

Treball de recerca

La incidència dels mitjans de comunicació al motociclisme professional

2n de Batxillerat
Escola Diocesana de Navàs

Navàs, 12 d'abril de 2013

Agraïments

A l'edició de TV3 del programa *Motor a Fons* pels suggeriments rebuts, al director de la revista *Solomoto* per l'orientació i ajuda, i als pilots de motociclisme que m'han ajudat amb les seves respectives opinions.

ÍNDEX DEL TREBALL

0. Introducció.....	6-7	
PART TEÒRICA DEL PERIODISME		
1. El periodisme.....	8-9	
2. Gèneres periodístics.....	9-24	
3. Normes ètiques del periodisme.....	25-27	
4. La situació dels periodistes al món.....	28	
5. Medis de transmissió de la informació.....	29-36	
6. Especialitats del periodisme.....	37-45	
EL PERIODISME ESPORTIU.....		46
1. Accessos dels periodistes esportius.....	47	
2. El periodisme esportiu a Europa.....	47-48	
3. Agències especialitzades en l'esport.....	48	
4. El periodisme esportiu a Espanya.....	48-50	
5. Principals inconvenients del periodisme.....	50-51	
6. Esports més destacats al nostre país.....	51-54	
7. El motociclisme professional.....	54-61	
PART PRÀCTICA: LA INCIDÈNCIA DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ AL MOTOCICLISME PROFESSIONAL.....		62
1. El desenvolupament del treball d'un periodista en els mitjans de comunicació.....	62	
- 1.1 La televisió.....	63-73	
- 1.2 La ràdio.....	74-81	
- 1.3 La premsa escrita.....	82-87	
- 1.4 La premsa digital.....	88-91	
2. Les influències dels mitjans de comunicació al motociclisme professional.....	92-102	

CONCLUSIONS.....	103-104
BIBLIOGRAFIA.....	105-106
ÍNDIX D'IL·LUSTRACIONS.....	107
GLOSSARI.....	108

INTRODUCCIÓ

Els mitjans de comunicació, actualment, formen part de la nostra vida ja que són els que ens transmeten unes informacions en forma de notícia, les quals ens permeten saber sobre l'actualitat.

Personalment, els mitjans de comunicació m'atrauen, crec que són un gran avenç de la societat i que actualment, sense ells, no podríem viure i tenir una vida social plena de cultura i interessos. Però no tan sols m'atrauen els mitjans de comunicació, sinó que també trobo molt interessants els esports, per això em vaig decidir a recercar sobre com els mitjans de comunicació incidien en els esports, quina era la seva feina dins d'aquests, i em vaig decidir a tocar un esport poc parlat del qual ningú pogués haver fet aquesta recerca, com és per exemple, el motociclisme. Doncs vaig escollir el motociclisme perquè ningú ha incidit en aquest esport i trobo que és un esport d'alt risc, en què els pilots es juguen la vida, en què en velocitat, per exemple, s'arriba a anar a 300 km/h i més, un moment en què la velocitat ho és tot i no t'adones del que tens al voltant, només et centres a mirar endavant, i no enrere, per aconseguir el teu objectiu, guanyar una cursa. Hi ha gent que desvalora l'esport, tan sols diuen "si només és donar voltes en un circuit". Per a ells és molt fàcil dir-ho, però la persona que realment s'hi troba, sap que darrere d'això hi ha una preparació física constant, molt dura, ja que aguantar una moto de 100 kg, saber frenar on toca, traçar correctament, i adaptar les velocitats al circuit, per tant, no és tan senzill com sembla, i ja no parlem de la pressió que arriba a tenir un pilot a cada cursa. Tot i que el pilot no és el més important, hi ha un equip que es deixa la pell setmana rere setmana muntant la moto i adaptant-la als circuits, ja que no tots els circuits són iguals. Per tant, considero que la persona que desvalora aquest esport, o qualsevol altre, és una persona ignorant.

També sabia que no només hi ha el motociclisme de velocitat, que és el que la majoria de la població coneix, sinó que hi ha altres modalitats. Per això vaig decidir esbrinar com treballen els mitjans de comunicació en aquestes modalitats més marginades i què pensen els pilots sobre això.

Per tant, el meu objectiu era esbrinar com treballen els mitjans de comunicació en un esport que no sigui el futbol, que actualment és el més destacat al nostre país, i vaig escollir el motociclisme perquè observo, també, l'esforç que fan

amics meus que corren amb moto per arribar a ser campions, i sé, i molts m'han comentat, que un dels motius més definits que hi ha és la incidència dels mitjans de comunicació en aquest esport.

Així doncs, vaig veure clar quin seria el tema del meu treball, sabia que m'aniria molt bé per aprendre sobre el periodisme esportiu i mitjans de comunicació, que és el que em vull dedicar posteriorment, i apreciava també l'aprenentatge posterior que tindria del motociclisme professional. I efectivament, el treball m'ha donat un cop de mà per aprendre més, i alhora, passar-m'ho d'allò més bé.

Sincerament, no ha estat un treball senzill, he estat aproximadament uns cinc mesos realitzant-lo, ja que és un treball complex, amb molta informació i pràctica, tot i que ha donat el seu fruit i em sento satisfeta de la meva feina.

Cal destacar que ha estat difícil poder contactar amb la gent, ja que al tractar de motociclisme professional, molts pilots competien al mundial i no tenien temps per dedicar-me. A través del treball, m'he adonat de que aquest món funciona a través de contactes, que si tens contactes importants pots arribar lluny, si parlem de tot el contrari, les dificultats es multipliquen.

Dono les gràcies a totes les persones que m'han ajudat a realitzar el treball: TV3, amb Francesc Latorre, que em va explicar tot el funcionament televisiu darrere les càmeres, a l'emissora de Navàs per permetre'm dur a terme un programa radiofònic setmanal i ensenyar-me el control de la taula de mesclades, al David Prat i al Nacho Bertran, col·laborador i director de la revista Solomoto, que m'han ajudat a aconseguir diversos contactes, al motxiller de la Laia Sanz que m'ha ajudat a obtenir informació de diversos periodistes i pilots de trial, etc. Per realitzar el treball he necessitat visitar moltes curses per escriure posteriorment al bloc, a la revista i a la ràdio, he utilitzat diversos contactes, he llegit llibres sobre el periodisme, mitjans de comunicació i entrevistes, m'he informat de l'edició periodística, etc.

De tota la feina enllestida, estic molt satisfeta de l'organització del treball, de tot el que m'ha aportat personalment, del camí per on m'han guiat els meus tutors del treball i sobretot, de tot l'aprenentatge que he obtingut del treball de recerca, que n'estic segura que em servirà moltíssim posteriorment a l'inici de la meua carrera professional.

Part teòrica:

- Introducció al periodisme:
 - Periodisme
 - Gèneres periodístics
 - Normes ètiques del periodisme
 - Situació dels periodistes al món
 - Medis de transmissió de la informació (premsa escrita, ràdio, televisió, internet).
 - Especialitats del periodisme (periodisme ambiental, preventiu, social, esportiu...)

LA INCIDÈNCIA DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ AL MOTOCICLISME PROFESSIONAL

INTRODUCCIÓ AL PERIODISME

1. EL PERIODISME

Què és el periodisme?

El periodisme és l'activitat que consisteix en recollir, sintetitzar, jerarquitzar i publicar informació relativa a l'actualitat, especialment a fets notables. Com que els fets simultanis són infinits, el periodista està obligat a triar-ne només alguns, sempre amb la intenció de tendir a l'objectivitat. Per obtenir aquesta informació, el periodista ha de recórrer obligatòriament a fonts verificables o al seu propi testimoni. Donada l'evident influència del periodisme en la societat, s'ha desenvolupat un codi dels deures i de l'ètica professionals en l'àmbit periodístic que guien l'activitat del periodista: contrastar les informacions en fonts fiables, donar veu a les parts i no opinar en les informacions. Aquests codis deontològics són emesos generalment pels col·legis professionals en els països en què aquests existeixen.

Com a disciplina el periodisme se situa en alguns països dins de la sociologia i en altres entre les Ciències de la Comunicació.

El periodisme pot adquirir diferents formes i transmetre la informació a través de diferents medis: així, existeix el periodisme gràfic (premsa escrita), però també oral (ràdio), visual (televisió) o multimèdia (internet).

La base del periodisme és la notícia, però comprèn altres subgèneres, molts dels quals s'interrelacionen, com l'entrevista, el reportatge, la crònica, el documental i l'opinió. El periodisme pot ser informatiu, interpretatiu o d'opinió.

2. GÈNERES PERIODÍSTICS

La manera més senzilla que hi ha d'ensenyar periodisme és ensenyar els gèneres periodístics. És comprendre la funció d'un text en un mitjà d'informació. No es tracta només d'imitar per aprendre com es fa; es tracta d'analitzar i reflexionar sobre què passaria si no es fes així. Aquests són el resultat d'un procés històric de treball col·lectiu. Estudiar com es fan els següents gèneres és més que seguir la disciplina d'unes normes. Els classificarem de la següent manera:

- Informatius:

els gèneres informatius són la notícia, el reportatge i l'entrevista (tot i que de vegades es pot classificar com a gènere d'opinió). Es caracteritzen per l'absència d'opinions i valoracions subjectives.

La notícia

És el gènere periodístic per excel·lència. El podem definir com el relat objectiu d'esdeveniments recents o novells d'interès públic. La seva extensió és variable, encara que sol ser breu.

El reportatge

Al igual que la notícia, pretén informar d'alguna cosa que no ha de ser necessàriament actual. La informació donada pel reportatge pot anar acompanyada de declaracions o testimonis de persones, mapes, gràfics, estadístiques, textos complementaris, etc.

L'estructura més utilitzada en el reportatge és l'organització narrativa o cronològica dels fets, on s'hi intercalen parts descriptives o expositives.

L'entrevista

L'entrevista és un text dialogat que reproduïx un diàleg entre dues persones: l'entrevistador i l'entrevistat. És un gènere molt comú en diaris i revistes, on ocupa un número important de pàgines.

L'estructura habitual de l'entrevista consta d'una petita presentació del personatge entrevistat i una successió de preguntes i respostes (desenvolupament), plantejades per l'entrevistador i contestades per l'entrevistat. Els temes tractats en l'entrevista s'agrupen en blocs (qüestions referides a la biografia de la persona, al seu àmbit laboral, a les seves aficions, etc.).

L'entrevista pot ser informativa si l'entrevistat és un especialista en un tema determinat i vol profunditzar en el mateix tema, o de personalitat, si el que interessa és donar a conèixer les idees i la manera de pensar de l'entrevistat.

- D'opinió: Els gèneres d'opinió són aquells que tracten un tema de manera subjectiva. Els més destacats en la premsa escrita són l'article d'opinió i l'editorial, tot i que també s'inclou en aquest grup la columna i les cartes al director.

L'article d'opinió

És un text firmat pel seu autor – l'articulista, comentarista, columnista, etc.- on exposa el seu punt de vista sobre un determinat tema o assumpte d'actualitat. En aquest tipus d'escrits s'alterna l'exposició i l'argumentació, tot i que també hi són presents la narració i la descripció. El to és variat (greu, humorístic, irònic...) i l'estil, cuidat. L'articulista, que pot ser un col·laborador fix o ocasional, sol ser una persona especialitzada en un tema o àrea de coneixement determinat. La seva categoria i experiència personal atorguen validesa i prestigi tant en els seus judicis com en les publicacions.

L'editorial

L'editorial recull l'opinió del diari, o de l'empresa propietària del mateix, sobre algun tema d'actualitat. Té una important transcendència pública, ja que expressa de manera explícita la postura ideològica del diari. Es solen tractar temes actuals de gran transcendència, amb diferents

actituds: airada, combativa, reivindicativa, recriminatòria, etc., d'acord amb els interessos del medi.

L'editorial es publica sense firma i sol estar redactat per una o varies persones. Apareix sempre en un lloc fix, en les pàgines d'opinió, junt a la informació dels que conformen els òrgans de direcció, redacció i gestió del diari. En una mateixa pàgina, denominada pàgina editorial, poden aparèixer diferents editorials.

Al tractar-se d'un article d'opinió, l'editorial combina l'exposició i l'argumentació. A causa de la seva limitació espacial, no utilitza paràgrafs introductoris, de manera que anomena i explica el tema des del principi. Al final s'exposen conclusions i en elles se sintetitza el contingut de l'article o es presenten propostes d'actuació davant el tema tractat.

La columna

És un article d'opinió amb una limitació espacial marcada pel diari (una columna tipogràfica), per tant, el columnista ha d'ajustar amb precisió el número de paraules que utilitzarà en l'escrit. La columna sol tenir una periodicitat regular (diària, setmanal, etc.).

Les cartes al director

Són petits escrits d'opinió on els lectors emeten el seu judici respecte un tema. Aquests petits textos solen tractar temes actuals d'interès general, local o particular. La seva extensió (sempre breu) i pautes de presentació venen marcades pel diari.

- Mixtos: els gèneres mixtos es caracteritzen per incloure informació i opinió. Els més destacats són la crítica i la crònica.

La crònica

La crònica periodística és un text informatiu elaborat per un periodista que és testimoni directe dels esdeveniments dels que parla. Aquest gènere combina els aspectes informatius (dates, hores, persones, successos, etc.) amb la interpretació o visió particular dels fets per part del cronista.

La crítica

La crítica és un gènere periodístic d'opinió que, a més d'informar sobre esdeveniments culturals i artístics d'actualitat, orienta i forma al lector. El crític, que sol ser una persona especialista en la matèria analitzada, ajuda a interpretar esdeveniments culturals: espectacles musicals, obres teatrals, pel·lícules, exposicions pictòriques o escultòriques, òperes, publicacions literàries, programes de ràdio o televisió, etc.

També cal esmentar que no tots s'utilitzen amb la mateixa abundància, n'hi ha que s'utilitzen molt com la notícia, el reportatge, la crítica i la crònica i d'altres gairebé mai com les cartes.

Així doncs, els subgèneres periodístics que més utilitzarem en aquest treball són:

- **La notícia**

Una notícia és qualsevol alteració novella en l'ordre de les coses i susceptible de convertir-se en referència per a una comunitat. Es tracta d'un gènere informatiu i, per tant, suposadament objectiu, a diferència d'un article d'opinió. El periodista ha d'explicar els fets de manera breu, senzilla i aclaridora.

Estructura

El que es fa en la notícia és passar els fets a text o discurs, per tant està subjecta a convencions de gènere i estil. Està formada per cinc parts:

- **Epígraf**: És un text breu que transmet un antecedent important per entendre el titular i la notícia.
- **Titular**: format per un títol breu i un subtítol que el complementa. La funció del titular és atreure l'atenció del lector. De vegades, hi ha també l'avantítol.
 - **Subtitular**: Matisa el titular, amplia el contingut suggerit per l'epígraf i el titular, avançant alguns detalls. Pot aparèixer o no.
- **Entrada o lead**: és el primer paràgraf de la notícia en periodisme escrit i sovint radiofònic. Serveix com a resum, ja que generalment proporciona la informació bàsica que respon a les preguntes qui, què, com, quan, on i per què. En televisió el més semblant al *lead* és l'entradeta del

presentador, però en el vídeo no és possible encabir totes les respostes en les seqüències inicials.

- Cos: exposa de manera ordenada, i mitjançant els diversos paràgrafs, el contingut de la notícia que ja s'ha exposat de forma resumida en l'entrada. Al començament sempre hi ha els fets més importants i cap al final els menys importants. En periodisme escrit, d'aquesta estructura se'n diu "piràmide invertida".

Característiques

Les principals característiques de la notícia en la premsa escrita són les següents:

- Veracitat: els fets o successos han de ser veritables i, per tant, verificables.
- Objectivitat: el periodista no s'ha de veure reflectit en ella mitjançant la introducció de cap opinió o judici de valor. A la notícia no hi ha d'aparèixer qui l'ha redactat, només s'endevinarà que té un autor perquè en ella es dona una selecció de la realitat, de manera que el periodista tria els elements que li semblen interessants i rellevants. Però en cap cas es mostrarà la seva opinió.
- Claredat: els fets han de ser exposats de forma ordenada i lògica.
- Brevetat: els fets han de ser presentats breument, sense reiteracions o dades irrellevants.
- Concisió: cenyir-te als fets i no divagar.
- Generalitat: la notícia ha de ser d'interès social i no particular.
- Actualitat: els fets han de ser actuals o recents.
- Novetat: els successos han de ser nous, desacostumats o rars.
- Interès humà: la notícia ha de ser capaç de produir una resposta afectiva o emocional en els receptors.
- Proximitat: els successos lliurats provoquen major interès si són propers al receptor.
- Prominència: la notícia provoca major interès si les persones involucrades són importants i conegudes.
- Conseqüència: interessa tot el que afecti la vida de les persones.

- Oportunitat: com més ràpid es doni a conèixer el fet, major valor posseeix.
- Desenllaç: algunes notícies mantenen l'interès del públic tot esperant el desenllaç que pot resultar sorprenent.
- Tema: les notícies relacionades amb certs àmbits de l'ocupació humana resulten atractives en si mateixes: avanços científics.
- Servei: Una notícia es pot percebre com a tal en funció del servei que presti i que ajudi a prendre decisions.

La notícia és un relat d'un esdeveniment d'actualitat, que desperta l'interès del públic. El periodista té la responsabilitat de relatar amb la major objectivitat i veracitat possible com s'ha produït aquest esdeveniment. Les seves funcions estan clarament delimitades i el periodista ha de complir amb el màxim rigor professional.

El lector rep la informació sense cap tipus de valoració personal. Quan el periodista relata la notícia no ha de pretendre ser el més original i creatiu, sinó el més objectiu, veraç i precís. L'estil lingüístic està definit per les següents normes: clar, concret, precís i correcta.

Elements essencials de la notícia

Hi ha una sèrie de criteris essencials, a part dels ja anomenats, que usen els periodistes per saber si una història és o no susceptible de ser notícia:

- actualitat: no és notícia el que no és nou. Això fa que a vegades se sacrifiquin temes de fons o de gran abast per la novetat d'altres esdeveniments i constitueix una de les principals crítiques al periodisme d'actualitat.
- interès humà: la notícia ha de connectar amb els interessos del públic del mitjà o saber generar-los, per això la tendència ideològica i de selecció de temes de cada mitjà condiciona el tipus de notícies que hi apareixen.
- repercussió: si els protagonistes de la notícia són famosos o es tracta d'un tema amb repercussions a la vida real de les persones, augmenta la seva rellevància.

SE IMPUSO EN POBLADURA DE LAS REGUERAS

Bou gana una nueva prueba del Campeonato de España y se acerca al 'triplete'

El reciente campeón del mundo de trial al aire libre, Toni Bou, se mantiene insaciable en la actual temporada y, tras su triunfo en la quinta prueba del campeonato de España disputada en Pobladura de las Regueras, ha dado un paso importante para lograr el triplete

EFE

| 15.07.2012 | 18:18h

El piloto oficial de Montesa Honda acabó imponiéndose por mejor porcentaje de ceros en las diferentes zonas del recorrido, ya que igualó a 7 pies con el veterano Albert Cabestany, que impidió el habitual duelo entre Bou y Adam Raga, que con su tercera plaza da un paso atrás importante para luchar por el campeonato a falta de una prueba.

Hasta la última zona se mantuvo la igualdad entre el actual dominador mundial de trial y uno de sus máximos rivales, el también español Adam Raga (Gas Gas) que quedó rezagado con 23 pies, perdiendo todas las opciones a la victoria muy pronto en el duro



Toni Bou en la quinta prueba del Campeonato de España

y exigente recorrido, incluso más complicado que el que sirvió de escenario el pasado año del mundial de la especialidad. En total fueron cerca de 40 los pilotos inscritos en la vigésima edición de una prueba que cada año sigue demostrando el interés por este deporte en el Bierzo, ya que más de 2.000 aficionados se dieron cita en las diferentes zonas, muchos de ellos acompañando con sus motocicletas a los participantes en los lugares más recónditos.

En el resto de categorías se impusieron Carles Traviesa en TR2, por delante de Iván Peidró y Carlos Rivero; Francesc Recio en Veteranos, Rubén García en Veterados TR3+35, Jaime Busto en la categoría júnior y Adrián Vilaville en cadetes.

La localidad berciana volverá a acoger en 2013 una prueba del campeonato del mundo de trial, después de que este año haya dejado casi encarrilado el triunfo de Toni Bou en una especialidad en la que el piloto catalán de 26 años es ya toda una leyenda.

→ Epígraf

→ Titular

→ Sub-titular

→ Entrada o *lead*

→ Cos

- **L'entrevista**

Una entrevista és un diàleg entaulat entre dues o més persones: l'entrevistador o entrevistadors que interroguen i el o els entrevistats que contesten, amb la finalitat d'obtenir informació. Es tracta d'una tècnica o instrument emprat per diversos motius: investigació, medicina, selecció de personal. Una entrevista no és casual, sinó que és un diàleg interessat, amb un acord previ i uns interessos i expectatives per ambdues parts.

També l'entrevista pot significar molt per a altres persones, ja que a través d'aquesta pots conèixer persones de màxima importància.

L'entrevistador

- L'entrevistador ha de tenir disposició i paciència per així portar a terme amb èxit una entrevista.
- Ha de parlar de manera clara, precisa i en veu comprensible.
- És convenient que l'entrevistador parli en veu regulable, ja que pot ajudar a millorar el resultat de l'entrevista.
- En el cas que les respostes siguin escrites, ha de tenir una bona lletra perquè siguin comprensibles les respostes de l'entrevistat.
- Les preguntes ha de fer-les de manera natural perquè l'entrevistat respongui amb sinceritat i se senti còmode durant l'entrevista.
- Les preguntes han de ser senzilles (curtes) i precises, han de ser exactes al que es vol preguntar i adequades al nivell educatiu de l'entrevistat. L'entrevista s'ha de realitzar en el menor temps possible, tot i que això depèn de la disponibilitat de temps d'ambdues parts.
- L'entrevistador ha d'estar segur del que vol preguntar, si és necessari pot anotar les preguntes abans de començar l'entrevista com a guia.
- L'entrevistador ha d'estar preparat per realitzar preguntes improvisades a partir de les respostes de l'entrevistat.
- L'entrevistador ha de tenir informació sobre l'entrevistat per tal que l'entrevista sigui més completa.

L'entrevistat

Un dels principals requisits de l'entrevista és que el subjecte entrevistat hi estigui d'acord. Normalment té algun interès per ser entrevistat. Les cinc raons principals que pot tenir són les següents:

- Pel seu propi ego: Pel desig d'aparèixer en els mitjans o que s'escolti la seva opinió.
- Per publicitat: Sobretot els polítics i entre ells els famosos, que depenen de la publicitat per influir en l'opinió pública o per continuar al peu del canó. Consideren les entrevistes com a publicitat gratuïta.
- Per diners: Encara que segons molts codis deontològics els periodistes no haurien de pagar als entrevistats, és una pràctica freqüent en mitjans sensacionalistes (1). Alguns famosos arriben a tenir grans ingressos per això.
- Per ajudar al periodista: Alguns subjectes es deixen entrevistar simplement per ajudar al periodista en la seva feina.
- Per gratitud: L'entrevistador aconsegueix que l'entrevistat accedeixi a contestar les preguntes sense oposar resistència mitjançant un diàleg introductorí predefinit.

