cuenta oficial de twitter en el que pedía RESPETO. No parece que al lateral le sentara muy bien la bromita de Kroos...



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/real-madrid/20170101/413031596122/pique-marcelo-kroos-mundial.html>

Brillante: Ronaldo responde a Kroos



Dirigido en apariencia a **Marcelo**, el 'post' del internacional alemán en Twitter e Instagram era una broma, como se encargó de aclarar el propio **Kroos** para aplacar las iras y después de que **Ronaldo**, 'ex' de **Barça** y **Madrid**, le contestara vía **Facebook** con la misma moneda.



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/real-madrid/20170101/413037249588/ronaldo-kroos.html>

4. Sport

Toni Kroos celebra el 2017 humillando a Marcelo y el brasileño le pide respeto

- El centrocampista alemán aprovechó para recordar el 1-7 de Brasil contra Alemania en el Mundial del 2014
- Puso un 20 y las últimas dos cifras la bandera de Brasil (1) y la de Alemania (7) en su felicitación por Instagram



<http://www.sport.es/es/noticias/real-madrid/toni-kroos-celebra-2017-humillando-marcelo-brasileño-pide-respeto-5720658>

Ronaldo se entromete en el pique Kroos - Marcelo y echa más leña al fuego

- Ronaldo le dio la vuelta a la imagen que publicó Kroos
- La fotografía alude a la victoria 2-0 de Brasil a Alemania



Además Ronaldo ha etiquetado directamente a Toni Kroos en su publicación. Este es el mensaje de Ronaldo en Facebook:



<http://www.sport.es/es/noticias/real-madrid/ronaldo-entromete-pique-kroos-marcelo-echa-mas-lena-fuego-5721101>

Fet 2: Madrid-Sevilla

1. Marca

Copa del Rey La polémica, según Andújar Oliver

"Mateu se equivoca en los dos últimos goles del Real Madrid"

- Real Madrid 3-0 Sevilla: Golpe en la mesa del Madrid más coral
- La innecesaria tarjeta con la que Mateu inició su show



<http://www.marca.com/futbol/copa-rey/2017/01/04/586d65b9ca474181688b45ef.html>

Sevilla Amarilla a Iborra por protestar un agarrón de Carvajal

La innecesaria tarjeta con la que Mateu inició su show en el Bernabéu

- Real Madrid 3-0 Sevilla: Golpe en la mesa del Madrid más coral



<http://www.marca.com/futbol/sevilla/2017/01/05/586d80c346163ffc748b460b.html>

Sevilla David Soria, guardameta del Sevilla, escribió un tuit que luego borró

"¡Qué vergüenza por Dios!"

• Real Madrid 3-0 Sevilla: Golpe en la mesa del Madrid más coral

• La innecesaria tarjeta con la que Mateu inició su show en el Bernabéu

MARCA.COM | SEVILLA

In English

374 Comentarios

Compartido 5269



<http://www.marca.com/futbol/sevilla/2017/01/04/586d6983e5fdea142b8b464c.html>

2. As



REAL MADRID - SEVILLA

Polémica: el Sevilla protestó el penalti que supuso el 3-0

Los hispalenses se quejaron a Mateu de que es James el que empuja a Modric. Además, pidieron falta de Morata sobre Ramí antes del córner que acabó en el 2-0.



http://futbol.as.com/futbol/2017/01/04/copa_del_rey/1483564184_429047.html

3. Mundo Deportivo

El Real Madrid golea al Sevilla con polémica

- El Real Madrid, sin la BBC, gana al Sevilla y está casi en cuartos de Copa gracias a James y las decisiones arbitrales
- Mateu Lahoz se equivocó ya que dos de los tres goles blancos no tenían que haber subido al marcador



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/copa-del-rey/20170104/413105845829/real-madrid-sevilla-copa-cronica.html>

Mateu Lahoz indigna al sevillismo

• “Que vergüenza, por dios!!”, escribió en Twitter el portero David Soria



El portero del **Sevilla David Soria**, formado en la cantera del **Real Madrid**, no formó parte de la convocatoria de los andaluces para el partido ante el **Real Madrid**. Desde su domicilio siguió el partido por televisión y no pudo ocultar su enorme enfado por el penalti señalado en contra de los suyos tras la caída de **Modric**, que fue empujado por su compañero **James**. Expresó su indignación a través de Twitter, escribiendo: “Que vergüenza, por dios!!”



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/sevilla/20170104/413106772817/mateu-lahoz-indigna-al-sevillismo.html>

Tremenda ‘rajada’ de Cristóbal Soria contra Mateu

• El exdelegado del Sevilla, hoy comentarista deportivo, habla de la actuación del árbitro en el Real Madrid-Sevilla: “Fue un escándalo”

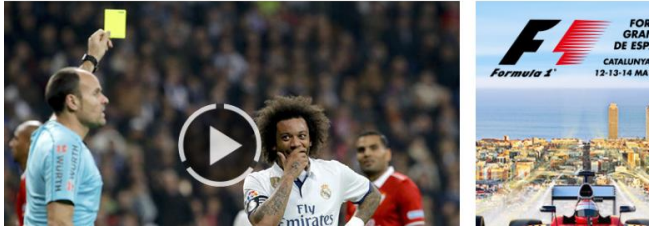


<http://www.mundodeportivo.com/futbol/20170105/413121085968/cristobal-soria-critica-mateu-lahoz.html>

4. Sport

Bochornoso arbitraje de Mateu Lahoz en el Madrid-Sevilla

- El árbitro se inventó un penalti a favor del equipo blanco
- El segundo gol del Madrid viene precedido de falta



<http://www.sport.es/es/noticias/real-madrid/bochornoso-arbitraje-mateu-lahoz-madrid-sevilla-5726305>

"¡Qué vergüenza por Dios!", la indignación del Sevilla por el arbitraje de Mateu Lahoz

- El portero sevillista David Soria clamó contra la actuación arbitral en Twitter
- Posteriormente eliminó el polémico tuit



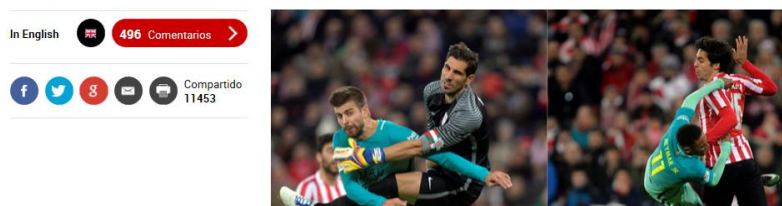
<http://www.sport.es/es/noticias/real-madrid/que-vergüenza-por-dios-indignacion-del-sevilla-por-arbitraje-mateu-lahoz-5726374>

Fet 3: Athletic-Barça

1. Marca

Copa del Rey La polémica del Athletic-Barcelona, según el Andújar Oliver, árbitro de Radio MARCA

"Borbalán debió señalar dos penaltis y expulsar a Aduriz"



<http://www.marca.com/futbol/copa-rey/2017/01/05/586eafef46163f5c048b4571.html>

FC Barcelona Se acordó del Real Madrid-Sevilla tras los últimos fallos arbitrales

Piqué dice basta: "Queremos jugar al fútbol, no a la ruleta"

• Athletic 2-1 Barcelona: El Barça se queda a medias

• Piqué carga contra la televisión pública



<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/01/05/586eced946163fb76d8b45a3.html>

FC Barcelona Por unas preguntas que realizaron en twitter

Piqué carga contra la televisión pública

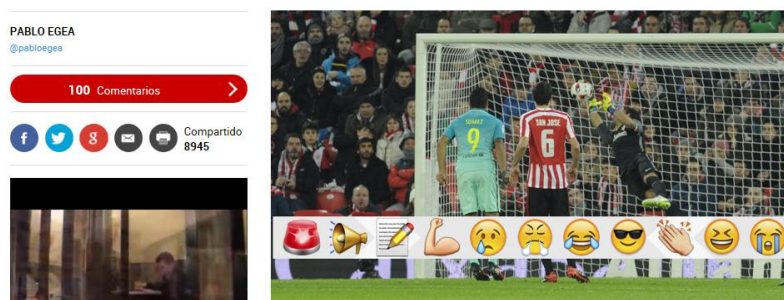


<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/01/06/586ee0be46163f54038b457f.html>

Copa del Rey El Barcelona debió haber lanzado dos penaltis que no señaló Borbalán

El fútbol necesita la tecnología ya

• Athletic 2-1 Barcelona: El Barça se queda a medias



<http://www.marca.com/futbol/copa-rey/2017/01/05/586ec39646163fc5658b4582.html>

2. As



Mundo Deportivo no es tan contundente, pero la crítica al colegiado andaluz es generalizada por su error en el penalti a Neymar y la expulsión de Aduriz.



http://futbol.as.com/futbol/2017/01/06/primera/1483692649_141782.html

Borbalán acertó al conceder el 2-1: el balón botó dentro

Messi marcó de golpe franco entre las protestas de Iraizoz, que reclamó sin razón que en la falta lanzada por el argentino el balón no había llegado a entrar.



As.com © enero 2017 • 22:40h CET

Fernández Borbalán acertó al conceder el 2-1 anotado por Messi, pese a las protestas de Gorka Iraizoz, que reclamaba sin razón que la pelota no había traspasado la línea de meta.



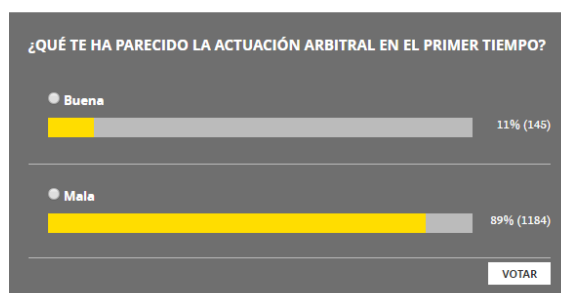
http://futbol.as.com/futbol/2017/01/05/copa_del_rey/1483651977_303594.html?autoplay=1

3. Mundo Deportivo



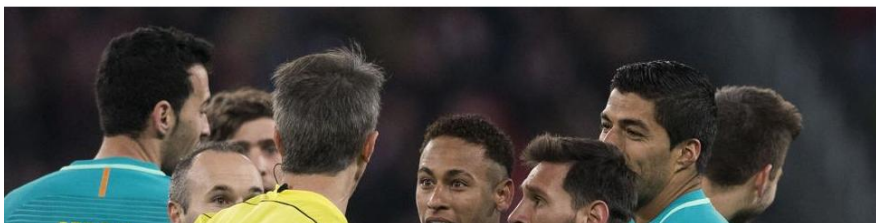
Novedad. Entra Aduriz al terreno de juego en lugar de Sabin Merino

Todo listo para la segunda parte. Los jugadores a punto de saltar de nuevo al césped.



Las quejas del Barça por el arbitraje de Fernández Borbalán

- El conjunto azulgrana terminó indignado con la actuación del colegiado andaluz en San Mamés



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170106/413132090153/las-quejas-del-barca-por-el-arbitraje-de-fernandez-borbalan.html>

4. Sport

Brutal agresión de Aduriz a Umtiti, que el árbitro no vio

- El delantero del Athletic le dio un codazo en la traquea
- El francés vio tarjeta por recriminarle el golpe al delantero



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/brutal-agresion-aduriz-umtiti-que-arbitro-vio-5727987>

El increíble penalti no pitado de Etxeita a Neymar

- En el descuento del partido, Fernández Borbalán se tragó un penalti como una casa
- Etxeita le metió la pierna entre las de Neymar con total impunidad



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/increible-penalti-pitado-etxeita-neymar-5728000>

Fet 4: Vila-real vs Barça

1. Marca

Liga Santander La polémica de Andújar Oliver, árbitro de Radio MARCA

"Hay penalti por mano de Bruno, la de Mascherano es involuntaria"

• Villarreal 1-1 Barcelona: Un Barça de porcelana

In English 490 Comentarios >

Compartido 5521

EI ESTRATEGIAS
de inversión.com

**Las 10 acciones con
más potencial alcista
de la bolsa española**



<http://www.marca.com/futbol/primeradivision/2017/01/08/5872adc2e2704ec5578b4604.html>

FC Barcelona El central azulgrana se marchó del césped dirigiéndose al palco

Piqué a Tebas: "¿Lo has visto? Sí, tú, ¿lo has visto?"

• Piqué: "Hay dos manos de Bruno, cada semana los árbitros me dan más la razón"

• Villarreal 1-1 Barcelona: Un Barça de porcelana

In English 757 Comentarios >

Compartido 11772



<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/01/08/5872bd83468aebf75c8b462d.html>

FC Barcelona El defensa del Barça no se muerde la lengua

Piqué: "Hay dos manos de Bruno, cada semana los árbitros me dan más la razón"

• Piqué a Tebas: "¿Lo has visto? Sí, tú, ¿lo has visto?"

• "Hay penalti por mano de Bruno, la de Mascherano es involuntaria"

In English 260 Comentarios >

Compartido 365



<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/01/08/5872c0a2468aeb674a8b45fb.html>

2. As

Bruno Soriano: "Yo tengo la mano ahí, viene el balón y me da"

El capitán del Villarreal habló del polémico arbitraje del partido: "¿La mano de Mascherano? Si ha sido entonces estamos empate ahí".



As.com 8 enero 2017 • 22:50h CET

Bruno Soriano, habló en Movistar Plus tras el partido de la polémica arbitral durante el partido: ¿Que mi mano es de desesperación? No sé. Yo tengo la mano ahí, viene el balón y me da en la mano. ¿La de Mascherano? Pues entonces estamos empate ahí. Es complicada la labor arbitral. Nosotros queremos meter presión y es algo normal".

Empate: "Hemos tenido la victoria en nuestra mano, pero se nos ha escapado por una genialidad de un gran jugador con una peligrosa falta en la frontal".

Partido del Villarreal: "Los primeros 25 minutos tuvimos ocasiones claras. Nos ha tocado defender mucho ante un equipo muy complicado".

El Villarreal en Champions: "Nuestra meta es estar al cien por cien en todos los

http://futbol.as.com/futbol/2017/01/08/primera/1483912131_130851.html?autoplay=1



VILLARREAL 1 - BARCELONA 1

Bruno Soriano desvió el balón con la mano...¿desde el suelo!

Una acción muy pocas veces vista en un terreno de juego. Messi se disponía a lanzar dentro del área pero Bruno desvió la trayectoria desde el suelo con la mano.

http://as.com/videos/2017/01/08/portada/1483911428_040408.html?autoplay=1

Iglesias Villanueva no pitó un penalti por mano de Bruno...

Con 1-0 en el marcador, Bruno se estiró en el área para taponar un disparo de Messi desde la frontal. El colegiado vio la acción, pero indicó córner en lugar de pena máxima.



