

CREACIÓ D'UNA PLATAFORMA DIGITAL ESPORTIVA:



Autor: Bru Ortega Calvet

Juny 2021

Tutor: Alfons Jiménez Cortacans

Grau Comunicació Cultural

ÍNDIX

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓ | 4 |
| 2. MARC TEÒRIC | 7 |
| 2.1 Capítol 1: Història de la premsa esportiva..... | 8 |
| 2.1.1 Els mitjans de comunicació..... | 9 |
| 2.1.2 La notícia..... | 11 |
| 2.1.3 La premsa. Transició del paper al digital (de la premsa escrita a la premsa online)..... | 12 |
| 2.1.3.1. La premsa esportiva a Catalunya..... | 16 |
| 2.1.3.2. La premsa esportiva a Espanya..... | 17 |
| 2.2 Capítol 2: Anàlisi de plataformes digitals esportives | 18 |
| 2.2.1 Enfocament de les notícies | 19 |
| 2.2.2 Format i estètica | 22 |
| 2.2.3 Imatges | 26 |
| 2.2.4 Audiovisuals..... | 29 |
| 2.2.5 Seccions..... | 33 |
| 2.2.6 Esports..... | 36 |
| 3. METODOLOGIA | 39 |
| 3.1 Objecte d'estudi | 40 |
| 3.2 Objectius..... | 40 |
| 3.3 Preguntes d'investigació | 41 |
| 4. PART PRÀCTICA | 43 |
| 4.1 Motius i elecció del web o plataforma..... | 43 |
| 4.2 Creació de la plataforma digital esportiva: EL VAR..... | 44 |
| 4.3 Anàlisi de la plataforma digital esportiva d'EL VAR | 57 |
| 4.3.1 Enfocament de les notícies d'EL VAR | 57 |
| 4.3.2 Format i estètica d'EL VAR..... | 58 |

| | |
|--|-----------|
| 4.3.3 Imatges d'EL VAR..... | 61 |
| 4.3.4 Audiovisuals d'EL VAR..... | 62 |
| 4.3.5 Seccions d'EL VAR..... | 63 |
| 4.3.6 Esports d'EL VAR..... | 65 |
| 5. CONCLUSIONS..... | 66 |
| 6. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA | 68 |
| 6.1 Bibliografia..... | 68 |
| 6.2 Webgrafia..... | 70 |
| 7. ANNEXES..... | 75 |
| 7.1 Annex 1..... | 75 |
| 7.2 Annex 2 | 75 |

1. INTRODUCCIÓ

Els mitjans de comunicació ens envolten constantment i pocs de nosaltres en som conscients de com funcionen; i és que els mitjans de comunicació emprats a la segona meitat del segle XX són la premsa, la ràdio, la televisió i, més recentment, les xarxes informàtiques de telecomunicacions, especialment Internet. Al seu torn, cadascun d'aquests mitjans s'ha diversificat segons la temàtica (periodisme polític, esportiu, cultural, etc.), el punt de vista adoptat o el format des del qual hom vulgui presentar la notícia. Hom pot distingir dins de l'activitat periodística dues funcions: la informativa, consistent a proporcionar descripcions factuais i objectives d'esdeveniments, i la interpretativa, que comprèn l'anàlisi i l'avaluació dels esdeveniments i les opinions. Cal dir, que no obstat això, sovint ambdues funcions se superposen.

Atesa la importància de la informació en les societats actuals, cal reconèixer al periodisme que té un paper determinant en la configuració de l'opinió pública, que ha dut a qualificar aquesta activitat i els mitjans de comunicació en general de "quart poder". Si bé la necessitat de comunicació i d'informació social és molt antiga, fins a temps relativament recents la relació concreta, puntual i objectiva d'esdeveniments coetanis generalment era inclosa de manera indestriable.

Un periodisme esportiu que és una de les branques de la professió que més audiència atreu pel gran seguiment i pràctica que té l'esport arreu del món. És per això que la informació esportiva té una gran influència en la societat, perquè mou masses, de manera que els periodistes esportius tenen una gran responsabilitat social a l'hora de construir i difondre aquestes informacions, ja que han d'intentar, en el màxim possible i seguint les recomanacions dels codis deontològics i dels llibres d'estil, no manipular la realitat mitjançant informacions errònies, falses o rumors i evitar confrontacions entre els seguidors d'un esport.

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

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

És d'aquí l'objectiu del treball que és realitzar una plataforma digital esportiva gratuïta, d'abast regional, per tant, que faci referència únicament al món de l'esport dintre de la regió de Catalunya i que arribi a un targete/públic concret. La plataforma portarà el nom

d'El VAR. Aquest nom prové de la nova tecnologia que s'ha apropiat del món del futbol a dia d'avui i de molts altres esports que l'utilitzen; i aquest nom representaria clarament la funció que té el VAR, com és revisar les jugades que l'àrbitre no ha pogut observar a simple vista i necessita que l'informin els àrbitres de la cabina del VAR per anar-la a veure a la pantalla del camp, i així, senyalitzar la decisió que cregui convenient.

Doncs enfocat al web, aquest títol ens vindria a definir la finalitat d'aquesta plataforma, com un cop a la setmana, que és el cop que es renovaria i es penjaria el contingut, s'analitzaria i es publicaria la informació més transcendent de la setmana dins el món de l'esport a Catalunya i de l'esport català en general. Serà un web actualitzat setmanalment, amb una distribució bastant senzilla.

Per a la realització del projecte, en primer lloc en el Marc teòric, s'agafaran diferents plataformes digitals esportives i s'analitzaran a través d'uns criteris bàsics d'anàlisi. Majoritàriament seran plataformes digitals esportives de diaris i/o revistes de diferents països i localitzacions. D'aquesta manera se'n podrà fer una idea més clara del que presenten o no les plataformes digitals esportives, les seves diferències, els colors predominants, la distribució de les seves notícies, etc. Així doncs, es podrà adquirir una base general molt més complexa i completa del que aquestes presenten. L'anàlisi d'aquestes plataformes serà mitjançant sis apartats en concret, com són: L'enfocament de les notícies, el format i l'estètica, les imatges, els audiovisuals, les seccions i els esports que tracten cadascuna d'elles. Un cop fet això, en la primera part pràctica, s'explicaran els motius de l'elecció de la plataforma que s'utilitzarà per dissenyar el web propi d'EL VAR. Seguidament es passarà a la creació i elaboració de la pròpia plataforma digital esportiva tal com estava previst, però amb algun detall afegit de la resta de plataformes analitzades i dels quals se n'hauran pogut extreure millores per l'edició definitiva del web. Finalment, en la tercera part pràctica es farà el mateix anàlisi que s'ha fet amb les deu plataformes analitzades en el Marc teòric, amb la pàgina web pròpia d'EL VAR, per així poder veure algunes relacions amb les ja treballades, i poder veure'n semblances i diferències. I ja per finalitzar el treball, s'acabarà amb unes conclusions generals del projecte per tal d'analitzar s'hi ha quedat i ha acabat sortint com s'esperava i es tenia en ment des del principi, la plataforma digital esportiva pròpia.

La hipòtesis bàsicament és que surti la plataforma pensada amb totes les parts comentades anteriorment sense cap error i que arribi al públic/target al que es dirigeix; com és la gent interessada constantment en el món de l'esport. La selecció i tria del tema ha estat aquesta perquè sóc una persona que viu diàriament dins el món de l'esport, hi estic molt vinculat i quan em necessito informar de les constants notícies que succeeixen dins aquest àmbit ho faig a través d'alguns mitjans de comunicació escrits, com són els diaris esportius. Únicament però, els llegeixo quan vaig a esmorzar o a fer un cafè fora de casa de bon matí perquè allà puc fer-ho de manera gratuïta, en canvi el fet de comprar-los en un quiosc em suposa un alt cost econòmic, que ara mateix com a estudiant no em puc permetre. Aquest fet és el que va fer replantejar l'opció d'optar per

tractar aquest tema en el treball. És cert però, que ara mateix amb les noves tecnologies i la premsa online tot és més fàcil i ho podem tenir tot al nostre abast, però subscriure's de manera digital a les plataformes d'aquests diaris, també suposa un cost si es vol llegir el diari com si es fes de manera física en primera persona. Aquest és el motiu principal que va fer decantar definitivament per realitzar la pròpia plataforma digital esportiva gratuïta, que la gent jove o no tan jove i esportista pugui estar informada ja sigui setmanalment del que més li agrada dins el món de l'esport a Catalunya i de l'esport català sense haver de pagar.

La metodologia emprada i utilitzada per tirar endavant el web no és cap en concret, sinó que serà la pròpia creativitat i imaginació de dissenyar una plataforma completament original i atractiva a simple vista que entri per als ulls de la gent, obligant-los així a entrar-hi, investigar-hi i a llegir la informació que contindrà en el seu interior un cop editada. Aquesta metodologia estarà dividida en dues parts ben diferenciades que seran l'objecte d'estudi i objectius, que a partir de l'anàlisi de diferents plataformes digitals esportives tant de diaris com de revistes, de diferents països i localitzacions s'haurà aconseguit una idea més clara del que presenten o no les plataformes digitals esportives, les seves diferències, els colors predominants, la distribució de les seves notícies, etc. I així en el moment d'editar i crear la plataforma digital esportiva pròpia, es tindrà una idea de com fer-la, com distribuir-la, com estructurar-la, ... bàsicament per agafar referències i per captar els aspectes més rellevants de cadascuna de les ja treballades tenint en compte la situació exposada al marc teòric, per així començar el procés pràctic des d'una base, amb les idees ja definides. A partir d'aquí, es podran definir una sèrie d'objectius que conformaran la finalitat essencial del treball; i després les preguntes d'investigació que s'hauran formulat a partir dels objectius exposats anteriorment i hauran servit un cop fet l'anàlisi dels deu webs, per establir i aconseguir crear una plataforma digital esportiva molt més completa en tots els sentits. Per tant, l'anàlisi dels webs permetrà respondre aquestes qüestions, i el procés de creació amb aquestes preguntes respostes serà molt més senzill, puix que ja es tindrà clar el que posteriorment es voldrà desenvolupar.

I finalment, en les conclusions finals del treball es farà una valoració general del que ha significat fer aquest projecte per a mi, del que aporta l'esport català a la regió, la importància que suposen les plataformes digitals esportives amb la digitalització que s'ha produït arreu, la interrelació que puguin tenir les plataformes digitals esportives treballades i analitzades entre elles i amb l'editada, etc. Així doncs, es posarà en comú tot el que ha significat el transcurs productiu del treball.

2. MARC TEÒRIC

Com explica Clara Sainz de Baranda Andújar (2014:107), la informació esportiva caracteritzada per la senzillesa del relat, està dirigida a tota classe de públic massiu, des de lectors que no responen a un perfil concret, fins a milions de persones sense distinció d'edat, formació o condició social, el que es reflexa en un creixement important en el nombre de lectors en els últims temps.

“Sin embargo, curiosamente, el deporte como fenómeno cultural en los medios de comunicación parece atraer menos atención de los investigadores (Boyle, Rowe y Whannel, 2009). Per tant, com torna a afirmar Clara Sainz de Baranda Andújar (2014:108), és complicat i difícil de trobar una definició de la premsa esportiva actualitzada i d'acord amb la realitat del segle XXI, perquè el mateix passa amb la definició de premsa, i d'aquí la revisió del concepte de premsa, periodisme especialitzat i també, de la premsa esportiva.

Diferents autors es centren en les definicions de premsa especialitzada i periodisme especialitzat (Martínez Albertos, 1983; Paniagua, 2003; Fernández del Moral, 2004; Esteve y Fernández del Moral, 2007). Sens dubte, els diaris i periòdics esportius es consideren premsa especialitzada però dirigida a un públic generalista. Per Antonio Alcoba (2005:157):

“La prensa específicamente deportiva debe competir con los diarios de información general, la radio y la televisión, conociendo sus limitaciones para enfrentarse, como negocio, a los restantes medios de comunicación. La prensa de información general ofrece tratamientos de todos los temas, incluido el deporte, y por esta característica posee una gran ventaja: el interés de los clientes, traducido en más venta y mayor atractivo para la publicidad”.

Així doncs, tal com diu Palacios (1999:356): “El deporte configura secciones autónomas en la prensa y es objeto de especialización en cuanto a su coherencia temática y tratamiento específico de la información con un lenguaje propio, uso de fuentes concretas, rutinas productivas, audiencia a la que va dirigida y existencia de periodistas especializados”. Igual que passa amb els mitjans de comunicació generalistes, que el contingut és molt semblant però, com bé comenta Marrone (2009:27): “En lugar de tendencias ideológicas, la principal diferencia es el mayor seguimiento a unos determinados equipos o actividades deportivas”. D'aquesta manera, els periòdics catalans cobreixen més informació d'equips de futbol com el F.C. Barcelona o el R.C.D. Espanyol, mentre que els madrilenys donen més pàgines al Reial Madrid i a l'Atlètic de Madrid.

Per tant, dir que la premsa esportiva, a dia d'avui, és un mitjà especialitzat –imprès o digital-, qualsevol que sigui la seva periodicitat, que es dirigeix a un públic generalista identificat amb el major seguiment a uns determinats equips o activitats esportives.

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

D'aquí que el marc teòric consti de dos capítols que compondran el que és tot el conjunt de la part teòrica. La primera part o el primer capítol és "La història de la premsa esportiva" on s'explica tot el que ha passat prèviament abans d'arribar a la premsa esportiva d'avui en dia amb les plataformes o webs digitals esportius. I el segon capítol és "L'anàlisi de plataformes digitals esportives", on s'estudien diferents plataformes digitals esportives, tant de diaris com de revistes, de diferents països i localitzacions. D'aquesta manera se'n podrà fer una idea més clara del que presenten o no les plataformes digitals esportives, les seves diferències, els colors predominants, la distribució de les seves notícies, etc. Per a la realització d'un anàlisi profund, en tots els webs es farà el mateix treball, i es dividirà en factors.

2.1 Capítol 1: Història de la premsa esportiva

En aquest primer capítol del marc teòric s'explica mitjançant diversos apartats, tota l'evolució fins arribar a la premsa esportiva actual. Una transició que s'ha vist clarament modificada al llarg de l'últim segle i sobretot dels últims anys amb l'evolució constant de les noves tecnologies, d'Internet, etc. Un desenvolupament dels mitjans de comunicació, de la transmissió de les notícies, i de la premsa en general; que cal veure per adonar-nos de tot el que ha significat a dia d'avui adquirir la premsa esportiva de la que disposem al nostre abast amb l'ús de plataformes digitals esportives.

L'esport és una activitat que ve des de fa molt temps. Podem afirmar que l'activitat física ve des de la prehistòria quan era imprescindible per a la caça, més tard els grecs construïren les primeres grans construccions per a la pràctica d'aquest, com són els estadis gimnasos i palestres gregues. En els segles posteriors se seguirà consolidant la pràctica de les activitats esportives, però serà en el segle XIX, quan joc i esports passen a ser estudiats i elevats a la categoria educativa gràcies a les investigacions i posada en pràctica de l'educació física per diferents personalitats, que han passat a la història com a benefactors de l'esport.