L'entrevista com a instrument d'investigació ha estat utilitzada de forma ambiciosa per antropòlegs, sociòlegs, psicòlegs, politòlegs o economistes. És, per això, que gran part de les dades amb què compten les ciències socials procedeixen de les entrevistes. Els científics socials depenen d'elles per obtenir informació sobre els fenòmens investigats i comprovar així les seves teories i hipòtesis.

L'entrevista periodística es distingeix fonamentalment per tres factors:

- Un evident interès cap a la persona entrevistada.
- Habilitat en el maneig de la tècnica de pregunta i resposta.
- Voluntat de difondre el resultat en un mitjà de comunicació.

1. Mitjans sensacionalistes: són mitjans en els qual els esdeveniments i temes en les notícies són exagerades per augmentar el nombre d'audiència o de lectors.

Però a més d'una tècnica, utilitzada pels professionals per a demanar informació, l'entrevista és sobretot un gènere periodístic. L'entrevista és una de les tècniques més utilitzades.

Tipus d'entrevista

L'entrevista té un nombre de variants gairebé indeterminades. A continuació citarem diversos tipus d'entrevista que apareixen en els mitjans de comunicació:

- Laboral: Per informar-se, l'entrevistador valora el candidat a un lloc de treball, per saber si pot ser apte o no per realitzar la seva funció.
- Entrevista de personalitat: Es realitzen amb la finalitat d'analitzar psicològicament a un individu i en funció d'aquesta i altres tècniques determinar el tractament adequat.
- Informativa o d'actualitat: És la vinculada amb els fets del dia, és noticiosa, per tant, es redacta com una notícia. Mai es titula amb frases textuais.
- De divulgació: Sobre temes especialitzats en avanços o descobriments científics, metges, tecnològics, etc. o temes d'actualitat o d'interès permanent.
- Testimonials: Les que aporten dades, descripcions i opinions sobre un esdeveniment o succés presenciat.
- Declaracions: Dades, judicis o opinions recollits textualment.
- Enquestes: Preguntes destinades a obtenir informació sobre l'opinió d'un sector de la població sobre un tema. S'utilitza per obtenir informació rellevant o oferir una mostra del que pensen representants de diferents sectors socials, sobre un tema d'actualitat o interès permanent.
- Perfil o semblança: És proper a la biografia, està basat en la combinació de fonts de documentals i testimonials amb dades obtingudes de la persona entrevistada per fer d'ell un retrat escrit. Es revelen aspectes íntims de l'entrevistat.
- D'opinió: Aquest tipus d'entrevista es preocupa pels ideals, opinions i

comentaris personals de l'entrevistat. En aquesta s'haurà de destacar els punts ideològics de l'entrevistat.

- Noticiosa: S'aplica a un especialista en un tema específic, normalment s'utilitza per formular o complementar una notícia o reportatge, és per això que es destaquen punts notables del tema del que s'està parlant, normalment es complementa d'una vigorosa investigació.
- Qüestionari fix: En alguns mitjans s'usa periòdicament amb diferents persones. Abasta registres diferents, des de l'humor fins a la serietat.
- D'investigació o indagació: No apareix publicat en forma d'entrevista. S'utilitza per obtenir o contrastar informació.
- Interpretativa: També coneguda com a creativa, de personatge, etc. S'interessa pel personatge d'una manera global. Interessa el valor estètic del text i l'interès humà.

Presència televisiva

En aquesta entrevista es pretén obtenir la versió que una persona té sobre determinat fet o fenomen que és notícia o l'explicació d'aquest i / o com va passar.

La càmera se situa en zones de gran aflluència de persones i el periodista pregunta per exemple: a gent que està passejant al carrer l'opinió que els mereix la notícia en si, o entrevisten a un testimoni d'un accident automobilístic. El resultat de l'entrevista consta de dues parts: una, la notícia mateixa, i l'altra, on es recullen un conjunt d'opinions que gairebé es redueixen a "bé", "malament" o "indiferent". Aquesta fórmula sol ser atractiva per a l'audiència perquè es mostren algunes opinions de la gent del carrer.

En l'àmbit dels serveis informatius d'una cadena, l'entrevista és un gènere de gran importància, amb tants formats com a necessitats existents i, normalment, amb uns costos bastant reduïts. L'enquesta de carrer, coneguda professionalment com *vox populi*, és un recurs que cada vegada té menys presència en els informatius de televisió. És més una forma de completar la informació de la qual es presumeix que tindrà una forta incidència social.

Entrevista en directe

En determinades ocasions en què es vol destacar un esdeveniment extraordinari, es demana al protagonista d'una notícia que vagi a l'emissora per participar com a entrevistat dins del telenotícies. Es tracta d'un format inusual i que s'ha d'administrar amb prudència.

Personatges de gran relleu, decisions molt importants o informacions de gran transcendència informativa permeten que, en uns minuts, el seu protagonista pugui explicar el fet a l'audiència.

L'encarregat de realitzar aquesta entrevista és el conductor-presentador, qui s'ocupa de comentar. Normalment, l'entrevistat es pot imaginar quines seran les preguntes al voltant de les quals girarà l'entrevista. El difícil és fer que les seves respostes no ocupin més de dos o tres minuts en total, perquè encaixin correctament en el telenotícies.

Bombolla

Entre els professionals de la televisió se sol al·ludir a la *bombolla* com a l'ambient que s'ha de crear al voltant del entrevistat perquè el conjunt d'estris i de màquines necessàries i el moviment natural de l'estudi no l'afecti. A la parafernàlia per la qual passa l'entrevistat (maquillatge, il·luminació, col·locació del micròfon de corbata, etc.) se li afegeix la impressió que suposa estar envoltat per un gran nombre de càmeres en constant moviment. Enmig de totes aquestes circumstàncies, correspon a l'entrevistador aconseguir el clima necessari perquè el personatge s'oblidi de tot el que l'envolta i pugui dedicar-se exclusivament al que es pretén d'ell, per mitjà de la *bombolla*. Moltes vegades l'entrevistat necessita la complicitat de l'entrevistador.

"The record"

El "*the record*" és la informació obtinguda en una entrevista que pot ser publicada, a causa que l'entrevistat la declara com a pública, i el periodista ha de fer ús d'aquesta informació únicament com a mitjà per comprendre altres dades, publicant sempre els catalogats com públics.

L'entrevista en premsa

“Per què deu ser tan difícil escriure només el que t’han dit? Per què deu ser tan difícil escriure només el que t’han dit?” Amb aquesta reiteració al llarg del llibre *M’agrada que em faci aquesta pregunta*, Arturo San Agustín reivindica la importància de l’entrevista dins el periodisme com a gènere propi, i estableix les bases del que hauria de ser una entrevista i del paper de l’entrevistador com a comunicador, i no com a simple instrument de l’entrevistat per donar a conèixer interessos propis.

A Espanya, l’entrevista segueix essent el gènere dels qui comencen, és a dir, quan no se sap què fer amb algú que arriba o que ja fa massa temps que hi és, se’l destina a fer entrevistes, ja que una entrevista és o pot ser la manera més pràctica d’omplir una pàgina. L’única dificultat que planteja el gènere periodístic que anomenem entrevista és l’accés: l’entrevista és l’art de poder ser rebut.

Actualment, també a la premsa escrita comença a practicar-se l’entrevista-fórmula, que consisteix a imitar l’estil d’algú que hagi tingut un cert èxit.

A la premsa escrita sol ser l’entrevistador tot sol qui selecciona l’entrevistat, fixa l’hora i el dia de l’entrevista i és el responsable de totes les preguntes, i en l’entrevista no hi ha secrets, tot es redueix a saber amb qui t’afrontes, què vols preguntar-li i, evidentment, a tenir en compte els lectors. Podríem dir que l’objectiu de l’entrevista és aconseguir que l’entrevistat digui el que cinc minuts abans no estava disposat a dir i, aconseguir també que l’entrevistat es retrati i no precisament parlant d’ell.

Entrevistar és, sobretot, voler saber. L’entrevista és el diàleg en el qual la teva capacitat de curiositat i el teu interès per la vida i per les coses han d’anar de bracet. És un diàleg, una confessió. El que cal fer és treure a l’altre el que té necessitat d’explicar, malgrat que ell no se’n adoni, ja que el que interessa a la majoria d’entrevistats és la foto, no l’entrevista. Molts cops quan et poses davant d’un personatge, aquest deixa de ser qui és i tu acabes entrevistant a qui no t’interessa. Llavors, s’ha de jugar amb les preguntes. Una pregunta només és una pregunta si és breu. Tot aquell que inverteix cinc minuts o més en concloure la seva pregunta és algú que desitja ser entrevistat. I deixar-se entrevistar és un gran risc que moltes persones, sortosament, cometen. L’entrevista escrita pot ser el gènere més assassí perquè permet afegir a la

redacció preguntes que no es van formular a l'entrevistat al seu despatx o hotel. Tot i que sempre és aconsellable anar a casa o al lloc de treball de l'entrevistat ja que sempre expliquen coses. Actualment en aquests temps de gabinets de comunicació i relacions públiques, en lloc d'escollir el personatge te'l serveixen en safata.

En l'entrevista diària no hi ha entrevistes curtes, hi ha entrevistes que interessin, i les idees i les reflexions no es mesuren en metres o pàgines, i un dels avantatges que té és que t'obliga diàriament a pensar en els lectors. Moltes vegades a aquestes entrevistes, el que la pregunta no aconsegueix ho aconsegueix una pregunta posterior aparentment inofensiva, ja que tots els que solen ser periòdicament entrevistats saben que el més important d'una entrevista és la fotografia, quan precisament el que no volen els lectors és això. Entrevistar no és, tampoc, demanar unes quantes anècdotes a l'entrevistat, sinó que el que se li ha d'intentar treure és informació que ell no vol expressar, i en la premsa escrita l'entrevista només la fa el periodista, però en canvi, a la televisió també entrevista la càmera i a la ràdio també entrevista el micròfon.

Un altre tema també seria la pretesa originalitat d'alguns entrevistadors, que això demostra que no ho són. Si una persona no et dóna per una entrevista és perquè no has sabut entrevistar-la. Si un polític o el seu secretari et truquen l'endemà de la publicació de l'entrevista per felicitar-te és que vas fer una mala entrevista. L'entrevista diària és l'art de fer-te enemics, malgrat tot, no hi ha preguntes dures si hi ha bona educació i molta sort. I se sap que es té una entrevista quan, en acabar-la, s'ha après alguna cosa nova. Només hi ha una entrevista: aquella que és capaç de descobrir-te l'entrevistat.

La feina dels periodistes és filtrar, verificar i contrarestar la informació perquè arribi al públic amb un mínim de garanties. La informació, avui, funciona segons les lleis del mercat, i la independència, el dret a la informació i el servei a l'actualitat constitueixen l'abecé del periodisme.

Luis María Anson, promotor del diari *La Razón*: "Els periodistes tenim dues missions: la d'informar i la d'elogiar el poder quan encerta, criticar-lo quan s'equivoca i denunciar-lo quan abusa."

- **La crònica**

Una crònica és un gènere que narra fets passats en ordre cronològic. En una crònica, els fets es narren segons l'ordre temporal en què van ocórrer, sovint per testimonis presencials o contemporanis, ja sigui en primera o en tercera persona. En la crònica s'utilitza un llenguatge senzill, directe i molt personal. L'estil, per tant, és variat i molt personal, ja que l'autor disposa d'una gran llibertat en la creació de la crònica, tant en el to com en l'organització. Sol presentar una estructura narrativa.

Les característiques de la crònica són molt semblants a les del reportatge periodístic, malgrat que a la crònica, l'autor o el periodista es presenta al text i manifesta la seva visió personal. El seu estil, per tant, es nota més que en d'altres gèneres periodístics on no són presents les valoracions, com ara la notícia.

La crònica té una certa periodicitat marcada ja sigui per l'emissor (crònica periòdica, per exemple, d'algun corresponsal), o ja sigui per la temàtica de la mateixa (per exemple, les cròniques futbolístiques del dia després d'un partit).

Tipus de cròniques

Pel que fa a la temàtica podem trobar: cròniques de societat, esportives, de viatges, literàries, d'àmbit local, de política, etc.

Quant al subjecte, aquest pot estar implícit o explícit, fent un ús lliure del llenguatge i del seu estil personal.

Segons el seu contingut es poden classificar en "grogues" o "blanques": les "grogues" tenen material més subjectiu i generalment la veu autoritzada és una persona o ciutadà comú, les "blanques" usen material més objectiu i la veu autoritzada és, generalment, l'autoritat, un professional, etc.

3. NORMES ÈTIQUES DEL PERIODISME

El periodisme de vegades s'anomena "quart poder" pel paper de transparència que se suposa que té en una democràcia, jugant un paper crucial en l'aplicació de les llibertats civils com la llibertat d'expressió. Els periodistes han de complir les normes de conducta professional, i certes interpretacions estan subjectes a controvèrsia, és a dir, es poden discutir entre dues o més persones.

En termes d'ètica, el periodisme es guia per:

- Publicar informació de qualitat:
 - - El periodista ha de ser honest i respectuós amb la veritat.
 - - Els fets han de ser recollits sense l'ús de mètodes deslleials.
 - - S'ha de basar en fets comprovats.
 - - Ha de ser amb bona fe.
 - - Ha de mostrar-se imparcial, és a dir, ha de presentar els diferents aspectes d'una situació.
- Defensar la llibertat d'informació:
 - - Ha de garantir la seva independència de tots els poders.
 - - Utilitzar l'exercici de pensament crític, que suposa dubtar sistemàticament.
 - - Ha de distingir clarament la informació de la publicitat o dels missatges de comunicació.
- Respecte al poble:
 - - Ha de respectar la dignitat de la persona humana.
 - - Ha de mostrar compassió per als afectats per la desgràcia.
 - - Ha de respectar la privadesa.
 - - Ha de publicar qualsevol sol·licitud legítima de dret de rèplica.
 - - Ha de reconèixer i corregir els errors.
 -
- Per a promoure la llibertat d'expressió:
 - - Ha de tenir en compte els comentaris dels lectors
 - - Ha d'evitar qualsevol discurs d'incitació a l'odi o la discriminació.
- Per tal d'enfortir els valors bàsics de la democràcia:

- - Ha de prosseguir en la publicació de la informació, un propòsit legítim en virtut de la llei del lector a ser informat.
- - No s'ha d'oblidar qualsevol informació local en tots els àmbits de la vida social.
- - Ha de tenir cura d'informar mitjançant el subministrament d'informació i comentari, i el judici dels ciutadans sobre tots els aspectes de política general.
- - Ha de mostrar equitat, per examinar tots els ciutadans iguals davant la premsa com ho van ser davant la llei.

El mateix informe indica que les normes professionals, que requereixen l'editor de premsa setmanal, es comprometen a que els seus periodistes:

- Verifiquin les fonts.
- No facin servir mètodes deslleials.
- No paguin cap tipus de remuneració a les persones que són fonts d'informació.
- No publiquin més que informació provada i precisa, on l'origen és conegut, mantenint una reserva prudent si és necessari .
- S'abstinguin de recollir qualsevol tipus de benefici en relació amb la publicació o no publicació de la informació.
- Informin als que no estan familiaritzats amb la premsa que les seves paraules seran difoses i, per tant, que arribaran a l'atenció d'un públic ampli.
- No acceptin continguts d'un anunciant.
- No acceptin regals llevat que serveixin directament per al desenvolupament del periodisme.
- No acceptin i rebutgin totes les pressions que no siguin la política editorial de l'editor o les persones responsables de la redacció.
- No presentin un informe a les fonts abans de la seva publicació.
- Demostrin respecte per a les persones que acaben de viure un drama, per evitar acusar-les amb la informació.
- S'abstinguin de calúmnies i acusacions infundades.
- Es neguin a alimentar i reforçar la remor, encara que altres mitjans de comunicació ja en facin ressò.
- Vetllin en l'elecció de les seves fotografies per no crear cap presumpció de

culpabilitat per la imatge.

- Processin la informació, incloent els esdeveniments, sense buscar el sensacionalisme.
- Facin seguiment de la informació publicada.
- Observin fidelment el sentit del que es vol informar.
- Situïn els fets i opinions en el seu context, sense exagerar o reduir l'àmbit d'aplicació.
- Separin acuradament el que és la informació dels fets, l'anàlisi de la informació i l'opinió personal.
- Recullin les opinions de totes les persones implicades en un cas i quan un d'ells es negui a fer declaracions, informar-ho als lectors.

Cal dir que a finals del segle XX, amb la incorporació en massa de les noves tecnologies associades a la informàtica, es produeix un autèntic trasbals de l'ofici del periodisme. Els vells principis entren en crisi. Davant l'allau d'informació a l'abast de qualsevol, sense necessitat de ser periodista, obtinguda en temps real i des de qualsevol punt del planeta, es replanteja quina és la nova funció de l'informador, un debat encara obert.

Allò cert és que les noves tecnologies han permès el naixement d'especialitats noves, com ara el periodisme de precisió (que rastreja i entrecreu bases de dades informàtiques) o el periodisme cívic (que contempla els lectors no com a simples consumidors, sinó com a ciutadans actius, ara que poden interactuar mitjançant les noves tecnologies).

4. LA SITUACIÓ DELS PERIODISTES AL MÓN

En diversos països de règim democràtic, el treball periodístic està protegit per la llei o per la constitució. Això inclou, moltes vegades, el dret del periodista de preservar a secret la identitat de les fonts, fins i tot quan sigui necessari judicialment.

L'article 19 de la Declaració Universal dels Drets Humans estableix normes per a la llibertat d'expressió i premsa. A més de les normes jurídiques que regulen la professió dels periodistes, aquests mantenen un compromís ètic amb la societat que es concreta en l'anomenada deontologia professional periodística. Es tracta d'una sèrie de normes recollides en codis deontològics que cada empresa o associació elabora segons els seus propis criteris. A Espanya es troba un bon exemple d'aquest tipus de codis en l'elaborat per la Federació d'Associacions de Periodistes d'Espanya (FAPE), que apliquen tots els professionals integrats en aquest col·lectiu.

Tanmateix, segons l'organització "Reporters Sense Fronteres" (*Reporters Sans Frontières*), el 2006 mínim 81 periodistes van morir en l'exercici de la seva feina o per expressar les seves opinions, a vint països. Cal remuntar-se a 1994 per trobar una xifra més alta. Aquell any van veure la mort 103 periodistes, dels quals gairebé la meitat van morir en el genocidi de Rwanda, prop d'una vintena a Algèria, altres eren víctimes de la guerra civil, i una desena a l'ex Iugoslàvia. També destaquen que van morir 32 col·laboradors, 871 periodistes van ser detinguts, 1.472 agredits o amenaçats, 56 segrestats i 912 mitjans de comunicació van ser censurats.

5. MEDIS DE TRANSMISSIÓ DE LA INFORMACIÓ

Els mitjans de transmissió de la informació s'anomenen mitjans de comunicació social o de masses.

Els mitjans de comunicació són entitats de titularitat pública o privada a través de les que es difon informació d'interès per a la societat: premsa, televisió, ràdio, Internet, etc. Utilitzen principalment els recursos del llenguatge escrit i oral, combinats amb la imatge (que, en alguns mitjans de comunicació, es converteix en element fonamental) i altres recursos sonors, com poden ser la música, els efectes especials, etc.

Els mitjans de comunicació de masses compleixen un triple objectiu: *informar* del que passa en el món, *formar* per a poder interpretar adequadament la realitat i *entretenir*. Pretenen, doncs, explicar la realitat, valorar els esdeveniments, i, al mateix temps, divertir al públic espectador, lector o oient. A més, els mitjans de comunicació emeten opinions i judicis des d'una perspectiva subjectiva i amb uns interessos particulars, ja siguin polítics, socials o econòmics. Per aquest motiu, els mitjans de comunicació han de diferenciar clarament informació i opinió als seus continguts.

La informació facilitada pels mitjans de comunicació han de complir els següents requisits:

- Ser novella, actual i recent
- Interessar al públic per la transcendència del succés, per l'insòlit del mateix, per la proximitat dels fets al destinatari, pel seu dramatisme, etc.
- Transmetre's amb una periodicitat regular
- Difondre's immediatament.

5.1. LA PREMSA

Quan parlem de premsa ens referim a aquelles publicacions impreses o digitals de caràcter informatiu i d'aparició periodística. La premsa escrita és el mitjà de comunicació de masses més antic i, a pesar de la dura competència d'altres mitjans, avui en dia, manté un nombre de lectors molt elevat.

Un diari és una publicació escrita a paper o format digital que recull les notícies més importants del dia.

La premsa pot classificar-se atenent a diferents criteris:

- **Canal de distribució:**
 - CONVENCIONAL: en paper.
 - DIGITAL: a través d'Internet.
- **Periodicitat:** Diària, Setmanal, quinzenal, mensual...
- **Àmbit geogràfic de distribució:** local, comarcal, regional, nacional...
- **Grau d'especialització:**
 - GENERALISTA: tracta aspectes i temes socials en general.
 - ESPECIALITZADA: informa en profunditat sobre una matèria determinada: economia, esports, cinema, literatura...

En la premsa generalista, cada cop és més notable la especialització tan en els periodistes, que necessiten una gran preparació en el seu camp d'anàlisi, com en l'estructura dels diaris, que compten amb seccions especialitzades, quadernets o suplementos setmanals relacionats en algun tema concret (medicina, tecnologia, educació, ciència, etc.)

Les fonts informatives de la premsa són molt variades: els enviats especials o corresponsals, les agències de premsa, això són empreses dedicades a la distribució d'informació (Reuters, EFE, France-Presse, ITAR-TASS, Associated Press...), els gabinets de premsa, les institucions o persones directa o indirectament relacionades amb la informació, l'equip de redacció, l'arxiu i la documentació particular del diari, etc.

Per evitar que la informació sigui parcial, errònia o ambigua, el periodista l'ha de contrastar en diferents fonts. No hem d'oblidar que una informació fiable i de qualitat confereix prestigi al diari.

5.1.1 El llenguatge periodístic

El llenguatge periodístic pretén, davant de tot, informar amb objectivitat. Per assegurar la informació eficaç, el llenguatge utilitzat ha d'estar presidit per la clarietat, la senzillesa, la correcció i la concisió, ja que, en moltes ocasions, s'ha d'ajustar en un espai reduït.

Generalment, s'utilitza el nivell estàndard de la llengua, i es tendeix a evitar els vulgarismes, els col·loquialismes, les ambigüitats, les imprecisions i el llenguatge figurat. D'aquí que s'empri un lèxic cuidat, oracions curtes i estructures oracionals lògiques.