As.com 8 enero 2017 • 22:30h CET

Tardó en llegar la polémica al Villarreal-Barça, pero terminó apareciendo. En el minuto 72', incomprensiblemente, **Iglesias Villanueva no pitó penalti a favor de los de Luis Enrique por mano de Bruno**.

El centrocampista del Villarreal, tendido en el césped, cerca de la línea que limita el área grande, estiró la mano, como si de un portero se tratase, para parar un disparo de Messi. **El árbitro apreció el contacto, puesto que señaló córner, pero no dictó lanzamiento desde los 11 metros.**

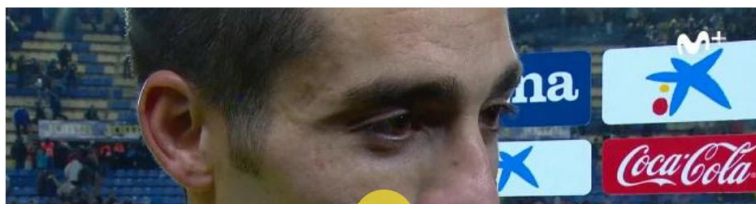
Acertó en la segunda polémica en área local

http://futbol.as.com/futbol/2017/01/08/primera/1483910740_296129.html?autoplay=1

3. Mundo Deportivo

Bruno sobre su penalti: “Yo tengo la mano ahí y me da el balón”

- El capitán del Villarreal, bajo una sospechosa sonrisa, apuntó que no quiso interceptar voluntariamente el disparo de Messi

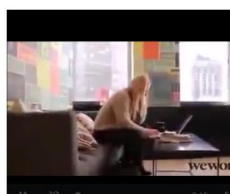


<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170108/413189575828/bruno-sobre-su-penalti-yo-tengo-la-mano-ahi-y-me-da-el-balon.html>

4. Sport

Mano de Bruno: otro penalti clamoroso que le roban al FC Barcelona

- Unas clarísimas manos de Bruno Soriano frenan un disparo de Messi sin que el árbitro señale nada
- El Barcelona vuelve a verse perjudicado por la decisión de un colegiado en un partido de la Liga Santander 2016 / 2017



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/otro-penalty-clamoroso-que-roban-barcelona-5731618>

La sonrisa que delató a Bruno Soriano

- Bruno Soriano, jugador del Villarreal, no quiso reconocer que su penalti había sido claro
- Bruno se defendió argumentando que con el penalti de Mascherano ya estaban "en paces"



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/sonrisa-que-delato-bruno-soriano-5731694>

SEGONA ONADA

Fet 5: Àrbitre designat Real vs Barça

1. Marca

Copa del Rey Dirigió unas semifinales entre ambos equipos hace dos años sin demasiado acierto

González González despierta las suspicacias de Real y Barça

In English 83 Comentarios >

Compartido 36



<http://www.marca.com/futbol/copa-rey/2017/01/16/587ca88c468aeb96028b461f.html>

2. As



El colegiado designado para dirigir el partido de ida de cuartos de final en Anoeta fue criticado por los dos equipos en el pasado, una de ellas después de enfrentarse.

f t G+ 7

As.com 16 enero 2017 • 10:39h CET

José Luis González González dirigirá el enfrentamiento del próximo jueves entre la Real Sociedad y el Barcelona, correspondiente a la ida de cuartos de final de la Copa del Rey. La designación del colegiado leonés ha llamado la atención después de que su actuación en los últimos duelos de los dos equipos haya levantado las críticas

http://futbol.as.com/futbol/2017/01/16/copa_del_rey/1484588355_645500.html

Fet 6: Celta vs Madrid

1. Marca

Real Madrid La polémica, por Andújar Oliver

"No hay nada de nada en la caída de Cristiano en el área"

267 Comentarios

Compartido 531



<http://www.marca.com/futbol/real-madrid/2017/01/18/587fe02ee5fdea834e8b45af.html>

Fet 7: Real vs Barça

1. Marca

Copa del Rey La polémica según Andújar Oliver

"Elustondo barre a Neymar, el penalti es claro"

21 Comentarios

Compartido 5



<http://www.marca.com/futbol/copa-rey/2017/01/19/588124a2268e3eb55b8b476e.html>

Real Sociedad Entiende que Messi debió ver la segunda amarilla

Illarramendi: "Otra vez lo mismo de siempre! Otra vez..."

481 Comentarios

Compartido 12602

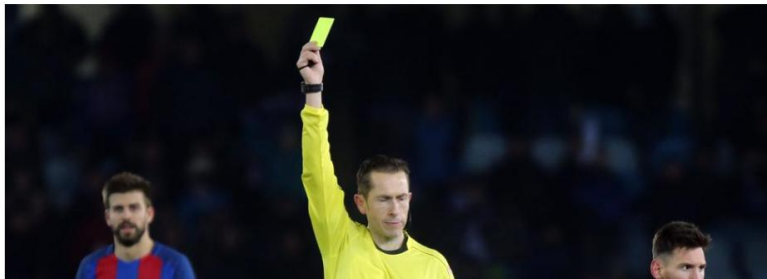


<http://www.marca.com/futbol/real-sociedad/2017/01/19/58813b4822601d65388b4613.html>

3. Mundo Deportivo

González González, fiel a su triste leyenda

- No gustó a nadie: el Barça pidió dos claros penaltis de Rulli y Navas y la Real reclamó la segunda amarilla a Messi y una posición válida de Zurutuza, que se quedaba solo



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170120/413509867015/gonzalez-gonzalez-barca-copa-leyenda.html>

4. Sport

Pañolada de Anoeta para González González

- El público entendió que debió mostrar la segunda tarjeta amarilla a Messi
- El arbitraje no gustó a los aficionados locales... ni a los del Barça



¡Sorteamos 1.660 entradas para el Gran Premio de Catalunya de Motociclismo!

Y 29.000 PREMIOS de 10€ en carburante

<http://www.sport.es/es/noticias/barca/panolada-anoeta-para-gonzalez-gonzalez-5754214>

El pelotazo de Yuri a Messi que González González no vio

- El jugador de la Real chutó con fuerza contra el argentino cuando estaba en el suelo
- La acción hizo enfadar mucho a Messi y a Luis Enrique



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/pelotazo-yuri-messi-que-gonzalez-gonzalez-vio-5754081>

Messi acabó desquiciado con González González

- González González enseñó una tarjeta amarilla a Leo Messi por perder tiempo tras haber sido cosido a faltas
- El público y los jugadores de la Real Sociedad presionaron al árbitro para que le mostrara la segunda tarjeta



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/messi-acabo-desquiciado-con-gonzalez-gonzalez-5754276>

El día que Luis Enrique se quejó de González González

- La temporada pasada el técnico asturiano ya criticó su designación para un partido de Copa del Rey
- En Anoeta ha tenido varias decisiones polémicas y ha amonestado a Messi



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/dia-que-luis-enrique-quejo-gonzalez-gonzalez-5754215>

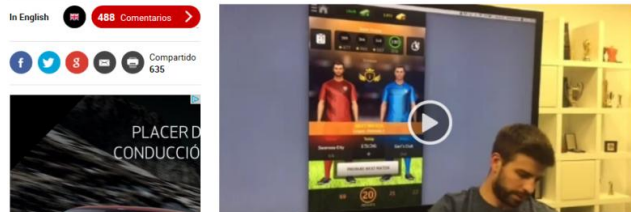
Fet 8: Piqué no parla dels àrbitres

1. Marca

FC Barcelona No se pronuncia sobre Anoeta

Piqué ahora no habla de los árbitros

• "Dejemos ahora este tema que está muy caliente", dijo el central azulgrana



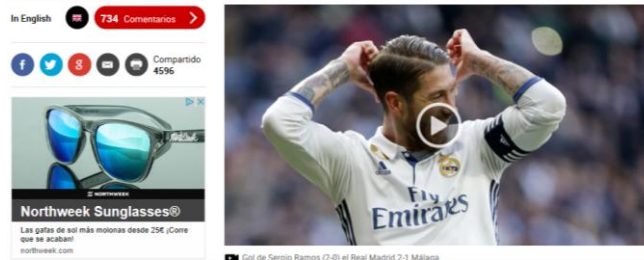
<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/01/20/58821f21468aeb474b8b4615.html>

Fet 9: Madrid vs Màlaga

1. Marca

Liga Santander La polémica según Andújar Oliver

"Hay fuera de juego de Ramos en el segundo gol por escasos centímetros"



<http://www.marca.com/futbol/primera-division/2017/01/21/58838c0ae5fdea5e648b46d9.html>

2. As



REAL MADRID

Sergio Ramos estaba en fuera de juego en el segundo gol

El central del Madrid estaba medio metro adelantado cuando Kroos sacó una falta desde la izquierda que terminó en el 2-0 de Sergio Ramos. Casemiro pudo ser expulsado.

http://futbol.as.com/futbol/2017/01/21/primer/1485015811_156336.html

3. Mundo Deportivo

Fuera de juego de Sergio Ramos en el segundo gol del Madrid

- El central andaluz del Real Madrid colocó el 2-0 en el marcador al rematar una falta lateral. El colegiado no vio que la posición del sevillano era ilegal en el momento que Kroos botó el libre indirecto



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/real-madrid/20170121/413573763505/sergio-ramos-fuera-de-juego-malaga-real-madrid.html>

Kameni: “El fuera de juego de Sergio Ramos era claro”

- El portero del Málaga no tiene ninguna duda del error del colegiado extremeño Gil Manzano



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/malaga/20170122/413580297852/kameni-el-fuera-de-juego-de-sergio-ramos-era-claro.html>

Fuera de juego de Sergio Ramos en el segundo gol

- Sergio Ramos se encontraba en fuera de juego en la jugada del segundo gol del Real Madrid - Málaga
- Junto a Sergio Ramos también se encontraban en fuera de juego Cristiano Ronaldo y Benzema



<http://www.sport.es/es/noticias/real-madrid/fuera-juego-sergio-ramos-segundo-gol-5757279>

Fet 10: Arsenal vs Burnley

1. Marca

Premier League El Burnley había igualado en el 93' y Koscielny estaba en fuera de juego cuando le hicieron penalti

El Arsenal gana en el tiempo añadido y con un polémico penalti y se pone segundo

- Así lo vivimos
- Así está la Premier



<http://www.marca.com/futbol/premier-league/2017/01/22/5884db19e5fdea17118b45f7.html>

El Arsenal gana con un polémico penalti en el 97

- El conjunto de Arsène Wenger logra los tres puntos gracias a un gol de "Panenka" de Alexis Sánchez en la última jugada del partido tras la pena máxima cometida sobre Koscielny



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/premier-league/20170122/413600010951/el-arsenal-gana-con-polemico-penalti-en-el-97.html>

TERCERA ONADA

Fet 11: Barça vs Atlético

1. Marca

Copa del Rey La polémica analizada por Andújar Oliver

"Gol mal anulado a Griezmann, el francés estaba en posición legal"

In English 577 Comentarios
Compartido 23516



Aquest és l'únic article polèmic en sí mateix, ja que tracta el fet inicial. La resta funcionen per alimentar la polèmica i augmentar el contingut al voltant del fet inicial.

<http://www.marca.com/futbol/copa-rey/2017/02/07/589a3add46163fdb088b4649.html>

Atlético de Madrid El técnico argentino alabó el trabajo de sus jugadores en el Camp Nou

Rajada de Simeone: "Tengo claro por qué en Champions tenemos más opciones que en Liga o en Copa"

• Barcelona 1-1 Atlético: crónica y vídeos

In English 526 Comentarios
Compartido 8826



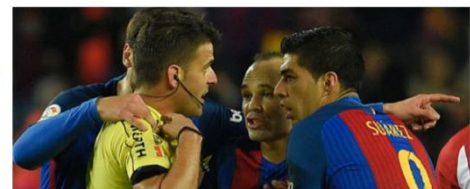
<http://www.marca.com/futbol/atletico/2017/02/07/589a4987ca4741ea668b467e.html>

FC Barcelona Exige al Barcelona que recurra su expulsión

Luis Suárez pone al Comité de Competición entre la espada y la pared

- "Me río, mi expulsión se veía venir"
- Messi jugará la final, pero Luis Suárez, no
- A Suárez le podría caer otro partido de sanción por no irse del campo

JOSE FELIX DÍAZ
@jfelixdiaz
188 Comentarios
Compartido 83
lineadirecta.com



<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/02/07/589a46f846163ffd188b4606.html>

FC Barcelona El uruguayo, muy crítico con la actuación de Gil Manzano

Luis Suárez: "Me río, mi expulsión se veía venir"

• El delantero espera que el Barça recurra

• [Barcelona 1-1 Atlético: Final...de infarto](#)



<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/02/07/589a4742268e3e117a8b464a.html>

4. Sport

Luis Suárez: "¿Expulsión? Acá ya se sabe cómo va"

- Luis Suárez arremetió contra el árbitro Gil Manzano y su expulsión por doble amonestación
- El uruguayo espera que el Barça recurra por la segunda cartulina amarilla ante Competición



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/luis-suarez-expulsion-aca-sabe-como-va-5793206>

Fet 12: Estudio Estadio

3. Mundo Deportivo

Otra polémica pregunta de Estudio Estadio

• El programa deportivo de TVE, que debe presumir de imparcialidad, se ha mostrado tendencioso a la hora de hacer una encuesta tras la clasificación del Barça para la final de Copa del Rey



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170207/414119984383/barcelona-atletico-copa-del-rey-estudio-estadio-polemica-pregunta.html>

No és polèmic en sí mateix, sinó que busca alimentar una polèmica que ja ha tingut cobertura en el passat. En general, utilitzar la paraula polèmica per catalogar unes manifestacions sembla poc ajustat al significat estricte del concepte.

Fet 13: El Barça i les errades arbitrals

1. Marca

FC Barcelona Los colegiados acumulan graves errores en los partidos de los culés en 2017

El Barça, el equipo de los líos arbitrales



L'EXEMPLE DE COM DESENVOLUPAR UNA POLÈMICA PERFECTA, amb la inclusió de tots els articles, vídeos, i posicionant clarament la mirada.

<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/02/08/589a58ff468aeb65628b4659.html>

Fet 14: El Betis es querella contra un raper pels seus tuits

1. Marca

Betis Los servicios jurídicos verdiblanco llevaban varios días estudiando el caso

El Betis anuncia que se querellará contra el rapero Pablo Hasel por sus polémicos tuits

• El Betis condena los insultos del concejal Julián Moreno a su plantilla



NO SÓN POLÈMICS. EN TOT CAS ES TRACTA DE TUI TS DESPROPORCIONATS, DESENCERTATS O DESAFORTUNATS. PERÒ NO SÓN POLÈMICS. PER TANT, NO ES POT JUTJAR EL FET.