El segle XX afavorirà al desenvolupament d'aquestes activitats gràcies als avenços tecnològics que es produeixen en aquesta època, a més també es defensa la pràctica de l'esport com a mitjà per a trobar fama i poder, i en altres casos s'utilitza simplement per a divertir i entretenir a la població per superar les diferents crisis ocorregudes, com ara les guerres mundials. Tot això fins arribar a la premsa esportiva d'avui en dia amb les

plataformes digitals esportives, que és el que se'ns explica en aquest primer capítol del marc teòric.

Els apartats que conformen aquest capítol i que ajuden a explicar aquesta evolució i a facilitar-ne la seva transmissió són els següents: els mitjans de comunicació, la notícia, la premsa (transició del paper al digital/ de la premsa escrita a la premsa online) formada per dos subapartats que són la premsa esportiva a Catalunya i la premsa esportiva a Espanya.

2.1.1 Els mitjans de comunicació

“Els mitjans subministren esbossos de la realitat; els seus periodistes construeixen la realitat. Aquesta construcció de la realitat dels periodistes se sotmet naturalment en gran manera a les condicions institucionals dels mitjans i a les normes i models professionals” (Weischenberg, 1998:61-67).

Els modus operandi del sistema de l'esport en la premsa s'orienta cap a la variable de la qualitat, garantida per diversos criteris de construcció. Weischenburg (1995:139) resumeix que “suposaria una infravaloració dels lectors el fet de presentar l'esport sense tenir en compte els barems de qualitat sobre els quals (encara) existeix un consens en la societat dels mitjans a l'hora de valorar les produccions periodístiques”.

La qualitat de la cobertura informativa de l'esport en la premsa escrita representa a més una funció necessària i complementària davant l'oferta dels mitjans audiovisuals. La qualitat delimita la denominada informació de fons, caracteritzada per una gran varietat de temes així com per una acurada resolució dels problemes provocats per la informació ràpida, orientada a l'esdeveniment. La qualitat de la informació esportiva en els mitjans es fa evident per la manifestació de diferents variables com la diversitat temàtica, l'orientació segons el sexe, la prevalença d'una estructura argumentativa de la informació, així com de l'orientació nacional o internacional de l'esdeveniment. Així doncs, tal com assenyala Horkey (2009:72): “És a més condició per al periodisme de qualitat en la construcció de la informació esportiva la utilització de fonts diverses i diferenciades com a base per a la informació, provant així una observació pròpia i aliena acurada del sistema. L'existència d'aquestes variables pot ser la base de la construcció mediàtica diferenciada de les diferents realitats (nacionals) de la premsa esportiva”.

Encara que, com bé explica Kleinsteuber (1994): “En observar els sistemes periodístics internacionals poden detectar-se clarament diferències en la “situació dels mitjans al món”, en el cos d'anàlisi disponible per a aquest estudi cal partir, no obstant això, del “tipus occidental-liberal” i per tant és viable una comparació dels criteris de construcció nacional-però tenint en compte les peculiaritats específiques del mitjà”. D'aquí que Horkey (2009) trobi necessari estudiar el tema de la investigació de l'esport en els mitjans diferenciant tipus de diaris (supraregional, regional, local, sensacionalista), els diferents principis d'organització del qual (per exemple, temps de publicació, principis

de vendes, distribució) influeixen en la construcció de la informació esportiva. Ja que, a més, es pot suposar que, puix que els sistemes esportius de característiques nacionals es troben fortament ancorats en la tradició, poden aparèixer peculiaritats nacionals en els aspectes temàtics principals del contingut de les diferents modalitats esportives. Per aquest motiu, és necessari recórrer al diferenciat paisatge periodístic i, més concretament, a la tradició esportiva dels diferents països per arribar a les característiques nacionals de la construcció de l'esport en la premsa escrita, atesa la disparitat organitzativa o tradicional dels sistemes. Els altres principis de construcció per a la qualitat del periodisme esportiu no depenen, contràriament, de les peculiaritats socials nacionals i altres característiques, ja que es pot suposar que els mitjans analitzats imposen estàndards de qualitat a la informació que permeten una revisió comparativa internacional. Partint de tot això, sembla apropiada segons l'autor una anàlisi comparativa internacional de contingut sobre els mecanismes de construcció de l'esport en els mitjans impresos.

Cal tenir en compte també, la teoria de *l'agenda setting* o *agenda mediàtica* que radica en la idea o percepció que els mitjans de comunicació poden arribar a tenir una influència molt profunda en el procés de formació de l'opinió pública. Bernard Cohen afirma que “la premsa potser no tingui èxit dient-li a la gent com ha de pensar, però sí que triomfa meravellosament dient-li als seus lectors sobre què ha de pensar”.

Aquesta teoria parteix de dos fets gairebé indiscutibles sobre els mitjans de comunicació: d'una banda, que aquests actuen com a filtres de la realitat. Això no obstant, mai no poden reflectir-la amb total fidelitat, ja que tan sols pel fet de seleccionar unes dades o altres s'està adoptant una perspectiva subjectiva, encara que s'intenti deixar de banda la parcialitat. D'altra banda, que aquesta tria d'esdeveniments o dades que fan els mitjans influeix en la consideració que té el públic d'ells, ja que, per exemple, el lector sempre considerarà que la notícia que ocupa la primera plana és més important que la de la tercera.

Estretament relacionada amb aquesta dinàmica està el que seria l'estructura que actualment regeix la dicotomia mitjans-públic. I és que, aquest darrer ja no és tan sols una minoria il·lustrada que cerca als diaris sobretot informació i debat sobre temes polítics i comercials. Ara es tracta d'un públic majoritari o massificat, que resulta fàcilment manipulable per a uns mitjans que es mouen en sentit unidireccional, i que han deixat de banda els discursos elaborats i reflexius a favor d'una tipologia més comercial i, sobretot, amb més capacitat de penetració en el públic: la notícia (ha de ser concisa i clara amb un missatge darrere perquè l'oient o usuari la vulgui llegir).

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

2.1.2 La notícia

La notícia és un relat periodístic, oral o escrit, que narra un fet d'actualitat. Aquest fet ha de ser rellevant, extraordinari o curiós i ha d'oferir un cert interès. Amb l'objectiu bàsic de la notícia d'informar per la qual cosa, la notícia ha de centrar-se en el fet de manera objectiva. Tanmateix i torno als mitjans, cal remarcar que els mitjans de comunicació sovint estan condicionats per diferents tendències ideològiques, cosa que condiona el tractament de les notícies. La notícia que ja sigui en format escrit o audiovisual, té una estructura similar i molt marcada, definida a nivell tipogràfic o audiovisual. D'aquesta manera doncs, les notícies han de tenir qualitat i com comenta Maria González Gorosarri (2018:30): “Sent la qualitat de les notícies la línia d'investigació principal, la qüestió resulta si l'excel·lència informativa resulta i és inseparable de la perspectiva de gènere en la societat”. És a dir, si els mitjans amb major professionalitat són els que incideixen en la realitat o els que es limiten únicament a reflexar-la tal com és. El concepte de qualitat de les notícies fa referència a la professionalitat que mostren els periodistes al treballar la informació.

“Una noticia periodística debería ser un veraz relato que se refiere a un hecho novedoso o no muy común, en determinado ámbito político, económico o social. En la actualidad muchísimos medios de comunicación, aprovechan las noticias para manipular la realidad, ocultando o "recortando" hechos que merecen ser informados, en beneficio propio” (Casal, 2017).

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

La notícia o article periodístic sol tenir una distribució determinada. L'objectiu d'aquesta disposició organitzativa és aportar ordre i claredat en l'exposició de les idees. I la seva distribució és la següent:

- El titular: Que és la presentació del text, destacada tipogràficament o audiovisualment, el seu objectiu és suggestionar per a la lectura o l'escolta, bé a través del resum del contingut del text, bé amb la utilització de diferents recursos estilístics. De vegades, el titular va precedit d'un avantítol i/o el segueix un subtítol, que tenen la funció de situar el text i completar la informació.
- L'entrada o *lead*: En premsa escrita correspon al primer paràgraf de la notícia i recull de forma sintètica les dades més rellevants de la notícia, ja que aquest és el seu objectiu.

En mitjans audiovisuals *el lead* es correspon a l'entrada del presentador. L'entrada, que sovint actua com a resum, intenta donar resposta a les sis preguntes o 6Q: Qui? Què? Quan? On? Com? Per què? Hi ha mitjans escrits que destaquen l'entrada de forma tipogràfica.

- El cos o desenvolupament: Desenvolupa i completa les dades avançades a l'entrada. Cal destacar aquí l'estructura, anomenada "piràmide invertida", en què la informació, ordenada a través dels diferents paràgrafs, va dels aspectes més rellevants als que ho són menys. Quan les informacions són llargues s'acostuma a posar títol als paràgrafs. De vegades el cos de la notícia no es fa mitjançant el text escrit o oral sinó utilitzant només una imatge o una seqüència.

Notícies que les podem trobar tant a la premsa escrita com a la ràdio, la televisió o als mitjans digitals i és el gènere principal de la premsa diària i dels informatius. Uns mitjans que han evolucionat molt amb el pas de les generacions i dels anys, que han acabat transitin/convertint-se en digitals. I sí, hem viscut i vivim una transició constant del paper al digital i de la premsa escrita en general.

2.1.3 La premsa. Transició del paper al digital (de la premsa escrita a la premsa online)

La premsa són els elements dels mitjans de comunicació de massa que difonen notícies al públic en general. Així doncs, la premsa és una recopilació o recull de notícies, per tant, un conjunt de publicacions escrites o digitals que els mitjans de comunicació s'encarreguen de fer arribar al públic/audiència general. Aquesta inclou els mitjans impresos, (diaris, revistes), radiofusió (ràdio i televisió), així com Internet (diaris digitals, blocs, etc.), sempre que difonguin notícies.

Llavors queda clara una cosa, i és que com explica Cassany (2013:77): "L'arribada d'Internet ha provocat canvis dramàtics, tant en la premsa mateixa com en l'aprofitament que en fa l'educació".

Tot això, puix que com bé deia Pablo Rodríguez Canfranc (2013), els editors van traslladar les versions en paper a la xarxa intentant aprofitar els formats multimèdia per enriquir el contingut i ampliar, per mitjà de la globalitat del món digital, el seu espectre d'influència.

Una premsa que ens difon o bé informació general o bé premsa especialitzada. Aquesta informació pot ser transmesa de manera diària (cada dia), setmanal, mensual o anual. De manera diària mitjançant els periòdics/diaris, setmanal a través dels setmanaris, mensual amb publicacions especialitzades (com revistes, ...) i anuals gràcies als anuaris. La manera més habitual sol ser per mediació dels diaris/periòdics que tracten temes d'actualitat, amb la finalitat d'informar i entretenir creant opinió i educant al destinatari que és un públic en general. Uns diaris que al igual que la premsa poden anar dirigits

cap a un públic més determinat o un públic objectiu si aquests ho volen i ho busquen, tractant una única secció en concret; amb la premsa especialitzada. Seccions com la nacional, la local, la internacional, la societat, la cultura, els esports, l'economia i l'agenda. Aquestes seccions també serien doncs, i es converteixen en els diferents tipus de premsa que existeixen, la premsa esportiva, la premsa nacional, la premsa local, etc.

L'avenç de la tecnologia en els últims anys però està escenificant tots els àmbits, i la premsa escrita no anava a ser menys. Amb el naixement de la premsa online, s'ha facilitat la difusió i l'accés a la informació. Per altre part, la possibilitat de disposar d'informació actualitzada al segon, permet que la premsa escrita sempre pugui informar de la última hora, així com que pugui cobrir esdeveniments en rigorós directe.

A més, la premsa digital facilita l'accés dels usuaris a la informació: deixa de ser necessari disposar d'un diari en paper per a conèixer la informació, i basta en tenir un ordinador o dispositiu mòbil que disposi de connexió a Internet. “Les claus de l'èxit han sigut el model d'informació de proximitat, que ha permès l'expansió i el creixement de l'audiència, i la tecnologia, amb una innovació constant i un sistema de gestió propi. Una altre és que les característiques bàsiques dels cibermitjans, és a dir, hipertextualitat, multimedialitat i interactivitat, encara es poden desenvolupar més en el sector dels mitjans digitals de proximitat”. (Puntí, 2016:11)

Tot i això, no és tot positiu amb l'arribada de la premsa online. La venda de diaris impresos ha caigut en picat els últims anys, i la tendència indica que ho seguirà fent a un ritme igual o superior en el futur. Així doncs, la premsa online significa l'arribada d'un model que pot implicar més avantatges que desavantatges, puix que ofereix una major accessibilitat de la informació a l'usuari.

Els inicis de la premsa online es remunten a mitjans dels anys 90, època en què s'inicia una expansió d'Internet que es tradueix en un significatiu nombre de nous usuaris. Com explica Mònica Puntí Brun en la seva tesi doctoral de la UDG (2016:16): “Des dels anys 90, els mitjans de comunicació han fet el salt a la xarxa, han posat els seus continguts a disposició dels lectors a través d'un nou mitjà”. A nivell mundial, el diari britànic *The Telegraph* va llançar l'any 1994 *l'Electrònic Telegraph*, convertint-se aquest en el primer diari digital de la història. Per altre part, a Catalunya va néixer el primer diari digital a nivell estatal. Es tractava del diari *Avui* que es va posar en marxa l'1d'abril de 1995 i al que el va seguir, uns mesos més tard, el *Periódico de Catalunya*, mitjà que va publicar la seva edició online tant en format HTML com en PDF.

“Primer fou la premsa, però no gaire temps després també la ràdio i la televisió van començar la seva aventura a Internet. Més de 20 anys després, Internet s'està convertint en el principal mitjà d'informació, sobretot pels més joves” (Puntí, 2016:16). La versió digital de les publicacions en paper s'ha convertit en imprescindible per als grans grups mediàtics en l'actualitat gràcies a diversos motius entre ells: En primer lloc, la versió digital ofereix importants avantatges respecte a la versió en paper. El diari imprès es publica una sola vegada al dia, a primera hora del matí. Això provoca que a les poques

hores d'haver sortit es converteixi en una publicació desactualitzada. En canvi, el digital permet actualitzar la informació sempre que sigui necessari podent donar sempre la última del que està passant, així com fer el seguiment d'esdeveniments en directe (mantenir-nos informats d'una jornada electoral, d'un esdeveniment esportiu, ...). La immediatesa és un factor clau en les versions en línia. “Una cultura o filosofia de la immediatesa que s’ha anat formant a partir de la revolució digital, promoguda per les noves tecnologies de la informació i comunicació, d’entre d’altres factors. Com a conseqüència, s’han derivat diverses conductes socials com la hiperconnectivitat tecnològica i el desig constant de gratificació instantània” . (Puig, 2015:30)

Per altre banda, la possibilitat d’incloure contingut multimèdia a les peces escrites és un atractiu més del que gaudeix la premsa online. Poder complementar la informació de l'article amb un vídeo d'un succés o unes declaracions en format d'àudio d'algun testimoni, per exemple, enriqueix la peça i la fa més cridanera per al lector que es troba davant la pantalla, un lector que disposa de menys temps que la persona que es troba llegint un diari en paper i que busca una informació actualitzada i algo més directe.