El llenguatge periodístic presenta variacions segons el contingut de la

informació (cultural, econòmica, esportiva...), la disposició espacial (en titulars, en breus...) i el tractament tipogràfic, que destacarà unes dades per sobre d'altres (tipus de fonts, mides de la lletra, ús del color i la lletra negreta...). En moltes ocasions, va acompanyat de fotografies, diagrames, estadístiques, mapes, etc.

La disposició de la informació al diari depèn de la transcendència que es concedeix a la mateixa: les notícies més rellevants apareixen a la primera pàgina; la pàgina imparell sol presentar informació més destacada que la parell, com passa també amb la part superior de la pàgina respecte la inferior; l'espai dedicat a la notícia o al seu acompanyament fotogràfic també reflexa la major o menor importància que el diari li dóna a la mateixa.

5.2. LA TELEVISIÓ

La televisió és un medi de comunicació que transmet continguts variats a un públic ampli i divers mitjançant imatges i so. Les diferents cadenes televisives poden estar gestionades per les Administracions públiques o per empreses privades (prèvia autorització del Govern, que atorga les llicències televisives, regula el seu ús i disposa pautes sobre la programació, la publicitat, les franges horàries de distribució de continguts...). En l'actualitat, la televisió és la principal font d'informació diària i una font important d'entreteniment per a moltes persones.

La televisió és un medi de gran impacte social, polític i econòmic. Els sociòlegs han parlat del poder uniformitzador i exemplificador de la petita pantalla, que proposa formes de conducta davant de determinades situacions i presenta models per imitar.

Al mateix temps, és una poderosa arma de propaganda, ja que presenta visions particulars del món junt amb determinats interessos polítics i comercials.

La comunicació televisiva ha canviat enormement des dels seus inicis fins a l'actualitat. Ara la oferta és molt més àmplia i variada. No només parlem de les cadenes televisives al ús, sinó també de les plataformes digitals, dels canals monotemàtics, del pagament per servei (l'anomenat *pay-per-view*) o de la possibilitat de *baixar* determinats programes i sèries d'Internet per veure'ls amb major comoditat i sense interrupcions publicitàries. Aquesta nova forma de

consumir televisió s'ha estès sobretot entre la població jove.

Tampoc la televisió compta en l'actualitat amb els mateixos mitjans per la programació i edició dels seus continguts que anys enrere. Els anomenats estudis d'audiència, que controlen el *share* (o quota de pantalla) en qualsevol moment del dia, obliguen a les cadenes televisives a canviar i renovar la seva programació contínuament. Els programadors seleccionen aquells programes que tenen major acceptació per part del públic per contrarestar la oferta televisiva de la competència i aconseguir major quota de pantalla. També sondegen i busquen en altres mercats nous productes amb els que mantenir la seva audiència o conquerir-ne més. Com a conseqüència, i paradòmicament, no és estrany que, al final, les programacions de les diferents cadenes televisives s'assemblin molt.

5.2.1 Els gèneres televisius

Les cadenes televisives de contingut generalista combinen dins la seva programació diferents tipus de programes. En general, alternen continguts informatius (sobretot, els tele diaris) amb programes de ficció (telenovel·les, sèries, pel·lícules...) i entreteniment (com els concursos), a més de publicitat entre programa i programa.

Existeixen una sèrie de programes dels quals el seu primordial interès és la informació. Entre ells destaquen els informatius diaris, localitzats en franges horàries fixes, que disposen d'una àmplia difusió. El seu contingut és molt variat i inclou tot tipus de notícies de l'actualitat, com per exemple informació esportiva i meteorològica. També són importants els avanços informatius (que donen notícies urgents i de forma breu), els programes d'opinió i debat, els monogràfics informatius dedicats a un esdeveniment especial, els reportatges d'actualitat i els documentals, programes informatius de divulgació científica i cultural de temàtica variada (geografia, antropologia, art, literatura...).

Els programes de ficció són espais gravats prèviament que es presenten en capítols. Parlem de les sèries, de les quals la trama és desenvolupa al llarg de diferents capítols o amb una estructura tancada en cada episodi. Els d'entreteniment són molt variats i, en major o menor mesura, recorren al humor, a la sorpresa, a la emoció, etc. Ens referim, entre d'altres, a les retransmissions

esportives, als concursos, als *reality shows*, i a les gales-espectacle.

5.2.2 El llenguatge televisiu

El llenguatge en el món de la televisió és molt divers i s'adequa a cada persona, programa, situació, etc. que apareix a la pantalla. Encara que, en general, s'opta al ús del nivell estàndard i a la claredat i a la concisió expressiva. En realitat, això només succeeix als informatius, mentre que als d'entreteniment i ficció, l'ús de l'idioma és bastant més relaxat. El mateix criteri es pot aplicar a la correcció gramatical i a la selecció lèxica. Com en qualsevol mitjà audiovisual, a la televisió es cuida que les persones pronuncïïn amb claredat i tinguin un ritme expositiu adequat, variat i amè.

5.3. LA RÀDIO

La ràdio és un mitjà de comunicació que transmet informació a través de la paraula parlada. Es caracteritza per la rapidesa en la transmissió de la informació, en el fàcil accés als seus serveis i en la seva senzillesa d'ús. A més, l'emissió de missatges radiofònics és tècnicament senzilla i relativament econòmica, en comparació en altres medis. La ràdio té un públic receptor molt heterogeni, ja que la seva oferta de continguts és àmplia i variada, et permet escoltar i realitzar altres activitats alhora, és gratuïta i a més disposa d'una gran credibilitat entre els seus oients.

Al ser un medi exclusivament sonor, la ràdio ha de crear imatges mentals als oients gràcies a la paraula i als sons. La ràdio presenta, fonamentalment, dos modalitats: generalista i especialitzada. Les emissores de caràcter generalista ofereixen espais variats amb continguts molt diversos per a tots els públics: informatius, esports, música, etc.; les especialitzades ofereixen un contingut únic (informació, música, etc.) i van dirigides a un públic més concret i limitat. També hi ha les que combinen els dos aspectes i que aposten per una programació de tipus generalista durant el dia, mentre que, durant la resta, opten per fórmules especialitzades, sobretot, musicals.

Les noves modalitats de ràdio a través d'Internet permeten modificar la seqüència i el temps d'escoltar els programes.

5.3.1 Els gèneres radiofònics

En general, els gèneres radiofònics s'organitzen en informatius i d'entreteniment:

- **Informatius:** El butlletí informatiu és un petit bloc de notícies d'aproximadament cinc minuts en el que es condensa la informació principal del dia. El bloc de notícies (de 30 a 60 minuts) i els reportatges presenten les mateixes característiques que en la televisió.
- **D'entreteniment:** Són importants el magazín, el carrusel esportiu, la ràdio-fórmula musical i les retransmissions en directe (esportives, musicals, etc.).

5.3.2 El llenguatge radiofònic

La claredat i la simplicitat caracteritzen el llenguatge radiofònic. D'aquí que predominen les estructures oracionals senzilles i el lèxic proper al oient. Els elements anafòrics han d'assenyalar amb claredat els seus antecedents (referents). S'evita la passiva, ja que no és habitual en l'ús quotidià. Es tracta de transmetre un llenguatge fàcilment comprensible i pròxim al oient. Per altra banda, la fugacitat del mitjà obliga a la reiteració informativa, ja que el oient no pot retenir moltes dades en aquest tipus de comunicació oral. S'ha de cuidar especialment el to, la intensitat, el timbre, el ritme..., amb l'objectiu d'aconseguir una entonació natural i expressiva.

A més de la llengua oral (la veu), existeixen altres tres components del llenguatge radiofònic:

- **La música:** està present en qualsevol programa radiofònic. La sintonia serveix per identificar un determinat programa, i la cortina i la ràfega, per ordenar i distribuir programes, seccions, continguts, etc.
- **Els efectes sonors:** substitueixen a determinades realitats a les que estan associats. Poden ajudar també a la descripció d'ambients, atmosferes, llocs... Aquests sorolls poden ser naturals (el galop d'un cavall), o creats artificialment.

- **El silenci:** Es reproduïx per la absència de so i, paradoxalment, es considera un efecte auditiu quan s'utilitza amb voluntat significativa: per exemple, ajuda a crear tensió, emoció, suspensió, etc., així com a descriure un estat d'ànim reflexiu.

5.4. INTERNET

Internet no és pròpiament un mitjà de comunicació social sinó un canal a través del qual les persones i els mitjans de comunicació tradicionals (premsa, televisió, ràdio, cine...) transmeten informació.

Des de la perspectiva comunicativa, estem davant d'un medi d'abast mundial que es caracteritza per la seva fàcil i immediata accessibilitat a qualsevol tipus d'informació. Un dels trets més destacats del mitjà és la interactivitat entre emissor i receptor, el que facilita continus canvis i adaptacions en la recerca i la transmissió de dades.

L'emissor és molt variat i heterogeni: des del particular que crea la seva pàgina web o el seu *blog*, fins a empreses i institucions que fan ofertes i venen els seus productes, distribueixen informació, proposen formes d'oci, etc. El receptor (que ha de mostrar-se actiu en tot moment) decideix quin tipus de servei necessita i ajusta la recerca segons els seus interessos en cada moment. Per a això, només necessita tenir el suport adequat: l'ordinador, la línia telefònica o cable, el proveïdor de serveis, etc.

Internet permet fórmules comunicatives molt atractives per els seus usuaris: els xats, els correus electrònics, el fotolog (blog de fotografies), els grups d'amics amb interessos comuns (el més conegut actualment és Facebook), els fòrums, els diaris i les revistes digitals, etc. A més, s'ha convertit per moltes persones en la font principal de recerca d'informació gràcies a potents eines com Google, Yahoo o Lycos. També s'utilitza cada cop més per comprar i vendre productes i serveis. Per altra banda, la seva oferta d'oci és amplíssima, ja que permet jugar amb persones llunyanes, compartir arxius amb aquestes persones, veure la televisió i el cine o escoltar la ràdio.

La generalització d'Internet ha produït un gran canvi en la vida dels països, empreses, institucions i persones. En general, el seu impacte ha estat positiu com a element homogeneïtzador i difusor de coneixements, cultures, valors,

etc. Tot i això, alguns experts parlen de l'enorme bretxa cultural que s'obre entre aquelles persones que poden comptar amb aquest servei i les que no. La globalització d'aquest medi es converteix, doncs, en un dels reptes més importants de la comunicació actual.

6.ESPECIALITATS DEL PERIODISME

En la segona meitat del segle XX també es consolida definitivament l'especialització periodística. Hi ha periodisme econòmic, polític, cultural, esportiu, científic... Tant l'interior dels periòdics com l'organització dels informatius audiovisuals s'estructuren per seccions temàtiques. I també algunes d'aquestes seccions s'independitzen i apareixen periòdics (o programes) exclusivament d'informació econòmica, esportiva, cultural...

El periodisme té les següents especialitats:

El periodisme turístic

El periodisme turístic és la recol·lecció de dades, l'anàlisi i l'elaboració de la informació referida a les activitats turístiques.

Significa estudiar, interpretar i redactar la notícia turística que es brindarà als diferents actors que integren una societat que vol ser turística o que ja ho és. Aquesta nova branca del periodisme tendeix a informar sobre accions relacionades amb la superestructura, la planta i la infraestructura turística.

També busca produir un nou estil per posicionar els productes turístics d'una regió a través dels mitjans massius de comunicació, creant així una important aportació des de la difusió i promoció d'esdeveniments i esdeveniments científics, artístics i culturals que generen el naixement i desplaçament de corrents turístiques cap a aquests atractius.

El creixement vertiginós que ha experimentat aquesta "indústria sense xemeneies" exigeix posar en comú fets d'interès públic realitzant prèviament la investigació periodística, per brindar d'aquesta manera un anàlisi profund dels fets turístics.

Per això s'han d'investigar les dades de primeres fonts, entrecreuar les mateixes, demanar dades concretes mitjançant les tècniques d'entrevistes, a més de comptar amb antecedents fidedignes i arxius de documents que permetin elaborar un missatge fidedigne i actualitzat. Al recollir aquesta informació sobre les activitats turístiques a nivell local, municipal, nacional i internacional es mostraran les novetats que es relacionen amb el Sistema

Turístic.

Això significa tenir un coneixement acabat dels esdeveniments ocorreguts i generar una redacció de manera objectiva, encara que aquest "periodisme de guants blancs" exigeix el domini de la metàfora per pintar amb un llenguatge poètic el paisatge descrit per tal d'informar i persuadir a l'audiència .

Periodisme ambiental

És aquell que s'ocupa dels temes de la relació entre l'home i el seu entorn natural. Abarca des de la informació relativa a l'agrícola, ramader, meteorològic ..., fins als aspectes socials, econòmics, polítics ... d'allò que té a veure amb el medi ambient.

Ciberperiodisme

El principal mitjà per a la investigació, elaboració i, sobretot, la difusió de la informació és el ciberespai, amb Internet com a principal exponent. El ciberperiodisme ha rebut múltiples denominacions en els darrers anys: 'periodisme electrònic', 'periodisme multimèdia', 'periodisme a internet' i, sobretot, 'periodisme digital'. Tanmateix, totes aquestes expressions resulten ambigües, ja que al·ludeixen també a altres variants audiovisuals del periodisme, de manera que cada vegada més investigadors i professionals opten per la denominació de ciberperiodisme.

Internet es concep com una eina de comunicació, que a més és un model de relació entre les persones, que des de qualsevol lloc del món i a qualsevol hora transmeten tot tipus de missatges. Internet està en el món, però el seu accés no és uniforme. Ningú dubta de la seva eficàcia com a mitjà de comunicació, perquè una de les seves principals característiques és la capacitat de posar en contacte a diverses persones a la vegada (ús del correu electrònic, xerrades, fòrums de notícies o enviament i consum d'informació).

Però aquest gran mitjà de comunicació presenta noves facetes que han afectat

la vida dels individus del planeta i els han obligat a deixar d'una banda activitats com la televisió, lectura de diaris, compra i venda de música, entre d'altres. Perquè les audiències van trobar a la xarxa de xarxes abundant, informació que les van obligar a veure Internet com una potent alternativa de consum. Tanmateix, això li permet al periodisme avançar, encara que no es tingui per segur la veracitat del fet i de les fonts.

Les Tecnologies de la Informació i la Comunicació i el jove recorregut del ciberperiodisme han comportat canvis en la forma de transmetre les idees i de generar notícies. Actualment no només es tracta d'emetre una informació, és necessari crear canals que permetin que l'usuari pugui ser i fer part dels continguts.

Un dels objectius principals del periodisme és informar i és indispensable tenir present a qui van dirigits els continguts. Amb el ciberperiodisme aquest aspecte és més ampli que en els mitjans tradicionals, ja que cal pensar que la informació cada vegada li arriba a més persones i no només a nivell local sinó a lectors de qualsevol lloc del planeta. Igualment, cal tenir una especial cura en els continguts i aprofitar les diferents característiques del ciberperiodisme, entre elles hipertextualitat, interactivitat, multimedials, asincrònic i memòria.

Encara que la claredat en la informació es busca en qualsevol dels mitjans escrits, en els continguts del web s'ha de tenir una cura més especial. La idea és fer servir un llenguatge universal, és clar, espontani, senzill i fresc.

Periodisme participatiu

És l'acte d'un ciutadà o grup de ciutadans que tenen un paper actiu en el procés de col·lectius, reportar, analitzar i disseminar informació. La intenció d'aquesta participació és subministrar la informació independent, fiable, exacta, d'ampli rang i rellevant que una democràcia requereix.

El periodisme participatiu es recolza en mitjans digitals per tal de permetre la veritable democràcia electrònica. També ha estat anomenat *periodisme 2.0*. Es recolza en mitjans tecnològics.

També és l'acte on la comunitat es pot posar en benefici dels mitjans de comunicació, per millorar la qualitat de vida, per tractar i analitzar temes que afecten la població. El periodisme participatiu ajuda a que la societat cerqui la veritat.

No obstant això, els qui critiquen aquest tipus de periodisme afirmen que els mitjans abusen d'aquest recurs ja que la col·laboració dels ciutadans és gratuïta, en contrast amb un periodista professional assalariat.

Periodisme científic

El periodisme científic és l'enllaç sistemàtic i professional entre el coneixement científic i la societat; el seu objectiu principal és transformar la ciència en un saber general amb caràcter informatiu i educatiu. Manuel Calvo Hernando, periodista espanyol, apunta que el periodisme científic divulga el coneixement científic a la societat a través de diferents missatges i mitjans de comunicació social. A Veneçuela, el pioner és Arístides Bastidas, qui durant 20 anys va publicar la columna "La ciència amena" al *Diari El Nacional*. En aquesta àrea destaca també Marisela Salvatierra, qui juntament amb Bastidas va obtenir el premi Kalinga, atorgat per la UNESCO pel seu treball en la divulgació científica.

Periodisme cultural

Iván Tubau, en el seu llibre *Teoria i pràctica del periodisme cultural*, defineix el periodisme cultural com la forma de conèixer i difondre els productes culturals d'una societat a través dels mitjans massius de comunicació. El periodisme cultural pretén també promocionar esdeveniments l'essència dels quals siguin les arts i l'artesanía.

Jorge B. Rivera, periodista i investigador argentí, diu que aquest tipus de periodisme "... és una zona complexa i heterogènia de mitjans, gèneres i productes que aborden amb propòsits creatius, crítics, reproductius o divulgatoris als terrenys de les " belles arts " , "les belles lletres", els corrents del

pensament, les ciències socials i humanes, l'anomenada "cultura popular" i molts altres aspectes que tenen a veure amb la producció, circulació i consum de béns simbòlics, sense importar el seu origen o destinació estamental ". (Rivera, 1995).

Periodisme econòmic

És una branca del periodisme enfocada a informar sobre els fets relacionats amb l'economia, incloent temes sobre finances, banca o el mercat borsari. A més, mostra com analitzar, interpretar i redactar la informació. Tracta de donar a conèixer l'estat econòmic del país, l'estat de la inflació del pes i l'estat del pes davant la resta de les monedes estrangeres.

Periodisme esportiu

És el que recull informació sobre els esdeveniments esportius a nivell local, nacional i internacional, mostrant les novetats que es relacionen amb les diferents disciplines esportives. Les que més es destaquen són: tennis, beisbol, handbol, bàsquet, automobilisme, atletisme, boxa, paddle, golf, escacs, motociclisme, futbol... que acaparen tota l'atenció dels aficionats per l'esport. Així mateix, significa estar en els fets i analitzar el rendiment dels esportistes. Tal com la resta de les altres disciplines del periodisme, l'esportiu ha de contribuir no només a informar, sinó també a formar ciutadans, qui exerceix periodisme esportiu ha de tenir un compromís de responsabilitat amb les audiències, és a dir ha de tractar d'aïllar els sentiments de la raó, ja que els sentiments han de ser per al addicionat comú, un periodista esportiu va més enllà, la seva missió ha de ser, la de fer que tant l'aficionat com l'esportista, vegin l'esport des d'una perspectiva crítica on es guanya i es perd, i independentment del resultat sempre ha de regnar la fraternitat.

Aquesta professió s'ha de manejar amb idoneïtat, així doncs, qui la practiquen tendeixen a posar-se la camisa de certs equips, a no tenir equilibri informatiu, a baixar i pujar el prestigi d'un jugador o d'un equip en qüestió de segons.

El periodisme esportiu ha de tenir professionals capaços d'analitzar l'esport com més que una simple informació, veure-ho des de l'àmbit religiós, el cultural, el formatiu, social, psicològic, ètic i polític.

Periodisme de guerra

Aquesta és una de les especialitats més perilloses de la professió, ja que requereix cobrir les notícies que es produeixen durant un conflicte bèl·lic, i això implica que els periodistes enviats per a realitzar aquesta missió hagin de posar en greu risc la seva vida o la seva integritat física. Moltíssims reporters han perdut la vida en la realització d'aquesta heroica tasca.

Periodisme infogràfic

El periodisme infogràfic és aquell que combina elements visuals i textuais. La seva aplicació més específica en principi va servir per col·locar mapes, i gràfics. En el periodisme digital, la infografia adquireix altres característiques pròpies: la interactivitat, la possibilitat d'animació, el desplegament de textos, la incorporació de so i imatge en moviment, etc.

Periodisme polític

Es refereix a l'anàlisi i a la informació referida a les activitats relacionades amb la política (tant nacional com internacional), el Parlament, els partits i tots els components del poder formal a la societat. Practicar la independència enfront de qualsevol inclinació política.

Periodisme preventiu

El periodisme preventiu és una disciplina periodística que pretén analitzar les crisis i conflictes des d'un punt de vista integral, des dels seus orígens fins al seu esclat i posteriors repercussions. L'enfocament del periodisme preventiu també busca donar més rellevància mediàtica a aquells actors que proposin solucions a les crisis.

Periodisme social

El periodisme social és un periodisme que assumeix la seva responsabilitat en els processos socials, que reflexiona sobre el seu paper en l'esdevenir social i es preocupa per la recerca de solucions. Es proposa l'articulació de l'eix social amb els temes de la política i l'economia en l'agenda dels mitjans de comunicació.

Periodisme literari

És aquell que no ficcionalitza la realitat, sinó que la fa encara més real, al apartar-se de les convencions informatives. Un important impulsor d'aquest tipus de periodisme és l'escriptor colombià Gabriel García Márquez (Premi Nobel de Literatura), qui el va batejar com 'Nou periodisme'. En el periodisme literari ha d'haver, per part del periodista, més immersió i més compromís. A més, ha de tenir una riquesa narrativa capaç de fregar la literatura, però sense apartar-se de la senzillesa i la precisió de l'estil periodístic.

Periodisme d'investigació

És aquell que busca revelar fets d'interès públic a través d'investigacions periodístiques que aprofundeixin en aquells fets que afectin el bé comú, per la qual cosa es necessita demanar dades, realitzar entrevistes, contrastar fonts i comptar amb antecedents fidedignes i documents que permetin presentar o enviar un reportatge. Els periodistes comencen a dubtar de les dades que els són facilitades des de les instàncies oficials (fins a aquells moments, molt pocs pensaven que un govern democràtic pogués difondre dades falses), i decideixen investigar directament la veracitat de les dades que arriben a les redaccions.

Aquest és un procés que culmina al començament dels anys 70, amb el 'cas Watergate', que va provocar la dimissió de tot un president dels Estats Units (Richard Nixon).

Periodisme radiofònic

És una forma de comunicació social que permet donar a conèixer i analitzar els fets d'interès públic utilitzant la ràdio com a mitjà de difusió o transmissió. Es tracta de comptar totes les coses que passen, en el mateix moment dels fets, amb tota la càrrega informativa o emotiva, i en el menor temps possible.