<http://www.marca.com/futbol/betis/2017/02/08/589b68ab22601d79528b4607.html>

Fet 15: Seu de la final de Copa

1. Marca

Copa del Rey Descartado el Bernabéu, es el gran favorito

Calderón y punto

- Florentino: "En el Bernabéu no se puede jugar la final de Copa porque hay obras"
- #Noalafinaldecopaenelcalderon



<http://www.marca.com/futbol/copa-rey/2017/02/10/589d84fd46163f03158b4669.html>

No és polèmic. No hi ha fet. Encara no s'ha produït cap esdeveniment ni decisió. Es tracta d'especulació. Debat que busca generar polèmica, sense que hi hagi suficient base com per a desencadenar-la. (però sí

Copa del Rey El presidente del Madrid, cansado de la eterna polémica

Florentino: "En el Bernabéu no se puede jugar la final de Copa porque hay obras"

- Gaspart: "Que el Madrid tenga narices de decir que la final no se juega en su estadio"
- Calderón, San Mamés, Bernabéu, Camp Nou... ¿Dónde será la final?

JOSE FÉLIX DÍAZ Y PATRICIA TERROBA

In English 1.147 Comentarios >

Compartido 28238

CONTEST
by



<http://www.marca.com/futbol/copa-rey/2017/02/09/589c67ceca47412d3c8b457a.html>

Atlético de Madrid Parte de la afición del Atlético no quiere que el Calderón sea sede de la final

#Noalafinaldecopaenelcalderon

ALVARO ROCA

In English 202 Comentarios >

Compartido 333



<http://www.marca.com/futbol/atletico/2017/02/09/589c7f2d468aeb0e6c8b4735.html>

Només funciona com a generador de polèmica quan la peça aporta dades sobre els possibles escenaris o seus, però no quan es basa en manifestacions basades en hipòtesis o suposicions, ja que no s'ha produït encara cap fet per posicionar-se en una o altra direcció. Sí en canvi quan és el

Copa del Rey Junto al Bernabéu, el Calderón y el Camp Nou

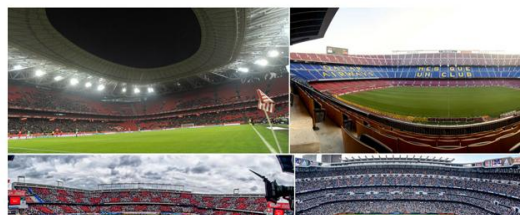
San Mamés se une al casting para la final de Copa

- La noche más gloriosa
- Final... de infarto
- ¿Dónde se juegan las otras diez finales de Copa más importantes de Europa?

In English 194 Comentarios >

Compartido 487

NAVEGA Y HABLA
1'5GB 101 min.



<http://www.marca.com/futbol/copa-rey/2017/02/09/589bad82268e3e37568b45f7.html>

Copa del Rey "Que no se inventen historias de lavabos" ironizó el expresidente culé

Gaspart: "Que el Madrid tenga narices de decir que la final no se juega en su estadio"

In English  739 Comentarios >

     Compartido
7179



<http://www.marca.com/futbol/copa-rey/2017/02/09/589c311c468aeb243d8b4573.html>

2. As



COPA DEL REY

El lío de todos los años: tres estadios para la final de Copa

El encuentro, que se disputará el próximo 27 de mayo, vuelve cargado de polémica. Estas son las tres propuestas más serias y sus inconvenientes.

    145

 Jaime Candil  Seguir

ACTUALIZADO: 9 febrero 2017 • 07:53h CET

http://futbol.as.com/futbol/2017/02/08/copa_del_rey/1486594448_771488.html

3. Mundo Deportivo

La plantilla del Barça quiere el Camp Nou

• El equipo tiene claro que su primera opción para la final de Copa es el propio estadio



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170210/414203804261/el-barca-quiere-el-camp-nou.html>

Un sector de la afición del Atlético no quiere la final de Copa en el Calderón



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/copa-del-rey/20170209/414180773996/aficion-atletico-no-quiere-final-copa-calderon.html>

Jordi Evole indigna al madridismo con un polémico tuit

- El periodista catalán incendia las redes sociales al bromear sobre la sede para la final de la Copa del Rey



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170208/414142054390/jordi-evole-final-copa-del-rey-sede.html>

4. Sport

Querejeta quiere San Mamés para disputar la final

- El máximo accionista del Alavés considera que es mejor escenario que el Calderón
- "Tiene la misma capacidad, es más moderno y nos pilla más cerca"



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/querejeta-quiere-san-mames-para-disputar-final-5795771>

Monumental lío con la sede de la final de la Copa

• El FC Barcelona quería el Bernabéu y el Alavés apostaba por San Mamés
• El Real Madrid no quiere ceder su estadio, el Athletic tiene un concierto y la Federación piensa en el Calderón



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/monumental-lío-con-sede-final-copa-5796113>

Fet 16: Osasuna vs Madrid

1. Marca

Liga Santander La polémica según Andújar Oliver

"No hay penalti en las caídas de Ronaldo y Lucas Vázquez"

• Osasuna 1-3 Real Madrid: El liderato no se aplaza

220 Comentarios

f

t

g

m

wh

Compartido
147

Kredito24.es

Consigue hasta 750€

77:22 OSA 1 2 RMA

<http://www.marca.com/futbol/primera-division/2017/02/11/589f8488e5fdea8a7a8b46ac.html>

Fet 17: Atlético vs Celta

1. Marca

Liga Santander La polémica según Andújar Oliver

"Debió pitar un penalti a Torres y se equivoca al señalar el de Carrasco"



<http://www.marca.com/futbol/primera-division/2017/02/12/58a0cb55e5fdea2b4f8b4600.html>

QUARTA ONADA

Fet 18: Bayer Leverkusen vs Atlético

1. Marca

Champions League La polémica según Andújar Oliver

"Es penalti a Gameiro porque el agarrón se inicia fuera y persiste dentro"

• "El árbitro debió pitar penalti por un codazo de Gabi a Chicharito"



<http://www.marca.com/futbol/champions-league/2017/02/21/58acac66ca47419f4b8b4664.html>

Champions League La polémica según Andújar Oliver

"El árbitro debió pitar penalti por un codazo de Gabi a Chicharito"



<http://www.marca.com/futbol/champions-league/2017/02/21/58aca789ca4741221e8b4677.html>

Fet 19: València vs Madrid

1. Marca

Valencia El equipo che protestó dos caídas de Zaza y Muniñ en el área blanca

El Valencia reclamó dos penaltis de Carvajal y Sergio Ramos



<http://www.marca.com/futbol/valencia/2017/02/22/58adf5ffe2704e400f8b4651.html>

Liga Santander La polémica según Andújar Oliver

"Mangala debió ver la roja directa por su entrada a Benzema"

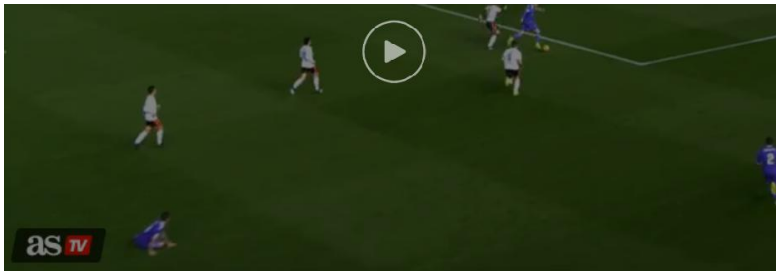
In English 192 Comentarios >

Compartido 327



<http://www.marca.com/futbol/primera-division/2017/02/22/58adedd222601da1178b45bf.html>

2. As



VALENCIA - REAL MADRID

Posibles penaltis de Mangala a Cristiano y Carvajal a Zaza

Además, en el minuto 74 el Valencia reclamó penalti de Sergio Ramos a Munir por un pisotón. El pie izquierdo del delantero sí parece estar pisando la línea.

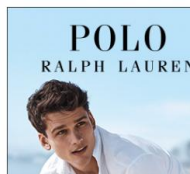


http://futbol.as.com/futbol/2017/02/22/champions/1487790448_862260.html?autoplay=1

4. Sport

Posible penalti de Carvajal sobre Zaza

• Dani Carvajal derribó a Simone Zaza cuando se plantaba solo ante Keylor Navas
• El colegiado De Burgos Bengoetxea no señaló nada



<http://www.sport.es/es/noticias/real-madrid/posible-penalti-carvajal-sobre-zaza-5854840>

Fet 20: Betis vs Sevilla

1. Marca

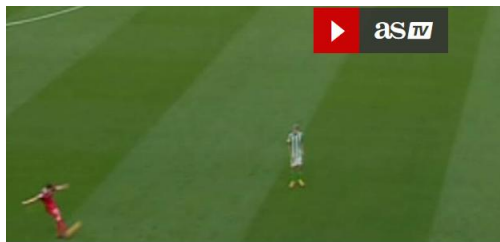
Liga Santander La polémica del derbi sevillano, según Andújar Oliver

"Es muy difícil de ver pero hay fuera de juego previo de N'Zonzi en el gol de Iborra"



<http://www.marca.com/futbol/primera-division/2017/02/25/58b1b854268e3ef9388b45c8.html>

2. As



BETIS 1 - SEVILLA 2

El gol que decidió el derbi sevillano fue en fuera de juego

El tanto que decantó el derbi para los de Sampaoli debió ser anulado. N'Zonzi estaba adelantado al peinar el balón que acabó rematando a la red Iborra.

http://futbol.as.com/futbol/2017/02/25/primera/1488042459_536778.html



BETIS 1 - SEVILLA 2

N'Zonzi estaba en fuera de juego en el gol de Iborra

El centrocampista estaba en posición ilegal antes de prolongar para Iborra durante la falta ejecutada por Nasri. El Betis protestó la jugada.

http://as.com/videos/2017/02/25/portada/1488041955_428082.html

Fet 21: Vila-real vs Madrid

1. Marca

Liga Santander La polémica según Andújar Oliver

"No hay voluntariedad en la mano de Bruno, no hubiera pitado penalti"

• Villarreal 2-3 Real Madrid: Líder de las remontadas



<http://www.marca.com/futbol/primera-division/2017/02/26/58b347a322601d417e8b45ca.html>

Liga Santander Mismo estadio y protagonista en tres de las jugadas más polémicas del campeonato

Las tres manos de Bruno ante Barça y Madrid: ¿cuál te pareció?

• Villarreal 2-3 Real Madrid: Líder de las remontadas

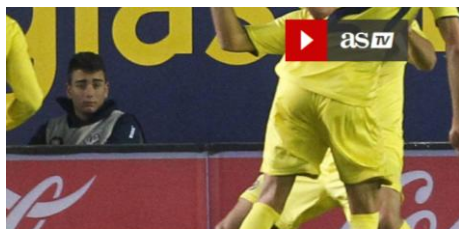


Las 10 acciones con más potencial alcista de la bolsa española



<http://www.marca.com/futbol/primera-division/2017/02/26/58b34a8c268e3e52228b4590.html>

2. As



VILLARREAL-REAL MADRID

Circular del CTA: la mano siempre es involuntaria si el rebote es en el propio jugador

http://futbol.as.com/futbol/2017/02/27/primera/1488196824_181926.html



VILLARREAL - REAL MADRID

El Villarreal protestó el penalti de Bruno y posible fuera de juego de Bakambu en el 2-0

http://futbol.as.com/futbol/2017/02/26/primera/1488143613_924217.html



REAL MADRID

El 'Líbero' decreta que sí hubo fuera de juego de Bakambu



http://futbol.as.com/futbol/2017/02/27/primera/1488226845_769410.html

3. Mundo Deportivo

Villarreal - Real Madrid: Polémica en el penalti que supuso el 2-2 de Cristiano

- Gil Manzano vio una mano inexistente de Bruno dentro del área que CR7 transformó en el empate a dos
- El Villarreal protestó intensamente la decisión del colegiado que expulsó al técnico Fran Escribá



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/laliga/20170226/42338617869/villarreal-real-madrid-polemica-en-el-penalti-que-supuso-el-2-2-de-cristiano.html>

4. Sport

El doble rasero de los árbitros con las manos de Bruno Soriano dentro del área

- Ante el FC Barcelona no pitaron una mano clarísima
- Contra el Real Madrid, el silbato sonó casi de manera automática



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/doble-rasero-los-arbitros-con-las-manos-bruno-soriano-dentro-del-area-5862652>

Fet 22: Piqué ataca els àrbitres i Ramos respon

1. Marca

FC Barcelona El del Barça dispara de nuevo contra los arbitrajes

Piqué vuelve a la carga: "Contra los mismos equipos. Ocho puntos. Ocho y tal"

- Villarreal 2-3 Real Madrid: Líder de las remontadas
- Ramos responde a Piqué: "Me sorprendería si lo pone Messi, el mundo de Piqué ya lo conocemos"
- Las tres manos de Bruno ante Barça y Madrid: ¿cuál te pareció?



<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/02/26/58b34ff946163f551b8b45ab.html>

Real Madrid El azulgrana se quejó de la actuación arbitral en el Villarreal-Real Madrid

Ramos responde a Piqué: "Me sorprendería si lo pone Messi, el mundo de Piqué ya lo conocemos"

- Piqué vuelve a la carga: "Contra los mismos equipos. Ocho puntos. Ocho y tal"
- Villarreal 2-3 Real Madrid: Líder de las remontadas
- Ramos atiza a Alves: "Un tío que ama a Brasil un año, luego a España, al año siguiente a Italia..."



<http://www.marca.com/futbol/real-madrid/2017/02/26/58b359a2ca4741ff178b45b4.html>

2. As



VILLARREAL 2 - REAL MADRID 3

Piqué lanza otro ataque a los árbitros tras el penalti de Bruno

El defensa blaugrana mostró su disconformidad con el arbitraje tras el penalti dudoso que le pitaron a Bruno Soriano por mano y que supuso el empate a dos.



http://futbol.as.com/futbol/2017/02/26/primera/1488147752_963587.html

3. Mundo Deportivo

¡Piqué denuncia trato de favor arbitral al Madrid!