Però la inclusió de la informació en un mitjà digital de lliure accés té una afectació econòmica clara per al format paper: i és que, les ventes del diaris han caigut molt els últims anys i, amb això, s’han posat en risc la situació econòmica d’alguns mitjans. Un descens de més del 50% de les ventes que indiquen la importància d’establir una correcte estratègia empresarial amb les versions digitals, la seva audiència del qual va en pujada i en clar creixement.

D’aquí també apareix la publicitat, que és actualment la major font d’ingressos dels mitjans digitals. La importància econòmica que té per als diaris és enorme, i publicitar-se significa i implica una inversió molt gran de diners. És cert però, que hi ha diaris que opten per establir un límit d’articles de visionat gratuït.

I com bé explica Moya Cànovas (2013), els mitjans de comunicació són bàsics i essencials per a la publicitat, sense comunicació resulta impossible transmetre un missatge, i la feina de la publicitat es precisament transmetre. És per això que la publicitat va evolucionar i es va desenvolupar quan va sorgir la premsa. No obstant, ambdues disciplines es retroalimenten; és a dir, la publicitat sense els mitjans de comunicació no hagués existit i, per altra banda, els mitjans no podrien sobreviure sense la publicitat, ja que és la seva principal font de beneficis o d’ingressos.

Si bé és veritat, que l’evolució i el desenvolupament de les versions digitals ha suposat una major difusió dels continguts que publiquen els diaris, les xarxes socials han crescut aquesta tendència. Els diaris en línia han creat perfils a les principals xarxes socials (Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, entre d’altres) amb la finalitat de fer arribar la seva informació a un major nombre de persones i de gent.

Així doncs, l’entrada de la premsa online a les xarxes socials ha significat un mètode de difusió i captació de l’audiència. Per demostrar-ho i exemplificar-ho es pot fer de la

següent manera. Imaginem que disposem i tenim un usuari que vol estar informat sobre notícies d'àmbit esportiu a temps real, sense necessitat d'entrar a la pàgina web d'un mitjà esportiu o a la seva plataforma. Aquest usuari pot configurar el seu perfil de Twitter de tal manera que pugui rebre una alerta o notificació a temps real d'aquella informació que li interessa perquè un mitjà determinat l'ha publicat a la seva web i, posteriorment, l'ha compartit a la xarxa social.

A més, de la mateixa manera que es pot fer en el web (plataforma), també es poden incloure elements audiovisuals com imatges per complementar el titular de la notícia que ens mostren els mitjans en els seus perfils.

L'arribada de la premsa online, als seus inicis, era únicament accessible per aquells usuaris que disposessin d'un ordinador amb connexió a Internet per cable. Ara amb el pas dels anys, això ha evolucionat i canviat moltíssim. El naixement d'altres dispositius amb connexió a la xarxa, com smartphones, tablets o SMART TV fins i tot, entre d'altres, ha permès que no sigui necessari disposar d'un ordinador per accedir als mitjans digitals, sinó que també es poden utilitzar altres dispositius per accedir a la versió digital dels diaris. Això també ha comportat, la creació d'APPs pròpies per part dels grans grups mediàtics i diaris menors (el baix cost de creació d'una aplicació mòbil ha permès que aquesta sigui una eina accessible per a tot tipus d'empreses), ha permès una major facilitat d'accés a la informació online.

A més, la possibilitat d'afegir contingut multimèdia als articles escrits en versions web, en els perfils dels mitjans a les xarxes socials i en les aplicacions mòbils s'ha convertit en una manera d'enriquir els textos que podríem trobar en la premsa impresa.

Per tant, quan parlem de premsa online estem parlant del model de premsa escrita del futur i, també, del present. Un model que està deixant a la premsa escrita impresa en un lloc, cada vegada, més reduït.

Finalment comentar que els grans canvis operats en els darrers anys en les tecnologies de la informació i de la comunicació i els seus efectes sobre el periodisme han produït una acceleració imprevista en la consideració del temps històric. En aquest context, quan es parla de la possibilitat de la desaparició a curt termini dels diaris impresos davant la competència imbatible d'Internet i s'alerta d'una crisi consegüent i irreversible del periodisme com a forma d'intermediació informativa, s'obre de cop un abisme sobre les formes de comunicació i cultura madurades al llarg de quatre segles. Al desconcert creat pel desenvolupament vertiginós i poc controlable de la xarxa digital s'hi afegeix la consternació pels efectes d'una crisi financera que agreuja molt la capacitat de supervivència dels mitjans de comunicació social, molt especialment del periodisme.

Georgina Ferri (2019) ho comenta en el diari Ara de la següent manera "Ser periodista abans era una felicitat per a nosaltres. Em temo que ens sentíem una mica superiors a aquells que no tenien el mateix accés a la informació que nosaltres. Era fàcil confondre

el nostre accés privilegiat a la informació amb autoritat o expertesa. I quan les portes es van obrir, i milers de milions de persones també van accedir a la informació i també van poder publicar [...], els diaris i la premsa escrita en general va començar a morir davant dels nostres ulls”.

2.1.3.1 La premsa esportiva a Catalunya

Com diu María Luisa Berasategui (2000:153): “El interés que ha suscitado el estudio de la prensa deportiva en Cataluña no es un fenómeno nuevo ni reciente”.

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

Actualment amb la premsa online tracta i toca tot tipus de temes o seccions, des del polític fins a l'esportiu. Una premsa esportiva que ha canviat i evolucionat molt. “Al llarg del segle XX els diaris locals dedicats a la informació esportiva s'han anat succeint” (Joan Puig Pujol, 1972). I és que, el naixement i desenvolupament de la premsa esportiva a Catalunya fou paral·lel al creixement dels diferents esports, ja fos com a butlletins interns, com a seccions a la premsa general, o com a premsa esportiva pròpiament dita. “Fins avui que la premsa esportiva ha tingut una florida respectable. I és, potser amb la premsa informativa de televisió i la femenina i l'especialitzada, la qui té més títols i una incondicional adhesió de les minories. La relació adjunta de títols ens permet d'adonar-nos com primer ha estat l'arribada de l'esport nou, sigui l'esquí o el ciclisme, sigui el submarinisme o el motorisme, i tot seguit han aparegut ja publicacions monogràfiques, que és la principal característica de la premsa esportiva: la seva gran versatilitat en adaptar-se a l'afecció. Quan el basquet té una punta positiva de seguidors, apareixen a tot l'estat tres o quatre grans publicacions monogràfiques. Quan és altre esport nou que té seguidors passarà poc temps fins a aparèixer la revista obligada” (Josep Maria Figueres s.d; 23). La premsa d'informació general ja s'ocupava sovint dels esports a les seves beceroles, però a mesura que aquests es popularitzaven apareixien, a més, les primeres publicacions esportives, específicament. En destacaren dues etapes: en la primera es crearen principalment butlletins, i en la segona, tot i la vinculació sovint de la premsa amb les entitats, el caràcter d'aquesta ja no és intern. Amb l'augment del temps de lleure, i per tant de la pràctica de l'esport i la seva diversificació, i el desenvolupament del periodisme de masses durant aquest període es posaren les bases per un gran impuls del periodisme esportiu català, el que col·laborà a l'adhesió de les classes populars a l'esport. En vigílies de l'establiment del campionat

de lliga de futbol havien estat, també, moltes les publicacions esportives, la majoria de vida efímera, a Catalunya. D'entre les característiques remarcables de la premsa catalana durant el període de 1914 al 1936 (esclat de la Guerra Civil Espanyola) cal destacar-ne dues. Primer, la consolidació del català com a llenguatge de la premsa esportiva catalana amb l'aparició de gran nombre de publicacions en la nostra llengua. D'altra banda, destacar l'aparició de gran quantitat de publicacions satíric-esportives entre les quals cal citar el *Pa... nal!* (1923). Ja en la postguerra la història de la premsa especialitzada a Catalunya recull innombrables noms ja desapareguts, com *Vida Deportiva* (1943), ...

I ja en democràcia, destacar alguns diaris com *l'Sport*, *L'Esportiu de Catalunya*, *el Crack 10*, ... A més, la importància i interès que desperta l'esport en l'actualitat fa que els diaris d'informació general dediquin molta informació, així com suplementos i edicions especials pel que fa a la temàtica esportiva; tant en la premsa escrita com en la digital.

“Actualmente, en la era de la prensa electrónica, además del soporte, han evolucionado los conceptos. Sin embargo, referido a los orígenes de la prensa deportiva en Cataluña me parece del todo pertinente. Si uno de los papeles que se atribuye a la prensa es el de conservador de la memoria histórica, parece oportuno reflexionar sobre el entorno que ha favorecido la formación de las cabeceras deportivas, el legado que nos aportan y sus posibilidades de difusión y estado de conservación. Creo que la prensa deportiva es un campo sugestivo de investigación y que ésta debe ser multidisciplinaria, puesto que han intervenido multitud de factores en su desarrollo” (Berasategui, María Luisa 2000:167-168).

2.1.3.2 La premsa esportiva a Espanya

“La información deportiva en España es un ámbito de enorme complejidad como fenómeno social contemporáneo” (Sainz de Baranda Andújar, Clara 2014:107).

Pel que fa la premsa esportiva espanyola, apareix cap al darrer quart del segle XIX, on es presenta com un mitjà propagandístic de l'esport, però a més va manifestar el seu suport ideològic al moviment regeneracionista estimulat principalment per intel·lectuals i professors universitaris vinculats a la Institució Lliure d'Ensenyament. En l'emergent conjuntura industrial i expansió econòmica de Catalunya, el lideratge de la puixant burgesia barcelonina va marcar l'arrencada de l'esport contemporani a Espanya, afavorit per la prestigiosa revista *Los Deportes*.

Més concretament, l'origen i desenvolupament de la premsa esportiva a Espanya parteix del 1865 amb l'aparició a Madrid de *La Caza*, revista que posava de relleu aquest exercici físic recreatiu a l'aire lliure. Els començaments de la premsa esportiva es troben vinculats a l'emergència de la societat burgesa i a la voluntat d'emular l'estil de vida victorià i la moda dels *sports*. És especialment en l'últim quart del segle XIX que el

conegut moviment del regeneracionisme espanyol va afavorir i es va reflectir en el caràcter ideològic d'aquestes noves publicacions, que eren estimulades alhora que l'esport trobava "carta de naturalesa", en les principals ciutats industrials i portuàries. Així mateix, es descobreix com el moviment en pro de l'educació física va inundar de missatges regeneracionistes aquesta incipient premsa. Paral·lelament, a partir de la revisió interpretativa dels textos, s'ha construït l'anàlisi necessària per abordar, en un futur, el naixement i desenvolupament de l'esport a Espanya a través de l'associacionisme esportiu del segle XIX.

"El panorama actual de la prensa deportiva en España está gobernado por cuatro cabeceras: *Marca, As, Sport y Mundo Deportivo*. Pero también existen otras cabeceras especializadas en el tema, aunque no estrictamente diarios, de difusión local o regional que permanecen en el mercado, las más destacadas son: *DxT Deporte, Campeón, ESTADIO Deportivo*, ... todos ellos impresos. Los diarios deportivos van a contracorriente con respecto al resto de la prensa (EGM: Estudio General de Medios). Los cuatro diarios principales: *Marca, As, Sport y Mundo Deportivo* han ganado lectores en los últimos años" (Sainz de Baranda Andújar, Clara 2014, 109-115).

I com la mateixa autora afirma (2014: 115-116), durant els primers anys del segle XXI, considerant el conjunt de capçaleres d'edició diària a Espanya, tant esportives com d'informació general, dins d'un marc competitiu natural, *Marca* és el diari més llegit per sobre dels generalistes, superant per primera vegada l'any 2012 els tres milions de lectors.

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

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

2.2 Capítol 2: Anàlisi de plataformes digitals esportives

En aquest segon capítol del marc teòric s'han analitzat diferents plataformes digitals esportives, tant de diaris com de revistes, de diferents països i localitzacions. D'aquesta manera se'n podrà fer una idea més clara del que presenten o no les plataformes digitals

esportives, les seves diferències, els colors predominants, la distribució de les seves notícies i informació, ...

Per aquest motiu s'ha decidit analitzar les plataformes:

- *Sport Training*: Revista d'abast espanyol.
- *Sport Life*: Revista d'abast espanyol.
- *Girona Esports*: Revista local de la província de Girona.
- *Esports d'Hivern*: Revista d'abast català (Catalunya).
- *Marca* (plataforma/diari digital): Diari esportiu de Madrid.
- *Sport* (plataforma/diari digital): Diari esportiu de Barcelona.
- *Superdeporte*: Diari esportiu de València (Comunitat Valenciana).
- *Récord*: Diari esportiu de Mèxic.
- *Once*: Diari esportiu de Mèxic/Monterrey (inclou una revista digital al seu interior).
- *El Faro Deportivo*: Diari esportiu de Santiago de Xile.

Per a la realització d'un anàlisi profund, en tots els webs s'ha fet el mateix treball, i s'ha decidit dividir els factors en: l'enfocament de les notícies, el format i estètica, les imatges, els audiovisuals, les seccions i els esports.

2.2.1 Enfocament de les notícies

En aquest apartat com bé diu el Llibre d'Estil de la CCMA en el seu Manual d'ús (2020:126): “Enfoquem les nostres informacions des dels diferents punts de vista que expliquen la realitat plural i heterogènia de la nostra societat o el nostre públic al que ens dirigim”.

I hi ha grans diferències entre les plataformes digitals esportives per part de revistes i les que es basen en diaris esportius. Puix que el tractament de la informació no és el mateix entre unes i altres, i els elements que la tracten tampoc. I com diu Judit Tahull Baldomà (2008:9): “És important aprendre a planificar aquesta recerca per tal d'optimitzar-ne els resultats i convertir-la en eficient”. Després d'analitzar diverses plataformes digitals esportives, n'he pogut extreure diferents conclusions sobre aquest tema.

La primera és que les que tracten revistes digitals se centren més cap a gent dins el món de l'esport amb ganes de competir i de sentir el que comporta tota la preparació que hi ha al darrere d'aquest àmbit, on se't exigeix estar en les millors condicions possibles com en la d'*Sports Training* o *Esports d'Hivern*. Aquestes a través de citacions de grans

atletes intenten persuadir-nos i motivar-nos per tal d'arribar el dia de la competició el més preparats possible, tant física com psicològicament. També alguna com *Girona Esports* es centra en els èxits de l'esport en una ciutat i província en concret, però això no significa que no pugui arribar a altre gent de fora el municipi.

La segona conclusió és que els webs de les revistes també solen oferir botiga online o e-commerce per tal que l'usuari compri algun dels seus productes. Així doncs, ens ofereixen una promoció constant dels seus articles perquè ens n'acabin incentivant i cridant l'atenció i així aconseguir-ne el nostre interès.