Periodisme satíric

És el que utilitza la sàtira, normalment en to d'humor, per referir-se a fets noticiosos. En algunes ocasions presenta fets ficticis com a notícies, donant sempre claus per identificar-se com uns textos de ficció, l'objectiu és evidenciar una realitat a través de l'exageració, l'absurd o la paròdia. La seva intenció no és la d'informar sinó la de criticar o fer denúncies indirectament.

El Nou Periodisme

En la dècada dels anys 60 del segle XX, també als Estats Units, comença a parlar-se del Nou Periodisme. Es tracta d'un moviment que incorpora recursos literaris a la, fins aleshores, freda redacció de les notícies i els reportatges. Trencava l'estructura piramidal, incorpora el punt de vista, en primera persona, del redactor. Noms de la importància de Tom Wolfe o Norman Mailer atorguen prestigi a l'anomenat 'Nou periodisme', on se sol emmarcar també (encara que resulta discutit) la novel·la 'A sang freda', de Truman Capote o els còmics de Joe Sacco.

- Periodisme esportiu:
 - Accessos dels periodistes esportius.
 - El periodisme esportiu a Europa.
 - Agències especialitzades en l'esport.
 - El periodisme esportiu a Espanya.
 - Principals inconvenients del periodisme.
 - Esports més destacats al nostre país
 - El motociclisme professional

EL PERIODISME ESPORTIU

El periodisme esportiu és una especialitat del periodisme que informa sobre temes relacionats amb l'esport i sobre els certàmens esportius de més interès de l'opinió pública regional, nacional o internacional. En molts mitjans de comunicació els periodistes dedicats al reportatge esportiu són anomenats *professionals del joc*, tot i que en realitat aquesta àrea ha crescut i se li ha anat donant importància a mesura que l'esport mateix s'ha anat convertint en un poder econòmic i influent.

El periodisme esportiu és un element essencial de totes les organitzacions de la informació en l'actualitat. Hi ha fins i tot associacions i gremis influents de periodistes esportius als diferents països i fins i tot a nivell regional i internacional que es dediquen a la qualificació de l'ofici de transmetre informació específicament esportiva. De la mateixa manera, alguns mitjans de comunicació social s'especialitzen només en informació esportiva. Entre els diaris més destacats a Europa es troben *L'Équipe* a França, *La Gazzetta dello Sport* a Itàlia, *Gazeta Sporturilor* a Romania i *Sporting Life* a Gran Bretanya. Als Estats Units es destaquen les emissores *Sports Illustrated* i *Sporting News* i el canal de televisió *ESPN*. A Espanya, els més destacats serien l'As i el diari *Marca*. A Catalunya en destacaríem el *Mundo Deportivo* i *L'Sport*.

1. ACCESSOS DELS PERIODISTES ESPORTIUS

Els equips esportius no són sempre de fàcil accés per als periodistes: als Estats Units, mentre permeten als reporters entrar als vestíbuls per a entrevistes i alguna informació extra, els equips proveeixen gran informació, fins i tot si els informes són desfavorables a ells. En altres parts del món en canvi, especialment si té a veure amb el cobriment del futbol, el paper del periodista és poques vegades tolerat pels clubs esportius i els jugadors. La raó té molt a veure amb la manipulació mediàtica i pressió que es dóna cap jugadors i tècnics.

Els periodistes esportius, com qualsevol altre reporter, han de trobar històries més enllà de les simples informacions que se'ls dóna a través dels equips esportius, institucions o dels entrenadors. Els periodistes esportius han de verificar els fets que els són consignats. Molts equips, organitzacions esportives i entrenadors no permeten als mitjans publicar informacions imprecises o tendencioses. Els periodistes esportius nord-americans solen presentar-se amb major obertura cap a la tasca del periodista, especialment en el futbol, el bàsquet, l'hoquei sobre gel i el futbol americà.

2. EL PERIODISME ESPORTIU A EUROPA

La tradició de fer reportatges esportius va atreure als millors escriptors del periodisme per cobrir aquesta àrea durant l'Anglaterra victoriana, on nombrosos esports contemporanis com el futbol, el cricket, l'atletisme i el rugbi van ser organitzats de manera molt similar a l'actual.

Els primers Jocs Olímpics de Londres de 1908 van atreure a una gran varietat de mitjans de comunicació, els quals van assignar als seus millors periodistes per a aquest esdeveniment. El Daily Mail, per exemple, tenia a Sir Arthur Conan Doyle en el White City Stadium per cobrir les finals de la primera marató.

La competència de Londres, anomenada la Marató Politècnica i creada el 1908 sobre la ruta de les olimpíades als afores de la casa real des del Castell de Windsor fins el White City, va ser inicialment patrocinada per la revista *Sporting Life* que en aquells temps era un diari que buscava cobrir tots els

esdeveniments esportius.

A França *L'Auto*, predecessora de *l'Equipe*, va jugar per la seva banda un gran paper en la construcció de l'interès esportiu de la societat quan va anunciar el 1903 que organitzaria una competència de ciclisme a nivell nacional. Va ser així com va néixer *el Tour de France* i els periodistes, llavors, jugarien un paper definitiu en la seva conformació i fundació.

Una versió similar naixeria posteriorment: *el Giro d'Italia*, actualment anomenada *La Gazzetta*.

3. AGÈNCIES ESPECIALITZADES EN L'ESPORT

Les dècades dels 50 i 60 del segle XX van veure el creixement del periodisme esportiu tant en la impremta com en els mitjans audiovisuals. De la mateixa manera es desenvolupen les primeres agències de notícies esportives i el fotoperiodisme esportiu amb fotoreporters com Tony Duffy, que va fundar l'agència *AllSport* al sud de Londres poc temps després dels Jocs Olímpics de Tòquio el 1964 i amb fotografies fascinants. McIlvanney i Wooldridge, morts al març de 2007 a l'edat de 75, van gaudir de carreres reeixides en televisió. Wooldridge va arribar a ser tan famós que va contractar a l'agència nord-americana *IMG* de Mark McCormack perquè administrés els seus negocis.

4. EL PERIODISME ESPORTIU A ESPANYA

Situant-nos en els inicis i en el desenvolupament del periodisme esportiu a Espanya, si ens centrem en l'àmbit de premsa podem assenyalar que la primera publicació espanyola amb temàtica esportiva data del 1856. En aquesta data es va publicar la revista *El Cazador*, editada a Barcelona i amb continguts que tenien com a objectiu defensar l'art cinegètic. Igual que la pràctica esportiva, els mitjans van experimentar un gran desenvolupament a partir dels anys setanta, quan comencen a trobar revistes especialitzades en una gran varietat de disciplines.

La revista *El Pedal* estava dedicada específicament al ciclisme i va néixer a Osca el 1869. Altres publicacions esportives que van sorgir a Espanya fins a finals del segle XIX van ser *Sport Espanyol*, *La ilustración Gimnástica* o *El*

Pilotari, entre d'altres. El 1881 apareix la publicació *El Campo: Agricultura, jardineria i esport*, que d'acord amb la societat espanyola d'aquella època estava especialitzada en temes rurals i dirigida a les èlits latifundistes, i també tractava aspectes esportius com pel que fa a les carreres de cavalls. *El Colombaire* apareix el 1886 a València i, igual que *El Cazador*, està dedicada a la disciplina de la caça i les seves variants. A més, aquesta revista tenia la particularitat de ser bilingüe.

Altres publicacions de finals del segle XIX són *La semana madrileña*, que va existir des de gener de 1883 fins al 28 de desembre del mateix any i que recollia informació sobre curses de cavalls, regates i ciclisme a part d'altres notícies de societat. El 1893 apareix a Madrid la revista *Los Deportes*, una revista espanyola il·lustrada d'automobilisme, ciclisme i aviació.

Respecte al que va passar en aquells primers anys del desenvolupament de l'esport professional i el seu reflex en els mitjans, Rivero Herrainz apunta que l'elitisme social era clar, però poc a poc s'evoluciona a un esport.

Així doncs, al segle XX s'inicia un important desenvolupament de la premsa esportiva arran de l'auge de l'esport més orientat cap a l'espectacle. *España Sportiva* apareix el 1913. Aquest mateix any es publica *Sport Sevillano*, editat per la Reial societat d'Automobilisme de Sevilla.

El 1924 neix el primer diari esportiu a Espanya, es tracta de l' *Excelsior*, editat a Bilbao per Javier Cortázar. Aquest es va mantenir fins a l'any 1931, sent substituït per *Excelsius*, també editat a Bilbao de 1931 a 1937. Explica Unzueta que aquest diari aviat va aconseguir un tiratge de 20.000 exemplars, que fins i tot arribava a augmentar durant les jornades de la Volta Ciclista al País Basc, que va organitzar el mateix diari des de 1929. Com a mostra dels seus tints nacionalistes, la publicació intentava evitar l'ús de la paraula "Espanya" i per a això utilitzava perífrasis com "selecció peninsular" o "volta ciclista a la Península".

Entorn a 1920 sorgeixen a Espanya diverses revistes humorístiques especialitzades en temes esportius com *El Guirigay* a Oviedo. El boom futbolístic a Espanya va arribar amb el règim franquista, ja que l'Espanya de la

postguerra estava necessitada d'espectacles. L'esport ja tenia els antecedents necessaris per saber que seria acceptat i que a més ajudaria a no polititzar encara més el país.

Diario 16 comença a publicar els dilluns i el 1989, es crea a Barcelona l'associació *European Sports Magazine*, que engloba les principals publicacions esportives europees com *Don Balón* (Espanya), *A Bola* (Portugal), *Kicker* (Alemanya), *La Gazzetta dello Sport* (Itàlia), *Sport* (Suïssa) o *Voetbal Internactional* (Holanda).

Els diaris d'informació general presten atenció especial a les notícies esportives, ocupant un major volum informatiu els dilluns després de les competicions que tenen lloc el cap de setmana. Un dels primers diaris espanyols a recollir informació esportiva en les seves pàgines va ser *ABC*. Així ja el 1905 presenta cròniques sobre partits de tennis i altres esports.

5. PRINCIPALS INCONVENIENTS DEL PERIODISME

El desenvolupament espectacular del món de l'esport en les últimes dècades ha convertit el periodisme esportiu en una de les àrees temàtiques millor definides i de major creixement en els mitjans de comunicació.

No obstant això mostra alguns inconvenients que mica en mica s'agregen més. Actualment el periodisme esportiu està mancat de llibertat des del moment que la premsa escrita depèn d'unes promocions, i la ràdio i la televisió depenen d'uns jocs d'equilibris per acontentar una presumpta majoria. A causa d'això, gairebé ningú no s'atreveix a dir les coses com les pensa.

A Catalunya hi ha gent amb molta opinió que en l'actualitat està capada quan surt en algun mitjà audiovisual.

De vegades es troba una certa incomprensió, fins i tot un punt de menyspreu en determinats ambients en contra del periodisme esportiu. I el cert és que en aquest país nostre, el periodisme esportiu ha donat autèntiques figures en tots els àmbits, diaris, ràdios, televisió i ara també es comencen a veure experiències, i també persones, molt interessants en l'àmbit d'Internet.

El periodisme, com tot a la vida, ha evolucionat, i el periodisme esportiu

especialment. Avui les transmissions radiofòniques s'alimenten de les xarxes socials, les de televisió dupliquen o tripliquen el temps de joc, els diaris són de paper però l'ordinador i l'smartphone ja són indispensables. Tot canvia, i molt. Sovint se'ns ven la pel·lícula que l'esport és l'opi pel poble, o allò del “panem et circenses”. Però la realitat és molt diferent. L'esport, i el futbol a casa nostra especialment, intervé en molts àmbits de la nostra vida, la salut, l'educació, l'economia, la comunicació, l'espectacle, la identitat, etc.

És per això que el periodisme esportiu no és només necessari, sinó que un bon periodisme esportiu és un símptoma més de l'evolució de la societat com a tal. I a Catalunya, per sort, tenim un altíssim nivell de periodistes esportius, a Catalunya el periodisme esportiu és més enraonat, més sensible, més educat, més racional... Si fem un cop d'ull a les anàlisis dels nostres periodistes esportius, que veiem, llegim i sentim a diversos mitjans, comprovarem que hi ha un nivell destacat. És més, una gran quantitat de periodistes esportius han fet el salt a d'altres àmbits i amb resultats molt positius.

6. ESPORTS MÉS DESTACATS AL NOSTRE PAÍS

L'esport a Espanya és dominat principalment pel futbol, el bàsquet, el ciclisme, el tennis, l'handbol, l'atletisme i els esports de motor. No obstant això, el país ha tingut campions del món en esports com per exemple l'esgrima, el pàdel, el futbol sala, el waterpolo, la vela, el boxa, la gimnàstica rítmica o artística.

Adicionalment, el país és un gran atractiu turístic per les seves infraestructures esportives, com les instal·lacions per a esports aquàtics, golf i esquí. Actualment és el 14è en la classificació mundial de les grans nacions de l'esport.

FUTBOL EL MÉS DESTACAT

El futbol és considerat l'esport més popular a Espanya. És el que té més jugadors federats (692.094 el 2006) i el segon més practicat a nivell popular i recreatiu (el 2005 ho practicava el 31,7% dels espanyols), segons un estudi del Consell Superior d'Esports del Ministeri d'Educació i Ciència.

EL BÀSQUET

Espanya disposa d'una de les millors lligues de bàsquet del món, la Lliga ACB. Amb un total de 28, és la segona lliga en nombre de títols europeus, després de la lliga italiana.

EL CICLISME

El ciclisme ha estat un esport molt important a Espanya des dels anys 1940. La Volta ciclista a Espanya és un dels esdeveniments de ciclisme més importants al món i forma part de *les Tres Grans Voltes* al costat del *Tour de França* i al *Giro d'Itàlia*. A més de la Volta també destaquen la Volta a Catalunya, la Volta al País Basc o la Clàssica de Sant Sebastià entre d'altres.

EL TENNIS

El tennis va començar el seu camí als anys 60 amb la figura de Manolo Santana, que va marcar un abans i un després en el tennis espanyol. De la seva escola van arribar tennistes com Manuel Orantes i amb això l'inici d'una fructífera marxa internacional plena de jugadors i triomfs. Abans d'aquest lent despertar, el tennis a Espanya era un esport de minories i les pistes de tennis eren realment escasses, destacant les figures de Manuel Alonso i, sobretot, Lili Álvarez, que va jugar tres finals de Wimbledon consecutives, des de 1926 a 1928. Actualment la gran figura tenista mundial espanyola és Rafael Nadal.

L'HANDBOL

L'handbol es va desenvolupar a Espanya als anys 1950 amb l'aparició de la Primera Divisió, avui Lliga ASOBAL. Primer l'handbol es jugava amb 11 jugadors i es practicava en estadis descoberts, i posteriorment es va anar derivant cap al handbol a set jugadors en pavellons coberts, tal com es practica avui en dia. Els clubs espanyols d'handbol han dominat la dècada dels anys 1990 i part d'aquest inici de segle.

L'ATLETISME

L'atletisme, igual que a la resta del món, està molt arrelat a Espanya, especialment en algunes modalitats com els 1.500 i 5.000 metres llisos, la marató, el salt de longitud i la marxa. La història de l'atletisme a Espanya coneguda es remunta al segle XIX a la pràctica de les curses pedestres, populars sobretot a Catalunya, Aragó i al País Basc, encara que les classificacions no eren publicades a la premsa.

LA FÓRMULA 1

El pilot asturià Fernando Alonso ha estat el pilot espanyol de Fórmula 1 més honorat en la història. Primer i únic espanyol fins al moment que ha aconseguit guanyar una carrera de Fórmula 1, el 24 d'agost de 2003 al Gran Premi d' Hongria. A més, va ser el pilot més jove de la història en proclamar-se bicampió del món, 2005 i 2006, ambdós títols aconseguits amb l'escuderia Renault F1.

EL MOTOCICLISME DE VELOCITAT (MOTOGP)

El motociclisme de velocitat es va donar a conèixer a Espanya a la dècada dels anys 60 gràcies a Ángel Nieto, el pilot espanyol més destacat de la història. Va ser 12+1 (13) vegades campió del mundial en diferents categories, i guanyador de 90 grans premis. Nieto va obrir el camí a posteriors generacions, i va contribuir al desenvolupament de campionats nacionals, així com en la construcció de circuits en tot el país.

Aquests són els guanyadors d'alguns campionats del món de motociclisme:

50 cc:

Ángel Nieto: 1969, 1970, 1972, 1975, 1976 i 1977. Ricardo Tormo: 1978 i 1981.

80 cc:

Jorge Martínez Aspar: 1986, 1987, 1988. Manuel "Champi" Herreros: 1989.

125 cc:

Ángel Nieto: 1971, 1972, 1979, 1981, 1982, 1983 i 1984. Jorge Martínez Aspar: 1988. Àlex Crivillé: 1989. Emili Alzamora: 1999. Dani Pedrosa: 2003. Álvaro Bautista: 2006. Julián Simón: 2009. Marc Márquez: 2010. Nico Terol: 2011.

250 cc:

Sito Pons: 1988 i 1989. Dani Pedrosa: 2004 i 2005. Jorge Lorenzo: 2006 i 2007. Toni Elías: 2010.

500 cc i Moto GP:

Àlex Crivillé: 1999. Jorge Lorenzo: 2010.

S'ha publicat recentment l'estudi realitzat pel Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS), que ens mostra les preferències, gustos i preocupacions dels espanyols desgranades per gèneres i edats. Segons la investigació, pel que fa a l'esport les coses estan així:

Els esports més seguits a Espanya són el Futbol, la Fórmula 1 i el Tennis en aquest ordre. El futbol perquè és l'esport nacional de tota la vida, i dins d'aquest, les simpaties es reparteixen de la següent manera; Reial Madrid (32.8%), Barcelona (25.7%), València (5.3%), Atlètic de Bilbao (5.1 %) i Atlètic de Madrid (4.3%), tot i això, més del 40% reconeix que en el món futbolístic es mouen molts diners i hi ha corrupció, i un 34% diu que les decisions dels àrbitres sempre afavoreixen als mateixos. Finalment destacar que gairebé el 80% diu que el futbol és més un espectacle que un esport.

L'estirada de la Fórmula 1 i el tennis ve pels recents èxits aconseguits pels nostres esportistes Fernando Alonso i Rafael Nadal. Tot i així el seguiment és majoritàriament per TV. El Bàsquet és el segon esport en venda d'entrades per als partits i el quart en nombre de seguidors, en part, gràcies a l'empenta que va suposar l'aparició de Pau Gasol.

7. EL MOTOCICLISME PROFESSIONAL

El motociclisme és el conjunt d'esports relacionats amb les curses de motocicletes en qualsevol de les seves varietats o categories. La FIM (*Fédération Internationale de Motocyclisme*) n'és l'organisme internacional regulador. Hi ha moltes modalitats del motociclisme que es practiquen en tota mena de terrenys, ja siguin a l'aire lliure o en espais tancats, per bé que les més conegudes són les que es desenvolupen sobre superfícies pavimentades, anomenades genèricament "motociclisme de carretera". Normalment, les curses s'efectuen entre motocicletes d'una potència similar.

Actualment, el motociclisme és un esport que compta amb bon nombre de practicants i seguidors arreu del món. Les retransmissions dels Grans Premis del mundial de velocitat obtenen audiències televisives importants i hi ha força esdeveniments que apleguen gran quantitat de públic, com ara els 300.000 espectadors que assisteixen anualment a l'Enduro de Le Touquet, al Gran Premi del País Valencià o al Gran Premi dels Països Baixos (el *Dutch TT* d'Assen). Altres curses, com ara el Gran Premi de Catalunya, n'arriben a aplegar vora 150.000.

7.1 MODALITATS PRINCIPALS

A grans trets, el motociclisme es pot dividir en tres modalitats principals, cadascuna amb les seves disciplines:

MOTOCICLISME DE CARRETERA

Es caracteritza per desenvolupar-se sobre asfalt, ja sigui en circuit tancat o carretera oberta.

Les principals disciplines de carretera són:

- **Motociclisme de velocitat**

És la disciplina més coneguda del motociclisme, consistent en curses de velocitat disputades en un autòdrom. El seu màxim exponent és el Campionat del Món de Motociclisme de velocitat (MotoGP), dividit actualment en tres categories en funció de la fórmula dels motors de les motocicletes que hi participen:

- **MotoGP**, la categoria "reina" del motociclisme, successora de l'antiga cilindrada dels 500cc
- **Moto2**, successora de l'antiga cilindrada dels 250cc
- **Moto3**, successora de l'antiga cilindrada dels 125cc

A banda, hi ha altres categories diferenciades:

- **Superbike.** S'hi corre amb motos derivades de models de sèrie, permetent-se'n una preparació tecnològica important. La màxima competició internacional n'és el Campionat del Món de Superbike, abreujat *SBK*.
- **Supersport.** Igual com passa amb les Superbike, són motos derivades de models de sèrie, però la millora tecnològica hi és més restringida. Això fa que les motos que hi participen siguin molt properes als models de sèrie.

- **Sidecar** (3). És idèntic a l'anterior, amb la diferència que les motocicletes que hi prenen part duen incorporat un sidecar. La màxima competició internacional n'és el Campionat del Món de sidecars.

- **Resistència**

Variante del motociclisme de velocitat destinada a provar la durabilitat de les motocicletes i la resistència física dels participants. En aquesta mena de competicions, equips formats per dos o més pilots han de cobrir una gran distància en una sola cursa, tot alternant-se en la conducció d'una única motocicleta. Curses famoses d'aquesta disciplina són el *Bol d'Or* o les antigues *24 Hores de Montjuïc*.

- **Pujada de muntanya**

Curses de velocitat contra rellotge en carretera de muntanya. Consisteixen en una cursa de curta durada en què els participants han de cobrir en el mínim temps possible un recorregut en pendent ascendent fins a la línia d'arribada.

- **Cursa d'acceleració**

En anglès: *Drag race* o *Sprint*, són unes proves d'acceleració en recta asfaltada. En elles, s'enfronten dues motocicletes especials ("vehICLES d'acceleració", en anglès: *Dragsters*) que han de recórrer una distància d'uns 400 m en línia recta.

MOTOCICLISME EN PISTA

Es tracta de curses de velocitat disputades sobre una pista ovalada que pot ser de diverses superfícies com ara terra, herba, gel i d'altres, i que es recorre en sentit invers al sentit horari. El desenvolupament de les curses recorda a les curses de cavalls en hipòdroms.

3. Sidecar: m. [SP] [TRG] Caixa muntada sobre un bastiment proveït d'una roda lateral i amb un o dos seients que, fixada a un dels costats d'una motocicleta, permet d'augmentar-ne la capacitat.

Les principals disciplines de pista són:

- **Speedway**

La més coneguda. En aquesta modalitat, quatre (de vegades, fins a sis) pilots competeixen en curses de quatre voltes a una pista ovalada plana, generalment de terra o de pissarra poc compacta. Els competidors hi fan lliscar les seves motos de costat, amb derrapades controlades en els revolts. Hi ha també una modalitat amb sidecar.