- El central compara las manos de Bruno ante Barça y Madrid y recuerda otros errores arbitrales



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170226/42338060763/pique-reaparece-en-las-redes-tras-el-arbitraje-de-gil-manzano.html>

4. Sport

La explosiva respuesta de Piqué al 'doble rasero' de los árbitros

- El jugador del Barcelona escribió un documentado mensaje minutos después de la polémica victoria del Real Madrid en Villarreal
- Se refiere en concreto a decisiones polémicas a favor del Madrid y en contra del Barça ante los mismos rivales: Málaga y Villarreal



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/explosiva-respuesta-gerard-pique-doble-rasero-los-arbitros-5862709>

CINQUENA ONADA

Fet 23: Barça-PSG

1. Marca

Champions League La polémica según Andújar Oliver

"Los penaltis a Neymar y Suárez no fueron, tampoco el que no le pitaron a Mascherano"

• Barcelona 6-1 PSG: 'Los milagros existen'



<http://www.marca.com/futbol/champions-league/2017/03/08/58c080ece2704e474f8b456d.html>

Champions League La polémica según Andújar Oliver

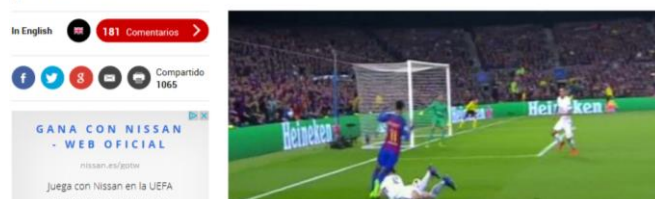
"No hay penalti, Marquinhos le pone la mano a Suárez, pero el uruguayo se deja caer"



<http://www.marca.com/futbol/champions-league/2017/03/08/58c07a90e5fdea86248b45d2.html>

Champions League La polémica según Andújar Oliver

"Meunier se escurre y Neymar cae, no hay penalti"



<http://www.marca.com/futbol/champions-league/2017/03/08/58c0714de2704e30178b456d.html>

¿Crees que el árbitro fue el factor más importante en la clasificación del Barça a cuartos?

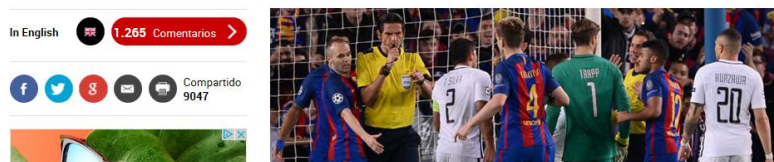


<http://www.marca.com/deporte/futbol/debates/arbitro-bcnvpsg.html>

FC Barcelona Cerca de 150.000 votos en una encuesta sobre la actuación del árbitro en el Camp Nou

El 61% de la afición culpa a Aytekin de la clasificación del Barcelona en Champions

- La UEFA podría mandar a la nevera a Aytekin
- Aytekin, un 'aprendiz' de Stark, el árbitro que expulsó a Pepe
- Rearbitra el polémico Barça-PSG

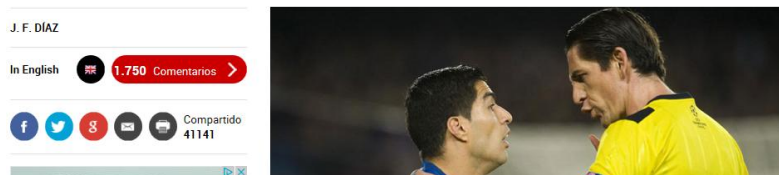


<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/03/09/58c1bf80268e3e49148b4582.html>

Champions League En la UEFA no gustó su actuación del árbitro en el Barcelona-PSG del Camp Nou

La UEFA podría mandar a la nevera a Aytekin

- Rearbitra el polémico Barça-PSG
- "Ovrebo es una hermanita de la caridad comparado con Aytekin"
- Aytekin, un 'aprendiz' de Stark, el árbitro que expulsó a Pepe



<http://www.marca.com/futbol/champions-league/2017/03/09/58c18bf322601d5d298b45f8.html>

Champions League "Es un sinsentido que todo se decida por una acción fingida", dice el técnico sueco

Lagerbäck: "Siento pena por el fútbol, es puro teatro de Luis Suárez"

EFE

In English

1.191 Comentarios >

Compartido 38553



<http://www.marca.com/futbol/champions-league/2017/03/09/58c165f8e2704eb21f8b4674.html>

FC Barcelona El polémico colegiado del Barça-PSG fue asistente de su compatriota en la Euro 2012

Aytekin, un 'aprendiz' de Stark, el árbitro que expulsó a Pepe

JUAN CASTRO | MADRID
@Juan_Castro_10

In English

271 Comentarios >

Compartido 112



<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/03/09/58c18c3d46163f343e8b4578.html>

Champions League El colegiado alemán se dirigió de forma despectiva a los de Emery

Según 'Le Parisien', Aytekin le dijo "jodeos" a los jugadores del PSG en el Camp Nou

• Los dardos del presidente del PSG tras la derrota contra el Barça

• La UEFA podría mandar a la nevera a Aytekin

In English

1.073 Comentarios >

Compartido 6104



<http://www.marca.com/futbol/champions-league/2017/03/11/58c459d2e5fdea66418b464c.html>

FC Barcelona En la mayor plataforma de peticiones del mundo

¡Piden en Change.org que se repita el Barça-PSG por los errores de Aytekin!

In English  2.904 Comentarios >

     Compartido
34386



<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/03/11/58c46302e5fdea9f478b462d.html>

2. As



BARCELONA 6 - PSG 1

El árbitro señaló penalti en un piscinazo flagrante de Suárez

Con 4-1 en el minuto 90, el colegiado señaló pena máxima a favor del Barcelona tras una aparatosa caída de Suárez. Marquinhos ni le rozó.

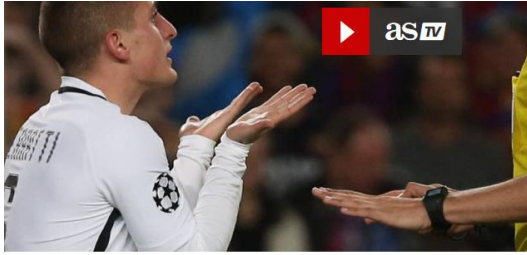
http://as.com/videos/2017/03/08/portada/1489011754_544252.html



BARCELONA 6 - PSG 1

El árbitro señaló un penalti inexistente sobre Luis Suárez

http://futbol.as.com/futbol/2017/03/08/champions/1489009984_113692.html

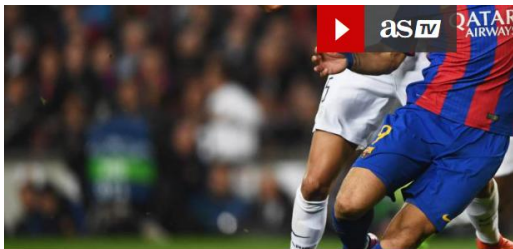


BARCELONA 6 - PSG 1

Aytekin pitó tantos penaltis en 5 años en la Champions como en 30 minutos en el Camp Nou

El colegiado alemán, clave en la remontada del Barça al PSG, sólo había señalado dos penas máximas en sus 12 partidos en la fase de grupos de la máxima competición europea.

http://futbol.as.com/futbol/2017/03/10/champions/1489162441_185305.html

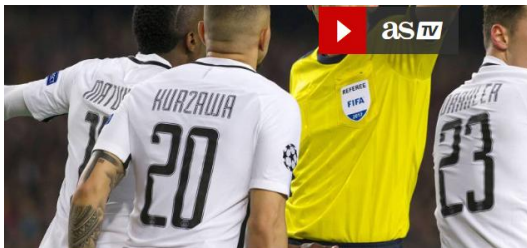


BARCELONA 6 - PSG 1

Para los lectores de AS, Aytekin favoreció al Barça tres veces

Crean que Mascherano hizo dos penaltis y que no fue el cometido sobre Luis Suárez. En cambio, sí creen que hubo falta máxima sobre Neymar.

http://futbol.as.com/futbol/2017/03/09/champions/1489099374_832489.html

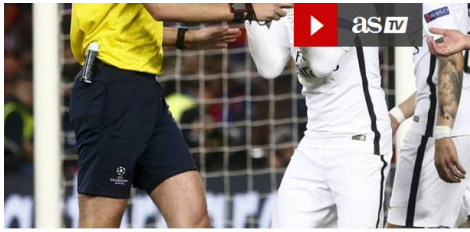


BARCELONA 6 - PSG 1

La prensa alemana, contra Aytekin: 'El penalti fue un chiste'

Pese a que la Federación de su país le ha defendido tras su actuación en el Barcelona-PSG, la prensa de su país no tiene problemas en criticar a su colegiado.

http://futbol.as.com/futbol/2017/03/09/champions/1489070871_681065.html



BARCELONA 6 - PSG 1

La federación alemana ve "muy bueno" el arbitraje de Aytekin

El organismo respalda la actuación de su árbitro en el Camp Nou. En cambio, la prensa le critica: "Facilitó la remontada". El colegiado declinó hacer declaraciones.

http://colombia.as.com/colombia/2017/03/09/futbol/1489075837_174276.html



La UEFA evaluó negativamente su labor en el Barça-PSG y no le darán ninguno de los 17 partidos que quedan de competición ya que, además, no está en el equipo de élite.



Joaquín Maroto



Seguir

ACTUALIZADO: 10 marzo 2017 a 20:20h CET

El Comité Arbitral de la UEFA evaluó negativamente el arbitraje de Deniz Aytekin en el Camp Nou y como consecuencia de ello no volverá a arbitrar en los 17 partidos

http://futbol.as.com/futbol/2017/03/10/champions/1489172446_748906.html



CHAMPIONS

Barça-PSG: UEFA confirma que Aytekin no será suspendido

El presidente de la UEFA ha anunciado que el colegiado del Barça-PSG no será sancionado por su actuación. "Sería como suspender al jugador que falla un penalti". diio.

http://futbol.as.com/futbol/2017/03/22/champions/1490191729_610805.html

BARCELONA 6-PSG 1

Abelardo sobre Suárez: "No hay contacto para ser derribado"

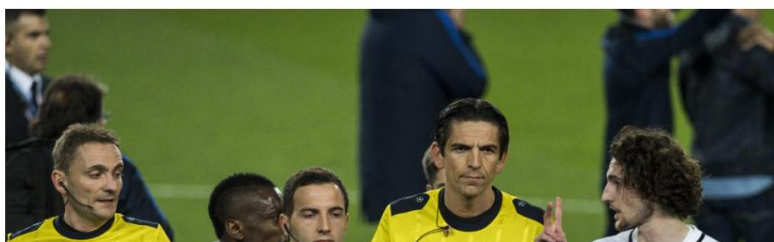
"Pero tienes que tener un poco de todo para que se produzca la remontada. Aunque no empaña el gran partido que hizo el Barcelona".

http://futbol.as.com/futbol/2017/03/09/champions/1489061253_334055.html

3. Mundo Deportivo

El supuesto insulto de Aytekin a los jugadores del PSG

- El diario 'Le Parisien' publica en dos líneas de un breve o despiece, sin título en papel ni resonancia en su web, que el árbitro alemán les dijo 'fuck you' (jodeos)



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170311/42797505852/aytekin-barca-psg-insulto.html>

No habría nevera para Aytekin



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170312/42837114489/no-habria-evera-para-aytekin.html>

El ex árbitro más reputado de Francia no ve escándalo

- De las acciones polémicas en el Barça-PSG, Quiniou cree que el error fue el penalti a Suárez, aunque admite “contacto”



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170311/42797665704/el-ex-arbitro-mas-reputado-de-francia-no-ve-escandalo.html>

Cesari, ex árbitro internacional: “El primer penalti al Barça es claro; el segundo más todavía”

- Varios días después todavía colean algunos comentarios sobre las decisiones del árbitro en el Barça-PSG. El ex colegiado italiano lo tiene claro: “No hay duda”



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170311/42783939609/graziano-cesari-arbitro-internacional-italiano-penaltis-barca.html>

4. Sport

La UEFA no tiene intención de castigar al árbitro del Barça - PSG

“En cada partido se analiza el trabajo del árbitro, pero eso no quiere decir que se tomen medidas”, puntualiza la UEFA
• El organismo europeo insiste en que no alimentará ninguna polémica arbitral



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/uefa-tiene-intencion-castigar-arbitro-del-barca-psg-5892904>

La tremenda rajada del seleccionador noruego sobre Suárez y el Barça

• El técnico criticó con dureza a los árbitros que dirigieron ayer el encuentro en el Camp Nou



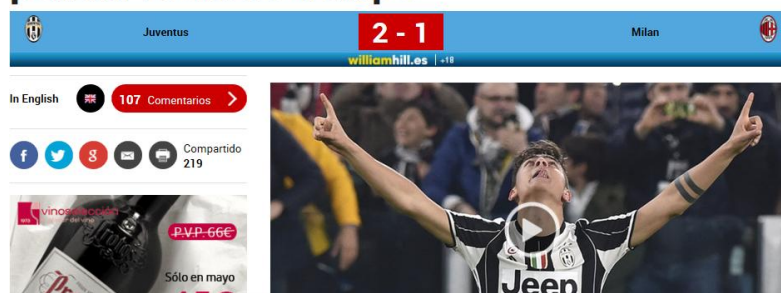
<http://www.sport.es/es/noticias/barca/tremenda-rajada-del-seleccionador-noruego-sobre-suarez-barca-5887341>

Fet 24: Juve vs Milan

1. Marca

Serie A Dybala decidió en el minuto 97 tras una mano de De Sciglio

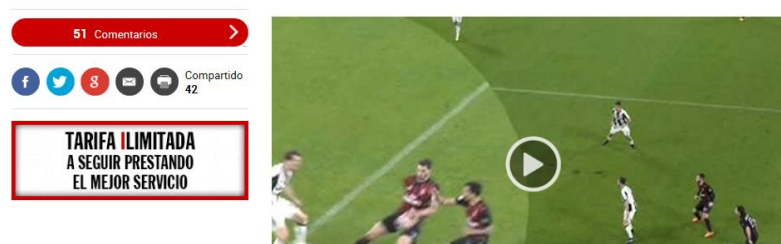
La Juve gana al Milan con un polémico penalti fuera de tiempo



<http://www.marca.com/futbol/liga-italiana/2017/03/10/58c31ef8e5fdea15498b45c2.html>

Serie A Una dudosa mano de De Sciglio permitió a Dybala desequilibrar el choque

El polémico penalti que dio la victoria a la Juve



<http://www.marca.com/futbol/liga-italiana/2017/03/10/58c32b33e5fdea46438b45c7.html>

2. As



http://futbol.as.com/futbol/2017/03/10/internacional/1489162225_749914.html

Fet 25: Deportivo vs Barça

1. Marca



<http://www.marca.com/futbol/primera-division/2017/03/12/58c57d08e2704e18688b4672.html>

Fet 26: Madrid vs Betis

1. Marca



<http://www.marca.com/futbol/primera-division/2017/03/12/58c5ad5622601d0d348b45e2.html>

Betis El canterano bético habla de la polémica acción entre Keylor Navas y Brasanac

Dani Ceballos: "Mateu sabe que hay contacto de Keylor Navas, me lo reconoce"

• "Le ha faltado un poco de valentía para dejar al Madrid con uno menos en el minuto 20", explica

MIGUEL Á. MORÁN | SEVILLA

In English 137 Comentarios >

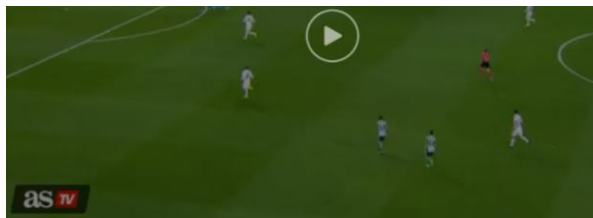
Compartido 0



► Ceballos: "El árbitro ha visto el contacto, pero no ha tenido valentía"

<http://www.marca.com/futbol/betis/2017/03/12/58c5c8cae2704e18718b45a1.html>

2. As



REAL MADRID 2 - BETIS 1

Mateu a Keylor, al final del partido: "¡Buena parada..!"