La tercera conclusió extreta és l'aconsellament constant sobre rutines i exercicis a fer. Demostren d'aquesta manera la preocupació per l'usuari i el seu bé comú. Busquen a partir d'això, la seva dependència. Puix que d'aquesta manera, si la gent n'extreu resultats positius dels seus *tips*, aquests n'acabaran sol·licitant més a llarg termini. A més, les plataformes digitals d'*Sport Training* i *Sport Life* proven i testegen productes que poden captar l'atenció de l'audiència per informar-los dels avantatges o inconvenients que aquests poden tenir quan surtin al mercat.

La quarta conclusió seria la diferència de les entrevistes fetes per una plataforma digital esportiva centrada en una revista, de les entrevistes fetes per un web digital esportiu d'un diari. Com explica bloc XTEC: "L'entrevista pertany al subgènere d'opinió. En línies generals, podem establir que hi ha dos tipus d'entrevistes: l'entrevista informativa i/o d'opinió, estan fonamentades en l'opinió de l'entrevistat sobre fets d'actualitat o sobre qüestions sobre les quals se li reconeix autoritat. I l'entrevista de personalitat, on l'interès rau en la persona entrevistada, en la seva trajectòria vital o professional. Aquest tipus de text té un caire més personal i sovint demostra un reconeixement públic a la persona". Ja que les que provenen de revistes com *Sport Training* i *Sport Life* solen ser a experts o referents dins el món de l'esport com solen ser presidents, directors esportius, ... I en canvi les basades en diaris esportius, són entrevistes fetes a certs jugadors i entrenadors després del partit on declaren davant la premsa.

La cinquena conclusió és la possibilitat que genera *Sport Life* de seguir una dieta sana i equilibrada per posar en forma als seus seguidors.

I la sisena i última conclusió és que el tractament de les notícies d'aquestes plataformes, com que provenen de revistes solen ser publicades durant un període de temps més extens que en el cas de les dels diaris. Això significa que la informació és recent i objectiva igual, però potser la rebem cada tres o quatre mesos, segons el temps d'edició de cadascuna.

A partir d'aquí, podem dir que els webs esportius dels diaris tenen un enfocament totalment diferent com es pot observar mitjançant aspectes concrets:

En les plataformes digitals esportives provinents de diaris, les notícies segons d'on s'editin pel que fa al lloc de publicació, solen ser més crítiques amb alguns esports

específicament, això es veu reflectit mitjançant el llenguatge. Com bé expliquen Raquel Jiménez, Joana M. Mateu, Catalina Barceló, Catalina Pont i Miquela Roig (s.d.:5): “El llenguatge ens proporciona unes categories, uns conceptes i uns termes per poder representar la realitat. La realitat té molts matisos que queden plasmats a la comunicació. Cada missatge a cada informació que es transmet, pot tenir un significat diferent en funció dels matisos que podem captar i de com s’interpretin”. Segons la importància que representa aquell esport o esportista en la seva ubicació el qual tracti, les informacions són més o menys dures com passa en la plataforma de *Superdeporte* o en el web del *Faro Deportivo*.

També en aquests webs procedents de diversos periòdics, com que les actualitzacions són constants i momentànies, les notícies expliquen el fet tant punt ha passat i rebem la informació a l’instant més ràpid que ningú en totes les plataformes digitals treballades tant *Marca*, com *Sport*, com *Once*, com *Faro Deportivo* com *Superdeporte*.

Un altre fet a destacar de les plataformes digitals esportives dels diaris respecte l’enfocament de les seves notícies, seria que a través del llenguatge que empren per explicar-se, queda molt clar el que ens volen dir sobretot en les plataformes dels diaris *Marca*, *Sport* i *Superdeporte*.

L’últim detall commovedor dels webs esportius basats en diaris són el tractament que tenen amb la informació mitjançant les apostes esportives, a través del quals ens captiven perquè ens gastem diners jugant en les pàgines d’apostes com en el web del diari *Marca* o *Sport*.

Com es pot observar doncs a través de l’anàlisi de les diferents plataformes digitals esportives, es mostra clarament un enfocament concret cap a un públic objectiu clar com és la gent interessada en el món de l’esport diàriament. Perquè tal com explica Horkey (2009:70): “L’esport és un dels temes més importants en els mitjans de comunicació de tot el món. En la majoria dels països, les retransmissions en directe dels grans esdeveniments esportius solen obtenir les majors quotes d’audiència i una gran participació global en el mercat. Així com pel que fa a la televisió, es disposa de gran quantitat de dades sobre l’esport en els mitjans, l’àrea de premsa escrita tot just ha estat investigada en l’àmbit internacional”.

Deixant això a part, també cal destacar el fet que la majoria de webs es basen cap a un àmbit o abast internacional, i ens aporten informació exclusiva dels esports d’arreu del planeta. És cert però, que segons el lloc on s’editi la plataforma probablement agafen més pes els esportistes i les notícies de l’àmbit que abasten. Com per exemple a les plataformes d’Espanya, se’ls hi dona un interès especial a l’esport espanyol o als esportistes espanyols com és el cas de l’*Sport* amb el F.C.Barcelona o el *Marca* amb el Reial Madrid, i a Mèxic als seus esportistes representants com en el web d’*Once* o *Récord*, i així successivament amb la resta de plataformes dels diversos països d’on provenen. D’aquesta manera ha quedat clar que aquests webs en general tenen una manera molt clara d’enfocar les seves notícies i actualitzacions, aleshores els escriptors

o redactors d'elles són molt transparents amb el que volen fer arribar o transmetre a l'audiència.

D'aquest apartat recalcar varies coses positives treballats en els webs i els quals podrien servir de font d'inspiració:

- Podria interessar enllaçar vídeos i explicar alguns consells que puguin ajudar o recomanar als usuaris perquè les coses els hi anessin millor en l'àmbit de l'esport.
- El fet d'aconsellar sobre apostes esportives a l'audiència.
- També podria ser de gran utilitat el fet de fer aparèixer el nom de diferents països, de diferents províncies o municipis de Catalunya a la part superior del web. D'aquesta manera, si hi ha internautes que es volen centrar en la informació esportiva d'un lloc en concret, ho podran aconseguir.
- La manera com recalcar la informació i les notícies en les que estan vinculats esportistes que pertanyen a la nacionalitat de l'origen del diari/plataforma.

2.2.2 Format i estètica

Com bé cita el sociòleg i filòsof francès Jean Baudrillard: “En la societat actual de consum l'estètica de la seducció s'ha imposat com una estratègia per a generar interès i necessitats. En aquest context, sembla que en el procés comunicatiu l'estètica imposa l'efectivitat (o causa d'efecte) a l'eficàcia comunicativa”. Guy Debord (1967) va dir i va parlar sobre com: “La societat de l'espectacle encara es projecta en el present i també aborda el nou espai d'Internet. La xarxa ha intensificat com mai abans el context comunicatiu, però dotant-lo també de nous paràmetres propis dels mitjans digitals, els quals estan generant una nova experiència estètica en l'usuari. I de com els mitjans de masses han experimentat una estatització progressiva que abasta els camps de la informació, l'entreteniment i la comunicació. És a dir, des de la informació dels telenotícies, diaris i revistes, fins a la dels anuncis publicitaris, tota la informació està influïda, avui més que mai, per l'efecte seductor que hi exerceix l'estètica visual i en gran part gràcies a la imatge digital i la infografia.” Jean Baudrillard li posa nom i explica aquesta estatització: “En termes generals aquesta estatització pot respondre a diferents intencions, des d'un simple embelliment o cerca d'atractiu visual de la informació, l'adopció d'un estil o estètica concreta (amb tota la càrrega visual, simbòlica o de màrqueting que això pugui comportar), sense oblidar les grans possibilitats de les imatges per a representar idees o dades d'una manera directa, impactant, didàctica i divulgativa”.

En aquest apartat s'ha pogut veure com les plataformes basades en una revista com *Esports d'Hivern*, *Sport Life*, *Sport Training*, *Girona Esports* i *Once* (pot actuar com a plataforma de diari o bé de revista perquè ofereix una revista digital al seu interior). Són

completament diferents a les plataformes dels diaris digitals esportius. I és que els webs d'ambdós mitjans tenen un disseny funcional, però en el cas dels diaris sol haver-hi una gran presència de publicitat intrusiva a diferència de les revistes. També s'ha pogut captar com en les plataformes digitals esportives dels diaris sol haver-hi una gran sobresaturació d'informació degut a l'actualització constant d'informació i notícies que apareixen constantment. En canvi, les revistes com que solen actualitzar-se setmanalment, mensualment o anualment la informació no és tanta i ens podem centrar clarament en el que busquem, cosa que costa més de fer en les pàgines webs dels diaris amb tanta quantitat d'imatges, notícies, vídeos, ... a veure.

Amb aquest fet citat anteriorment, especificar que en els webs de revistes, el format no és únicament el d'una pàgina web normal i corrent. Sinó que disposen també en format PDF de la revista com si fos de manera física en primera persona, però amb la opció de llegir-la des de casa a l'ordinador, algunes com *Girona Esports* i *Esports d'Hivern*, de manera gratuïta; altres com *Once*, *Sport Life* i *Sport Training* de pagament. Un bon recurs per no haver d'imprimir tantes còpies en format paper. Molta gent es pregunta el fet de com sobreviuen i perduren aquestes revistes que no cobren per la venda o la lectura de les seves revistes, i la resposta és molt senzilla i és que ho fan mitjançant la publicitat que promocionen al seu interior. Un món de la publicitat que com explica Mireia Montaña Blasco (2012:28): "Està vivint una sèrie de canvis transcendents. Aquests vénen donats principalment per dos motius: l'auge de les noves tecnologies i la greu crisi econòmica que estem patint a nivell mundial".

És interessant destacar el fet que la majoria de plataformes disposen del logotip corporatiu visible a la part esquerra o al centre de la plataforma, cadascuna amb la predominança dels colors que més li convinguin segons el seu gust. "Un logotip corporatiu visible, que no és més que un signe gràfic, distintiu o emblema utilitzat per entitats comercials, organitzacions o individus amb l'objectiu de facilitar o promoure el reconeixement públic instantani d'un producte, servei o empresa" (Giralt i Raventós, Emili 1995). La gran part de webs són interactius ja sigui per un motiu o altre, com la seva presència en diferents xarxes socials, que permeten comentar el web als usuaris, que compten amb newsletter, formulari de contacte, ... El mateix amb el tema de la credibilitat i la solvència que majoritàriament totes ho són, pel fet de comptar amb una política d'actualitzacions, de tenir la informació general actualitzada, de tenir el logotip corporatiu visible i de la bona funcionalitat dels seus links. I finalment, pel que fa al tema de la trobabilitat dir que totes les plataformes són de senzilla i clara usabilitat puix que estan ben indexades, són fàcils de trobar i senzilles de navegar al seu interior.

Estèticament cada web està distribuïda i organitzada a la seva manera, però les pàgines webs solen estar formades a través de la pàgina principal amb la portada i titular del dia en el cas dels diaris, tot seguit del menú amb les seves seccions i el seu cercador, per tal de poder cercar una informació concreta que es vulgui buscar. A partir d'aquí, ja apareixen la resta de notícies i actualitzacions d'última hora o dels últims dies en el cas de les revistes juntament amb el seu footer legal. Majoritàriament opten per una

distribució de les notícies i la informació en dues columnes amb les seves imatges corresponents, acompanyades d'una breu descripció de les notícies que se'ns presentaran al seu interior com fan els webs d'*Once*, *Superdeporte*, el *Faro Deportivo*, *Sport* i *Marca*.

Els colors que solen tenir més predominança en les plataformes tractades són el blanc i el vermell com en els webs de *Girona Esports*, *Marca*, *Sport*, *Récord* o *Faro Deportivo*. Aquests colors transmeten emoció, energia, passió, alegria, calor, puresa, elegància, pau, equilibri, triomf i bona salut en el web. Uns colors que tenen molta importància de cares a la pàgina i a simple vista aporten molta informació a l'espectador. Però també és cert que el color de la plataforma pot variar i canviar en funció del web que es tracti, l'àmbit que abasti, i els gustos dels creadors, ...

Cal destacar també la presència de les xarxes socials en pràcticament tots els webs, unes xarxes socials que han anat agafant importància amb el pas dels anys i ara són fonamentals per la vida dels éssers humans. Xarxes socials com Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, ... Unes xarxes socials que serveixen com a mediadores d'audiències sobretot en els webs de premsa esportiva espanyola com *Marca*, *Sport* i *Superdeporte*. Puix que totes elles utilitzen les diferents xarxes com un espai de promoció. Amb això Francisco Javier Herrero Gutiérrez en el seu llibre *Ciències Humanes i Socials-Fòrum: Les xarxes socials com a mediadores d'audiències de la premsa esportiva espanyola* (2009:47) ens ve a dir que no és el mateix comprar o llegir un diari que fer-li un seguiment a les xarxes socials. Per això resulta pràcticament obvi indicar que a Espanya l'esport té una gran importància entre la societat i entre els mateixos mitjans de comunicació.

“Aquesta és una de les formes de justificar que els principals diaris, emissores radiofòniques, canals de televisió i pàgines web dediquin suculents espais a l'esport i que recíprocament, l'esport sigui més que rendible en aquests mitjans de comunicació” (Herrero, 2011a:169). D'aquí la importància social de l'esport a Espanya així com per la importància mediàtica. Cal aclarir d'aquesta manera que la premsa és el mitjà de comunicació més antic i probablement el que més s'ha vist afectat per l'arribada d'Internet. Uns diaris, en aquest cas els esportius, que han tractat de posar-se al dia i, inevitablement, han hagut de crear el seu espai a la xarxa i també a les pròpies xarxes socials.

Unes xarxes socials que van donar els seus primers passos en els anys 90 del segle XX. Des de llavors sempre han tingut molt d'èxit i la seva expansió s'ha anat diversificant i ha anat apareixent un altre tipus de xarxes amb múltiples classificacions (horizontals, verticals, ... de persones, continguts, etc). Diversos autors afirmen que: “la comunicació 2.0 ha traspassat les fronteres del web a causa que l'evolució de les eines tecnològiques ha permès que la vida quotidiana es pensi en termes de xarxes socials com a escenari d'interactivitat grupal i individual, com a forma d'organització pública i privada, com a manifestació unipersonal i col·lectiva” (Túñez i Sixto, 2011:211).

També aclarir que normalment sota les icones de les xarxes socials, tots els webs disposen de la possibilitat de subscripció dels seus usuaris. Això per tal d'oferir el fet de poder rebre constants notificacions i avisos, els més coneguts com a newsletters, per si volen estar constantment informats de les noves actualitzacions de continguts, de les novetats, ... els internautes.

Com a últim fet transcendent cal donar-li certa importància a la diferència que sorgeix entre les plataformes digitals esportives espanyoles i les que no ho són. Les que formen part de la premsa esportiva espanyola com *Marca* i *Sport*, durant l'explícit transcurs de les notícies publicades a la pàgina principal dels webs es troben entremeses/alterades per altres notícies d'actualitat o opinió que separen i dispersen la continuïtat d'aquestes per un moment; tot i que sigui per un instant. En canvi, les pàgines web esportives que abasten altres zones i localitzacions que no formen part d'Espanya no es troben afectades per aquest petit detall.