- **Grasstrack**

Idèntic a l'Speedway però sobre una pista coberta d'herba. Les primeres curses de Grasstrack es van córrer al Regne Unit a començament dels anys 20. Hi ha també una modalitat amb sidecar, com en Speedway.

- **Long Track**

Molt similar a l'Speedway però se'n diferencia per disputar-se en pistes de 1.000 metres, cosa que fa que les velocitats que s'agafen siguin molt més altes. Les curses són normalment de sis corredors, tot i que de vegades se'n fan de vuit.

- **Flat Track**

Sobre pista de terra, no necessàriament ovalada. Molt popular als EUA d'on és originari, és similar al Speedway europeu per bé que les curses es corren a més velocitat i presenten força peculiaritats. Se'l coneix també com a *Dirt Track* ("pista de terra"). Les pistes que fan menys de 3/8 parts de milla són considerades curtes o *Short Track*.

- **Ice Speedway**

Conegut també com a *Ice Racing*. Són curses disputades sobre una pista de gel ovalada d'entre 260 i 425 m de longitud. L'*Ice Racing* és l'equivalent de l'Speedway sobre gel: l'estructura de la cursa i la puntuació és similar a la

d'aquella altra disciplina. Les motos van equipades amb pneumàtics de claus per tal d'adherir-se a la superfície glaçada.

MOTOCICLISME FORA D'ASFALT

Conegut també com a *Fora carretera* o *Off road*, es caracteritza per desenvolupar-se sobre tot tipus de terreny natural, no asfaltat, ja sigui en circuit tancat o camp a través.

Les principals disciplines fora d'asfalt són:

- **Motocròs**

És la modalitat més espectacular del motociclisme fora d'asfalt. Es tracta d'una cursa de velocitat en un circuit tancat, sobre una pista de terra amb terreny accidentat amb sots, pendents, salts, revolts i obstacles diversos com ara fang, sorra, tolls o pols. Tots els participants prenen la sortida a l'hora i guanya qui cobreix primer el nombre de voltes establert. Del motocròs se n'han derivat altres disciplines:

- **Sidecarcross.** Es diferencia del motocròs pel fet que les motocicletes que s'hi fan servir han de dur incorporat un sidecar. És, doncs, un esport que es practica en parella (conductor i passatger) en comptes d'individualment com el motocròs clàssic.
- **Supercross.** La diferència amb el motocròs és que en aquesta modalitat els circuits són artificials, instal·lats en recintes *indoor* (tancats), ja sigui sota sostre (en un pavelló poliesportiu, per exemple) o a l'aire lliure (sovint, al mig d'un autòdrom).
- **Freestyle Motocross,** esport extrem de risc consistent a fer tota mena d'acrobàcies a l'aire mentre se salta amb una motocicleta de motocròs.
- **Supermotard o Supermoto,** espècie de barreja entre el motocròs i l'asfalt. Les motocicletes són de motocròs però amb diverses modificacions, especialment pel que fa a les rodes.
- **Curses a la platja.** Són molt populars als Països Baixos, Bèlgica i al nord de França, i consisteixen en curses de motocròs per platges amb molta sorra i dunes. El paradigma n'és l'Enduro de *Le Touquet*.

- **Trial**

Disciplina consistent a superar trams difícils a camp obert amb els menors errors de pilotatge possibles. El pilot ha de passar per unes zones delimitades (que presenten dificultats com ara roques, fang, aigua, esglaons i altres) sense ajudar-se amb els peus ni amb cap part del cos. En cas de recolzar els peus a terra, caure o incórrer en alguna altra falta establerta, el participant rep una penalització. Qui guanya és qui menys n'hagi obtingut al final de la prova, amb la qual cosa es tracta d'una prova d'habilitat en la qual no compta la velocitat, però sí hi ha un temps establert. Originada al Regne Unit a començament de segle XX, és una de les modalitats de motociclisme més antigues. Se n'han derivat dues modalitats:

- **Trial Indoor.** La diferència amb el trial clàssic (anomenat també *outdoor* per a diferenciar-lo de l'Indoor) és que en aquesta modalitat les dificultats són artificials, instal·lades en recintes tancats, normalment sota sostre (en un pavelló poliesportiu), però de vegades a l'aire lliure (en un camp de futbol, per exemple).
- **Sidecartrial o Sidetrial.** Es diferencia del trial clàssic pel fet que les motocicletes que s'hi fan servir han de dur incorporat un sidecar.

- **Enduro**

És probablement la modalitat més dura físicament del motociclisme. En essència, és una mena de ral·li per camins de muntanya i fora d'asfalt (tot i que pot recórrer també trams de carretera i fins i tot carrers urbans). Els pilots surten en tandes de dos o més a l'hora i han de completar el recorregut (que pot ser de 100 quilòmetres o més) en un temps estrictament predefinit, amb controls de pas on han de fitxar just al minut indicat, rebent penalització tant si hi arriben tard com abans d'hora. Els desempats entre els participants es resolen en els trams cronometrats que es distribueixen pel recorregut, on el pilot ha d'obtenir-hi el millor temps possible. Darrerament, de l'enduro se n'ha derivat també una sèrie de modalitats:

- **Hare Scramble,** una mena de cursa intensa d'enduro per zones boscoses en què el guanyador és qui hi manté la mitjana de velocitat més elevada.
- **Hare and Hound,** semblant al Hare Scramble però de menor intensitat.

- **Cross Country**, una mena de cursa reduïda d'enduro, amb especial èmfasi en les proves especials cronometrades.
- **Enduro Extrem**, proves a mig camí de l'enduro i el motocròs, de duresa extrema. Un exemple en seria l'*ErzbergRodeo* d'Àustria.
- **Enduro Indoor**, també anomenat *Endurocross* o *Superenduro*. És l'equivalent del Supercross pel que fa a l'enduro: una prova en espai tancat (sovint en pavellons poliesportius), amb obstacles artificials.
- **Resistència TT**. Curses idèntiques en el seu plantejament a les de resistència sobre asfalt, només que disputades en circuits fora d'asfalt (sovint fent-ne servir algun de motocròs).

- **Ral·li raid**

Conegut també com a *Ral·li cross country* (o, simplement, *Raid*) és una disciplina consistent en una cursa de llarga distància per tot tipus de terreny seguint un itinerari establert prèviament per l'organització. Un *Raid* acostuma a durar de 3 a 15 dies, en el decurs de cadascun dels quals es poden arribar a recórrer centenars de quilòmetres. La prova més coneguda n'és el Ral·li Dakar. Hi ha una modalitat relacionada amb aquesta:

- **Curses pel desert**. Es diferencien del *Ral·li raid* pel fet de ser de curta durada (un o, a tot estirar, dos dies) i no tenir etapes. Cal recórrer una llarga distància pel desert però no és una cursa contrarellotge, només de velocitat: els pilots surten alhora i guanya qui arribi abans. La més coneguda és la *Baja 1000*, que discorre pel desert de la Baixa Califòrnia.

- **Hillclimb**

En aquesta disciplina el participant s'enfronta a una pujada sense asfaltar de gran dificultat (sovint més del 45% de desnivell) o considerada intransitable. L'objectiu és arribar al cim com més aviat millor (o bé pujar tan amunt com es pugui) sense caure ni descavalcar de la motocicleta.

- **Curses sobre gel**

Entenent com a tals, no aquelles ja descrites a l'apartat d'*Ice Speedway*, sinó curses de velocitat sobre superfícies glaçades, molt populars als països escandinaus. Es disputen normalment amb motocicletes de motocròs (les quals poden dur o no pneumàtics equipats amb claus) i de vegades se'n fan també amb sidecars.

7.2 ESPORTS DERIVATS DEL MOTOCICLISME

El motociclisme ha originat diversos esports que es practiquen amb altres mitjans de transport. Entre altres, cal esmentar els següents:

- **Esports derivats del Motocròs:**

- BMX, curses anàlogues a les de motocròs, en bicicleta.
- Autocròs, curses anàlogues a les de motocròs, en automòbil.
- Es fan també curses similars al motocròs amb quads i amb motos de neu.
- Hi ha també espectacles similars als de *Freestyle Motocross* realitzats amb bicicletes i amb motos de neu.

- **Esports derivats del Trial:**

- Bicitrial, proves d'habilitat anàlogues al trial, en bicicleta.
- Auto-Trial, proves d'habilitat similars al trial, amb automòbils 4x4.
- Truck-Trial (també anomenat LKW-Trial), proves d'habilitat similars al trial, amb camions de gran tonatge.

Treball de recerca: part pràctica

- Explicació de la feina dels periodistes en cadascun dels mitjans:
 - Televisió: edició de les notícies.
 - Preparació d'un programa (Motor A Fons)
 - Ràdio: edició de les notícies amb la seva respectiva estructura
 - Control d'àudio
 - Informatius de motor a La Veu de Navàs
 - Premsa escrita:
 - Revista. Com editar una revista.
 - Premsa digital:
 - El bloc
- Les influències dels mitjans de comunicació al motociclisme professional

INCIDÈNCIA DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ AL MOTOCICLISME PROFESSIONAL

1. EL DESENVOLUPAMENT DEL TREBALL D'UN PERIODISTA EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Cada periodista en el seu àmbit i en el seu mitjà de comunicació té una funció determinada segons sobre allò que vol informar i com ho vol fer. Cada mitjà de comunicació és un món diferent, els més habituals serien: la televisió, la ràdio, la premsa escrita i internet, i a cadascun d'ells es treballa d'una manera diferent.

A cada mitjà trobarem diferents formes de fer periodisme a través de diverses feines, tot i que la majoria de mitjans tenen un redactor, un reporter, un presentador, un directiu, un mediador, un assessor... tots amb una mateixa finalitat: informar al públic i a la societat.

Si ens centrem a cada mitjà de comunicació veurem les diferències entre ells.

1.1. LA TELEVISIÓ

La televisió, coneguda com a TV, és un sistema de telecomunicació per a l'emissió i per a la recepció de sons i d'imatges en moviment a distància. La televisió se sol veure per un aparell anomenat televisor, i és a través d'aquest mecanisme per on percebem el resultat d'hores de feina de periodistes que treballen darrere seu.

La televisió és probablement el mitjà més complex a l'hora de parlar del motociclisme, ja que és a través del qual en podem veure les imatges, els sons, les entrevistes als pilots, els reportatges sobre circuits o pilots mateixos, etc. Per tant, cal destacar la dificultat de la feina de cadascun dels membres del mitjà i la responsabilitat sobre aquesta, ja que la televisió és un mitjà que percep tothom i ha de mostrar educació, respecte i ha de ser un mitjà model. A més a més, és el mitjà que més influeix en l'àmbit del motociclisme i és una gran ajuda que tenen els pilots per buscar patrocinadors.

A Catalunya, la televisió encarregada de transmetre notícies sobre motos és TV3 (Televisió de Catalunya) i especialment el seu canal Esport 3, dedicat als esports en general, on trobem un apartat de motor on apareixen les notícies de motos anomenat "Motor a Fons".

A Espanya la cadena que es sol encarregar de transmetre els grans premis, sobretot els de Moto3, Moto2 i MotoGP és Telecinco, amb el seu canal Energy. Tot i que aquest canal és "novell" en motociclisme, fins l'any passat qui duia a terme la informació de les motos era la televisió pública TV1 i el seu canal Teledeporte.

Normalment, els periodistes abans de començar amb el procés de redacció, producció i edició de les notícies solen elaborar el que anomenen una escaleta, que vindria a ser un guió en què apareixen tots els temes que es tractarà al programa, en ordre cronològic i indicant el temps que ha de durar la notícia ja que el càlcul del temps és indispensable i la notícia no pot durar ni més ni menys del temps previst.

Els periodistes que treballen per a què nosaltres estiguem informats es poden dividir en diferents àrees importants:

- **Redacció:**

L'àrea de creació és la Redacció, on s'enquadra el treball dels periodistes i a la qual l'empresa ha assignat la funció d'elaborar i redactar la informació de tal manera que arribi fàcilment a un públic determinat, amb un llenguatge estàndard, i tracten de preparar aquesta informació per a la seva edició o emissió. En el motociclisme són els que redacten el guió, l'ordre del dia i les notícies que més tard seran explicades a un públic determinat. En aquestes notícies apareixerien els pilots més destacats de cada categoria, a la televisió sobretot destaquen el motociclisme de velocitat, ja que és el que més públic atrau. Normalment se solen redactar i esmentar la classificació dels pilots i els seus resultats, amb les opinions del pilot corresponent i alguna opinió d'un personatge de cert prestigi social.

La redacció és una tasca conjunta, la qualitat dependrà sempre de la capacitat de coordinació i direcció dels seus caps, que han de ser capaços de trobar el punt d'equilibri entre individualitat, originalitat i talent, i, d'altra banda, les exigències de la normalització per donar-li unitat i coherència al medi.

Segons l'èxit del programa, la seva funció i la seva importància, la realització de la notícia l'elaboraran una quantitat de periodistes determinada, tot i que no hi ha un nombre establert.

La Redacció està organitzada piramidalment, amb el director com a cap i els redactors a la base, ocupant les posicions intermèdies els subdirectors, redactors en cap i caps de secció, per aquest ordre, de dalt a baix.

- **Producció i realització:**

En l'àrea de producció el periodista s'ha de saber moure entre complexos programes informàtics que li permetran produir la notícia a través d'imatges. Aquesta àrea és una part molt important i destacada en el motociclisme ja que el que apareix bàsicament són imatges de curses, pilots, guardons...

El procés de producció de notícies a la televisió és complex, ja que hi intervenen diversos aparells de captació, tractament i emmagatzematge d'imatges. Així doncs, el periodista ha de conèixer perfectament els recursos i possibilitats i en molts casos fins i tot gestionar-los personalment.

Cada notícia és diferent i requereix una producció específica, de manera que les rutines del treball informatiu són més difícils d'establir que en altres mitjans.

En tot cas, es distingeixen tres àrees o etapes diferents per afirmar que una notícia ha estat produïda:

- **Preproducció:** s'organitza, es planifica i es prenen decisions sobre la jerarquització de les notícies, la dotació dels equips, la manera de cobertura, l'establiment d'una xarxa de fonts pròpies, la utilització del material d'agències, l'organització de la documentació... Resulta evident, doncs, que aquesta fase condiona les altres i que a la vegada està condicionada pels recursos econòmics, materials i personals de què disposi l'emissora. En aquesta primera etapa de la producció és on es duu a terme l'escaleta i se segueixen totes les seves parts al peu de la lletra.

- **Producció:** aquesta etapa abasta la recopilació, el registre i la gravació de les notícies i la cobertura d'aquestes en un estudi o exteriors. En el programa "Motor a fons" de TV3 apareixen gravacions a plató i gravacions en directe, que solen ser entrevistes o opinions de personatges cèlebres.

Es recull la informació en funció de la concepció que es tingui de les notícies a cobrir i dels mitjans de què es disposi per a això. Excepte en el cas de les transmissions en directe, com és, en la major part, en el cas del motociclisme, que en aquesta situació les informacions es graven amb càmeres i micròfons i després se sotmeten a processos de postproducció. Les retransmissions de les curses són sempre en directe, però preparades per ser retransmeses en diversos horaris ja que no a tots els tipus de motociclisme se'ls dona la mateixa importància.

Una part dels programes informatius es fa a l'estudi. En els telenotícies, és a l'estudi on es fa la presentació, es graven algunes entrevistes o es fa la informació meteorològica i esportiva. Al plató, les càmeres estan equipades amb *teleprompters*, uns aparells inclosos sota la càmera que a través del reflex d'una pantalla faciliten al presentador la lectura dels textos sense haver de desviar la mirada de la càmera.

La producció de programes informatius en exteriors permet la cobertura d'esdeveniments en temps real. Llevat de grans assumptes que requereixin un desplegament molt complex (la transmissió d'unes Olimpíades, per exemple), la tendència és la d'utilitzar equips lleugers amb poc personal amb gairebé tots

els mitjans de què disposaria a l'emissora, com seria per exemple una retransmissió de Trial Indoor al Palau Sant Jordi o una cursa de Superbikes, entre d'altres. Per programes informatius més complicats, com les retransmissions esportives de MotoGP, s'utilitzen unitats mòbils pesades, de cinc a vuit càmeres, equips de gravació i muntatge, enllaços per radiofreqüència amb helicòpters o motos des de la unitat mòbil i transmissió del senyal via satèl·lit fins l'emissora.

Dins del procés de producció hi trobem diverses funcions:

- Operador de so: se sol situar en una cabina a part de la resta de l'equip de producció i s'encarrega de tot el que es refereix al so del programa: comprovar el funcionament correcte dels micròfons, assegurar el so correcte en vídeos i capçaleres, etc.

- Titulador: és l'operador que maneja l'ordinador i la seva funció és "picar" o transcriure els rètols que hagin de ser emprats en el programa: nom de les persones que apareixen a les notícies, noms dels presentadors, etc .

- Control de càmeres CCU: és una cabina a part de la resta de l'equip amb una sèrie de monitors corresponents a les diferents càmeres utilitzades. El CCU controla per control remot diverses funcions de la càmera (diafragma, balanç de blancs, balanç de negres...).

- Il·luminador: s'encarrega d'il·luminar l'entorn per tal que els diferents sets que s'utilitzaran mostrin condicions de llum òptimes per a la gravació. La major part del seu treball la realitzen a les proves anteriors a l'emissió o enregistrament. Un cop determinada l'estructura, es grava en un suport informàtic. D'aquesta manera, durant el programa la seva única tasca és comprovar que tots els dispositius funcionen correctament i d'acord amb les ordres preestablertes.

- Mesclador: executa les ordres del realitzador: passa el senyal d'una càmera a una altra. Aquest operador disposa de dos monitors: el de previ, on apareix la imatge que es disposa a punxar, i el de programa.

- Realitzador: és el coordinador del programa, el que decideix quines imatges es punxen i revisa el funcionament correcte de la tasca de la resta d'operadors de l'equip. S'ocupa tant de l'aspecte visual com del contingut del programa.

- Ajudant de realització: aquest operador sempre prevé i anticipa tot el que passa a plató gràcies a l'escaleta. Hi ha la possibilitat que el realitzador faci la

funció d'ajudant de realització. La seva tasca consisteix en prevenir els canvis de set, passos a publicitat, control dels temps...

- Operador de vídeo: és l'encarregat del control de la torre VTR, de llançament de vídeos i la gravació en general.

- **Edició**: En l'edició es munten les informacions, per això cal tenir una idea clara de les imatges amb què es compta, havent visionat prèviament el gravat i les imatges sol·licitades d'arxiu. Podríem elevar l'edició a un dels punts més importants darrere de les càmeres, ja que són els encarregats de dirigir i guiar les altres àrees perquè es creï una harmonia entre totes i el resultat sigui notable.

Com que el ritme és diferent per a cada gènere, més ràpid en notícies i més lent en reportatges per exemple, han de saber conjugar elements com la durada dels plans, la longitud del text, etc. Respecte a l'estructura, els plànols, la música, el so i els textos s'han d'agrupar en seqüències coherents que responguin a un estímul comú. No s'han de produir salts cronològics ni s'ha de trencar la continuïtat, que és la base de l'edició. Per això, cal no fer canvis bruscos en la qualitat de les imatges, en les característiques meteorològiques de les mateixes, en l'aparença dels personatges, al so o al moviment.

És sempre convenient respectar el so original, encara que després s'hagi de traduir les declaracions. És important també modificar el so ambient sense talls, especialment si es tracta d'una informació o d'un reportatge on hi hagi un tema musical de fons com per exemple el soroll del motor de les motocicletes que s'ha de tenir molt en compte, ja que és un fet important i cal destacar que agrada al públic però no amb abundància.

- **Postproducció**: La postproducció és la fase de la selecció i tractament definitiu de les imatges i sons seleccionats per a la seva emissió. És en aquest moment quan s'incorporen els textos i es vinculen les imatges i els sons procedents d'altres fonts, així com els efectes generats per ordinador, títols, rètols, músiques, sons d'ambient, etc.

La digitalització s'ha incorporat a la postproducció aportant la possibilitat d'incorporar capçaleres en dues o tres dimensions, gràfics, mapes, animacions,

efectes visuals i sonors i escenaris virtuals (aquests últims bastant habituals en els darrers anys de Motor A Fons).

Quan falten imatges o cal relatar fets abstractes de difícil explicació, es poden utilitzar recursos com mapes, esquemes, barres o gràfics de diversos tipus, fet habitual quan s'explica el funcionament d'un motor d'una motocicleta o d'alguna de les seves parts més abstractes. És convenient no abusar d'aquests recursos i menys encara de la seva permanència en pantalla perquè en ser estàtics no atreuen l'atenció de l'espectador. Si el gràfic ha de romandre poc temps a la pantalla i va acompanyat de la veu del redactor ha d'anar sense música, llevat que el salt amb el so d'ambient anterior i posterior siguin molt bruscs. Si van amb música, aquesta no ha de ser molt cridanera, alta o ràpida, perquè distreu.

És important que els gràfics, dibuixos o plànols no estiguin sobrecarregats ni visualment ni en quantitat d'informació, perquè despisten més que aclareixen.

- **Integració en l'emissió:**

L'etapa final és la de la integració de les imatges i els sons en les emissions, és a dir, el pas de la notícia al programa i d'aquest a la graella d'emissió.

Les notícies s'integren en els programes generalment agrupades en blocs i ressenyades en el guió minutat, en què apareix l'ordenament de les informacions, la durada prevista de cadascuna, les seves peculiaritats tècniques, el tema que aborda, la intervenció dels presentadors, la introducció de ràfegues o cortinetes de separació de blocs i qualsevol altra dada que es consideri d'interès tant pel presentador com pel realitzador.

Els programes, al seu torn, tenen el seu lloc en el conjunt de l'emissió, influïent en el seu horari, els programes anterior i posterior i els talls publicitaris previstos.

Tots els programes, en directe o gravats, informatius o no, han de passar pel control central (on es reben i commuten tots els senyals de totes les fonts possibles) i el control de continuïtat (que organitza i vigila que es compleixi el guió d'emissions). A partir d'aquest punt comença el procés d'emissió.

1.1.1 Preparació d'un programa de Motor A Fons a TV3

"Motor a fons" és un programa que es presenta cada diumenge a TV3, des del canal Esport3 d'aquesta cadena i cada setmana des d'un lloc diferent. Allà on passen coses relacionades amb el motor de competició hi serà "Motor a fons". El programa i el seu presentador trepitgen els circuits i són molt a prop de les competicions internacionals, domèstiques i dels pilots de casa nostra. Té un format molt més dinàmic que ens permet viure més intensament la gran activitat que hi ha al nostre país relacionada amb el món del motor.