Cuatro ha 'cazado' al colegiado dirigiéndose al portero con este elogio a su intervención tras el cabezazo en el descuento de Sanabria.

http://futbol.as.com/futbol/2017/03/13/primera/1489385631_698056.html?autoplay=1



REAL MADRID 2 - BETIS 1

La salida de Keylor Navas que debió ser roja directa

Mateu Lahoz decidió no amonestar a Keylor Navas después de que el portero saliese a por un balón dividido y arrasase al rival brutalmente.

http://as.com/videos/2017/03/12/portada/1489354228_080395.html?autoplay=1

3. Mundo Deportivo

¡Penalti no pitado de Carvajal a Sanabria!

- El lateral del Real Madrid ha empujado dentro del área al goleador del Betis, pero Mateu no ha sancionado nada



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/real-madrid/20170312/42836410036/penalti-no-pitado-de-carvajal-a-sanabria.html>

4. Sport

El penalti de Carvajal a Sanabria

- El lateral se olvidó del balón y fue a por el bético
- Mateu Lahoz no observó ninguna infracción



El posible penalti de Carvajal a Sanabria en el Real Madrid - Betis (2-1) | LALIGA

El Real Madrid ha vencido al Betis en el Santiago Bernabéu. Sin embargo, el encuentro ha estado plagado de polémica. Sobre todo el primer tiempo.



<http://www.sport.es/es/noticias/real-madrid/penalti-carvajal-sanabria-5893110>

Mateu Lahoz le perdona la expulsión a Navas

- El portero le hizo una clara falta a Brasanac fuera del área
- El colegiado, muy cerca de la jugada, hizo como si no hubiese pasado nada



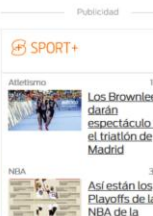
La falta de Keylor Navas en el Real Madrid - Betis (2-1) | LALIGA



<http://www.sport.es/es/noticias/real-madrid/mateu-lahoz-perdona-expulsion-navas-5892881>

Hasta la caverna mediática reconoce la expulsión de Keylor Navas

» Keylor Navas, portero del Real Madrid, debió ser expulsado del Real Madrid - Betis
» Los periódicos de Madrid critican la actuación del colegiado del encuentro Mateu Lahoz



<http://www.sport.es/es/noticias/real-madrid/hasta-caverna-mediatica-reconoce-expulsion-keylor-navas-5893314>

Fet 27: Atlético vs Sevilla

2. As



A poco más de diez minutos del descanso, el delantero sevillista controló el balón en el área, cayendo al coincidir con la salida del meta rojiblanco.

http://futbol.as.com/futbol/2017/03/19/primera/1489939084_383963.html

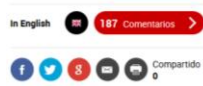
Fet 28: Piqué i la Ser

1. Marca

FC Barcelona Responde con otra encuesta sobre la conveniencia o no de concederles una entrevista

Piqué 'trolea' a la SER tras una encuesta que daba por hecho que forzaría una amarilla

» Messi se 'limpia' para la recta final de Liga... pero Piqué no



Gerard Piqué

Siguiendo

La SER me ha pedido hacer una entrevista durante el periodo de la Selección. Después de la brillante idea de su sorteo, qué debo responder?

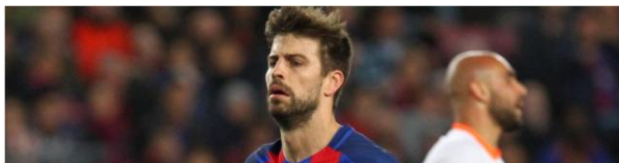
- ☐ Sí, a pesar del sorteo.
- ☐ No, gracias.
- ☐ No, mejor el próximo año.
- ☐ No, nunca más.

<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/03/20/58cf16ff46163f8a688b45ca.html>

3. Mundo Deportivo

La respuesta de Piqué a la Ser tras especular con su quinta amarilla

- El central respondió al juego que había planteado la cadena radiofónica con otro juego cuyo resultado, a elección de sus seguidores, fue no conceder más entrevistas a ese medio



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20170320/421034324193/gerard-pique-respuesta-carrusel-ser.html>

4. Sport

Piqué responde a la polémica encuesta de la SER y no les concederá entrevistas

- Carrusel Deportivo realizó una polémica encuesta antes del Barça-Valencia dando por hecho que Piqué forzaría la quinta amarilla
- El central del Barça no vio tarjeta y después del partido respondió a la encuesta con otra sobre si conceder o no más entrevistas a la cadena



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/pique-responde-polemica-encuesta-ser-no-concedera-entrevistas-5911148>

La quinta amarilla de Piqué enciende las redes sociales

- La quinta amarilla de Gerard Piqué es motivo de polémica en las redes sociales antes del
- Se especula con la posibilidad de que Piqué fuerce la quinta amarilla ante el Valencia



<http://www.sport.es/es/noticias/barca/quinta-amarilla-pique-enciende-las-redes-sociales-5910281>

Fet 29: Picabaralla Espanyol-Barcelona

1. Marca

FC Barcelona Curiosa respuesta en twitter

El 'zasca' del Espanyol a LaLiga por decir que Messi es Dios en Barcelona



<http://www.marca.com/futbol/barcelona/2017/03/19/58cf018846163f17168b462b.html>

2. As



http://futbol.as.com/futbol/2017/03/19/primera/1489963351_548774.html



http://futbol.as.com/futbol/2017/03/20/primera/1490004103_261282.html

3. Mundo Deportivo

Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi



<http://www.mundodeportivo.com/futbol/laliga/20170320/421035464726/messi-twitter-laliga-espanyol-polemica.html>

Fet 30: Gil Manzano, al clàssic

1. Marca

Liga Santander Será el encargado de pitar el Real Madrid-Barcelona el próximo 23 de abril

Gil Manzano, el elegido para el Clásico

• El Clásico se jugará el 23 de abril a las 20.45

JOSE FÉLIX DÍAZ

In English     55 Comentarios >

    Compartido 19



<http://www.marca.com/futbol/primera-division/2017/03/25/58d6ba5a468aeb70198b4646.html>

4. Sport

El árbitro que incendió a Piqué apunta al clásico

• Gil Manzano, favorito para pitar el Real Madrid - Barça del 23 de abril
• El colegiado, de 33 años, dirigió el polémico Villarreal - Real Madrid



Publicidad

 SPORT+

Masters 1000 Madrid 2017 41

 La despedida
glacial entre
Bouchard y
Sharapova: "
recibido muchí-
simos mensajes de
detractores"

Atletismo 51

 Los Bravos

<http://www.sport.es/es/noticias/barca/arbitro-que-incendio-pique-apunta-clasico-5926890>

Variable de selecció			Variable d'identificació						Variables per mesurar la polèmica											IQCP
"Polèmica"	Arbitral	Declaracions	Fet	Peça	Titular	Tema	Mitjà	Onada	Punts de vista	És polèmic?	Funciona com...	Posicionament	On?	Confrontació	On?	Altres peces?	Hipertext	Comentarios oberts	Elements gràfics	6 a 14
1			1	1	"La polémica felicitación de Kroos que no hace gracia a Marcelo ni a ningún brasileño"	Debat	1	1	2	2	Polèmica	1		1		2	1	2	2	11
		3	1	2	"¡Ronaldo responde a Kroos con otra felicitación envenenada!"	Debat	1	1	2	2	Polèmica	1		2	"Ús de ¡!"; "Envenenada"	2	2	2	2	13
		3	1	3	"Kroos enciende las redes con su felicitación de Año Nuevo"	Debat	2	1	2	2	Polèmica	1		1		1	1	1	1	8
		3	1	4	"Brasil se enciende con el tuit de Kroos"	Debat	3	1	2	2	Polèmica	1		2	"Se enciende"; "Bromita"; "subidos de tono"	2	2	1	1	11
		3	1	5	"Tenso 'pique' Kroos-Marcelo en las redes"	Debat	3	1	2	2	Polèmica	1		2	"Tenso pique"	2	1	1	2	11
		3	1	6	"Brillante: Ronaldo responde a Kroos"	Debat	3	1	2	2	Polèmica	1		1		2	1	1	2	10
		3	1	7	"Toni Kroos celebra el 2017 humillando a Marcelo y el brasileño le pide respeto"	Debat	4	1	2	2	Polèmica	1		2	"humilla"	2	2	2	1	12
		3	1	8	"Ronaldo se entromete en el pique Kroos - Marcelo y echa más leña al fuego"	Debat	4	1	2	2	Polèmica	1		2	"Ronaldo Nazario da Lima ha decidido contraatacar"; "echa más leña al fuego"; "el pique"	2	2	2	1	12
1	2		2	9	"Mateu se equivoca en los dos últimos goles del Real Madrid"	Arbitral	1	1	2	2	Polèmica	2	"Mateu se equivoca"	1		2	2	2	2	13
1	2		2	10	"La innecesaria tarjeta con la que Mateu inició su show en el Bernabéu"	Arbitral	1	1	2	2	Polèmica	2	"innecesaria tarjeta"; "una decisión poco entendible"	1		2	2	2	1	12
1	2	3	2	11	"¡Qué vergüenza por Dios!"	Arbitral	1	1	1	1	Generador	1		2	"Ús de ¡!"	2	2	2	2	12
1	2		2	12	"Polémica: El Sevilla protestó el penalti que supuso el 3-0"	Arbitral	2	1	2	2	Polèmica	1		1		1	1	1	1	8
1	2		2	13	"El Real Madrid golea al Sevilla con polémica"	Arbitral	3	1	2	2	Polèmica	2	"decisiones que desquiciaron al	1		2	1	1	1	10

													Sevilla perjudicándole en el cómputo global"								
	2		2	14	"Mateu Lahoz indigna al sevillismo"	Arbitral	3	1	1	1	Generador	1		2	"Ús de ¡!"	2	1	1	1	9	
	2	3	2	15	"Tremenda 'rajada' de Cristóbal Soria contra Mateu"	Arbitral	3	1	1	1	Generador	1		2	"Tremenda"; "contra"	2	1	1	1	9	
	2		2	16	"Bochornoso arbitraje de Mateu Lahoz en el Madrid-Sevilla"	Arbitral	4	1	2	2	Polèmica	2	"se inventó un penalti a favor del equipo blanco"; "El segundo gol del Madrid viene precedido de falta"	2	"Bochornoso"; "La actuación del colegiado ha encendido los nervios de los jugadores sevillistas"; "la desquiciante actuación de Mateu Lahoz"	2	2	2	1	13	
	2	3	2	17	"¡Qué vergüenza por Dios!", la indignación del Sevilla por el arbitraje de Mateu Lahoz	Arbitral	4	1	1	1	Generador	2	"La desafortunada actuación arbitral de Mateu Lahoz"	2	"David Soria clamó contra la actuación arbitral"	2	2	2	1	12	
1	2		3	18	"Borbalán debió señalar dos penaltis y expulsar a Aduriz"	Arbitral	1	1	2	2	Polèmica	2	"el árbitro debió señalar penalti "; "Aduriz tuvo que ser expulsado"; "El árbitro debería haber señalado el punto de penalti"	1		2	1	2	2	12	
	2	3	3	19	"Piqué dice basta: 'Queremos jugar al fútbol, no a la ruleta'"	Arbitral	1	1	2	1	Generador	1		2	"elevaron la tensión"	2	1	2	2	12	
	2	3	3	20	"Piqué carga contra la televisión pública"	Debat	1	1	1	1	Generador	1		2	"carga contra"	2	1	2	1	10	
	2		3	21	"El fútbol necesita la tecnología ya"	Arbitral	1	1	2	1	Generador	2	"El fútbol necesita tecnología"; "es incomprensible que haya dudas"	1		2	1	2	1	11	
	2		3	22	"La prensa de Barcelona ataca contra Borbalán: atraco frustrado"	Arbitral	2	1	1	1	Generador	1		2	"dispara contra"	2	1	1	1	9	
	2		3	23	"Borbalán acertó al conceder el 2-1: el balón botó dentro"	Arbitral	2	1	2	2	Polèmica	2	"Borbalán acertó"	1		2	1	1	1	10	
	2		3	24	"Las quejas del Barça por el arbitraje de Fernández Borbalán"	Arbitral	3	1	2	2	Polèmica	2	"el colegiado andaluz fue un despropósito de dimensiones"	1		1	1	1	1	9	

													descomunales"; "todos los errores en contra del Barça"							
	2		3	25	"Brutal agresión de Aduriz a Umtiti, que el árbitro no vio"	Arbitral	4	1	2	2	Polèmica	2	"era roja directa con claridad"; "Aduriz no debería haber acabado el partido"	2	"dejándole fulminado"; "hay mucha tensión en una agresión sin pelota"	2	1	2	1	12
	2		3	26	"El increíble penalti no pitado de Etxeita a Neymar"	Arbitral	4	1	2	2	Polèmica	2	"Fernández Borbalán se trago un penalti como una casa"; "había perdonado un penalti y una expulsión a Aduriz"	2	"La decisión arbitral irritó a los jugadores del Barça, desquiciados por un arbitraje claramente parcial"	2	1	2	1	12
	2		4	27	"Hay penalti por mano de Bruno, la de Mascherano es involuntaria"	Arbitral	1	1	2	2	Polèmica	2	"hay penalti"	1		2	1	2	1	11
	2	3	4	28	"Piqué a Tebas: "¿Lo has visto? Sí, tú, ¿lo has visto?"	Arbitral	1	1	1	1	Generador	1		1		2	2	2	2	11
	2	3	4	29	"Piqué: "Hay dos manos de Bruno, cada semana los árbitros me dan más la razón"	Arbitral	1	1	2	1	Generador	1		2	"más leña al fuego"	2	2	2	1	12
	2		4	30	"Iglesias Villanueva no pitó un penalti por mano de Bruno..."	Arbitral	2	1	2	2	Polèmica	1		1		2	1	1	1	9
	2		4	31	"Bruno Soriano desvió el balón con la mano... ¡desde el suelo!"	Arbitral	2	1	2	2	Polèmica	1		1		2	1	1	1	9
	2	3	4	32	"Bruno Soriano: "Yo tengo la mano ahí, viene el balón y me da"	Arbitral	2	1	2	1	Generador	1		1		2	1	1	1	9
	2	3	4	33	"Bruno sobre su penalti: "Yo tengo la mano ahí y me da el balón"	Arbitral	3	1	2	1	Generador	1		1		1	1	1	1	8
	2		4	34	"Mano de Bruno: otro penalti clamoroso que le roban al FC Barcelona"	Arbitral	4	1	2	2	Polèmica	2	"cometió un claro penalti"; "un robo más"; "unas clarísimas manos"	1		2	2	2	1	12
	2	3	4	35	"La sonrisa que delató a Bruno Soriano"	Arbitral	4	1	2	1	Generador	2	"no quiso reconocer que su penalti había sido claro"; "había cometido un clarísimo penalti";	1		2	2	1	1	11