”El decano de la prensa diaria deportiva española es un claro ejemplo de cómo la personalidad de los directores de los periódicos impregnan al conjunto de la redacción, y aseguran la continuidad de la personalidad del propio diario” (Sainz de Baranda Andújar, Clara 2014:109-110).

Finalment, els grans trets que són molt interessants, podrien ser molt útils i aplicables a la plataforma respecte aquest apartat són els següents:

- La distribució del web en si, amb dues columnes quadriculades segons les notícies que es volen explicar o fer aparèixer amb el seu propi titular, imatge i breu descripció. Un format que s'agraeix a simple vista, i que ajuda molt ja que genera una sensació d'ordre molt clara que facilita les coses alhora de tractar i llegir la plataforma. Una particularitat que sembla que no sigui de gran importància, però realment ajuda a la pàgina a agafar el punt d'atracció necessari i convenient.
- La creació d'un cercador esportiu semblant al de la plataforma de *Superdeporte*, amb una estructura bàsica molt concreta, amb diverses parts ben diferenciades: resultats i classificació, calendari, en directe, equips, quiniela, notícies de fitxatges i estadístiques. Un cop es cerqui el que l'usuari necessita, aquest directament ens transportaria/traslladaria cap a la informació que s'està buscant dins la pàgina web. D'aquesta manera, l'usuari s'estalvia l'esforç i el temps d'anar mirant totes les notícies o informacions fins al moment de trobar la que realment li interessa i cerca.
- També el fet de situar el logotip corporatiu en un lloc visible de la plataforma amb uns colors cridaners perquè d'aquesta manera els usuaris el localitzin ràpidament, els persuadeixi i vulguin tornar a entrar al web. D'aquesta manera assolir el màxim nombre de públic fidel.

2.2.3 Imatges

Les plataformes digitals esportives *d'Sport Life* i *Esports d'Hivern* com s'ha pogut observar en les seves fotografies, presenten una tonalitat de colors molt menys saturada, per tant amb la predominança de colors molt més neutres i freds com el blanc, el gris, el negre i el blau clar. Una perquè ho creu convenient i l'altre perquè tracta com bé diu el seu títol, esports d'hivern, i aquests colors són els que millor representen l'època de l'any en què es practiquen aquest tipus d'activitats. “En el camp semàntic dels colors és sabut que cada llengua organitza d'acord amb les pròpies adherències culturals la concepció dels diferents efectes que la llum, segons la longitud d'ona, produeix sobre la retina. Es tracta –per expressar-ho així– d'una organització del món que depèn de les concretes circumstàncies geogràfiques, històriques i culturals que involucren la comunitat lingüística responsable de l'evolució i la configuració del sistema lingüístic” (Borja i Sanz, Joan 2018:150).

La resta de webs com *Sport*, *Marca*, *Sport Training*, *Once*, *Faro Deportivo*, *Récord*, *Girona Esports* i *Superdeporte* destaquen pels seus colors vius i llampanants en les imatges. Aquestes tonalitats fan que aquestes representacions siguin molt més agradables només visualitzar-les i produeixen una sensació d'atracció important.

Un fet que es produeix en les fotos de tots els webs és la bona qualitat i resolució que aquestes presenten. Una determinació vital en els mitjans de comunicació d'avui en dia, ja que com es diu: “Una imatge val més que mil paraules”. I el que necessita l'usuari és a través d'elles interpretar el que ens vol dir la notícia o la informació que ens volen fer arribar. D'aquesta manera es sobreentenen moltes coses que a vegades no poden arribar a quedar clares o bé que ens poden arribar a generar confusió. “El valor expressiu d'una imatge està condicionat tant per la seva claredat perceptiva com per l'ús que en fem a l'hora de realitzar intencionadament un determinat acte de comunicació” (Pericot, Jordi 2014).

El web que ajuda més a l'espectador en aquest sentit és el del diari *Marca*. Una plataforma amb unes fotografies que expressen molt bé els sentiments que se'ns descriuen posteriorment en el títol de la notícia. D'aquesta manera sembla que els personatges, esportistes o protagonistes de les visualitzacions cobrin vida i ens mostrin així, el que possiblement sentin amb la informació descrita llavors a la vida real. Sincerament, en comparació amb la resta de pàgines web tractades, és la que reflexa i capta millor el titular de la notícia amb la imatge que l'acompanya.

I és que em de donar gràcies a l'evolució de les noves tecnologies puix que fa no gaire temps, les fotografies eren en blanc i negre o bé d'una resolució no gaire bona, això no ajudava gens a la gent/audiència. Actualment s'ha arribat a un punt tant àlgic en aquest sentit, que fins i tot s'ha pogut aconseguir captar les imatges en moviment amb bona qualitat. S'ha adquirit captar justament l'instant fotogràfic que feia falta, en el lloc indicat en el moment oportú. Un procés el de les imatges en moviment que es basa en el fenomen conegut com a persistència retiniana. Aquest procediment consisteix en què la

imatge, una vegada formada a la retina, es queda impressionada durant un instant. Si s'aconsegueix que, per la velocitat amb la què es projecten els fotogrames des d'un mitjà mecànic, la imatge anterior encara no s'hagi "esborrat" de la retina quan l'ull percep la següent, tindrem una il·lusió de moviment, origen de la percepció cinètica.

“Els mitjans digitals (fotografia, vídeo, transmissió d'imatges a través d'Internet o via satèl·lit) faran augmentar el nombre d'imatges transmeses i de la informació generada a través d'elles. Aquests canals possibiliten poder accedir a qualsevol moment des de qualsevol punt tan a reproduccions d'obres d'art com a d'altres tipus d'imatges i també permeten a qualsevol persona tenir els instruments bàsics per a poder fer reproduccions o creacions pròpies que després poden ser reproduïdes” (XTEC.cat, s.d.).

Les imatges a part d'aparèixer disperses per la pàgina principal acompanyant cadascuna a la notícia a la que fa referència, les trobem presents també amb la seva corresponent secció. Representen d'aquesta manera als esportistes amb els seus respectius esports. Les fotos més vistes i més repetitives són els professionals dels seus àmbits practicant la seva especialitat.

És cert però, que les plataformes digitals esportives que estan basades, inspirades o bé inclouen una revista al seu interior, també presenten gran varietat i quantitat de imatges en les seves publicacions periòdiques com *Girona Esports*, *Esports d'Hivern*, *Once*, *Sport Training* i *Sport Life*. Algunes d'elles adjuntes en les revistes en format PDF, i d'altres amb la possibilitat de ser visualitzades també al seu web. Les representacions però de les pàgines web enfocades i centrades en revistes ofereixen no només fotos d'esportistes, sinó que també de productes esportius que ens poden cridar l'atenció i interessar als internautes per a la realització de la pràctica de segons quins esports, juntament amb imatges de paisatges o circuits de diferents llocs de competició.

“L'evolució dels mitjans de reproducció ha influït de manera determinant en la circulació de la informació, en la manera com aquesta informació afecta al conjunt de la societat. La comunicació visual de masses ha tingut una incidència cabdal en la determinació de gustos, en les formes de pensament i de comportament, essent un dels elements bàsics del món d'avui dia” (XTEC.cat, s.d.).

Més concretament, la plataforma d'*Sport Life* també disposa de dibuixos i il·lustracions de diverses parts o extremitats que es treballen en funció de cada exercici que proposen fer a la gent. D'aquesta manera mostren amb claredat el múscul que s'ha de treballar en el moment de fer l'activitat, i la gent per si sola pot veure si està fent bé l'exercici o no, i sinó és així, el que cal rectificar.

“La majoria de fotografies necessiten ser explicades; les altres parlen per si soles” (Ferrandis, Ramon 2018).

El web de *Girona Esports* però també té una característica interessant, i és que en la seva plataforma no disposa de cap imatge. Únicament disposa de la portada de la seva

revista, a partir d'aquí si l'usuari està interessat en veure les imatges que la componen, cal que llegeixi la revista en format PDF amb totes les eines necessàries per fer-ho com si fos de manera física en primera persona. Una forma o manera molt correcte d'obligar a l'audiència a llegir la revista si vol estar informat de quelcom.

En algunes plataformes minoritàries com són els casos de *Marca*, *Once*, *Récord* i *Faro Deportivo*; també cal recalcar un detall molt curiós i peculiar. Aquest és com a la part superior esquerra de les imatges, a excepció de *Faro Deportivo* que en el seu cas ho col·loca a la part inferior esquerra, enganxen i posen com una etiqueta, normalment segons cada web d'un color o altre, depenen de la decisió de cadascuna, per especificar el tema, la secció o l'esportista al qual pertanyen aquestes imatges. Així doncs, és molt més fàcil identificar a l'apartat o secció on puc trobar explicada la notícia de la imatge representada, i a través d'aquest mètode em puc traslladar directament a aquella secció per buscar el que necessito consultar.

També fer referència al web d'el *Faro Deportivo* que disposa d'una secció sota el nom de Galeria Fotogràfica únicament amb imatges; ordenades de més a menys recents. És l'única pàgina que ofereix aquesta possibilitat. És molt estrany poder veure com un web esportiu disposa d'espais com aquests, però es poden arribar a veure fotografies molt apassionants.

“Una foto ha de voler dir alguna cosa, no només mostrar una imatge” (Soriano, 2015).

Finalment com a última característica comentar que no totes les fotografies dels webs compten amb peu de foto, sinó que el recurs que apliquen i utilitzen els mitjans és estalviar aquest pas i substituir-ho per un títol (títol reduït) o si més no per una breu descripció descrivint en pocs caràcters o poques paraules el que ens ve a dir la notícia realment i la imatge que l'acompanya. Les plataformes que utilitzen aquesta solució són les basades en premsa esportiva, és a dir, les que solen provenir de diaris digitals. Ja que d'aquesta manera a la pàgina principal ens deixen a entreveure, intrigant-nos amb els títols i les breus descripcions que acompanyen les imatges, perquè acabem llegint la premsa. Que és el que interessa en els mitjans.

En el cas de les imatges queda clar doncs, que les fotografies que agafen més predominança i importància són les que representen als esportistes cadascun ubicat a la seva corresponent secció. Amb uns colors vius que majoritàriament els defineixen, acompanyats d'una bona qualitat i resolució d'elles. En alguns casos però, no gaire freqüents amb peu de foto, amb una breu descripció del que es pot visualitzar en elles i també en casos minoritaris però com hem pogut observar, algunes amb una etiqueta a la part superior esquerra per determinar el tema o la secció a la que pertanyen.

“Cal establir contacte amb la persona que fotografies” (Soriano, 2015).

Alguns trets molt entusiasmants d'aquest apartat en les pàgines web tractades i que es podrien reutilitzar són els següents:

- Que les imatges captin exactament el que ve a dir el titular de la notícia/article. Per mostrar autenticitat a l'usuari del que llegirà, i del que s'informarà un cop consulti aquella nova.
- Posar etiquetes a la part superior esquerra de les imatges normalment segons cada web d'un color o altre depenen de la decisió de cadascuna, per especificar el tema, la secció o l'esportista al qual pertanyen aquestes imatges.

2.2.4 Audiovisuals

Com hem pogut observar amb el tema dels vídeos, la meitat dels webs extreuen els seus vídeos de fonts externes com són els casos d'*Sport Life*, *Superdeporte*, *Faro Deportivo* i *Girona Esports*. La resta de plataformes, els seus audiovisuals provenen o bé de fonts pròpies com són els casos de *Marca*, *Sport*, *Once* i *Récord*, o bé combinen fonts externes i fonts pròpies com és el cas excepcional d'*Sport Training*. En el cas d'*Esports d'Hivern* no disposa de vídeos/audiovisuals en la seva pàgina web, ni tampoc en la seva revista ja que ha adoptat el format físic però també de manera digital sense cap ús de les noves tecnologies. El cas de les plataformes que utilitzen vídeos extrets de fonts pròpies, aquestes són perquè disposen d'un canal de Youtube o de TV. A través d'aquests canals proporcionen els vídeos que posteriorment publiquen i pengen al web. Aquest mitjà el trobem majoritàriament en les plataformes que provenen de la premsa esportiva. Per tant, les plataformes digitals esportives que pertanyen als diaris/premsa opten per les fonts pròpies per a la visualització dels seus audiovisuals.

“Les fonts d'informació documentals són les que ens poden oferir una informació més acurada i rigorosa a nivell de fiabilitat i credibilitat perquè han estat elaborades amb l'objectiu que la informació que contenen perduri en el temps. A partir del grau d'informació que presenten es poden determinar diferents tipus segons si ens proporcionen molta o poca informació, general o especialitzada, referencial o a text complet. Davant tot aquest ventall de possibilitats disponible a Internet cal seleccionar les fonts d'informació més adequades segons les característiques de la informació que es necessita i la tasca a resoldre. És necessari per fer aquesta tria aplicar dos criteris concrets com són determinar l'abast del tema i l'actualització de la informació que necessitem” (Durban, Glòria 2005:3).

Aclarir que la plataforma de *Girona Esports*, inspirada i basada en una revista centrada en l'esport gironí; no compte tampoc amb vídeos ni audiovisuals de cap tipus però a diferència d'*Esports d'Hivern*, en l'interior de la revista digital s'hi troben enllaçats diversos vídeos d'entrevistes, mini-reportatges, ben vingudes, ...

Les principals característiques que cal comentar d'aquests vídeos és la seva majoritària curta durada i la seva bona resolució o qualitat. Fent referència a la seva reduïda durada, és el més habitual veure en aquestes plataformes. Uns webs que ofereixen uns audiovisuals curts perquè els usuaris s'entretenguin a llegir les notícies que faciliten

aquests mitjans i a partir d'aquí, a través d'aquests vídeos ens venen a concretar i especificar detalls molts tangibles. Habitualment els webs de premsa esportiva ens proposen audiovisuals de resums de partits, accions, gols, jugades, ... molt específiques dels diferents esports que existeixen. Per aquest motiu també són de poca extensió. A diferència, les pàgines web de les revistes solen brindar en els seus vídeos també curts, contingut d'activitats a fer, productes esportius, explicacions de professionals dins l'àmbit de l'esport, ...

“Los hábitos de consumo audiovisual están en constante cambio. Van evolucionado de una forma completamente imprevisible a medida que van apareciendo nuevas tecnologías, afectando tanto a nivel cultural, social y económico” (EDDC.NET, 2019).