L'equip de Motor a Fons és el següent:

Direcció i edició: Francesc Latorre

Redacció: Laia Ferrer, Xavier Guillén i Francesc Rosés

Realització: Marc Serra

Producció: Lourdes Aixersch

L'equip se sol reunir cada principi de setmana, on parlen del temari que es treballarà a la setmana següent, posen punts en comú i realitzen l'escaleta, que vindria a ser una espècie de resum que marca la pauta del que serà el guió, i és molt definitiva respecte el resultat final, és a dir, l'escaleta s'ha de seguir al peu de la lletra. Aquí en tenim un exemple:

Num	R	V	Títol	Font	Camer	Cond	Audio	Redacto	Observacions	Edicio	OKL	Hora	Durada
0	?	?	MOTOR A FONTS 23-SETEMBRE 2012										
1	?	?	CARETA MAF	BVU			EST					0:00:00	0:00
1/1	?	?	CLIP BENVINGUTS	BV			EST	MARC				0:00:00	0:20
2	?	?	LAIA SALUTACIO I DP CURSA EN UN MINUT	BVU			EST		"en un minut"			0:01:20	0:00
3	?	?	LA CURSA EN UN MINUT	BVU								0:01:39	0:00
4	?	?	LAIA I MERLOS DESTACATS GP SINGAPUR	BVU								0:02:39	1:00
5	?	?	INSERTS PROTAGONISTES SINGAPUR	BVU								0:02:39	5:00
5/1	?	?	CLIP: "AGITAT, NO REMENAT"	BV	TALL		EST	MARC	(parida Sansa)			0:07:39	1:30
6	?	?	LAIA DP LAIA SANZ CAMPIONA MON	BVU			EST		"com li ha anat"			0:09:09	1:29
7	?	?	MUSICALET LAIA SANZ	BVU								0:10:38	0:00
8	?	?	TRIAL SUISSA	BVU					joan			0:11:05	0:50
9	?	?	LAIA DP DUATLO	BVU			EST		"anem a veure-ho"			0:13:58	0:00
11	?	?	DUATLO ACCESSIBLE NANI ROMA	BVU					GUILLE			0:13:58	0:15
12	?	?	LAIA DP REPORTATGE PEPE ORIOLA	BVU			EST		"El seu cotxe"			0:14:13	5:43
13	?	?	REPORTATGE PEPE ORIOLA	BVU								0:19:56	0:00
14	?	?	LAIA DP DRIFT CASTELLOLI	BVU			EST		"com va anar"			0:20:15	3:30
15	?	?	DRIFT CASTELLOLI	BVU								0:23:45	0:00
16	?	?	LAIA COMIAT I DP NEXT WEEK	BVU			EST		"Salut i benzina"			0:23:45	0:24
17	?	?	NEXT WEEK	BVU			EST					0:24:09	1:45
	?	?	*****									0:25:54	0:00
	?	?	TOP 3 MOTOR A FONTS 23 SET	BVU								0:25:54	0:25
	?	?	PROMO MAF 23 SETEMBRE	BVU								0:26:19	0:32
	?	?										0:26:51	0:00
	?	?										0:26:51	0:00
	?	?										0:26:51	0:32
	?	?										0:27:23	0:26

Fig.1 Escaleta de Motor a Fons

Com podem veure a l'escaleta se'ns mostren els apartats que es tractaran, la persona que els tractarà, els redactarà i els realitzarà i editarà. Una pauta molt important que s'ha de seguir és la durada (la veiem exposada a la dreta del quadre) ja que el programa té uns certs minuts establerts que no podrà canviar. Un cop s'estableix l'escaleta, aquesta es comença a seguir i l'equip comença a treballar. Primer miren la durada del programa, en aquest cas 30 minuts, la duració de cada apartat i així el comencen a muntar, cadascú aplicant la seva feina: hi haurà una taula de treball per a cada part de l'equip. Hi trobem primer la taula de redacció amb Laia Ferrer, Xavier Guillén i Francesc Rosés, aquests s'encarreguen de buscar les notícies i redactar-les. Molts cops, sobretot la Laia Ferrer i el Francesc Rosés es troben a principi de setmana treballant en aquesta taula, tot i que llavors cobreixen la f1 a final de setmana i la feina la realitzen a les sales de premsa dels circuits. Llavors trobem la taula de producció on hi treballa la Lourdes Aixersch, que és la persona que recopila les imatges, les gravacions, les entrevistes... i les munta, per tant, ha de saber molt bé de què tracten els temes i tenir molt ben controlades les imatges que hi són presents. A la tercera taula hi treballa el Marc Serra amb la realització. És el coordinador del programa, el que decideix quines imatges apareixeran a la pantalla i revisa el funcionament correcte de la tasca de la resta d'operadors de l'equip. S'ocupa tant de l'aspecte visual com del contingut del programa. I per últim, al fons hi resideix la taula d'edició, la taula on hi trobem el personatge més important, que és el que dirigeix l'equip i s'ocupa del bon funcionament d'aquest, i aquí hi trobaríem a Francesc Latorre.

Cal dir també que al ser un equip petit, la funció de cada component del grup pot variar, molts cops el realitzador o l'editor poden ajudar en la tasca de redacció i recerca de la informació gràcies als contactes de cadascun.

Normalment aquest programa té tres presentadors fixos. Aquests són el Francesc Latorre, la Laia Ferrer i el Francesc Rosés, tot i que molts cops també n'hi participen d'altres, de vegades com a convidats.

Actualment l'equip de Motor a Fons treballa amb programes d'ordinador molt moderns i professionals com, per exemple, el programa AVID, i tot el que munten es controla a través d'ordinadors, tot és treballat mitjançant els ordinadors que són una peça clau en la seva feina. Abans, en comptes

d'utilitzar ordinadors, ho feien amb cintes de vídeo i era un procés molt més lent, però, gràcies a l'avanç tecnològic, la seva feina es veu facilitada per aquestes màquines.

Si han de fer presència al Plató utilitzen els *teleprompters*, que són unes màquines que els ajuden a llegir la informació a través d'una pantalla, tot i que en el programa Motor a Fons no sol passar, ja que els presentadors es traslladen als llocs i no s'emporten els *teleprompter*, sinó que ho fan amb petits resums i guions que porten a la mà.

A partir de tota aquesta feina veiem reflectit l'objectiu de Motor a Fons: informar a l'espectador de les notícies més rellevants i actuals del món del motor.

Així doncs, veiem que la televisió és un mitjà molt important de difusió d'informació. Ho podem veure transmès en unes entrevistes a un pilot francès:

Entrevista a Louis Rossi, pilot francès de Moto3

- **Quel âge aviez vous lorsque vous avez commencé à être suivi par la télévision ?**

La première fois, c'était dans ma 18ème année, à l'occasion de mon premier Grand Prix au Portugal en 2007, sur la chaîne Eurosport. Mais à titre plus personnel, avec un sujet tourné autour de ma carrière, en 2010 avec une télévision régionale, j'avais donc 20 ans.

Depuis ce début d'année 2012, 23 ans aujourd'hui, j'ai pu décrocher mes premiers reportages sur les télévisions nationales. Les résultats aidant, nous avons beaucoup de sujets et de projets qui se mettent en place pour la fin de l'année.

- **Pensez vous que la télévision a influencé votre carrière ?**

En effet, je pense que oui. A partir du moment où les gens (sponsors, partenaires ou toute autre personne que l'on rencontre), savent que tu es passé à la télévision et que tu y passes encore, cela modifie beaucoup leur regard.

- **La télévision a t'elle influencé positivement ou négativement votre carrière ?**

Positivement, car elle m'a permis de mettre en avant mes sponsors, donc de

pouvoir les conserver d'année en année pour financer mes saisons.

Il y a aussi un autre aspect, c'est le fait que le public puisse suivre ma carrière, la télévision est un média très accessible qui offre un formidable rendu de notre sport qui est je pense vraiment spectaculaire.

- **Pensez vous que si moto GP n'avait pas été suivi par la télévision vous seriez si connu ?**

A un moment donné de ma carrière non, car je ne faisais pas partie des 5 premiers, et finalement que je soit 16ème ou 24ème, on ne me voyait pas beaucoup en tant que pilote.

Par contre depuis cette année, il est certain que la télévision contribue énormément à la notoriété de ma carrière; le fait d'accéder aux chaînes nationales permet de toucher énormément de gens en même temps.

- **En ce moment ils vous préparent à recevoir les médias, donc ils vous apprennent comment parler face aux médias ?**

A ce niveau, j'ai toujours été à l'aise avec le public, les sponsors et les médias, Je suis ce qu'ils appellent " un bon client". Je n'ai pas eu besoin d'un enseignement intensif, même si tous les conseils sont bons à prendre. Mais je pense que la première chose quand on s'exprime à la télé, c'est de ne pas vouloir être différent de ce que l'on est en réalité et de comprendre ce que l'on dit.

- **Dans votre pays le sport que vous pratiquez est il approuvé à l'heure actuelle ?**

De plus en plus: on le voit grâce à l'engouement du public face à la moto et au nombre croissant de spectateurs qui se déplacent au GP de France ! C'est un événement incroyable de part sa fréquentation.

Malgré tout il ne faut pas nier qu'il y ait parfois un a priori négatif sur la moto, de part le fait que ce soit un sport polluant et dangereux... mais les équipes et les pilotes doivent trouver des solutions pour être plus écologique et adoucir cette image.

- **Dans quels autres pays avez vous vu autant d'intérêt que motoGP ?**

L'Espagne est un modèle tout comme l'Italie. La Suisse, l'Allemagne, la

Belgique ne sont pas en reste. En Espagne la moto est un sport national diffusé sur les plus grandes chaînes nationales. Il serait bon qu'il en soit de même partout.

8. Est ce que c'est plus difficile pour vous de vous exprimer face à une caméra ?

Non, c'est parfois même plus facile de ne pas voir son interlocuteur...

9. Que pensez vous des journalistes du moment ? croyez vous que leur physique est plus pris en compte que l'expérience de ceux qui s'y connaissent en sport ?

Parfois oui, on peut voir de très belles journalistes (ce qui ne me déplaît pas...). De nos jours l'image compte beaucoup, parfois plus que les qualités techniques. Mais pour les journalistes que je cotoie, je n'ai pas à me plaindre, ce sont des gens très professionnels qui sont de très bon liens entre le public et nous.

10. Qu'est-ce que tu changerais de la télévision ?

Qu'en France, davantage de moto soit diffusée sur les chaînes gratuites,

Per tant, podem apreciar que a França, la televisió és un mitjà important i fins i tot influenciator. A més, els pilots estan contents amb la feina realitzada per aquest mitjà de transmissió de la informació. Aquestes dades afirmen que no tan sols a TV3 o televisions nacionals són seguides les notícies de motociclisme, sinó que també a d'altres països les motos són un esport important, sobretot a França. Com diu Louis Rossi, va començar a ser conegut gràcies a les notícies de motos de la televisió i els programes que les cadenes franceses dedicaven a aquest esport.

De totes maneres, el tema de la influència de la televisió en el motociclisme el veurem més endavant.

1.2 LA RÀDIO

Actualment els periodistes radiofònics han substituït els locutors en la presentació de la informació que prèviament han elaborat. Habitualment, però, els periodistes no tenen formació en tècniques de comunicació oral, per la qual cosa han de tenir presents aquestes indicacions:

- Llegir prèviament el text que després cal llegir davant del micròfon.
- No cridar, sinó utilitzar un to moderat.
- Parlar naturalment, sense afectació.
- Evitar ambigüitats i tòpics.
- Vocalitzar, per facilitar la claredat de la notícia.

Des del punt de vista de la Producció Periodística, les rutines de treball a la ràdio, un cop definida l'estructura, el format i el gènere del programa, i seguidament realitzada l'escaleta, s'agruparan en tres categories:

- **Redacció:** En principi, la Redacció s'ocupa només de la selecció dels temes, del seguiment i del tractament de la informació i de l'elaboració dels elements del guió (notícies, entradetes, reportatges, documentació, etc.), però en els programes informatius no és inusual que la Redacció s'ocupi també d'una tasca que és pròpia de l'equip de Producció, com la localització dels personatges que han d'intervenir en l'emissió i la gestió dels mitjans que s'utilitzaran.
- **Producció i realització:** és la realització material del programa de ràdio. La producció radiofònica té a veure amb el contingut, elements, disseny, etc., d'un programa de ràdio. I engloba des de la cabina de locució fins als ordinadors i locutors.
En les emissores de ràdio, la majoria dels programes compten amb el suport d'un cos de productors. Ells són els encarregats, per exemple, de concertar entrevistes, de contactar amb els tertulians, de buscar tota la documentació necessària per a l'emissió d'un reportatge, de preparar els temes musicals que formaran part de l'espai per al qual treballen, de seleccionar efectes sonors, etc. Aquest cos de professionals passa moltes vegades inadvertit, però sense la seva dedicació seria

pràcticament impossible l'emissió de molts dels productes que conformen l'oferta de les diferents emissores.

En funció de l'extensió del producte que es pretengui emetre, el procés de producció serà més o menys complex. De fet, no és el mateix produir un informatiu d'actualitat de 60 minuts de durada que una falca publicitària de 20 segons, com tampoc suposa la mateixa dedicació la preparació d'un magazine diari, que sempre segueix una estructura més o menys semblant, que la d'un reportatge radiofònic, per a la materialització caldrà, entre altres coses, una bona selecció de músiques, d'efectes sonors, de veus, així com la confecció d'un guió exhaustiu.

Com que l'esquema del programa pot canviar en poc temps per la incorporació o eliminació de notícies o personatges, sempre hi ha temes de reserva, elaborats prèviament per actuar com a comodins en cas de necessitat. La condició dels temes d'actualitat i la dels comodins depèn del concepte del programa, que pot ser d'actualitat immediata (assumptes ocorreguts immediatament abans de l'emissió) o d'actualitat sostinguda (el cicle de vida pot prolongar fins i tot a dos o tres dies).

Els tres formats més habituals en els programes informatius de ràdio que parlen de motor són: el butlletí informatiu, el diari parlat i l'entrevista. En els tres casos, el responsable és l'editor, que és qui dirigeix i coordina el procés d'elaboració.

El butlletí informatiu és un programa de curta durada que serveix per al seguiment continu de l'actualitat, que normalment inclou poques notícies sobre el motociclisme.

El diari parlat es basa en la immediatesa i la brevetat de les notícies, el cicle de vida sol ser d'hores (entre vuit i dotze). Seleccionats els continguts i suports amb els que es recolzaran (directe o gravat, connexió amb el lloc dels fets, amb

o sense testimoni,...), s'elabora el material necessari i s'escriu l'escaleta, el guió minutat amb indicacions per a la realització.

Els diaris parlats s'elaboren en molt poc temps i no incorporen informació que requereixi una producció complexa o lenta. Tot i això, solen incorporar informacions en gèneres amb grans possibilitats expressives, com l'entrevista o el reportatge, considerats com els més àgils i rics per anunciar fets per la ràdio. Els diaris parlats no solen anunciar informacions sobre el motociclisme, més aviat els utilitzen per a temes interessants per l'oient a nivell general, el motociclisme és un gènere molt específic que no és interessant per a tothom.

El que sí que sol ser abundant en una ràdio és l'entrevista radiofònica a algun pilot de motos, i s'ha de fer de manera que en el muntatge es puguin triar els aspectes que més interessin. Per això, és essencial:

- Que les preguntes siguin breus i clares.
- Que l'entrevistat parli més que l'entrevistador.
- Que hi hagi un espai de temps entre pregunta i resposta per facilitar el muntatge.

Moltes vegades en una ràdio també s'esdevenen carrusels esportius, en què es barregen el seguiment de la informació amb música, comentaris, entrevistes, connexions i publicitat, tot i que aquests carrusels solen ser més enfocats a l'esport del futbol, l'esport més seguit per a la població espanyola.

1.2.1 El control d'àudio

Podem definir la sala d'àudio com el lloc on es porta a terme la realització d'un programa de ràdio, ja sigui emès en directe o gravat. En aquesta cabina es controlen totes les fonts sonores que es generen en una emissió radiofònica.

Les dimensions físiques i la quantitat d'estudis de ràdio dedicats al control del so varien molt depenent de la naturalesa de l'emissora. En general, les grans empreses solen tenir diversos controls d'àudio des dels quals poden treballar simultàniament, fins i tot disposen de l'anomenat control central des d'on es

coordina l'emissió general de tota l'emissora. D'altra banda, les ràdios més modestes habitualment disposen només d'una o dues cabines de control.

Ara bé, sigui quina sigui la dimensió de l'emissora, totes necessitaran un equipament bàsic d'alta i de baixa freqüència per poder dur a terme les seves emissions. Els aparells tècnics, en la majoria dels casos, es troben dins o molt a prop del control d'àudio.

L'equip bàsic de baixa freqüència que podem trobar en una cabina de control de ràdio és el següent: taula de mescles o mesclador, giradiscs o plats, reproductors-gravadors de discos compactes, magnetòfons de casset, auriculars, micròfons, sintonitzador, monitors o altaveus i amplificador, caixes de connexions i un o dos ordinadors que incorporin un programari especialitzat en àudio professional que permeti treballar la producció, emissió i gestió d'una emissora de forma automatitzada.

La taula de mescles és un dels eixos imprescindible per dur a terme una realització i emissió radiofònica. A través d'aquest aparell passen totes les fonts de so que es generen en els estudis de ràdio provinents de micròfons, giradiscs, CD, etc. La taula regula l'emissió i gravació del so, afegeix efectes, barreja la música amb la música i la música amb la paraula, o la veu d'un locutor amb la d'un altre locutor. En definitiva, podríem considerar l'equip mesclador com el cor de l'estudi d'àudio.

Habitualment les taules mescladores solen tenir tres tipus de circuits: els de programa (utilitzats per controlar les diferents fonts de so a través de regletes individuals de volum amb comandaments lliscants), els de monitoratge (necessaris per mesurar i escoltar les diferents fonts sonores de forma individual i, al seu torn, barrejades en la seva etapa final) i els circuits de control (necessaris per establir comunicacions internes i externes).

No és, en principi, un equip difícil de gestionar. Ara bé, requereix un alt nivell de concentració per al seu correcte i òptim funcionament.

Sense cap dubte la incorporació de la informàtica ha revolucionat el món de la ràdio. Des que els ordinadors van irrompre els estudis de control d'àudio podem assegurar que hi ha un abans i un després en la gestió de l'àudio radiofònic.

Els programes informàtics dissenyats per a les emissores de ràdio permeten gravar i manipular el so, reproduir de forma automàtica so prèviament gravat, controlar l'emissió en directe, pautar i seleccionar una emissió musical, gestionar la discoteca d'una ràdio i fins i tot realitzar el control i la gestió publicitària.

L'aspecte més revolucionari de la incorporació dels ordinadors a la ràdio ha estat el fet de poder arribar a automatitzar tota una emissió, aconseguint que funcioni sense la presència física d'una persona.

En resum, podem assegurar que els ordinadors i el seu paquet informàtic són un element imprescindible en la ràdio del segle XXI.

Els auriculars o cascs s'utilitzen perquè locutors i entrevistats puguin escoltar l'emissió d'una forma directa als pavellons auditius sense perill que es produeixin acoblaments sonors o distorsions quan els micròfons estan oberts, és a dir, en antena.

Els micròfons són els aparells que capten la veu de les persones i que permeten transformar l'energia acústica de la veu en energia elèctrica mantenint al màxim la proporcionalitat entre la intensitat del so captat i la tensió elèctrica de sortida.

El sintonitzador és imprescindible per poder copsar l'emissió real en el propi estudi de control.

Els monitors o altaveus s'instal·len per poder escoltar tot el que es genera a través de la taula de mescles, ja sigui so directe o gravat.

L'amplificador s'utilitza precisament per ampliar el senyal que prové de la taula central i que va cap als monitors.

Les caixes de connexions són molt útils per organitzar l'entramat de cables que té cada equip de baixa freqüència.

L'intercomunicador és un sistema d'intercomunicació entre el personal tècnic, del control de so, i els locutors de l'estudi d'àudio d'ús intern, és a dir, fora d'antena.



Fig. 2 Taula de mesclés de grans dimensions

1.2.2 Informatius de motor a La Veu de Navàs

La Veu de Navàs és l'emissora municipal de Navàs sintonitzada a la freqüència 107.9 FM. Aquesta emissora no emet programes a totes les hores del dia, tot i que sí en unes determinades hores i dies.

Els informatius de motor és un programa nou que funciona des de fa tres mesos aproximadament, i s'emet cada dissabte a les nou del vespre després dels informatius generals que ens transmeten les últimes notícies generals del municipi. Els informatius de motor són repetits l'endemà, seguits dels informatius generals, els diumenges a la 1 del migdia.

Els informatius del món de les dues rodes parlen sobre les últimes novetats del món del motociclisme professional durant aproximadament una mitja hora.

Com es fa un programa informatiu sobre el món del motor?

Primerament caldrà escriure un guió sobre els temes que es tractaran. Al ser una emissora municipal no es necessitarà realitzar una escaleta on resideixin els temps de cada apartat informatiu, ja que l'emissora no emet els programes durant la setmana, i per tant, només s'ha de buscar un petit espai al cap de setmana.

Al guió plasmarem la informació cercada a través de contactes del periodista, pàgines web oficials, revistes, diaris... El guió no hauria de tenir més de 9 pàgines de notícies ja que es pretén informar de forma generalitzada, tractant els temes més rellevants. Al guió apareixeran notícies dels diferents estils de motociclisme professional: motociclisme de velocitat, superbikes, freestyle, supermotard...

Un cop haguem donat forma al guió, caldrà afegir les entradetes (no gaire més extenses de dues línies) on resumirem i presentarem la notícia que es llegirà a continuació. Després de fer-ho, haurem de posar la benvinguda del programa, esmentant els temes que es tractaran a l'emissió i l'acomiadament del programa.

Un cop s'hagi produït el guió, aquest s'haurà de repartir entre els locutors, que s'aconsella que siguin més d'un perquè el programa no es faci pesat amb una sola veu. És interessant la presència de dues veus diferents que provoquin dinamisme i entreteniment.

Arribat a aquest punt, ja només en restarà la gravació dels informatius. En aquest cas parlarem d'un enregistrament del programa previ, no serà en directe, de manera que els errors podran ser eliminats a través de l'ordinador. Els informatius seran enregistrats a la cambra de so, on trobem els micròfons, els auriculars, els aparells que enregistren les dues veus. A la cambra de control, on resideix la taula de mesclades hi restarà un controlador de la taula.

Durant la gravació és molt important el silenci absolut exterior i interior, ja que un mínim soroll pot ser enregistrat, ja sigui el simple fet de girar la pàgina de la notícia. Aquesta haurà de ser llegida lentament, amb una vocalització perfecta i amb el to adequat.

Al ser una gravació prèvia, en el cas de succeir-se algun error de lectura de la notícia, el controlador de la taula de mescles anirà marcant els errors en una reproducció de les notícies, en un paper idèntic al dels locutors.