												"perjudicado Barcelona"								
	2		5	36	González González despierta las suspicacias de Real y Barça	Arbitral	1	2	1	1	Generador	1	1		1		2	2	2	10
	2		5	37	González González, un arbitro criticado por el Barça y la Real	Arbitral	2	2	1	1	Generador	1	1		1		2	1	1	8
1	2		6	38	"No hay nada en la caída de Cristiano en el área"	Arbitral	1	2	2	2	Polémica	2	"No hay nada en la caída de Cristiano"	1		1	1	2	1	10
1	2		7	39	"Elustondo barre a Neymar, el penalti es claro"	Arbitral	1	2	2	2	Polémica	2	"Es penalti"	1		2	1	2	1	11
	2	3	7	40	"Illarramendi: "Otra vez lo mismo de siempre! Otra vez..."	Arbitral	1	2	1	1	Generador	1		2	"Ús de !"	2	1	2	2	11
	2		7	41	"González González, fiel a su triste leyenda"	Arbitral	3	2	2	2	Polémica	2	"El equipo de Luis Enrique se vio perjudicado porque no pitó dos penaltis claros"	1		1	1	1	1	9
	2		7	42	"Pañolada de Anoeta para González González"	Arbitral	4	2	1	0	No interpretable									1
	2		7	43	"El pelotazo de Yuri a Messi que González González no vio"	Arbitral	4	2	1	0	No interpretable									1
	2		7	44	"Messi acabó desquiciado con González González"	Arbitral	4	2	1	0	No interpretable									1
	2		7	45	"El día que Luis Enrique se quejó de González González"	Arbitral	4	2	1	0	No interpretable									1
	2		8	46	"Piqué ahora no habla de árbitros"	Arbitral	1	2	1	0	Especulación									1
	2		9	47	"Hay fuera de juego de Ramos en el segundo gol por escasos centímetros"	Arbitral	1	2	2	2	Polémica	2	"Hay fuera de juego"	1		1	1	2	2	11
	2		9	48	"Sergio Ramos estaba en fuera de juego en el segundo gol"	Arbitral	2	2	2	2	Polémica	2	"Es fuera de juego"	1		1	1	1	1	9
	2		9	49	"Fuera de juego de Sergio Ramos en el segundo gol del Madrid"	Arbitral	3	2	2	2	Polémica	2	"Fuera de juego"; "la posición era ilegal al rematar"	1		2	1	1	1	10
	2	3	9	50	"Kamení: 'El fuera de juego de Sergio Ramos era claro'"	Arbitral	3	2	2	1	Generador	2	"No tiene ninguna duda del error del colegiado"	1		2	1	1	1	10

	2	9	51	"Fuera de juego de Sergio Ramos en el segundo gol"	Arbitral	4	2	2	2	Polèmica	2	"Fuera de juego"; "una posición totalmente ilegal"	1		1	2	2	1	11
1	2	10	52	"El Arsenal gana en el tiempo añadido y con un polémico penalti y se pone segundo"	Arbitral	1	2	2	2	Polèmica	2	"Koscielny estaba en fuera de juego cuando le hicieron penalti"	2	"Protestaron airadamente el arbitraje"	1	1	2	1	11
1	2	10	53	"El Arsenal gana con un polémico penalti en el 97"	Arbitral	3	2	2	2	Polèmica	1		1		1	1	1	1	8
1	2	11	54	"Gol mal anulado a Griezmann, el francés estaba en posición legal"	Arbitral	1	3	2	2	Polèmica	2	"Era gol legal"; "No estaba en fuera de juego"	1		1	1	2	1	10
	2	3	11	55	"Rajada de Simeone: 'Tengo claro por qué en Champions tenemos más opciones que en Liga o en Copa'"	Arbitral	1	3	1	1	Generador	1		1		2	1	2	10
	2	3	11	56	"Luis Suárez pone al Comité de Competición entre la espada y la pared"	Arbitral	1	3	1	1	Generador	1		1		2	1	2	10
	2	3	11	57	"Luis Suárez: 'Me río, mi expulsión se veía venir'"	Arbitral	1	3	2	1	Generador	1		1		2	2	2	12
	2	3	11	58	"Luis Suárez: '¿Expulsión? Aquí ya se sabe cómo va'"	Arbitral	4	3	2	1	Generador	1		1		1	1	2	9
	2	3	12	59	"Otra polémica pregunta de Estudio Estadio"	Debat	3	3	1	0	No interpretable			2	"ha vuelto a encender la polémica"				3
	2	13	60		"El Barça, el equipo de los líos arbitrales"	Arbitral	1	3	2	2	Generador	2	"Fernández Borbalán debió señalar dos penaltis"; "La primera mano de Bruno era penalti"; "también existió penalti"	2	"Encendió la mecha"; "Piqué disparó sin medida"	2	2	2	14
1		3	14	61	"El Betis anuncia que se querellará contra el rapero Pablo Hasel por sus polémicos tuits"	Debat	1	3	1	0	No interpretable								1
		3	15	62	"Calderón y punto"	Debat	1	3	2	1	Generador	2	"Calderón y punto"	1		2	2	2	12
1		3	15	63	"Florentino: 'En el Bernabéu no se puede jugar la final de Copa porque hay obras'"	Debat	1	3	2	1	Generador			1		2	1	2	9
1		3	15	64	"#Noalafinaldecopaenelcalderon"	Debat	1	3	2	0	Especulació								2

		3	15	65	"San Mamés se une al casting para la final de Copa"	Debat	1	3	2	1	Generado	1		1		2	2	2	1	11
1			15	66	"Gaspard: "Que el Madrid tenga narices de decir que la final no se juega en su estadio"	Debat	1	3	2	0	Especulaci ó									2
1		3	15	67	"El lío de todos los años: tres estadios para la final de Copa"	Debat	2	3	2	1	Generado	1				1	2	1	1	8
1			15	68	"La plantilla del Barça quiere el Camp Nou"	Debat	3	3	2	0	Especulaci ó									2
1			15	69	"Un sector de la afición del Atlético no quiere la final de Copa en el Calderón"	Debat	3	3	2	0	Especulaci ó									2
1		3	15	70	"Jordi Évole indigna al madridismo con un polémico tuit"	Debat	3	3	2	0	No interpreta ble									2
1		3	15	71	"Querejeta quiere San Mamés para disputar la final"	Debat	4	3	2	0	Especulaci ó									2
1			15	72	"Monumental lío con la sede de la final de la Copa"	Debat	4	3	2	1	Generado	1		1		2	2	2	1	11
1	2		16	73	"No hay penalti en las caídas de Cristiano y Lucas Vázquez"	Arbitr al	1	3	2	2	Polèmica	2	"No hay penalti"			1	1	2	2	10
1	2		17	74	"Debió pitar un penalti a Torres y se equivoca al señalar el de Carrasco"	Arbitr al	1	3	2	2	Polèmica	2	"Debió pitar el de Carrasco"; "No es penalti"			1	1	2	1	9
1	2		18	75	"Es penalti a Gameiro porque el agarrón se inicia fuera y persiste dentro"	Arbitr al	1	4	2	2	Polèmica	2	"Es penalti"	1		2	1	2	1	11
1	2		18	76	"El árbitro debió pitar penalti por un codazo de Gabi a Chicharito"	Arbitr al	1	4	2	2	Polèmica	2	"Debió pitar penalti"	1		2	1	2	1	11
1	2		19	77	"El Valencia reclamó dos penaltis de Carvajal y Sergio Ramos"	Arbitr al	1	4	2	2	Polèmica	1		1		2	1	2	1	10
1	2		19	78	"Mangala debió ver la roja directa por su entrada a Benzema"	Arbitr al	1	4	2	2	Polèmica	2	"Debió ver la roja directa"	1		2	1	2	1	11
	2		19	79	"Posibles penaltis de Mangala a Cristiano y Carvajal a Zaza"	Arbitr al	2	4	2	2	Polèmica	1		1		1	1	1	2	9
	2		19	80	"Posible penalti de Carvajal a Zaza"	Arbitr al	4	4	2	2	Polèmica	1		1		1	1	2	1	9

1	2	20	81	"Es muy difícil de ver pero hay fuera de juego previo de N'Zonzi en el gol de Iborra"	Arbitral	1	4	2	2	Polèmica	2	"Hay fuera de juego"	1	1	2	1	10	
	2	20	82	"El gol que decidió el derbi sevillano fue en fuera de juego"	Arbitral	2	4	2	2	Polèmica	2	"Es fuera de juego"	1	2	1	1	10	
	2	20	83	"N'Zonzi estaba en fuera de juego en el gol de Iborra"	Arbitral	2	4	2	2	Polèmica	2	"Estaba en fuera de juego"	1	2	1	1	10	
1	2	21	84	"No hay voluntariedad en la mano de Bruno, no hubiera pitado penalti"	Arbitral	1	4	2	2	Polèmica	2	"No hubiera pitado penalti"	1	2	1	2	11	
1	2	21	85	"Las tres manos de Bruno ante Barça y Madrid: ¿Cuál te pareció?"	Arbitral	1	4	2	1	Generador	1		1	2	1	2	10	
	2	21	86	"El Villarreal protestó el penalti de Bruno y posible fuera de juego de Bakambu en el 2-0"	Arbitral	2	4	2	2	Polèmica	1		1	2	1	1	10	
	2	21	87	"Circular del CTA: la mano siempre es involuntaria si el rebote es en el propio jugador"	Arbitral	2	4	2	1	Generador	1		1	2	1	1	9	
	2	21	88	"El Líbero decreta que sí hubo fuera de juego de Bakambu"	Arbitral	2	4	2	2	Polèmica	2	"Hubo fuera de juego"	1	2	2	1	12	
1	2	21	89	"Villarreal - Real Madrid: Polémica en el penalti que supuso el 2-2 de Cristiano"	Arbitral	3	4	2	2	Polèmica	2	"Una mano inexistente de Bruno dentro del área"	1	1	1	1	9	
	2	21	90	"El doble rasero de los árbitros con las manos de Bruno Soriano dentro del área"	Arbitral	4	4	2	1	Generador	2	"Ante el FC Barcelona no pitaron una mano clarísima"	1	1	1	2	10	
		3	22	91	"Piqué vuleve a la carga: 'Contra los mismos equipos. Ocho puntos. Ocho y tal'"	Debat	1	4	2	1	Generador	1	2	"Vuelve a la carga"	2	2	2	13
		3	22	92	"Ramos responde a Piqué: 'Me sorprendería si lo pone Messi. El mundo de Piqué ya lo conocemos'"	Debat	1	4	2	1	Generador	1	1	2	2	2	12	
		3	22	93	"Piqué lanza otro ataque a los árbitros tras el penalti de Bruno"	Debat	2	4	2	1	Generador	1	2	"Lanza otro ataque"	2	2	1	12
		3	22	94	¡Piqué denuncia trato de	Debat	3	4	2	1	Generador	1	2	Ús de ¡!	2	2	1	11

					favor arbitral al Madrid!"						r										
			3	22	95	"La explosiva respuesta de Piqué al 'doble rasero' de los árbitros"	Debat	4	4	2	1	Generador	2	"Por unas manos más claras, no le señalaron la pena máxima contra el conjunto azulgrana"; "doble rasero"	2	"Explosiva respuesta"	2	1	2	2	13
1	2			23	96	"Los penaltis a Neymar y Suárez no fueron, tampoco el que no le pitaron a Mascherano"	Arbitral	1	5	2	2	Polèmica	2	"Los penaltis no fueron"	1		2	2	2	2	13
1	2			23	97	"No hay penalti, Marquinhos le pone la mano a Suárez pero el uruguayo se deja caer"	Arbitral	1	5	2	2	Polèmica	2	"No hay penalti"	1		2	2	2	1	12
1	2			23	98	"Meunier se escurre y Neymar cae, no hay penalti"	Arbitral	1	5	2	2	Polèmica	2	"No es penalti"	1		2	2	2	1	12
	2			23	99	"¿Crees que el árbitro fue el factor más importante en la clasificación del Barça a cuartos?"	Arbitral	1	5	2	1	Generador	1		1		2	2	2	1	11
	2			23	100	"El 61% de la afición culpa a Aytekin de la clasificación del Barça en Champions"	Arbitral	1	5	2	1	Generador	1		1		2	2	2	2	12
	2			23	101	"La UEFA podría mandar a la nevera a Aytekin"	Arbitral	1	5	1	0	Especulación									1
	2	3		23	102	"Lagerbäck: 'Siento pena por el fútbol, es puro teatro de Luis Suárez'"	Arbitral	1	5	2	1	Generador	1		1		2	2	2	1	11
	2			23	103	"Aytekin, un 'aprendiz' de Stark, el árbitro que expulsó a Pepe"	Arbitral	1	5	1	0	Especulación									1
	2			23	104	"Según 'Le Parisien', Aytekin le dijo "jodeos" a los jugadores del PSG en el Camp Nou"	Arbitral	1	5	1	0	Especulación									1
	2			23	105	"¡Piden en Change.org que se repita el Barça-PSG por los errores de Aytekin!"	Arbitral	1	5	1	0	Especulación									1
	2			23	106	"El árbitro señaló penalti en un piscinazo flagrante de Suárez"	Arbitral	2	5	2	2	Polèmica	2	"Ni le rozó"	1		2	1	1	1	10
	2			23	107	"El árbitro señaló un penalti inexistente sobre	Arbitral	2	5	2	2	Polèmica	2	"Penalti inexistente"	1		2	1	1	1	10