S'ha de dir però, com també vaig comentar en l'apartat de les imatges, que aquests audiovisuals que ens ofereixen a dia d'avui aquests mitjans, no tenen res a veure amb els que es podien veure temps enrere. Uns vídeos en blanc i negre, on costava distingir i diferenciar les coses, gravats amb una càmera de poca resolució, amb les imatges que es congelaven i paraven durant el seu transcurs, amb l'idioma original dels vídeos sense subtítols, etc. Actualment ha canviat i variat moltíssim la cosa, i els webs ens proporcionen audiovisuals amb color, subtítols si fos necessari, et permeten reajustar la qualitat amb la que l'espectador vulgui veure el vídeo, reiniciar la part que es cregui convenient i retrocedir i avançar-lo quan faci falta, ... Uns audiovisuals parlant clar impressionants. La bona qualitat i resolució d'aquests s'agraeix moltíssim puix que permeten distingir tot el que l'internauta requereixi. Sembla que aquest fet no sigui de gran transcendència i importància, però si ens posem en la situació cada cop que no funciona l'ajustador o regulador de qualitat en els vídeos canviaria aquest punt de vista que podem arribar a tenir. Ja que quan no se'ns veu com volem o amb la qualitat sol·licitada un vídeo, per molt curt que sigui, fem el possible els humans perquè això no passi, i per recuperar aquesta resolució tan perfecte a la que estem tant acostumats a dia d'avui.

“Lo primero es reconocer que el trabajo de periodistas, guionistas, realizadores y operadores técnicos ha cambiado muchísimo por la influencia progresiva de las TICs. Internet, con los medios sociales, su ubicuidad e inmediatez, han desatado un ritmo de comunicación interactiva sin precedentes. Y además, han hecho accesible los productos audiovisuales a millones de personas. Es evidente que los espectadores están cambiando, y eso sitúa a las productoras audiovisuales en una encrucijada: adaptarse al espectador actual o morir. Hablamos de un consumidor audiovisual más educado, más sensible y con miles de horas de visualización de imágenes. Son personas que desean interactuar más con los contenidos. Desean ser capaces de acceder a la información por capas, influir en el proceso creativo y consumir en libertad y comodidad, donde y cuando quieren; de ahí el auge de los dispositivos móviles para el consumo de contenidos digitales. Las empresas hoy han de contar sus historias en el formato estrella –el video–, especialmente si están interesadas en llegar a las nuevas generaciones” (Hernández-Díaz, Alfredo 2019).

Comentar també la presència dels vídeos com a seccions en l'interior d'alguns webs en concret com en *Sport Training* i *Récord*. Això significa com aquestes dues plataformes consideren els seus audiovisuals com algo realment important que fins i tot han agafat el nom d'una secció. La resta de webs tractats, exceptuant *Esports d'Hivern*, que no disposa d'audiovisuals en la seva pàgina web, ni tampoc en la seva revista virtual/digital, ofereixen com he mencionat anteriorment vídeos però sense agafar el pes que obtenen ambdós webs en el seu cas. Trobem també com la plataforma digital d'*Sport*, no compta amb una secció sota el nom de vídeos, però en canvi disposa de la secció d'*Sport TV* on es poden visualitzar tots els audiovisuals més recents que presenten i que poden ser de màxim interès de cares al seu públic objectiu com són els culers (aficionats del F.C.Barcelona), o a la gent que vol estar interessada del món de l'esport durant el dia a dia.

“L'ús del vídeo i material audiovisual potencia la creativitat i l'atenció, la qual cosa provoca que els resultats siguin més directes en l'aprenentatge. La implicació és molt major i augmenta la participació en les activitats. És una eina perfecta per a fomentar l'educació i els coneixements que es requereixen en cada cas. Els principals avantatges d'utilitzar l'audiovisual en els mitjans són: canviar la dinàmica i el ritme habitual de l'aula per donar pas a la innovació, fomentar la comprensió dels elements no visuals, tan fonamentals en la nostra comunicació; i aprendre idiomes. No obstant això, i encara que la visualització de contingut de vídeo sigui molt beneficiosa per a l'aprenentatge, encara ho és més la creació pròpia de contingut” (Icono, 2020).

Recalcar també un acte que apareix en els vídeos de dues plataformes determinades com són la de *Superdeporte* i la de *Récord* on justament abans de veure el primer vídeo, sigui quin sigui aquest, et salta un protocol conforme s'ha d'acceptar per tal de poder veure l'audiovisual. Aquest protocol és un missatge de política de privacitat i de l'ús de “cookies” conforme l'usuari està d'acord en el que vol visualitzar. I és que em evolucionat tant en tots els àmbits, i també en el de la tecnologia, que ha aparegut aquest fragment d'informació enviat des d'un servidor de pàgines web a un navegador que pot ésser retornada pel mateix navegador en posteriors accessos a aquest servidor.

“Hem actualitzat les nostres polítiques de privacitat i de galetes (“cookies”) per adaptar-nos al Reglament General de Protecció de Dades. Un Reglament General de Protecció de Dades que té com a objectiu unificar a nivell europeu les normatives de protecció de dades. Entre altres coses, obliga a les empreses i administracions a donar més informació sobre les dades que es tenen dels usuaris” (CCMA, 2018).

És a dir, per dir-ho de manera més senzilla, el navegador guarda aquesta informació en forma d'arxiu de text al disc dur del visitant de la pàgina web per tal que certes informacions puguin ser recuperades en posteriors visites. Els seus usos més freqüents són per guardar el nom d'usuari i contrasenya per evitar tornar-ho a introduir, per mantenir un seguiment de les compres en una botiga virtual, per utilitzar opcions de continguts o disseny escollides anteriorment, per obtenir informació sobre els hàbits de

navegació de l'usuari i per obtenir informació de l'ordinador del visitant, com l'adreça IP, sistema operatiu o tipus de navegador. Bàsicament doncs per controlar-nos.

El tema d'aquests vídeos en tots els webs és el mateix, principalment contingut sobre esports com és normal puix que són plataformes digitals esportives. Un missatge que es veu reflectit mitjançant la pràctica d'esports a través de resums, jugades, gols, canastes, ... segons l'esport que se'ns presenti. És veritat però, que en les pàgines web centrades en revistes com *Sport Training*, *Sport Life*, *Girona Esports* i *Once* (plataforma de premsa esportiva el qual inclou una revista digital i física al seu interior (2 formats)) exceptuant *Esports d'Hivern* que no inclou materials audiovisuals en cap dels mitjans, la resta presenten també materials d'aquest estil en els vídeos, però normalment amb predominança d'entrevistes, consells de nutrició, explicació de productes esportius, etc.

“Per veure si és una opció recomanable posar audiovisuals dels esdeveniments esportius en els mitjans, cal valorar si té sentit que la teva marca aparegui en un esdeveniment esportiu. Per decidir-te has de contemplar varis aspectes, amb dos que destaquin per sobre de la resta. El primer és saber si els assistents a l'esdeveniment són públic objectiu per a la teva empresa. Depenen de l'esport i l'esdeveniment, el públic pot ser molt diferent, i en funció del que ofereixis o vulguis vendre, és possible que aquesta franja de públic no sigui interessant o rellevant pel teu negoci. La segona opció és conèixer la repercussió que tindrà aquest esdeveniment. Aquesta és una de les majors avantatges que tenen els esdeveniments esportius” (EIKONOS, s.d.)

Com a últim detall d'aquest apartat, cal esmentar dos aspectes de dues plataformes que són també essencials. Els webs d'*Sport* i *Marca*, basats en dos diaris esportius de màxima importància a Espanya i dos mitjans fonamentals dins la premsa esportiva espanyola, tenen dos matisos rellevants en els seus audiovisuals com són: la publicitat que abunda en els seus vídeos, sobretot abans de la seva reproducció (on a través d'ells fan diners) i els peus de vídeo que apareixen sota d'ells, els acompanyen amb una petita explicació/descripció del que es veurà en el seu interior conforme quin serà el seu contingut i el que se'ns vol fer veure amb la reproducció d'aquest. La pàgina web d'*Faro Deportivo* també permet comentar els seus audiovisuals i d'aquesta manera que els usuaris valorin aquest material que ofereixen. Això és un punt a favor, ja que l'opinió de la gent es pot veure reflectida en aquests comentaris i a partir d'aquí corregir el que hagi tingut menys repercussió i el que generalment hagi disgustat més a l'audiència.

Així doncs, els vídeos són un cas especial perquè el cinquanta per cent dels casos són extrets de fonts externes a les plataformes, i l'altre cinquanta per cent provenen del mateix web, per tant, són de fonts pròpies ja que la meitat d'aquestes pàgines contenen un canal o bé de Youtube o bé de TV. “I és que els que veuen la TV (l'audiència) els influeix de manera important ja que els fa vestir-se d'una manera determinada, seguir uns models, fer uns gestos determinats, ...” (Granollers, 2011:1).

Per tant, algunes d'aquestes plataformes editen elles mateixes els vídeos que publiquen o penjen en el web. La majoria dels audiovisuals però, són de curta durada amb una qualitat realment elevada. També en casos concrets, els vídeos estan dins a alguna secció específica del web, sota el seu propi nom i els hi donen allà la importància que consideren. Destacar el fet que, en alguns webs determinats et fan acceptar una política de privacitat abans de veure els seus vídeos conforme estàs d'acord al que vols veure.

Algun material de gran valor i amb utilitat d'aquesta part de cares a un projecte podria ser:

- Penjar o publicar vídeos que siguin d'extensió reduïda i mostrin clarament un fet o acte concret. Per atreure al públic i que la gent/audiència els miri sencers.

2.2.5 Seccions

Aquest apartat és la part probablement més rellevant dins les plataformes digitals esportives puix que les seccions que componen els webs ens ajuden a entendre la manera o distribució com aquestes pàgines organitzen la seva informació i les seves notícies. Cal destacar que cada plataforma s'organitza a la seva manera i distribueixen el web de la manera que ells creuen més convenient per tal de ser més propers al públic i cridar més l'atenció a l'audiència mitjançant les seves seccions. "Així doncs, podem parlar d'un factor principal de la inclusió de les seccions esportives en la informació diària" (Bernabeu Mira, Juan Carlos 2008:11).

Unes seccions que en alguns casos com el d'*Sport*, *Marca*, *Superdeporte* i *Récord* agafen el nom d'alguns esports directament. Així doncs, aquests esports estan automàticament sota el nom d'una secció; amb aquest detall els webs ens volen venir a dir que aquest esport té un pes tant important en la pàgina web en general que fins i tot s'ha convertit en un apartat/secció de la plataforma. Aquesta presència sol ser majoritàriament recent en els mitjans provinents dels diaris esportius i de premsa. Fins i tot en els casos excepcionals d'*Sport* i *Superdeporte*, amb el nom d'equips de la Primera Divisió Espanyola de futbol com a titulars de seccions.

"El futbol és l'esport global, planetari, i per això en fan més a la televisió, perquè interessa a molta més gent. A més, a la televisió cada setmana fan partits de bàsquet, d'handbol, de tennis, curses d'atletisme, gairebé tothom pot veure alguna cosa que li interessi. Per això també els posen com a titulars en algunes seccions dels mitjans, i agafen aquest nivell d'importància" (Granollers, 2011:4).

A partir d'aquest succés cal remarcar que els webs basats en revistes digitals esportives solen tenir apartats i seccions bastant distintes de les dels diaris esportius. Es pot veure reflectit clarament en alguns exemples com en *Sport Training*, *Sport Life* i *Esports d'Hivern* amb seccions com: seccions d'esports (com a subapartats), tests de productes, articles, vídeos, llibres, formació, plans, entrenaments, dietes, nutrició, material, esports

d'ocasió, el meteo (els temps), la federació, ... Seccions bastant diferents a les d'algunes pàgines web de premsa esportiva com *Sport*, *Marca*, *Superdeporte*, *Récord* i *Once*. Amb seccions com: futbol, bàsquet, motor, poliesportiu, Barça, Madrid, +Esports, Resultats, Directes, Guardians 2020, NFL, "Empelotados", Lliga MX, Femenil, ... com a apartats representatius de les pàgines nombrades.

En el cas de la plataforma d'el *Faro Deportivo*, és un web de premsa esportiva xilena molt excepcional pel que fa aquest àmbit de les seccions. Unes seccions molt desiguals a la resta de pàgines webs basades en diaris esportius. I és que aquesta plataforma està composta per unes seccions poc habituals en l'àmbit esportiu dins la premsa esportiva en relació amb la resta de webs analitzades, únicament amb les seccions de Nacional, Inter, Galeria fotogràfica i Taula de posicions.

De la plataforma digital esportiva *Once* crida l'atenció la secció Femenil. Un apartat que difon els resultats i la repercussió del futbol femení d'àmbit internacional. És interessant, ja que ajuda a visibilitzar un col·lectiu poc habitual en els mitjans de comunicació convencionals. Cal recalcar que és l'únic web de tots els analitzats que té un apartat exclusiu per parlar de les dones en el món de l'esport. "El periodisme esportiu no es aliè a aquesta desigualtat. Cal fer moltes coses, però sobretot dedicar més temps i espai mediàtic a presentar els resultats i les fites aconseguides per les dones en les diverses competicions. I la presència de dones periodistes a les redaccions i als espais d'opinió i tertúlia esportiva està encara lluny de la paritat" (Premsa Comarcal s.d:1-2).

També fent referència a l'apartat de seccions en les plataformes digitals esportives treballades, la de *Girona Esports* que és una plataforma de promoció de la revista o més ben dit, és un web descriptiu de la revista en físic i ara també amb l'opció digital, no és una plataforma digital de continguts. No disposa de seccions en la pàgina web pràcticament, només de l'apartat de llegir les revistes publicades fins el moment, tarifes i dades i secció d'informació. Per veure les seccions per les que està format el mitjà, cal obrir la revista, ja sigui física o digitalment. Allà és on es poden localitzar les seccions d'aquesta amb l'atribució específica d'un color determinat per a cada secció.

La secció o esport que agafa més rellevància en la majoria dels webs analitzats és la del futbol, sobretot en la premsa esportiva espanyola com en les plataformes esportives d'*Sport*, *Superdeporte* i *Marca*. Un apartat que proporciona moltíssima informació i notícies en pràcticament totes les pàgines web. "I és que avui dia, a Espanya l'esport és un element quotidià" (Alcoba, 1987) "i ho és des de fa temps"(Cagigal, 1981:4). "I si hi ha un esport que realment té repercussió a Espanya, almenys des del punt de vista mediàtic, aquest és el futbol"(Herrero, 2011:169). Així doncs, com explica Romero (2014:181), conscients de la passió que tradicionalment ha despertat entre els afeccionats espanyols i dels importants beneficis econòmics que suposa per al negoci empresarial, el futbol s'ha convertit en l'esport protagonista dels diaris generalistes.

Fent referència a la resta de pàgines, és cert que en moltes també predomina el futbol sobretot en les de premsa com *Once*, *Récord* i *Faro Deportivo*. Però en cap agafen el pes que tenen en les de premsa esportiva espanyola. Cal dir doncs, que segons la zona que abasta la plataforma solen prendre més valor i transcendència uns esports més que d'altres. “Extrapolat a l'àmbit informatiu, la presentació selectiva de les notícies o l'èmfasi en certs temes més que d'altres influeix en la nostra percepció del món i en la nostra mirada dels fets i els seus protagonistes. Fins i tot, des de la vessant professional periodística, la realitat és construïda socialment, en tant que és inseparable de les pròpies percepcions dels mateixos periodistes” (Gómez Colell, Eva 2012:6).