Un cop finalitzada la gravació, el controlador de la taula de mescles haurà de suprimir els errors i afegir la música dels informatius.

Al treballar en un ordinador, la seva tasca és molt menys complexa, anys enrere, s'enregistrava amb cintes, de manera que qualsevol error que es produís no podia ser suprimit i s'havia de tornar a gravar tota l'emissió.

A través de l'ordinador es deixa el programa preparat, i automàticament, després de ser programat a una hora determinada, aquest s'emetrà a través de la ràdio sense que cap persona hagi d'estar controlant la taula i entrant la gravació.

1.3PREMSA ESCRITA

El concepte “premsa escrita” es refereix a publicacions impreses que es diferencien en funció de la seva periodicitat, que pot ser diària (en aquest cas se sol anomenar diari), setmanal (setmanari o revista), mensual (aquest és el cas de moltes revistes especialitzades), o anual (anuari).

Existeix des de l'aparició de la impremta, va ser el primer mitjà de comunicació de masses i el vehicle original del periodisme. La premsa escrita té tres funcions destacades: informar, formar i entretenir.

El diari és el més conegut i és la publicació periòdica que presenta notícies (cròniques i reportatges) i articles d'opinió o literaris. Sol proporcionar informació diversa als seus lectors: meteorològica, borsària, d'oci o cultural de serveis públics, i de vegades inclou diversos tipus de passatemps i publicitat. Les edicions dominicals solen incloure diversos tipus de suplementos. De vegades, s'inclouen regals o diversos tipus de promocions comercials per incentivar la seva compra.

Els diaris generalistes es destinen al públic en general, per la qual cosa el seu estil és clar i concís, i el seu contingut molt variat, però sempre dividit en dues seccions generals: informació i opinió, dividides al seu torn en subseccions: informació nacional, internacional, local, societat, cultura, ciència, salut, economia, esports, agenda, anuncis, etcètera i, en el cas de l'opinió, en: editorial, articles de fons, cartes al director, columnes, crítiques, cròniques, humor gràfic, etc.

Els diaris també poden ser específics com, per exemple, els diaris esportius, on destaca per sobre de tot el futbol, que com ja sabem és l'esport més seguit en aquest país, i hi trobem un apartat de motor cap al final d'aquest.

Alguns diaris han adquirit fama per la seva acceptació d'alguna secció en particular, ja sigui que la secció sigui destacada a comparació d'altres diaris, o que aquesta tingui algun distintiu peculiar, per exemple, un diari en una societat de publicació de diversos periòdics pot atreure més clientela perquè la seva secció de "anuncis classificats" té fama de ser molt més completa.

La premsa diària es distingeix per la impressió en paper barat, al contrari de les revistes, més il·lustrades en color i impreses en millor paper. Aquesta última

forma de publicació ha experimentat una gran diversificació que li ha permès resistir millor a la competència dels mitjans de comunicació electrònics.

La possibilitat de rebre informació en directe, primer a través de ràdio i televisió, i des de finals del segle XX per internet (periodisme digital), ha acabat reduint i perjudicant la venda de la premsa escrita.

Els diaris més seguits a Catalunya en l'àmbit esportiu i que dediquen un apartat a notícies del motor són el diari *Sport*, el *Mundo Deportivo* i el *9 esportiu*.

A Espanya, hi trobem l'As i el diari *Marca*, com els més venuts.

Si parlem de revistes, actualment veurem que les més seguides són: *SoloMoto*, *OffRoad (SoloMoto)*, *Motociclismo* i *Moto verde*.

1.3.1 La revista

Una revista és una publicació d'aparició periòdica, a intervals majors d'un dia. A diferència dels diaris o periòdics, orientats principalment a oferir notícies d'actualitat més o menys immediates, les revistes ofereixen una segona i més exhaustiva revisió dels successos, sigui d'interès general o sobre un tema més especialitzat. Típicament estan impreses en paper de més qualitat, amb una enquadernació més acurada i una major superfície destinada a la gràfica.

Actualment coneixem molts tipus de revistes, les quals serveixen a audiències diverses des d'infants fins a adults. Entre els tipus de revistes s'assenyalen les especialitzades en algun tema en particular: cristianes, juvenils, per nens, especialitzades en cuina, esports, o algun altre tema d'interès, com ho són les revistes culturals, polítiques, científiques o literàries.

En gairebé tots els casos i en diferent mesura, els seus ingressos econòmics, a més del preu per exemplar que cobren als seus lectors i de la subscripció dels subscriptors que reben el diari al seu domicili, es basen en la inserció de publicitat.

Per a la majoria de la premsa escrita, la seva major font d'ingressos és la publicitat. El que guanyen de la venda d'exemplars als seus clients sol equivaler a una mica més del que costa la impressió del producte. És a causa d'això que el preu dels diaris és baix. En canvi, el preu de les revistes és molt elevat, i si no fos gràcies a la publicitat, aquestes revistes no podrien estar en funcionament i edició constant.

Funcionament intern

El professional responsable de l'elaboració de la revista és el director, que delega l'elaboració del contingut en la redacció, usualment a través d'un redactor de cap i un consell de redacció, a partir del qual s'encarreguen els articles als redactors corresponents, i es reben les notícies dels reporters propis o d'alguna agència d'informació externa. També es publiquen articles de columnistes prestigiosos o col·laboradors externs a la revista (col·laboracions). La informació recopilada pels investigadors passa a l'organitzador, que la jerarquitzava per redacció dels articles, després passen als impressors, que van imprimint les pàgines. Al final aquests plecs passen a la màquina organitzadora que les apila i el producte final és la revista.

Actualment, la tinta emprada en la impressió de revistes s'ha enfocat a que no taqui i que sigui biodegradable. La tinta de diari i la impressió de color de les revistes contenen solvents de gran toxicitat, sobretot pel gran contingut d'acetat de plom que conté, per això és aconsellable rebutjar les revistes i diaris un cop llegits.

El paper és present en la nostra vida quotidiana domèstica, laboral i cultural. Per les seves propietats de rigidesa i absorció de la humitat, el full és també un recurs útil a l'hora d'embolicar, aïllar i embalar. El paper de revista, per tant, no només és reutilitzable sinó també reciclable.

1.3.2 Realització d'una revista especialitzada en notícies de motos

Per poder iniciar una revista especialitzada en motos, el primer que cal fer és trobar publicitat per a poder tirar-la endavant, ja que és la publicitat la que influeix en gran part de la revista i que serveix per cobrir molts pagaments, ja que abans de tot, cal destacar el preu descaradament car de les revistes.

Un cop tens els mitjans suficients com per tirar-la endavant, cal tenir una idea de revista, un model de revista a seguir. Per tant, cal muntar l'estructura amb les corresponents seccions. Les més habituals serien: columnes, notícies rellevants, repàs de notícies dels diferents estils de motociclisme, entrevistes...

També és interessant treure temes personals dels pilots, sempre són benvinguts pels lectors.

Un cop l'estructura ja està definida, s'ha de passar a l'acció. La redacció començarà a moure's pel mitjà, buscant informació que esbrinarà dels reporters, que aquests seran els que donaran la informació necessària per redactar. També cal dir, que molts cops els reporters són els que redacten les notícies.

Un cop es té la informació necessària es comença a escriure la notícia, on es narren tots els fets i informacions rebuts. També se solen escriure cròniques de les curses de motos, molt seguides i apreciades pels lectors que no van poder ésser presents a les cites.

Les notícies s'han d'escriure amb claredat, amb un vocabulari estàndard. Sí que hi trobarem certs tecnicismes al ser una revista especialitzada, tot i que no totes les notícies de la revista voldran disposar d'aquests. Per exemple, a l'explicar un nou model de moto d'una marca sí que n'hi trobarem, ja que hi apareixeran parts interiors de la moto que es poden referir a peces del motor, tot i que si ens llegim una crònica d'una cursa de MotoGP, per exemple, no tindrem cap dificultat en seguir i lligar la informació.

A la columna, moltes vegades, es demana a un pilot que expliqui el que ha fet durant el mes en què s'escau la revista, les cites que té pendents pel pròxim més, experiències, etc.

Un cop s'arriba a l'apartat de l'entrevista, un dels més agradables pels lectors encuriosits, el periodista el primer que ha de fer és contactar amb el pilot, mecànic, mànager... d'un equip de motos i aconseguir una entrevista, que no és feina fàcil. Sí que és més senzill d'aconseguir si la revista és nacional i d'èxit entre els lectors, tot i que si la revista és novella o de poc seguiment entre la població llavors el procés és complicat, ja que el contacte amb l'entrevistat és més complex. Un cop s'aconsegueix l'entrevista, el periodista s'ha de posar a la pell del lector i pensar en el que li interessa saber al lector en aquells moments, per tant, les preguntes han de ser clares i directes, per no crear ambigüitats. Un cop l'entrevista està enregistrada, arriba el moment de redactar-la. És un moment important, ja que el periodisme ha d'intentar plasmar la imatge de l'entrevistat sense amagar-ne res, i molts cops haurà de retocar el vocabulari utilitzat o aclarir alguns aspectes d'aquesta.

Si passem a la part de la col·laboració, es necessita a personal professional sobre el tema perquè doni l'opinió sobre un fet actual tractat amb força importància, tot i que de vegades, per aconseguir més participants i seguidors de la revista, també es deixa participar als lectors perquè donin la seva opinió, i d'aquests se'n destrien les millors respostes, normalment les més ben argumentades. (A la part de col·laboració de la nostra revista "Moto Magazine" hi trobem gent professional i lectors amb diverses opinions sobre el tema de Valentino Rossi i el seu canvi cap a Yamaha, un fet molt parlat en aquest últim mes).

A la revista cal destacar la publicitat, ja que és la que posa gran part dels diners, de manera que aquesta publicitat pot arribar a ocupar pàgines senceres de la revista. També és important, si es parla de motos provades per a professionals que donen la seva opinió sobre un nou model de moto tret per una marca, que el redactor de la notícia extregui els fets més negatius del que diu el provador, ja que llavors les marques que pagarien la publicitat de la revista es mostrarien descontentes i no seria compatible, seria injust.

Un cop tenim totes les seccions redactades i la revista amb bona forma, es produeix la portada, normalment sol ser un *collage* de fotografies rellevants de les notícies que apareixeran a la revista amb titulars curiosos que faran que vulguis llegir la revista, i per tant, comprar-la. Sempre s'intentarà posar-hi alguna exclusiva per ser més atractiva la portada.

Darrere de la portada hi trobarem el sumari, amb els números de pàgina i alguna notícia, lògicament poc rellevant.

El cos de la revista seran les seccions especialitzades, i per acabar, al final de tot trobarem la contraportada, que normalment sol ser un anunci d'alguna marca.

Un fet important a destacar de les revistes és el seu disseny que juga molt amb els colors i les imatges, un fet important que l'apropa al lector, i un fet que també s'ha de tenir en compte per la seva vàlua, pel fet que no és molt barat.

- **Digitalització de la premsa escrita**

L'Internet facilita la interactivitat entre emissor i receptor, fet que fins ara cap mitjà permetia, ja que eren dirigits unidireccionalment: l'emissor envia un missatge que el receptor interpreta, sense la possibilitat de respondre. Actualment hi ha blocs, zones de comentaris, amb crítiques i opinions d'usuaris. Això millora el treball del periodista que s'assegura que el seu missatge o informació tingui repercussió i alhora, pot esmenar els seus errors de redacció. A més d'una nova concepció del receptor més enllà de considerar-se un mer consumidor d'informació, sorgeix l'anomenat *periodisme ciutadà* on l'acció dels mateixos pren un paper protagonista en la redacció de notícies.

Aquesta multimedialitat també es troba present gràcies a enllaços que permeten viatjar per la xarxa, afegint context i perspectiva històrica a les notícies, remetent-se a altres textos, noves imatges, vídeos, etc. Tot això fa que la llegibilitat d'una pàgina web sigui més directa i senzilla que la pàgina d'un diari, és a dir, veure elements de color, moviment, textos més curts i una distribució de les diferents seccions més accessible, ja que es pot anar a la secció desitjada mitjançant un clic.

1.4 PREMSA DIGITAL

Parlem de premsa digital per referir-nos al mitjà que es transmet utilitzant la tecnologia digital, més versàtil i amb més prestacions que l'antiga analògica, o que s'emet per l'anomenat *ciberespai*. Per a molts aquest creixent fenomen posa en perill l'existència mateixa dels mitjans de comunicació convencionals, però, això recorda les mateixes reaccions que durant el segle XIX es presentaven quan es desenvolupaven nous mitjans de comunicació, com la fotografia per a la pintura, la televisió per al cinema i altres.

Aquest fenomen ha creat, a més, una nova versió del periodista: el digital, és a dir, aquell que elabora la informació bàsicament a través d'Internet i, en conseqüència, té una creixent audiència digital.

L'altra virtut del periodisme digital és la capacitat d'immediatesa i actualitat que aquest posseeix. En un diari tradicional, per exemple, s'ha d'emetre la cèlebre "exclusiva" per donar a conèixer un esdeveniment de gran importància que succeeix en qualsevol moment i que per ser publicat ha d'esperar al dia següent. En canvi, els mitjans digitals poden actualitzar la informació a qualsevol hora i en qualsevol lloc, el periodista només ha de comptar amb un ordinador i una connexió a Internet arreu del planeta.

La sala de redacció dels mitjans tradicionals queda també superada d'alguna manera pels mitjans digitals, la qual es pot transformar en una sala virtual d'un xat, un *IRC*(4) o un altre tipus de canal.

Però aquest gran mitjà de comunicació presenta noves facetes que han afectat la vida dels individus del planeta i els han obligat a deixar de banda activitats com la televisió, lectura de diaris, compra i venda de música, entre d'altres.

De la mateixa manera que durant el segle XIX i principis del segle XX es parlava de la mort de la pintura davant el sorgiment de la fotografia, la mort del teatre davant el sorgiment del cinema, la mort del cinema davant el sorgiment de la televisió i altres exemples similars, es pot parlar de la mort dels mitjans tradicionals davant el sorgiment dels mitjans digitals. La prova és tan relativa com els casos anteriors.

4. IRC(Internet Relay Chat): és un protocol de comunicació en temps real que permet debats entre dues o més persones.

Els mitjans tradicionals certament estan rebent una gran influència per part dels mitjans digitals, però és improbable que es doni una desaparició dels mateixos. A més, el periodisme digital no es restringeix a un públic determinat. Existeixen diaris digitals com a suport de diaris impresos, i hi ha diaris que només són mitjans d'internet.

1.4.1 El bloc

Un bloc és un lloc web periòdicament actualitzat que recopila cronològicament textos o articles d'un o diversos autors, apareixent primer el més recent, on l'autor conserva sempre la llibertat de deixar publicat el que creu pertinent.

És molt freqüent que els blocs disposin d'una llista d'enllaços a altres blocs, a pàgines per ampliar informació, citar fonts... També solen disposar d'un sistema de comentaris que permet als lectors establir una conversa amb l'autor i entre ells sobre el publicat.

Habitualment, en cada article d'un bloc, els lectors poden escriure els seus comentaris i l'autor donar-los resposta, de manera que és possible establir un diàleg. Tanmateix, cal precisar que aquesta és una opció que depèn de la decisió que prengui, al respecte, l'autor del bloc, ja que les eines permeten dissenyar blocs als quals no tots els internautes, o fins i tot cap, puguin participar agregant comentaris.

L'ús o tema de cada bloc és particular, n'hi ha de tipus periodístic, empresarial o corporatiu, tecnològic, educatiu (edublogs), polítics, personals, esportius, etc.

- **Com s'ha de dur a terme un bloc esportiu de motor?**

Per a informar sobre motor, concretament sobre motos, el principal objectiu del teu bloc ha de ser acontentar als lectors interessats pel tema actualitzant periòdicament i de forma força constant les notícies.

Primerament, el que s'ha de fer és crear un disseny del bloc atractiu amb una bona combinació de colors, d'aquesta és més fàcil rebre lectors i que visitin la pàgina més sovint, ja que el disseny expressa qualitat.

Seguidament, ens haurem de dedicar a escriure les notícies, que són el que realment interessa als lectors i que per aquest motiu han inserit a la teva pàgina.

Per escriure una notícia, abans has d'introduir el teu correu electrònic de google (*gmail.com*) per accedir a la teva pàgina d'organització del bloc, que apareixerà a l'extrem dret superior amb el nom de *Home*. Un cop t'hi trobes dins, t'apareix una icona amb el nom d'*Entrada*. Doncs simplement has de clicar a *Entrada* i escriure la notícia. T'apareixerà un espai on podràs col·locar el títol, i seguidament tindràs una pàgina on escriure tota la notícia. El bloc també et proporciona les opcions d'escriure en negreta, en cursiva o subratllat. I si vols completar la notícia amb fotos o vídeos, el bloc també t'ho fa possible i d'una manera poc complexa, només s'ha de clicar la icona de la imatge i buscar-la en el teu ordinador. Un cop la tens agregada a la notícia li pots canviar la mida, la pots fer més gran o més petita, i per suposat, afegir-li un peu de foto, que és recomanable.

El bloc et guardarà una còpia del que has escrit, i abans de publicar-la pots veure a través de la *Vista prèvia*, com quedaria la notícia al teu bloc, que també es recomana. Un cop ho tens tot controlat i acabat, només cal clicar a *Publicar*, que apareixerà a la part superior del bloc, al costat del títol.

Per a veure la notícia només has d'entrar al bloc i fer-hi una ullada clicant a sobre de la notícia.

Depenent de la difusió que tingui el teu bloc tindràs més o menys visites, que podràs controlar tu mateix a través d'unes estadístiques que et proporciona el bloc. Podràs observar des de quin lloc del món rebs les visites i quantes en rebs en total i de la notícia en concret.

Si el teu bloc té èxit entre els lectors, aquests et comentaran les notícies o t'enviaran missatges.

S'ha de tenir en compte, que si es vol tenir molta difusió del bloc, que s'han d'escriure notícies atractives i curioses pels lectors, fins i tot les entrevistes tenen gran difusió.

En el cas del nostre bloc: www.motoblogprofessional.blogspot.com, iniciat a principis de setembre, ha obtingut un total de 1927 visites amb 87 entrades que tractaven de tot tipus de motociclisme, entre alguna entrevista i alguna visita a blocs de pilots professionals.

Hem rebut visites sobretot d'Espanya, tot i que també n'hem rebut alguna d'Estats Units.

El bloc és una bona eina de difusió de la informació, i té l'avantatge que és molt senzill d'actualitzar i ben ràpidament aquesta informació arriba a lectors de tot el món.

2. LES INFLUÈNCIES DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ AL MOTOCICLISME PROFESSIONAL

Estudiant la incidència de cada mitjà de comunicació al motociclisme professional hem pogut observar que no tots hi influeixen de la mateixa manera, que n'hi ha uns que s'hi dediquen més i en fan més difusió, i d'altres que es limiten a nombrar alguna notícia.

S'han realitzat unes enquestes per esbrinar quin és el mitjà de comunicació que més difusió provoca d'aquest esport i a través de quin mitjà és més seguit.

A continuació farem un anàlisi de les preguntes més importants i els respostes dels participants:

- **Ets seguidor habitual del motociclisme de competició? Si és que sí, de quin tipus?**

Bé, en aquesta pregunta, la resposta de la gran majoria de les noies ha estat que no, que han sentit notícies a través d'algun mitjà però que no segueixen les motos perquè no és un dels esports que més els interessa. De la minoria que han dit que sí que ho segueixen han contestat que sol ser motociclisme de velocitat, és a dir, MotoGP, Moto2 i Moto3, els dos últims amb menys freqüència.

Si parlem dels nois, la resposta no ha estat tant desequilibrada, tot i que la majoria ha contestat que sí que en són seguidors, almenys, d'algun tipus de motociclisme. La majoria segueix el motociclisme de velocitat en primer lloc, en segon lloc hi hauria el Trial i en tercer lloc Superbikes.

- **A través de quin mitjà ho segueixes o n'has sentit a parlar?**

La immensa majoria de la gent (93%) segueix o ha sentit a parlar del motociclisme a través de la televisió. Per tant, veiem que el mitjà que més influeix a la gent és la televisió, que és el mitjà per excel·lència.

El segon mitjà amb més participants és internet i el tercer és el diari. Molt poca gent compra revistes de motos, només la gent interessada en aquest esport especialment. La resta, n'han sentit a parlar a través de diaris, en algun apartat

de motor o a la ràdio en alguna notícia, ja que la ràdio hi dedica poc temps a aquest esport.

Per tant, la persona interessada en obtenir informació sobre aquest esport sap que la tindrà comprant una revista especialitzada en motos, en algun programa de televisió o buscant a través d'internet entre pàgines web, blogs, etc.

- **Pots nombrar-me 5 noms de pilots que coneguis del motociclisme?**

Els pilots que més abundants eren a les respostes dels participants han estat pilots de velocitat, concretament de MotoGP, Moto2 i Moto3. Han estat: Valentino Rossi, Jorge Lorenzo, Marc Márquez, Maverick Viñales, Dani Pedrosa, Pol i Aleix Espargaró i Casey Stoner. Els pilots que acabem de nombrar són els que més difusió han tingut al mundial de velocitat per a la seva gran feina. Tot i que de velocitat també hem tingut respostes com: Àlvaro Bautista, Ben Spies, Sete Gibernau, Àlex Rins, Tito Rabat, Cal Crutchlow, Elena Rossell, Nicky Hayden, Andrea Dovizioso, Àlex Crivillé, Julian Simón, Sandro Cortese, Toni Elias, Marco Simoncelli, Luis Salom, Danny Kent i Ángel Nieto entre d'altres.

Per tant, com podem observar, es coneixen els pilots que més apareixen a la televisió, que és el mitjà que retransmet les seves curses i els hi dóna importància.

De pilots del Dakar, que també és un ral·li que apareix a la televisió durant relativament poc temps, han pensat en Marc Coma, Laia Sanz, Isidre Esteve i Cyril Despres. Els tres primers són de Catalunya, i per tant, deduïm que la premsa cobreix ve els pilots del nostre país en aquest ral·li.

De trial han nombrat en primer lloc a Toni Bou, campió de Trial Outdoor i Indoor del món varies vegades, tot i que el coneixen poques persones per a la poca difusió que té a la televisió el Trial. Seguidament han nombrat a Laia Sanz, Adam Raga, Albert Cabestany i Jeroni Fajardo. Cal destacar que tots són pilots catalans de gran categoria que estan al mundial i que poca gent els coneix.

De freestyle, un esport d'alt risc, han parlat de Travis Pastrana, conegut com a un dels grans d'aquest esport, Dani Torres, Tom Pagès i de l'americà Kyle Loza.

A superbikes ens han escrit el nom de Carles Checa i Max Biaggi,

com els més coneguts.

D'enduro només han sabut Ivan Cervantes, també català, i del Campionat d'Espanya de Velocitat, molt poca gent ha reconegut a Àlex Màrquez, el manresà Josep Rodríguez, Isaac Viñales, Maria Herrera i Pecco Bagnaia.