					Luis Suárez"															
	2		23	108	"Aytekin pitó tantos penaltis en 5 años en la Champions como en 30 minutos en el Camp Nou"	Arbitral	2	5	1	0	No interpretable									1
	2		23	109	"Para los lectores de AS, Aytekin favoreció al Barça tres veces"	Arbitral	2	5	2	1	Generador	1		1		2	2	1	2	11
	2		23	110	"La prensa alemana, contra Aytekin: 'El penalti fue un chiste'"	Arbitral	2	5	2	1	Generador	1		1		2	2	1	2	11
	2		23	111	"La federación alemana ve 'muy bueno' el arbitraje de Aytekin"	Arbitral	2	5	2	1	Generador	1		1		2	2	1	2	11
	2		23	112	"Aytekin no pitará más en esta Champions tras su mal arbitraje"	Arbitral	2	5	1	0	Especulación									1
	2		23	113	"Barça-PSG: UEFA confirma que Aytekin no será suspendido"	Arbitral	2	5	1	0	No interpretable									1
	2		23	114	"Abelardo sobre Suárez: 'No hay contacto para ser derribado'"	Arbitral	2	5	2	1	Generador	1		1		2	1	1	1	9
	2		23	115	"No habría nevera para Aytekin"	Arbitral	3	5	1	0	Especulación									1
	2	3	23	116	"El ex árbitro más reputado de Francia no ve escándalo"	Arbitral	3	5	2	1	Generador	1		1		2	1	1	1	9
	2		23	117	"El supuesto insulto de Aytekin a los jugadores del PSG"	Arbitral	3	5	1	0	Especulación									1
	2	3	23	118	"Cesari, ex árbitro internacional: 'El primer penalti al Barça es claro; el segundo más todavía'"	Arbitral	3	5	2	1	Generador	1		1		2	1	1	1	9
			23	119	"La UEFA no tiene intención de castigar al árbitro del Barça - PSG"	Arbitral	4	5	1	0	Especulación									1
			23	120	"La tremenda rajada del seleccionador noruego sobre Suárez y el Barça"	Arbitral	4	5	2	1	Generador	1		2	"Criticó con dureza"	2	2	2	1	12
1	2		24	121	"La Juve gana al Milan con un polémico penalti fuera de tiempo"	Arbitral	1	5	2	2	Polèmica	1		1		2	1	2	1	10
1	2		24	122	"El polémico penalti que dio la victoria a la Juve"	Arbitral	1	5	2	2	Polèmica	1		1		2	1	2	1	10

1	2	24	123	"Un polémico penalti en el 95' tumba al Milán y desata su rabia"	Arbitral	2	5	2	2	Polèmica	1		1		1	1	1	1	8
1	2	25	124	"No hay falta de Bergantiños en el gol del Deportivo"	Arbitral	1	5	2	2	Polèmica	2	"No hay falta"	1		1	1	2	1	10
1	2	26	125	"Keylor Navas debió ver la roja y hay penalti de Carvajal a Sanabria"	Arbitral	1	5	2	2	Polèmica	2	"Debió ser expulsado"	1		2	1	2	1	11
1	2	26	126	"Dani Ceballos: "Mateu sabe que hay contacto de Keylor Navas, me lo reconoce"	Arbitral	1	5	2	1	Generador	1		1		2	1	2	1	10
	2	26	127	"La salida de Keylor Navas que debió ser roja directa"	Arbitral	2	5	2	2	Polèmica	2	"Debió ser roja directa"	1		2	1	1	1	10
	2	26	128	"Mateu a Keylor, al final del partido: "¡Buena parada..!"	Arbitral	2	5	1	0	No interpretable									1
	2	26	129	"¡Penalti no pitado de Carvajal a Sanabria!"	Arbitral	3	5	2	2	Polèmica	2	"Penalti no pitado"; "El colegiado valenciano le ha perdonado la tarjeta roja al meta Keylor Navas"	2	"Ús de ¡!"	1	1	1	1	10
	2	26	130	"El penalti de Carvajal a Sanabria"	Arbitral	4	5	2	2	Polèmica	2	"Penalti"; "Carvajal ha cometido un penalti tan inocente e innecesario como claro"	1		2	2	2	1	12
	2	26	131	"Mateu Lahoz le perdona la expulsión a Navas"	Arbitral	4	5	2	2	Polèmica	2	"Le perdona la roja"; "Una falta de libro que tenía que suponer en consecuencia la expulsión del portero madridista"	2	"Es de los que para que pite una falta, casi hay que matar al rival"	2	1	2	1	12
	2	26	132	"Hasta la caverna mediática reconoce la expulsión de Keylor Navas"	Arbitral	4	5	2	1	Generador	2	"Tuvo que ser expulsado"	1		2	2	2	2	13
	2	27	133	"El Sevilla pidió penalti de Oblak a Ben Yedder en el 34'"	Arbitral	2	6	2	2	Polèmica	1		1		1	1	1	1	8
	2	28	134	"Piqué 'trolea' a la SER tras una encuesta que daba	Debat	1	6	1	0	No interpreta									1

					por hecho que forzaría una amarilla"						ble									
	2		28	135	"La respuesta de Piqué a la Ser tras especular con su quinta amarilla"	Debat	3	6	1	0	No interpretable									1
1	2		28	136	"Piqué responde a la polémica encuesta de la SER y no les concederá entrevistas"	Debat	4	6	1	0	No interpretable									1
1	2		28	137	"La quinta amarilla de Piqué enciende las redes sociales"	Debat	4	6	1	0	Especulación									1
		3	29	138	"El 'zasca' del Espanyol a LaLiga por decir que Messi es Dios en Barcelona"	Debat	1	6	1	1	Generador	1		1		1	2	2	1	9
		3	29	139	"LaLiga la lía en Twitter con Messi y el Espanyol le contesta"	Debat	2	6	1	1	Generador	1		1		2	1	1	1	8
		3	29	140	"El Espanyol se rebela en Twitter: el 'zasca' a la Liga y mucho más"	Debat	2	6	1	1	Generador	1		1		2	2	1	1	9
		3	29	141	"Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi"	Debat	3	6	1	1	Generador	1		1		1	1	1	1	7
	2		30	142	"Gil Manzano, el elegido para el Clásico"	Arbitral	1	6	1	0	Especulación									1
	2		30	143	"El árbitro que incendió a Piqué apunta al clásico"	Arbitral	4	6	1	0	Especulación									1

7. ENTREVISTES AMB ELS POTENCIALS USUARIS

EDAT: 42 anys

Ets lectora habitual de mitjans digitals esportius?

No

Què entens per polèmica?

Allò que es produeix quan, sobre una mateixa cosa, hi ha diverses opinions. A més, crec que en la polèmica, segons com es miri, totes les opinions poden ser certes o, si més no, vàlides. No té perquè ser clarament una cosa objectiva. De fet és millor quan no ho és. Tampoc té perquè ser definitiva, ni tenir un judici clar.

Quines característiques o elements li atribueixes a la polèmica esportiva, més enllà dels que ja has citat, com la diversitat d'opinions?

Crec que la característica principal i imprescindible és que abordi qüestions molt subjectives que, com que normalment estan envoltades per un sentiment que preval sobre un altre, permet que les coses es vegin diferent. De vegades, fins i tot, crec que en la polèmica esportiva es busca mostrar les coses com no són, o almenys que es no es vegin com són. Això permet que hi hagi debat i es desencadeni la polèmica, suposo.

M'expliques com l'entens i què la conforma... Quina intenció creus que té la polèmica?

Per una banda, la polèmica dona molta vida als mitjans i per això s'aviva. L'objectiu és que es puguin tenir temes sobre la taula per poder omplir pàgines. Els mitjans esportius animen la polèmica per allargar un tema. Convé.

Per tant, creus que, per exemple, un dels elements presents és la sobrevaloració?

Sí, que hi ha sobrevaloració i magnificació. Justament per això que et dic. Crec que els mitjans necessiten que hi sigui. Almenys a la televisió, que és el que més consumeixo.

I en els mitjans digitals escrits?

Suposo que és més difícil, però també es deu produir un fet similar.

Des del desconeixement que m'exposes, quines eines creus que s'utilitzen en els mitjans digitals esportius per explotar la polèmica i aconseguir allargar la durada d'un tema?

Tuits, Instagram... qualsevol cosa. Avui en dia es fan notícies de qualsevol petita espurna.

I el vídeo, quin pes creus que té en què una polèmica es pugui desenvolupar?

Doncs sota el meu punt de vista, el vídeo, de vegades, fa que la polèmica s'acabi. Perquè moltes vegades ja no deixa lloc al dubte. Quan veus, per exemple, una jugada que l'àrbitre ha xiulat malament, si tens el vídeo, s'acaba el debat.

És a dir, creus el vídeo pot convertir-se en un factor determinant per posicionar-se i decantar la balança?

Sí. O almenys perquè la gent que el veu tingui clar què ha passat.

Aleshores, pot ser que ben utilitzat, el que faci és donar més ingredients a la polèmica?

Pot ser. Però, com et dic, també corre el risc que l'acabi.

Creus que l'ús de tots aquests elements condicionen en què la polèmica sigui de més qualitat?

Sí, aviven la polèmica. Quantes més eines per comentar i debatre, més s'estira.

A què et refereixes amb comentar i debatre?

Tot allò que permeti inflar el fet. Poder comentar-les és interessant.

Et facilitaré quatre articles. Llegeix-los i observa atentament els elements que el conformen.

De les quatre peces que has llegit, hi ha alguna que, segons el que m'has dit que ha de tenir una polèmica, no ho sigui? Per què?

Crec que la que diu "*No habría nevera para Aytekin*" no crec que pugui dir-se que és polèmica. No és polèmic. Es pot fer servir per avivar la polèmica o la discussió sobre

l'actuació arbitral en general. Crec que pot buscar fer polèmica, però el fet en sí és tan gros –la remuntada– que va tapar qualsevol possible polèmica.

Però, més enllà de la remuntada, si et fixes en l'article, per què creus que no és polèmic?

No ho sé. Parla en condicional. No sé exactament què vol valorar. “No habría nevera”... no crec que sigui prou contundent com per fer una polèmica suficientment important.

Tota la resta de peces creus que són polèmiques?

En certa mesura, totes busquen generar polèmica, sí.

Quina creus que és la més polèmica? Per què?

És més polèmica la que es titula “*El Barça, el equipo de los líos*” perquè dóna més suc.

Què vols dir amb “dóna més suc”?

Doncs que al seu un recull de fets, penso que explota millor la polèmica. També inclou molts vídeos que ajuden a que la gent reflexioni sobre les jugades o les decisions arbitrals. I si ets del Barça t'acabes encenent una mica, que també ho busca tractar aquest tipus de temes.

Quina peça creus que és la que menys polèmica?

“*Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi*”. Perquè s'acaba. A no ser que hi hagi més comentaris sobre el tuit, no dóna per més. Potser estaria al llindar sobre si és polèmic o no. Realment no dóna gaire de sí.

EDAT: 47 anys

Ets lector/a habitual de mitjans digitals esportius?

Sí

Què entens per polèmica?

Quan dues persones no tenen un mateix punt de vista sobre una situació, un fet...

Quines característiques o elements li atribueixes a la polèmica esportiva?

Crec que de vegades és interessada, altres necessària. Pot ajudar a mantenir punts de vista diferents amb una persona i això de vegades enriqueix. També pot ser un negoci.

Però pel que fa a la polèmica que hi ha als mitjans digitals esportius escrits, quines característiques creus que té aquesta polèmica?

Des del meu punt de vista, és més difícil que hi hagi polèmica en els mitjans digitals escrits, perquè normalment s'adrecen a un públic molt concret i molt fidel. Jo entro a les pàgines i sé, més o menys, què m'hi trobaré. Per això crec que és més difícil donar unes característiques que serveixin en general i per tots.

Tot i aquesta dificultat de fer polèmica escrita que apuntes, ets conscient que hi és?

Sí. Almenys, s'intenta que hi sigui.

Quina és la intenció de la polèmica en els mitjans, si estem d'acord en què costa de produir-la?

Cridar l'atenció perquè la gent s'interessi en llegir un mitjà o un altre. Crec que això és gràcies a la polèmica.

Com a reclam? I com ho fan?

Exacte. Un titular manipulat pot generar que una persona s'interessi, però també que quan arriba al fons de la qüestió s'adoni que és una polèmica "fictícia" o interessada. Si a la llarga veus que el mitjà va pel camí de generar polèmiques molt forçades pots acabar prescindint de consumir aquell mitjà.

Quines eines creus que s'utilitzen en els mitjans digitals esportius per explotar la polèmica?

Titulars enganyosos i impactants, imatges, muntatges de fotos que semblen una cosa i són una altra. Per exemple, si agafen una imatge d'un jugador tocant-li la cara a algú pot semblar que sigui una agressió. També veig moltes vegades declaracions tretes de context. O que, en un determinat moment, si a un mitjà li interessa que hi hagi un moviment en un club, apel·li al sentiment. Intenten guanyar poder i generar un clima d'opinió sobre una qüestió.

I creus que en això la polèmica és important?

Ho intenta. Intenta ser un format perquè com a seguidor d'un equip et posicionis. O almenys que pensis sobre un determinat tema.

Veig que tens una visió força negativa de la polèmica. Creus que pot haver-hi polèmica de qualitat?

Depèn del tipus de mitjà. Un de seriós, normalment la polèmica anirà encaminada a enriquir. Un mitjà que vol la polèmica barata, anirà a crear polèmiques artificials que la poden estirar però a la llarga s'acaba.

Creus que la utilització d'aquest tipus d'eines o tècniques, per exemple els titulars tendenciosos, condicionen en què la polèmica sigui de més qualitat?

Home la polèmica en general s'observa com un espai bastant enfangat. Si et poses en aquest context, potser sí que com a lector acceptes que allò serveix per fer polèmica i ja t'està bé. Al final penso que tots llegim aquest tipus d'informacions alguna vegada.

A continuació et donaré quatre peces per llegir. Vull que et fixis en el text, però també en tots els elements que configuren la pàgina. De les quatre peces que has llegit, quina creus que és la més polèmica? Per què?

És difícil dir que una cosa és més polèmica que l'altra. Potser la més polèmica és "*El Barça, el equipo de los líos*". Afecta al Barça i afecta a més equips. No només a dos com en els altres casos. Crec que funciona tant a nivell d'interpretació del reglament, com a l'hora de posar el focus en la manca de l'ús de la tecnologia. Genera altres

debats. A més, hi ha molts clubs que contra el Barça justifiquen una manera de fer que segurament contra un altre equip inferior no se li donaria tant *bombo*.

I la presència de tots aquests visuals quin paper hi juga?