En les plataformes digitals esportives basades en revistes en canvi les seccions més llegides normalment són d'altres que no únicament d'esports en concret, puix que el contingut que aquestes ofereixen als usuaris és més variat. Variat en el sentit que els esports normalment més reconeguts i amb més importància en la premsa, aquí no se'ls atorga tanta quantitat d'informació i notícies. En els webs de les revistes digitals esportives normalment la informació està més dispersa i distribuïda en la resta de seccions en comparació amb les pàgines web enfocades en premsa esportiva. També és veritat però que en aquestes plataformes digitals esportives basades en revistes se'ls i sol donar el mateix pes a tots els esports i seccions en general. I si hi ha alguna diferència en aquest aspecte/sentit no sol ser tan exagerada com en la premsa com fan les pàgines web de les revistes *Sport Training*, *Sport Life*, *Girona Esports* (revista, perquè el web és simplement descriptiu i promocional de la revista) i *Esports d'Hivern*.

Finalment com a últims requisits m'agradaria centrar-me en les diferents subseccions que componen cada secció. S'ha de dir que habitualment totes les seccions que conformen les plataformes estan formades per diversos subapartats que ajuden a complementar i a ampliar la informació dels varis apartats. Uns subapartats que divideixen el contingut i el fan més accessible per als internautes exigents en recerca d'informació determinada.

Respecte les seccions doncs, dir primer de tot que cada plataforma s'organitza segons els apartats que ells volen i creuen convenient posar; per tant, cada web conté les seccions que ells prefereixin tractar. Com diu el periodista Ramon Besa (2020) “La secció d'esports s'ha d'esforçar per guanyar-se l'espai, no pot omplir per omplir; t'has de guanyar els minuts o les pàgines amb bons temes, i si no hi ha res, no hi ha res”.

Hi ha pàgines web que opten per posar sota el nom d'algunes seccions, el nom d'algun esport i d'altres no. Dir també que els webs enfocats en les revistes digitals esportives solen tenir apartats bastant diferents als webs basats en els dels diaris. Tot i que el que estranya bastant, és que poques plataformes digitals esportives basades en diaris contenen alguna secció igual. Recalcar també que la secció que sol agafar més pes en la majoria de pàgines, és la del futbol. No obstant, segons el país al que pertany el web i l'àmbit que abasta la plataforma, solen predominar més uns esports que uns altres. Varien segons els gustos de cada país o zona que abasta el web normalment. Dir també,

que cada secció normalment consta de diverses subseccions que complementen l'apartat o grup en si.

De cares a un projecte es podrien reaprofitar molts aspectes d'aquest apartat com:

- La correspondència de cada secció a un esport diferent, i a més dintre de cada esport posar-hi una classificació interna per lligues i competicions.
- Un apartat que conformés una petita part de la pàgina principal que porta el nom “Des de la història” com fa el web d'el *Faro Deportivo*. Podria ser un petit apartat excepcional i molt interessant puix que explicaria una dada curiosa o valor afegit que ha quedat en la memòria de l'esport amb el pas dels anys de tal dia com avui. Cada dia aportaria una dada històrica dins el món de l'esport tal dia com en el que vivim. Complementaria una mica més el treball de la plataforma i l'ajudaria encara més a créixer i millorar.
- Adjuntar una revista mensual a l'interior de la pàgina com fa *Once*, amb les notícies esportives més importants del mes i el fet d'enllaçar vídeos/audiovisuals en la mateixa revista perquè pugui complementar la informació que aquesta explica.
- Una secció dedicada únicament al futbol femení i a la seva repercussió en els mitjans de comunicació que és una idea molt original i que atrauria a molta gent que també en vol estar informada, demostrant que el futbol femení mereix així el seu reconeixement.
- Dissenyar un apartat que permetrà mantenir-se informat del més llegit del mitjà les últimes hores, el més comentat, el més viral i veure'n l'edició impresa o revista mensual.

2.2.6 Esports

Com a primer fet d'aquest apartat, el citat i comentat ja en el bloc anterior. I és que hi ha diversos esports que agafen el nom d'una secció en sí. Sobretot es produeix en els webs digitals esportius de la premsa esportiva espanyola com són els casos més freqüents d'*Sport*, *Marca* i *Superdeporte*. El web de *Marca* agafa el futbol i el bàsquet com a noms principals en dues seccions. La pàgina web *Sport* en canvi utilitza el futbol com a únic esport representatiu en una secció juntament amb els dos equips més prestigiosos de la Primera Divisió Espanyola de futbol com són el F.C. Barcelona i el Reial Madrid. *Superdeporte* empra també el futbol i el bàsquet com a seccions essencials del web acompanyats de les seccions també de dos equips de la Primera Divisió Espanyola de futbol com són el València CF i el Llevant UD, ja que aquest mitjà és originari de la Comunitat Valenciana i aquests són els dos equips que defensen la corporació valenciana en la primera categoria del futbol espanyol (màxims representants valencians).

Un altre particularitat també explicitada prèviament és la rellevància de segons quins esports en certes localitzacions. Això es veu reflectit en la premsa esportiva espanyola amb el futbol. “L’any 2003, la LNFP va publicar l’informe *Impacto del Futbol Profesional en la economía española*, que xifrava l’impacte total del sector del futbol professional a l’economia espanyola en 8.066 milions d’euros. Aquestes dades suposaven que el negoci del futbol era l’1,7% del PIB del país l’any 2003, amb uns ingressos anuals per l’Estat de 821 milions d’euros. Des de llavors, LNFP no ha tret cap altre estudi de característiques similars que ens pugui actualitzar aquestes xifres” (Ginesta, 2009:196).

Ginesta (2009), cita a Boscà. et al. (2008) en el seu estudi, el qual explica que hi ha una sèrie de característiques econòmiques de la Lliga espanyola de futbol. En primer lloc, estableix un comportament general dels clubs i SAE, pels quals busquen aconseguir ingressos extraordinaris a través de la venda d’immobilitzat material (estadis, terrenys, ciutats esportives ...), ja que els ingressos per venda de jugadors són cada dia menys. A més, hi ha hagut una tendència a incrementar els deutes a curt i llarg termini per tal de finançar l’increment de les despeses. Per acabar, s’estableix que la Lliga espanyola està marcada pel domini econòmic dels dos grans clubs: Reial Madrid i F.C. Barcelona.

Andreff (2006), citat per Ginesta (2009), defensa que la televisió és un dels sosteniments econòmics clau per als clubs. De fet, gairebé la meitat dels ingressos dels principals equips de futbol europeus prové de les televisions. Les plataformes de televisió digital de pagament van convertir el futbol en un contingut clau per la seva expansió. Per exemple Digital+ a Espanya, de manera que es va convertir en el principal finançador de les organitzacions esportives. Això no seria possible si el futbol no hagués aportat a les televisions els continguts necessaris per aconseguir grans audiències que cap altre esdeveniment, de manera regular, hagi aconseguit.

Finalment comentar la última evidència corresponent a aquest apartat i és com en les plataformes digitals esportives basades en revistes, els esports solen tenir més o menys tots el mateix pes. Això es pot veure reflectit en el nombre d’informació, de notícies i de pàgines dedicades a cadascun dels esports com passa en el web d’*Sport Training*, en la plataforma d’*Esports d’Hivern*, en la revista de *Girona Esports*, o en la pàgina d’*Sport Life*. I si es produeix algun cas excepcional, que pot passar, la diferència no es tant gran ni exagerada com passa en alguns esports tractats en la premsa.

Uns esports que, habitualment en els webs enfocats en revistes són poc convencionals i poc habituals en comparació amb els que tracta la premsa que solen ser els més tradicionals. Com s’observa en la plataforma digital esportiva basada en la revista d’*Sport Training* i *Esports d’Hivern*. Centrades en exercicis o activitats com triatlons, patinatge, snowboard, esquí, ...

Referent als esports, dir el comentat prèviament, i és que en diferents plataformes, hi ha diversos esports que agafen el nom d’una secció en sí de la quantitat d’informació que solen contenir i d’aquesta manera dividir la informació alhora d’explicar-la, i que sigui

més fàcil transmetre-la. Cal doncs, centrar-se en una conclusió molt clara que es pot observar referent a aquest apartat/secció, i és que la predominança dels esports sol variar també segons el país o zona que abasta el web. Però queda clar que l'esport més important arreu del món és el futbol per la gran massa de gent i de diners que mou. Ja que com diu Herrero Gutiérrez (2019:26): “El futbol, és l’apartat i esport del que solen retenir més notícies i informació els mitjans o plataformes digitals”.

D’aquest tema, de cares a la creació d’un web es podrien reciclar alguns punts determinants com:

- El fet de posar els resultats, ja siguin momentanis o no de tots els esports.
- També com automàticament els resultats dels partits canvien instantàniament al fer-ho l’usuari també de secció. Segons la secció on es troba l’usuari, els resultats són uns o altres segons l’esport del que tracta aquella secció.
- Definitivament equivaler o anivellar el pes i importància de tots els esports en l’interior de la plataforma.

3. METODOLOGIA

El periodisme i la premsa online, més en concret fent referència al treball a la premsa esportiva online, engloben molts aspectes, però aquest projecte es centra en les notícies i la informació que ens incita a llegir quelcom se'ns mostra o presenta, en aquest cas amb la plataforma o web dissenyada.

Per assolir els objectius del present treball s'ha dut a terme un anàlisi de diferents plataformes digitals esportives tant de diaris com de revistes, de diferents països i localitzacions, tal com s'ha explicat a la introducció del treball; i en variables qualitatives, de manera que se'n pugui fer una idea més clara del que presenten o no les plataformes digitals esportives, les seves diferències, els colors predominants, la distribució de les seves notícies, etc. I així en el moment d'editar i crear la plataforma digital esportiva pròpia, tenir una idea de com fer-la, com distribuir-la, com estructurar-la, ... bàsicament per agafar referències i per captar els aspectes més rellevants de cadascuna de les analitzades per així començar el procés pràctic des d'una base, amb les idees ja definides.

Per dur a terme l'anàlisi s'han seleccionat deu plataformes digitals esportives diferents tant de diaris com de revistes, majoritàriament de diverses localitzacions i països. Concretament s'han seleccionat, quatre plataformes de revistes i sis de diaris esportius. Els webs treballats han sigut els següents: *Sport Training*, *Sport Life*, *Girona Esports*, *Esports d'Hivern*, *Marca*, *Sport*, *Superdeporte*, *Récord*, *Once* i *Faro Deportivo*. Per a la realització d'un anàlisi profund, en tots els webs s'ha fet el mateix treball, i s'ha decidit dividir els factors en: l'enfocament de les notícies, el format i estètica, les imatges, els audiovisuals, les seccions i els esports. Tots s'han tractat de la mateixa manera per així poder visualitzar més ràpidament on estan les diferències entre elles. D'aquesta forma no hi havia distincions entre unes i altres tot i la seva procedència.

La tècnica que s'emprarà per tirar endavant el web no és cap en concret, sinó que és la pròpia creativitat i imaginació de dissenyar una plataforma completament original i atractiva a simple vista que entri per als ulls de la gent, obligant-los així a entrar-hi, investigar-hi i a llegir la informació que contindrà en el seu interior un cop editada. El fet de realitzar i proporcionar un web gratuït amb uns colors cridaners, d'informació esportiva exclusiva d'àmbit regional, amb la complementació de vídeos/audiovisuals únics i amb un format ordenat per intentar persuadir al públic i aconseguir així un target fidel.

3.1 Objecte d'estudi

L'objecte d'estudi del treball és la creació d'una plataforma digital esportiva gratuïta d'abast regional publicada setmanalment, perquè la gent pugui estar informada de l'esport català i de l'esport a Catalunya sense haver de pagar.

3.2 Objectius

L'objectiu principal del treball, és a partir de l'anàlisi de diferents plataformes digitals esportives tant de diaris com de revistes, de diferents països i localitzacions aconseguir una idea més clara del que presenten o no les plataformes digitals esportives, les seves diferències, els colors predominants, la distribució de les seves notícies, etc. I així en el moment d'editar i crear la plataforma digital esportiva pròpia, tenir una idea de com fer-la, com distribuir-la, com estructurar-la, ... bàsicament per agafar referències i per captar els aspectes més rellevants de cadascuna de les analitzades tenint en compte la situació exposada al marc teòric, per així començar el procés pràctic des d'una base, amb les idees ja definides. A partir d'aquí, es podrien definir una sèrie d'objectius que conformen la finalitat del treball:

- Veure el pes que té l'esport en les diferents plataformes digitals esportives analitzades, seguint la teoria que la informació esportiva és tractada de diferent manera segons el seu origen i procedència.
- Veure si realment el futbol és el rei, l'esport que gaudeix de més representació en l'àmbit esportiu, i si la resta de modalitats esportives queden arraconades en un segon pla i no gaudeixen de tanta visibilitat.
- Veure quins són els clubs de futbol dels quals se'n fa més referència, seguint la teoria de que F.C.Barcelona i Reial Madrid són els que acaparen més peces informatives i més rellevància.
- Observar el tractament de la informació esportiva que tenen unes plataformes i altres, segons tots els components que les conformen.
- Observar si les peces són exclusivament informatives o si en alguns casos hi ha interpretació o opinió; i a partir d'aquí, concloure si es produeix una clara divisió entre la informació, la interpretació i/o opinió, tenint en compte que una de les característiques del periodisme actual és la barreja d'informació i opinió.
- Veure si hi ha peces en aquests webs que vulnerin el dret a la privacitat, intimitat i imatge, tal com succeeix en moltes informacions esportives a l'actualitat.
- Veure si hi ha informacions en les pàgines que es puguin qualificar com a rumors per la falta de fonts o d'informació contrastada.

- També veure quines són les diferències entre les plataformes digitals esportives que provenen de diaris i les que provenen de revistes, ja que el tracte de la informació, l'enfocament de les notícies, el format i estètica, les imatges, ... seran segurament molt diferents.
- Veure la rellevància que se'ls hi don als audiovisuals en aquestes plataformes digitals esportives, i distingir com diu Glòria Durban per quines fonts opten aquests mitjans.
- Distingir les diverses seccions que predominen més en aquestes plataformes digitals esportives, i veure si hi ha alguna distinció entre les dels periòdics i les de les revistes.
- Observar quin tracte pateix la dona esportista a la informació esportiva d'aquestes plataformes digitals esportives i veure si se l'hi dona alguna secció o espai en concret a aquest gènere. Així doncs, examinar si hi ha igualtat en aquest sentit.
- Finalment, aconseguir fer la pròpia plataforma digital esportiva, ampliant-la amb els coneixements adquirits durant l'anàlisi i el projecte.