- **Sabries anomenar 5 noms de pilots catalans?**

El català més reconegut ha estat Dani Pedrosa, seguit de Marc Màrquez, un jove pilot al que el públic veu molt futur, i a Maverick Viñales i Pol Espargaró. També ha aparegut Aleix Espargaró, Toni Elias i Àlex Crivillé, tot i que amb menys reconeixement. Tot i que els més reconeguts han estat pilots de velocitat.

De trial han aparegut Toni Bou, Laia Sanz, Albert Cabestany i Adam Raga.

D'enduro hem trobat a Ivan Cervantes, del ral·li Dakar al Marc Coma i l'Isidre Esteve, i del CEV (Campionat d'Espanya de Velocitat) a Àlex Màrquez. Finalment de superbikes, tenim a Carles Checa.

- **Coneixes algun pilot que no corri a MotoGP, Moto2 o Moto3?**

En aquesta pregunta volíem comprovar a qui coneixien els participants que no fossin de velocitat, que és l'estil que més difusió té i més minuts se li dedica a la televisió, i lògicament les respostes i els noms dels pilots han disminuït notablement.

Poques persones van saber contestar la pregunta correctament, i eren participants que seguien diferents estils de motociclisme, que van respondre, la majoria d'ells, Toni Bou, Carles Checa i Laia Sanz. També alguns van nombrar Al Marc Coma, l'Isidre Esteve, l'Adam Raga, el Travis Pastrana i Tom Pagès entre d'altres.

Per tant, observem que la gent que coneix les motos a través de la televisió només sap nombrar noms de pilots de motociclisme de velocitat i els costa molt saber altres noms de pilots de trial, per exemple.

- **Coneixes el nom del Campió d'Espanya de Supermotard?**

Si eres de Navàs, la pregunta era senzilla, ja que el campió és navassenc i es diu: Francesc Cucharrera. Però què va passar realment? Doncs la veritat és que poca gent ho sabia, i sent de Navàs. Els que van encertar la resposta van ser fidels seguidors del motociclisme o persones que solen sentir-ho pel poble, veure-ho pel seu facebook o internet.

Per tant, una vegada més es demostra que el que no surt a la televisió és un tema desconegut, tot i sent del poble.

- **Llegeixes habitualment revistes de motos? O N'has llegit mai alguna? Si l'has llegit, podries dir-me el nom?**

Per comprovar la influència que tenien les revistes demanàvem si el participant en llegia habitualment o almenys, si n'havia llegit mai alguna.

La majoria de la gent no en llegia habitualment si no era un gran seguidor constant de l'esport, perquè fins i tot participants que deien que eren seguidors no en llegien habitualment, tot i que sí que afirmaven que alguna vegada n'havien llegit una. Per tant, comprovem que les revistes no són un mitjà molt destacat, en part, perquè actualment trobem revistes digitals gratuïtes a internet, i d'aquesta manera no ens surt a compte.

Les revistes més llegides, per això, són: Motociclismo, Motoverde, Solomoto, Offroad, Enduro Prodigital, Trial Magazine i La Moto.

- **Consideres suficient la informació sobre les motos que surt a la premsa esportiva o penses que hauria de tenir més difusió? Per què?**

En aquesta pregunta hi havia diverses opinions: els seguidors de l'esport deien que la informació era insuficient, que la informació que es transmetia era sempre de motociclisme de velocitat i que es marginaven els altres estils com per exemple el trial. Hi havia seguidors que opinaven que hauria de tenir més difusió, ja que només se'n parlava al cap de setmana pels gran premis de velocitat i que era un esport de molta emoció, on els pilots, encara que no ho semblava, s'hi juguen la vida.

Llavors hi havia molta gent que deia que la difusió la trobava correcta, ja que si volies saber sobre el tema ja et compraves revistes o miraves per internet. Creien que la informació era suficient per seguir l'actualitat, des de canvis d'equip dels pilots, canvis en les motos i reglament fins a canvis tècnics. A més, afirmaven que mirant un mitjà qualsevol podies saber els resultats de les curses i la classificació general del campionat. D'altres deien que els estava bé la informació que es donava a través de la televisió, però que per exemple als diaris només sortia algun titular i en mancava l'explicació de la notícia més detalladament.

Una altra opinió molt coincidida entre els nostres participants és la de que el futbol ocupa el primer lloc del rànquing, que només es parla de futbol i als altres esports se'ls deixa més marginats, sense tanta difusió ni informació. Creuen que han de reduir la difusió del futbol i donar-li importància a altres esports, no simplement perquè també agradin als espectadors, sinó també per aprendre d'altres esports i sortir una mica de la tradició.

I l'opció menys descrita per alguns dels nostres participants és que hi hauria d'haver menys difusió de l'esport perquè no els interessa i no els preocupa el que pugui passar dintre d'aquest. Algun també comentava el tema de la publicitat, que feia que els pilots cobressin més i que ho haurien de limitar. També deia que contaminava l'atmosfera i que estava en contra de tot això.

Per tant, observem com a conclusions generals que les noies no es senten gaire identificades amb aquest esport i creuen que la difusió d'aquest és correcte, perquè tampoc hi estan molt interessades i els és suficient.

Els nois s'hi senten més identificats i el segueixen més, alguns creuen que hi hauria d'haver molta més difusió, i d'altres que la que hi ha actualment és suficient.

Si ho observem per edats, veiem que els joves ho segueixen més que els adults, tot i que hi ha adults que ho seguien molt abans i això ha fet que els fills també ho seguissin ja des de petits.

Les enquestes deixen bastant clar que la televisió té una influència molt gran al motociclisme, que la gent coneix l'esport bàsicament perquè es retransmet i molts creuen que només hi ha motociclisme de velocitat perquè no han sentit a parlar mai, o molt poc, de les altres modalitats, que no són menys.

Per aquesta raó sentim molt a parlar de Valentino Rossi, Jorge Lorenzo, Dani Pedrosa, Marc Màrquez... i no parlem tant de Toni Bou, Carles Checa, Marc Coma, etc.

Sí que és cert que es cobreix bastant bé la informació de pilots catalans i del país, ja que la gent reconeixia molt més a Dani Pedrosa, Marc Màrquez, Toni Bou, etc. que no pas a Casey Stoner, Max Biaggi, Marco Simoncelli, Andrea Dovizioso, etc.

Per tant, la informació sobre el motociclisme de velocitat està ben coberta per la televisió, ja que a Telecinco per exemple en retransmet els gran premis, tot i que de les altres modalitats se'n coneix poca cosa, tot i tenir pilots molt bons en les seves especialitats com podria ser Toni Bou. Caldria igualar més la informació en cada modalitat per a no marginar-ne d'altres que tenen el mateix mèrit i esforç, tant per part de l'equip com per part del pilot.

I per demostrar que els pilots mateixos saben que la televisió influencia molt la seva carrera professional, en tenim unes proves:

Entrevista a Toni Bou: pilot professional de trial.

1. Com va ser el canvi de bici a moto? I perquè vas escollir finalment quedar-te amb la moto?

Primer vaig començar amb bici perquè pesava 8 kg i era més fàcil, llavors ho vaig combinar amb la moto, però la moto ja pesava 70 i era més difícil de dominar. Tot i que era més bo amb moto i m'agradava més. De fet, ser campió del món de trial en moto era el meu somni.

2. Quina edat tenies quan vas començar a ser conegut i seguit pels mitjans de comunicació, és a dir, quan vas començar a tenir més renom?

Va ser quan vaig guanyar el primer mundial el 2007 amb 20 anys, perquè el trial tampoc és que sigui un esport molt conegut aquí a Espanya i no n'hi ha massa difusió.

3. Creus que els mitjans de comunicació, sobretot la televisió, influeixen a que siguis més reconegut?

Sí, són molt importants, sobretot pel tema dels sponsors i els patrocinadors. Sense mitjans de comunicació no et pots donar a conèixer, i així no pots aconseguir sponsors que t'ajudin a arribar on tu

vols. De fet, nosaltres busquem l'atenció d'aquests mitjans per a donar-nos a conèixer.

4. Com influeix el trial als altres països? Els mitjans de comunicació hi estan interessats?

La veritat és que sorprèn molt, perquè la majoria de pilots de trial som espanyols i aquí a Espanya no es segueix tant, i quan surts a d'altres països com per exemple França, Itàlia o Anglaterra et sorprens. Allà la gent hi està més interessada en aquest esport.

5. Què vas sentir quan vas guanyar el teu primer mundial? A partir d'aquí vas començar a ser més pressionat pels mitjans?

El trial m'agradava ja des de ben petit i sempre havia estat el meu somni guanyar un mundial de trial amb moto. Les sensacions van ser brutals, va ser una alegria increïble i em va costar molt de creure'm que era campió de món, no ho assimilava perquè era genial. A partir d'aquí sí que vaig estar una mica més pressionat pels mitjans de comunicació. A més jo era tímid, i se'm feia estrany, però per altra banda sabia que era necessari per a la meva carrera professional.

6. Ets actiu en alguna xarxa social a internet? Què en penses?

Estic al facebook, però no hi dedico massa temps perquè tampoc en tinc tant com per ficar-m'hi. Sí que vaig seguint alguna cosa quan puc però molt actiu no ho sóc.

Entrevista a Louis Rossi: pilot de Moto3.

1. Quel âge aviez vous lorsque vous avez commencé à être suivi par la télévision ?

La première fois, c'était dans ma 18ème année, à l'occasion de mon premier Grand Prix au Portugal en 2007, sur la chaîne Eurosport. Mais à titre plus personnel, avec un sujet tourné autour de ma carrière, en 2010 avec une télévision régionale, j'avais donc 20ans.

Depuis ce début d'année 2012, 23 ans aujourd'hui, j'ai pu décrocher mes premiers reportages sur les télévisions nationales. Les résultats aidant, nous avons beaucoup de sujets et de projets qui se mettent en place pour la fin de

l'année.

2. Pensez vous que la télévision a influencé votre carrière ?

En effet, je pense que oui. A partir du moment où les gens (sponsors, partenaires ou toute autre personne que l'on rencontre), savent que tu es passé à la télévision et que tu y passes encore, cela modifie beaucoup leur regard.

3. La télévision a t'elle influencé positivement ou négativement votre carrière ?

Positivement, car elle m'a permis de mettre en avant mes sponsors, donc de pouvoir les conserver d'année en année pour financer mes saisons.

Il y a aussi un autre aspect, c'est le fait que le public puisse suivre ma carrière, la télévision est un média très accessible qui offre un formidable rendu de notre sport qui est je pense vraiment spectaculaire.

4. Pensez vous que si moto GP n'avait pas été suivi par la télévision vous seriez si connu ?

A un moment donné de ma carrière non, car je ne faisais pas partie des 5 premiers, et finalement que je soit 16ème ou 24ème, on ne me voyait pas beaucoup en tant que pilote.

Par contre depuis cette année, il est certain que la télévision contribue énormément à la notoriété de ma carrière; le fait d'accéder aux chaînes nationales permet de toucher énormément de gens en même temps.

5. En ce moment ils vous préparent à recevoir les médias, donc ils vous apprennent comment parler face aux médias ?

A ce niveau, j'ai toujours été à l'aise avec le public, les sponsors et les médias, Je suis ce qu'ils appellent " un bon client". Je n'ai pas eu besoin d'un enseignement intensif, même si tous les conseils sont bons à prendre. Mais je pense que la première chose quand on s'exprime à la télé, c'est de ne pas vouloir être différent de ce que l'on est en réalité et de comprendre ce que l'on dit.

6. Dans votre pays le sport que vous pratiquez est il approuvé à l'heure actuelle ?

De plus en plus: on le voit grâce à l'engouement du public face à la moto et au nombre croissant de spectateurs qui se déplacent au GP de France ! C'est un évènement incroyable de part sa fréquentation.

Malgré tout il ne faut pas nier qu'il y ait parfois un a priori négatif sur la moto, de part le fait que ce soit un sport polluant et dangereux... mais les équipes et les pilotes doivent trouver des solutions pour être plus écologique et adoucir cette image.

7. Dans quels autres pays avez vous vu autant d'intérêt que motoGP ?

L'Espagne est un modèle tout comme l'Italie. La Suisse, l'Allemagne, la Belgique ne sont pas en reste. En Espagne la moto est un sport national diffusé sur les plus grandes chaînes nationales. Il serait bon qu'il en soit de même partout.

8. Est ce que c'est plus difficile pour vous de vous exprimer face à une caméra ?

Non, c'est parfois même plus facile de ne pas voir son interlocuteur...

9. Que pensez vous des journalistes du moment ? croyez vous que leur physique est plus pris en compte que l'expérience de ceux qui s'y connaissent en sport ?

Parfois oui, on peut voir de très belles journalistes (ce qui ne me déplaît pas...). De nos jours l'image compte beaucoup, parfois plus que les qualités techniques. Mais pour les journalistes que je cotoie, je n'ai pas à me plaindre, ce sont des gens très professionnels qui sont de très bon liens entre le public et nous.

10. Qu'est-ce que tu changerais de la télévision ?

Qu'en France, davantage de moto soit diffusée sur les chaînes gratuites,

Entrevista a Lenno Huthi Huthmacher: pilot alemany de Supermoto.

1. At what age did you appear for the first time on TV?

At the age of 9 years I was presented for the first time in TV as a rider.

2. Do you believe that the television has influenced your professional career?

Yes, I think a little bit! I'm young but I have become more known appearing on the TV. You have to have a little bit of luck too, it's not easy to appear in front of a lot of people.

3. Has the television influenced you positively or negatively?

It has influenced me positively. It was a new challenge, but you have to be in the right programme or show, and be yourself, that's all.

4. Do you think that if MotoGP had not been followed by the television you would be so well known?

No I do not think that. It's the same like with the formula 1. People start to follow you by the television, and if they are interest in you, they will tell it to their friends and become fans.

5. Do you think that it is more difficult to express yourself in front of a camera?

In appearances in the watching TV, yes, one has said me I should clearly speak and I should always look the reporter and the cameraman. Otherwise I should be just me! In interviews I have simply said what they wanted to hear and has maintained me friendly with them. If you are simply nice, polite and clear you will have a lot of fans.

6. Before speaking in front of the media did somebody teach you how to express yourself properly?

Yes, I answered it in question 5, because I was a child. The interview was transferred on Sport1 and there were racing sport eager fans supporting and helping us! Fans have opened a fan club and they support me! Unfortunately, it is not promoted in Germany so much and is not sponsored like in Spain or in Italy!

7. In your country, are the motorbikes followed and commented by the media?

Yes, people follow motorbikes by Sport 1, but it's more followed in Spain, in Italy or in Britain.

8. In which countries have you seen more interest in this sport?

I've seen mostly interest in Spain or Italy! In Germany you also see a lot of interest. However, in Germany, unfortunately, the main sport is football.

9. What do you think of the current journalists? Do you believe that it's more important journalist's look rather than his/her knowledge on the topic?

I think journalists are very important. The interviews they made also are emitted and maybe they can help someone. And I think journalist's look is not important in motorbikes, people want professional journalists.

10. What are the things that you don't like about TV? What would you change?

I would change the annotators, they sometimes have no notion. Moreover, the advertisement sometimes irritates. Advertisement is a good thing, however, you are concentrate and you don't want to speak or sometimes they comes at exciting moments!

CONCLUSIONS

Com a conclusions generals, puc afirmar que el treball ha estat una feina realitzada totalment positiva, que, com de fet ja esperava, m'ha aportat molt aprenentatge tant en la part periodística com en la part de l'esport.

La veritat és que és una gran satisfacció personal, ja que he treballat durant diversos mesos perquè el treball donés un bon resultat i jo em sentís satisfeta de la meva feina, i personalment ho he aconseguit.

Si ens centrem més específicament, de la recerca finalitzada n'he extret la conclusió de que potser no és tan senzill com semblava treballar en un mitjà de comunicació, i dic senzill perquè jo realment no em pensava que fos tant complicat incidir en un mitjà i informar a la gent. Primerament, el que em va sorprendre més va ser la constància de les notícies, ja que aquesta constància duu consegüentment un temps força notable, i la veritat és que no pensava que em gastés tant temps escriure notícies i actualitzar el bloc. Seguidament, em va sorprendre la professionalitat i la passió amb la que treballen els periodistes professionals amb els que he tractat, que s'ha d'agrair un cop més la seva incidència en el meu treball i l'ajuda que m'han proporcionat.

El punt que potser em va sobtar més, i el que més m'ha costat d'aconseguir, és el punt en què has de tenir uns contactes per poder escriure les notícies amb la suficient i corresponent informació. De fet, pensava que no seria tant complicat poder parlar amb grans professionals del motociclisme i el treball em va obrir els ulls i em va fer veure que abans de parlar amb el pilot professional has de parlar amb unes dues persones més, depenent de l'èxit que tingui el pilot dins la societat, que aquestes persones solen ser el mànager del pilot i el director de premsa d'aquest.

Ha estat interessant, també, poder investigar sobre la incidència de cada mitjà de comunicació, tant a través de pilots, com a través de la gent espectadora.

Dins els mitjans de comunicació, concloc que la televisió és la que més influeix a la carrera professional d'un pilot i d'un equip, ja que els pilots mateixos m'ho han comentat i a través de les enquestes es mostra clarament que el mitjà més seguit i pel qual es coneixen les motos és la televisió.

També cal esmentar la diferència de seguidors que tenen les modalitats, per exemple, el motociclisme de velocitat és transmès a través de la televisió, fet que produeix que la majoria de la població conegui aquesta modalitat, tot i que

si ens fixem en el trial, observem que la gent es perd, que no coneix ni la modalitat ni els seus pilots.

Així doncs, el treball m'ha permès veure que hi ha unes modalitats més marginades que d'altres, i que aquestes modalitats fan el possible per aparèixer constantment a la televisió.

La majoria dels periodistes professionals que han parlat amb mi comentaven que el que més entreté a la gent és el motociclisme de velocitat, i que per aquest motiu aquesta modalitat era la que es retransmetia. D'altres, amb una minoria, esmentaven que les altres modalitats es mereixien ser retransmeses i que estaven lluitant per aconseguir-ho, i de fet, no van mal encaminades.

Un dels principals objectius del meu treball era aprendre a fer periodisme, aprendre a treballar en un mitjà de comunicació, aprendre a parlar amb gent important sense deixar-me dur pels nervis i aprendre, sobretot, a valorar la importància de la comunicació dins la societat. Jo mateixa sé que ho he aconseguit, que hi he dedicat molt temps però que finalment he aconseguit els meus objectius, i amb això ja ho tinc tot. A pesar de tot el que m'hagi pogut costar, sé que ha estat una nova experiència totalment positiva, sobretot en l'àmbit personal.

Si parlem de la meua experiència personal, en els mitjans de comunicació als que he estat treballant durant tres mesos, em quedo sense paraules. Sincerament, m'he adonat de que realment em vull dedicar a aquesta professió, ja que m'he sentit molt satisfeta fent-la, i l'experiència que he viscut ha estat impressionant i inoblidable. Sé que el meu camí no s'acaba aquí, que tan sols és un principi per a començar a incidir-me a mi mateixa en aquest món en el que vull dedicar-hi el meu temps, i espero, d'aquí uns anys, poder observar el treball i saber que no em vaig quedar aquí, sinó que vaig assolir el meu objectiu i vaig arribar allà on em vaig proposar: ser periodista.

BIBLIOGRAFIA

LLIBRES

EZQUERRA, Francisca; MINDÁN, Joaquín; GIMENO, Eduardo; (2009).

Lengua Castellana y literatura. Edició 2009 Editorial Barcanova. 2009, Barcelona.

FERRÉ PAVIA, Carme (2009). *Con faltas y a lo loco, ¿Qué es la edición periodística?*. Editorial UOC. 2009, Barcelona

GARCÍA-ALBI, Inés (2007). *Nosotras que contamos. Mujeres periodistas en España*. Editorial Plaza Janés. 2007, Barcelona.

GUILLAMET, Jaume (2003). *Història del periodisme. Notícies, periodistes i mitjans de comunicació*. Editorial Aldea Global. 2003, València i Barcelona.

SAN AGUSTÍN, Arturo (1999). *M'agrada que em faci aquesta pregunta. L'entrevista en premsa*. Editorial ECSA. 1999, Barcelona.

TERRICABRAS, Josep Maria. *Què ens expliquen?*. Editorial Mina Viure. 2006, Barcelona.

DOCUMENTS ELECTRÒNICS

BENACH, Ernest (23/09/2012). *Periodisme esportiu*. Mundo deportivo. (23/09/2012)

http://www.mundodeportivo.com/20120923/opinion/periodisme-esportiu_54351730945.html

BERMÚDEZ, Juanito (21/06/2007). *Los deportes que más interesan a los españoles*. Deportes adictos. (27/09/2012)

<http://www.deportesadictos.com/2007/06/21/los-deportes-que-mas-interesan-a-los-espanoles/>

COURSE DEFAULT. *Producción periodística*. Open Course Ware, Universidad de Sevilla.

<http://ocwus.us.es/periodismo/produccion-periodistica/asigpp/apartados/apartado8-1.html>

<http://ocwus.us.es/periodismo/produccion-periodistica/asigpp/apartados/apartado14-3.html>

EFE (15/07/2012). *Bou gana una nueva prueba del Campeonato de España y se acerca al "triplete".* Sport. (15/07/2012)

<http://www.sport.es/es/noticias/mas-motor/bou-gana-una-nueva-prueba-del-campeonato-espana-acerca-triplete-2083582>

PICAZO, Sergi (2011). *Entrevista a Marina Subirats.* El perseguidor. (17/07/2012).

<http://sergipicazo.wordpress.com/reportatges-publicats/>

SAINZ, Josep. *La veu de Navàs.* (18/10/2012)

<http://laveudenavas.navas.cat/>

WIKIPEDIA. *Periodisme. Motociclisme.* Wikipedia. (3 de juliol, 2012)

<http://ca.wikipedia.org/wiki/Periodisme#Not.C3.ADcia>

http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte_en_Espa%C3%B1a#Motociclismo

ÍNDIX D'IL·LUSTRACIONS

<i>Figura 1. Entradeta de Motor a Fons.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura 2. Taula de mescles de grans dimensions.....</i>	<i>79</i>

GLOSSARI

1.Mitjans sensacionalistes: són mitjans en els qual els esdeveniments i temes en les notícies són exagerades per augmentar el nombre d'audiència o de lectors.

2.Deontologia: *f.* Estudi o tractat dels deures i de l'ètica professionals.

3.Sidecar: *m.* [SP] [TRG] Caixa muntada sobre un bastiment proveït d'una roda lateral i amb un o dos seients que, fixada a un dels costats d'una motocicleta, permet d'augmentar-ne la capacitat.

4. IRC(Internet Relay Chat): és un protocol de comunicació en temps real que permet debats entre dues o més persones.