Les imatges demostren que hi va haver una certa errada, però també buit en el reglament. Com et dic. Serveix per debatre.

També per generar controvèrsia?

Sí. Per debatre, fer tertúlia, mostrar les discrepàncies. També té com a punt fort que afecta a més actors i a quins actors afecta. És una polèmica generada que no seria de tant recorregut si afectés a un equip menys important.

I quina és la que menys polèmica creus que aixeca?

De la resta, la segona –*Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi*– no és tan polèmica perquè s'acaba ràpid i només afecta a Messi i l'Espanyol. A més, està dient una cosa que hi ha molta gent que la pensa. No va en contra d'una gran massa, i això també fa que no tingui tan impacte o seguiment.

I la resta, on les situaries?

En el cas de la que parla de l'arbitratge d'Aytekin, potser estem condicionats perquè des de mitjans de Madrid es va voler fer veure que al Barça se l'havia beneficiat escandalosament. Quan es parla d'arbitratge crec que és més fàcil. Però també hem de pensar que va venir de Madrid. La premsa va voler generar una polèmica que no els afectava tant a ells. Si ho mires des d'una òptica blaugrana, a ells els va fer ràbia i per això van donar més importància que els mitjans d'aquí. És un fet que no va generar tant ressò.

Pel que em dius, hi ha alguna de les peces que creguis que no és gens polèmica?

No habría nevera para Aytekin. No és polèmic. No hi ha fet. No se sap. Busca que es parli d'això, però en el fons és una suposició. No hi ha cap informació per defensar.

Pot ser que sigui més fàcil, pel que em dius, forçar una polèmica quan ataqués l'adversari o rival esportiu?

Segurament sí. Aquí també té més impacte quan afecta al Madrid.

EDAT: 22 anys

Ets lectora habitual de mitjans digitals esportius?

Sí.

Què entens per polèmica?

Diferents punts de vista sobre un mateix fet.

Quines característiques o elements li atribueixes a la polèmica esportiva?

Moltes vegades són molt subjectives, poc fonamentades i passionals. Tenen poca base. Potser menys que en altres tipus de polèmiques.

Quin creus que és l'objectiu o la intenció de la polèmica?

Crec que tenen un alt interès econòmic. També viralitzar el contingut. Serveixen perquè la gent entri als articles. Ens criden l'atenció aquest tipus de temes.

Quines eines creus que utilitzen els mitjans digitals esportius per explotar la polèmica?

Hi ha eines com clickbait, però també, més que eines, funcionaments o pràctiques per explotar-la. Per exemple, acostumen a tenir titulars enganyosos, fotos confuses... Juguen una mica amb així.

Et ve al cap algun altre tipus d'eina?

La línia del fora de joc del plus, per exemple. Són coses que ajuden a tractar les polèmiques.

Creus que l'ús d'aquests elements condiciona que la polèmica sigui de més qualitat?

No totes. Però sí la majoria. El problema de la polèmica és que moltes vegades està mal feta. Però pot existir una polèmica de qualitat.

En quins casos creus que pot ser de qualitat?

Si fos objectiva i amb fonaments, ho seria. Un altre problema és que és massa permissiva i no hi ha límits. Això embruta moltes polèmiques.

A continuació, llegiràs quatre articles extrets dels mitjans digitals esportius. De les quatre peces que has llegit, quina creus que és la més polèmica?

No entenc què vols dir amb “la més polèmica”.

La que, segons tu, tracta millor el fet i explota més la polèmica.

Per mi el recull de jugades. És molt més fàcil i, a més, el fet que inclogui tants episodis polèmics clarament ajuda a que ho veiem molt més polèmic. També és el que obre debat a més gent.

I com ajuda a la teva visió d’aquesta polèmica el fet que contingui tants elements multimèdia?

Incloure tot això dona pes i fa que la polèmica sigui millor. Tornant a la pregunta que m’has fet abans, podríem dir que és de més qualitat, perquè almenys aporta dades i altres notícies, no com altres exemples.

Quin és l’exemple que has llegit que jutges com a menys polèmica?

La del *tuit* de la Lliga sobre Messi i la resposta de l’Espanyol. És menys polèmica, perquè només afecta o mou a gent de l’Espanyol.

Per tant, creus que té incidència a quin equip afecta la polèmica?

Condiciona l’equip. Però també el nombre d’equips. La polèmica passa més desapercibuda quants menys elements té i quanta menys gent afecta. No entraré en un article que parla sobre un equip que no m’interessa.

En algun dels exemples no hi entraries perquè creus que no és polèmic?

La de la nevera per Aytekin hi entraria, perquè no està clar amb el titular quina és la informació. Però segurament, un cop entrés, m’adonaria que potser no és polèmic. És un fet futur. Una especulació que busca visites. El que els hi passa molts cops als mitjans digitals és que volen parlar dels temes i ser els primers en fer-ho i es veuen obligats a acabar especulant. Passa el mateix amb els fitxatges.

Tornant al cas d’Aytekin, per què creus que no és polèmic?

Perquè no hi ha fet. No es pot interpretar. Tot i que poden haver-hi fets, com els fitxatges, que encara no s'han produït i poden generar polèmica, s'ha arribat a un punt que hi ha fets que es tracten com a polèmics que potser encara ni han passat.

Ets lectora habitual de mitjans digitals esportius?

No. Però sí de premsa escrita.

Què entens per polèmica?

Quan hi ha algun aspecte al voltant del qual un grup de gent no es posa d'acord. En l'àmbit de l'esport, seria qualsevol jugada que no s'interpreta d'una única manera.

Quines característiques o elements li atribueixes a la polèmica esportiva?

Artificiositat. En molts casos es creen polèmiques buides perquè és menester vendre diaris o, en aquest cas, tenir visites. Es sobredimensionen coses que, al capdavant, no són tant. Són fitxatges, o jugades, designacions arbitrals, canvis d'entrenador, tàctiques... Tot s'ha sobredimensionat alguna vegada.

Quin creus que és l'objectiu o la intenció de la polèmica, a més de vendre diaris o tenir visites com ja m'has dit?

La intenció que hauria de tenir és arribar a alguna conclusió o resoldre els assumptes. Determinar si ha sigut penal o no, si l'entrenador ho ha fet bé o no...

Encara que no entris en els mitjans digitals esportius, quines eines creus que utilitzen esportius per explotar la polèmica?

No ho sé. Ho desconec.

Si et parlo d'imatges, de vídeo, d'enllaços en una web... Et semblen eines útils per potenciar la polèmica?

Evidentment. A la feina, al bar... la gent ens passem contínuament imatges i vídeos de polèmiques futbolístiques.

I que els mitjans ho utilitzin en els seus portals web, ho entens com un factor que justament busca traslladar aquest debat al terreny del periodisme?

Sota el meu punt de vista, ho fan excés. Haurien d'educar més a la gent. Hi ha un component de la polèmica que no és positiu. I els mitjans haurien de ser més crítics amb això. S'estan ficant en aquest fang quan potser haurien d'estar per sobre d'això.

Et ve al cap algun altre tipus d'eina?

Més que una eina, els rumors. És una eina escrita. Una manera de tractar els temes molt banal.

Creus que l'ús d'aquests elements condiciona que la polèmica sigui de més qualitat?

Al revés. Jo sóc molt crític. Tots aquests aspectes que t'he comentat fan que sigui una polèmica molt buida i estèril.

Creus que se'n pot fer de qualitat?

Sí. La polèmica pot ser molt positiva. Hi ha motius perquè hi hagi polèmica. Quan els motius són reals i de pes, la polèmica pot ser molt enriquidora.

En quins casos creus que pot ser de qualitat?

La polèmica sobre estils de joc, com ha de jugar un equip... el problema és que la polèmica s'ha portat a la banalitat.

A continuació, llegiràs quatre articles extrets dels mitjans digitals esportius. De les quatre peces que has llegit, quina creus que és la més polèmica? Per què?

La del PSG i l'àrbitre que no tindria nevera. És l'article més artificios i el que busca més la polèmica. Pots polemitzar sobre si l'arbitratge ha sigut bo o no, però estendre el rumor que potser anirà a la nevera per l'arbitratge, és voler generar polèmica on no n'hi hauria d'haver.

Quin és l'exemple que has llegit que jutges com a menys polèmica?

El de l'Espanyol perquè és anecdòtic.

I en quin lloc queda el recull de jugades arbitrals?

És una polèmica que passa sempre, constantment, i és inevitable. Forma part del joc que s'equivoquin els àrbitres. No el veig tendencios. Simplement exposa. Són evidències. És menys polèmic, si ens atenem a la meua visió del que és avui la polèmica.

I si et pregunto per com hauria de ser, quin és el que segons tu tracta millor la polèmica, més enllà de que ho sigui més o menys?

Si pensem en com s'ha de tractar, i no en com es tracta actualment, crec que la que millor presenta la polèmica és justament la dels arbitratges i el Barça. Tot i que com t'he dit sigui habitual, en aquest cas aporta moltes imatges i vídeos que ajuden a fer una polèmica més positiva. Més constructiva.

És a dir, malgrat veure-ho menys polèmic perquè és un fet recurrent i habitual, creus que fa una bona exposició de les diferents jugades polèmiques?

Sí. És una bona polèmica. I constructiva. A més, serveix per reflexionar sobre el VAR i altres aspectes.

EDAT: 22 anys

Ets lector/a habitual de mitjans digitals esportius?

Sí.

Què entens per polèmica?

Un fet que es posa a debat. En el futbol s'aplica a accions que per algú no són correctes.

Quines característiques o elements li atribueixes a la polèmica esportiva?

Favoritismes. Fanatisme. Falsa imparcialitat.

Explica'm cada idea.

Favoritisme perquè està molt clar a quin equip vol defensar cada mitjà. Tot i que hi hagi fets polèmics, sempre tiraran cap a una banda o altra. Fanatisme pel mateix motiu. Moltes vegades els hi tiren els colors a l'hora de tractar un fet polèmic. I falsa imparcialitat perquè són fanàtics i mostren favoritismes, però ho fan amagats en una careta. Per això és com una imparcialitat fingida.

Quin creus que és l'objectiu o la intenció de la polèmica?

Crear debat, controvèrsia. Com et dic, tot i que pot buscar posicionar la teva visió respecte un fet, quan es nota tant que és forçada o contrària a la visió personal que puguis tenir genera rebuig. Ens encén quan llegim coses que, exposades des de la neutralitat, en el fons estan condicionant a veure-les d'una determinada manera.

Quines eines creus que utilitzen els mitjans digitals esportius per explotar la polèmica?

Les xarxes socials, sobretot.

I altres? Encara que siguin importades d'altres formats...

Els vídeos. Els reculls de les portades de diaris. Fotos. I les polèmiques que tenen lloc en altres mitjans. És habitual veure vídeos en els portals digitals que ensenyen discussions i polèmiques que tenen lloc en un plató de televisió.

Creus que la seva presència o utilització en aquests mitjans digitals fa que la polèmica sigui de més qualitat?

No sé si més qualitat, però sí fa que n'hi hagi més. Depèn què entenguis per qualitat.

Per exemple, si parlem d'elements visuals que acompanyen al text, com el vídeo o les fotos, creus que ajuden a configurar peces més potents a nivell polèmic?

Sí. Fa que sigui de més qualitat perquè tens més elements a judici per veure què ha passat.

Ara et passaré quatre articles extrets directament dels mitjans esportius. De les quatre peces que has llegit, quina creus que és la més polèmica?

La dels errors arbitrals la que més. Són accions de partit que podrien haver canviat moltes coses. Fins i tot qui guanya una lliga. I això com a polèmica funciona molt més i ven més. A més, sempre que afecta equips grans genera més ressò.

Però, més enllà dels colors que un defensi, creus que el fet que sigui un recull de totes les jugades polèmiques fa que ho posis en el número 1?

Pot ser. Ajuda que te les exposin totes alhora i que vegis tot el que han desencadenat. Per exemple, que puguis veure les notícies que es van escriure en aquell moment fa que ho recordis i això t'encén. Potser també és un objectiu de la polèmica. Tocar-te una mica la pera. Si no em generés res, segurament no la posaria com la més polèmica.

Seguint amb aquesta lògica, quina és la que menys sentiments et desperta?

Les de l'Espanyol i Messi i la de *la nevera para Aytekin*. Aquesta segona busca generar polèmica per l'actuació arbitral inicial, però no és una polèmica que provoqui massa reaccions. Igual que passa amb la de Messi. És anecdòtic. No busca fer mal a ningú i genera molt pocs estímuls.

Alguna de les dues diries que no és polèmica?

Per mi les dues estan al límit. Depèn de qui ho llegeixi. Segurament si és un aficionat de l'Espanyol, el tuit de la Lliga l'ofendrà i el considerarà polèmic. Per mi no ho és. Tampoc la d'Aytekin. Perquè crec que és un intent per fer soroll i amagar la remuntada del Barça contra el PSG. La polèmica pot funcionar per treure mèrits esportius.

8. ENQUESTES

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 2

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 3

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 3

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 1

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 1

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 2

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 0

Controvèrsia? 0

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 2

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 3

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Madrid

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 2

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 2

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 3

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Reial Societat

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 0

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 2

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 1

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 3

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Deportivo

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 0

Controvèrsia? 2

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 2

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 1

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 1

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 2

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 1

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Espanyol

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 3

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 0

Controvèrsia? 2

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 2

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 0

Controvèrsia? 0

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 0

Controvèrsia? 1

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 3

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 1

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? No

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 0

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 0

Controvèrsia? 0

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 2

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 2

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Madrid

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 2

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 3

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 3

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? No

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 3

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 0

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 1

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 2

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 1

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 0

Controvèrsia? 1

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 2

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 2

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 2

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 3

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 3

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 3

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 1

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 2

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Barça

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 2

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 0

Controvèrsia? 0

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 2

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 3

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? Sí

De quin equip ets? Espanyol

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 3

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 0

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 1

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 2

Ets lector habitual de mitjans digitals esportius? No

De quin equip ets? Cap

Llegeix els quatre articles. Fixant-te en les diverses eines utilitzades i els elements presents en cadascun d'ells, valora com exploten la polèmica les següents peces –sent 0 aquella no polèmica i 3 la construeix millor–. En segon lloc, jutja si creus que generen més o menys controvèrsia en els receptors en una mateixa escala de 0 a 3:

1: *“Lío entre LaLiga y el Espanyol por un tuit sobre Messi”*

Polèmica? 0

Controvèrsia? 1

2: *“No habría nevera para Aytekin”*

Polèmica? 1

Controvèrsia? 2

3: *“Monumental lío con la sede de la final de la Copa”*

Polèmica? 2

Controvèrsia? 3

4: *“El Barça, el equipo de los líos arbitrales”*

Polèmica? 3

Controvèrsia? 3