3.3 Preguntes d'investigació

Les preguntes d'investigació s'han formulat a partir dels objectius exposats anteriorment i han servit un cop fet l'anàlisi dels deu webs, per establir i aconseguir crear una plataforma digital esportiva molt més completa en tots els sentits. Per tant, l'anàlisi dels webs ha permès respondre aquestes qüestions, i el procés de creació amb aquestes preguntes respostes ha sigut molt més senzill puix que ja es tenia clar el que posteriorment es volia desenvolupar. Aquestes preguntes són les següents:

- Quin pes té la informació esportiva dintre de cadascuna de les plataformes digitals esportives analitzades, segons el seu origen i procedència?
- El futbol és l'esport que gaudeix de més representació amb diferència respecte la resta de modalitats esportives i aquestes queden en segon terme?
- El F.C. Barcelona i el Reial Madrid gaudeixen de més visibilitat respecte la resta d'equips de futbol en aquests webs?
- Quines diferències hi ha en el tractament de la informació entre unes pàgines i altres segons els elements que les componen?
- Es produeix una clara distinció entre la informació estricta i la interpretació i/o l'opinió en les plataformes?

- Hi ha peces d'informació esportiva dins els webs que vulnerin els drets de privacitat, intimitat o imatge de les persones?
- Hi ha informacions que es puguin qualificar com a rumors dins d'aquestes pàgines web esportives?
- Quines diferències hi ha entre les plataformes digitals esportives que provenen de diaris i les que provenen de revistes?
- Quin pes se'ls hi don als audiovisuals en aquestes plataformes digitals esportives? I per quines fonts opten majoritàriament aquests mitjans?
- Quines seccions solen predominar més en aquests webs? Hi ha alguna distinció entre les dels periòdics i les de les revistes?
- Són escasses les peces d'esports protagonitzades per dones de manera que la figura de la dona esportista queda poc representada en les pàgines webs esportives? Se'ls hi atribueix alguna secció o espai en concret a aquest gènere? Així doncs hi ha igualtat de gènere en aquest mitjà?
- S'aconseguirà dissenyar la plataforma digital esportiva, més complementada amb els coneixements adquirits i adoptats durant el transcurs del treball?

4. PART PRÀCTICA

Després d'un exhaustiu anàlisi de diverses plataformes digitals esportives influents en el món (tant de diaris com de revistes), s'ha pogut aconseguir una base general sobre el seu funcionament i una base comparativa per a la pròpia creació de la plataforma. A partir d'aquí cal posar-se mans a la obra en el procés d'edició i composició del web.

Aquesta part pràctica s'estructurarà a partir d'un primer punt on s'explicaran els motius i elecció del web o plataforma on es treballarà, un segon punt sota el nom de la creació de la plataforma digital esportiva, on s'anirà comentant la constant evolució i transcurs del web a mesura que es vagi editant, i una tercera part on es farà una anàlisi complet i similar dels apartats que també es van estudiar en els webs de la part teòrica; d'aquesta manera es podrà aconseguir una relació i comparació entre elles per veure si tenen alguns punts en comú.

4.1 Motius i elecció del web o plataforma

Per a la creació del web s'ha optat per *Wix* o *Wix.com* que és una plataforma pel desenvolupament d'un web que permet als usuaris crear llocs web HTML5 i llocs mòbils a través de l'ús d'eines d'arrastrar i llençar en línia. S'ha seleccionat aquesta plataforma perquè és d'una senzilla utilitat i manipulació a l'hora de treballar amb ella, i els dissenys i plantilles venen ja preestablertes, i això ho facilita tot encara més. També disposa de la possibilitat que els usuaris puguin agregar funcionalitats com *e-commerce*, formularis de contacte, màrqueting per correu electrònic i fòrums comunitaris amb els seus llocs web utilitzant una varietat d'aplicacions desenvolupades per *Wix* i de tercers.

I per què *Wix* i no una altre? Bàsicament perquè és gratuïta i no cal gastar diners per treballar amb ella, i perquè no cal tenir uns coneixements professionals per aprendre a processar-la i utilitzar-la. Així com ja s'ha comentat, els seus dissenys són excepcionals i ofereixen plantilles preestablertes per certs sectors; és un creador de pàgines web extremadament flexible, mentre que altres creadors limiten que alguns elements puguin ser moguts, *Wix* permet treballar el disseny molt al detall. Aquesta plataforma és una de les poques que permet afegir animacions per als textos i altres elements; i finalment es poden afegir al web desenes d'aplicacions de tercers. Es pot trobar una eina per enviar *newsletter*, xat en viu, gestor de cites i calendaris, ... Totes aquestes poden integrar-se perfectament a la pàgina web de *Wix* i ampliar-ne les funcionalitats d'aquest. Això sí però que cal tenir-ho present, i és que aquestes aplicacions estan desenvolupades per tercers i no depenen de *Wix*, per aquest motiu la seva continuïtat i manteniment no està garantitzat per a la pàgina.

Un dels defectes de *Wix* però, és que és cert que ofereix un pla gratuït, però si es necessiten opcions més avançades com el propi nom del domini o suport prioritari, el fet

de poder veure totes les dades publicades en un calendari, ... llavors s'han d'escollir un dels plans de pagament per poder accedir a les funcions més avançades.

4.2 Creació de la plataforma digital esportiva: EL VAR

Un cop seleccionada la plataforma on es treballarà, primer de tot cal seleccionar un logotip per tal de crear la identitat visual que representarà la pàgina web. Un logotip que és una peça vital del que és la imatge corporativa. És la senya d'identitat per les que els usuaris potencials identificaran la marca en totes les ocasions. Per tant, aquest logotip és la imatge de referència de la nostra plataforma. Una imatge amb el que els nostres usuaris ens podran identificar en diferents contextos i ens permetrà diferenciar-nos de la resta.



Figura 1: Logotip que representarà la plataforma digital esportiva d'EL VAR.
Font: Edició pròpia.

Després d'un exhaustiu *brainstorming*, m'he decantat per aquest logotip. Aquest serà el que representarà la meua plataforma digital esportiva. Tot el que el conforma té un significat concret:

- "EL" ocupa la part superior de la pantalla, representant així la càmera d'aquesta.
- "VAR" ocupa la resta de pantalla deixant així evident el nom del web.
- El nom de la pàgina web es troba immers en una pantalla. Demostrant d'aquesta manera el significat que aporta aquesta nova tecnologia en la plataforma.
- A sota la pantalla es poden observar diferents pilotes que representen diferents esports que componen algunes categories del web.

Conseqüentment, per tal d'adaptar el logotip als diferents espais de la pàgina web, s'han realitzat els canvis següents:



Figures 2 i 3: Els dos logotips de la plataforma d'EL VAR que s'han creat per tal d'adaptar-los als diferents espais de la pàgina web. **Font:** Edició pròpia.

Aquest logotip està basat principalment en la imatge que té el VAR en la vida real i en el logotip d'aquesta tecnologia. Un logotip format amb la tipografia Tahoma com també es representa en la imatge oficial d'el VAR. Un bon logotip senzill amb elements decoratius superficials que són imprescindibles per transmetre el nostre missatge com a marca als usuaris que entrin a la nostra plataforma, i així a simple vista vegin i sàpiguen que és una plataforma digital, com es pot mostrar a través de la pantalla; i esportiva a través de les pilotes dels diferents esports que apareixen a la part inferior d'aquesta. És un logotip original, fàcilment recordable i identificable; i la idea és diferenciar-se de la resta perquè aquest destaquí per sobre dels demés. També és atractiu i com he comentat és adaptable a diferents formats cosa que permet poder disposar d'ell arreu de la pàgina, allà on convingui. I finalment està present en tots els elements de la plataforma, des de l'inici o el menú de la pàgina fins al *footer legal*.... qualsevol lloc és bo per difondre'l.

Aquesta imatge de la plataforma està inspirada en el logotip oficial d'el VAR bàsicament, en aquest aspecte no hi ha cap font d'inspiració agafada a partir de les plataformes digitals ja analitzades, que en aquest sentit no m'han pogut ajudar.



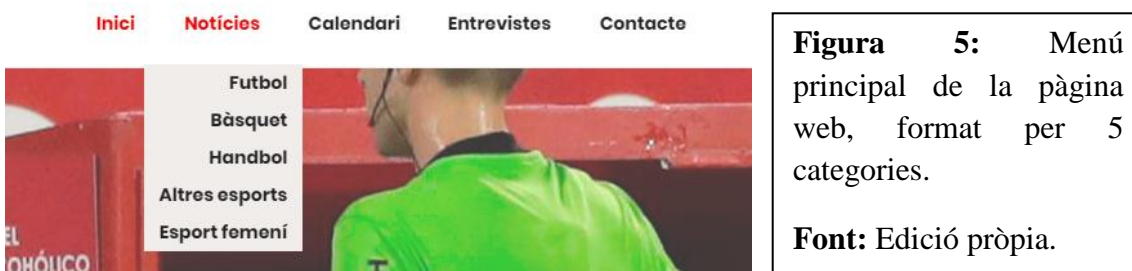
Figura 4: Captura de pantalla de la pàgina d'inici de la plataforma digital esportiva pròpia. **Font:** Edició pròpia.

Pel que fa al disseny, el web té una estructura entre *scroll down* i diferents pestanyes; vaig pensar que era la forma ideal per oferir una mica de modernitat sense perdre la facilitat de navegació que comporta la divisió per seccions.

Els colors predominants de la plataforma digital esportiva són el vermell i el groc per representar d'aquesta manera la regió a la que van enfocades les publicacions i el contingut del web, com és la regió de Catalunya, l'esport català i els representants de l'esport català, i d'aquesta manera fer constància d'els colors de la seva bandera. Els colors blanc i negre serveixen únicament per ajudar a la combinació dels colors principals com són el groc i el vermell.

Primer de tot es pot observar l'aparició del logotip a la part superior esquerra de la pàgina d'Inici, un logotip ja explicat anteriorment i que és una peça vital del que és la imatge corporativa; la imatge de referència de la nostra plataforma. Una imatge amb la que els nostres usuaris ens podran identificar en diferents contextos i ens permetrà diferenciar-nos de la resta.

A continuació al mateix nivell trobem el menú del web, un menú dividit en cinc categories que són: Inici, Notícies, Calendari, Entrevistes i Contacte.



Aquestes categories de la pàgina web estan escrites amb lletres de color negre i si l'usuari es posa a sobre de qualsevol d'aquestes quatre, canvien al color vermell. Clicant als títols d'aquestes seccions, l'enllaç traslladarà a l'usuari automàticament a l'interior de la categoria corresponent. La categoria de Notícies és la única que està formada per diverses subcategories, cinc en concret, que són: Futbol, Bàsquet, Handbol, Altres Esports i Esport Femení; i aquestes representen alguns esports als que aniran enfocades les publicacions de la plataforma. Si els internautes se situen a sobre de qualsevol subcategoria aquesta també canviarà automàticament de color.

Seguidament després de la columna composta pel logotip i el menú, apareix una imatge que representa l'objectiu i la funció fonamental de la plataforma. La funció i l'objectiu d'informar sobre les notícies esportives catalanes, dels esportistes catalans i generalment sobre els esports de la regió de Catalunya. Una imatge formada per un àrbitre que simbolitza el món de l'esport, una pantalla amb diversos diaris en paper al seu interior, que és on hi ha la revisió d'el VAR en cas de dubte en el món del futbol, com en altres esports; i en aquest cas, és on es revisarien setmanalment les notícies esportives de Catalunya abans de publicar-les, i on es decidiria el contingut que finalment es publicarà. També, per evidenciar que aquestes notícies esportives publicades únicament serien de la regió de Catalunya, s'ha enganxat un mapa polític de la regió catalana al costat de la pantalla, a la base de la pantalla i a l'*spray* del darrere el cul de l'àrbitre, d'aquesta manera queda clar a qui van enfocades les publicacions setmanals esportives de la pàgina web. Finalment a la part central de la imatge hi apareix el títol de la plataforma digital esportiva amb lletres majúscules, EL VAR, perquè es localitzi a simple vista només entrar al web i la gent es quedi amb el nom fàcil i ràpidament, juntament amb el subtítol amb les lletres de color vermell conforme és una

plataforma digital esportiva. Els color que més predomina en aquesta fotografia és el vermell, puix que és el color que posteriorment acabarà agafant més pes a la pàgina acompanyat del groc. Aquests dos colors complementats amb el blanc i el negre formaran la plataforma com ja s'ha comentat.

Sota aquesta imatge tant representativa del web es pot veure un quadre de text donant resposta a la pregunta que es formula amb lletres de color vermell, com és habitual en el web, sobre Què és EL VAR? I en aquest paràgraf s'explica i es comenta breument que és aquesta plataforma, de què tracta i quin tipus de contingut i material es publica. A la part dreta de tota l'explicació hi apareix una imatge de les sales VAR que és on es treballa, i és des d'on s'informa a l'àrbitre del partit sobre una possible jugada polèmica; i d'on treballaré jo (sala o habitació de casa meua, on revisaré les notícies esportives setmanals catalanes), que després acabaré publicant.

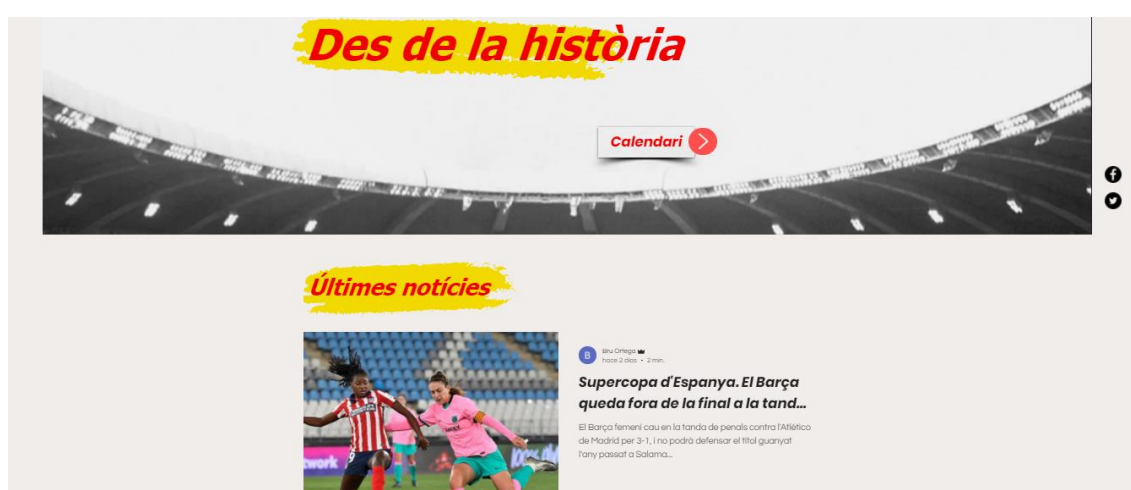


Figura 6: Captura de pantalla de la pàgina d'inici de la plataforma digital esportiva pròpia, de l'apartat Des de la història. **Font:** Edició pròpia.

Seguidament després del quadre de text amb la presentació de la plataforma digital esportiva d'EL VAR, es pot observar una imatge d'un estadi històric català com és Montjuïc en una fotografia en blanc i negre. A l'interior d'aquesta imatge i apareix el títol sota el nom de Des de la història, amb lletres de color vermell i un element de color groc per donar-li més èmfasi als colors de la bandera catalana. Un títol que fa referència a una categoria concreta de la plataforma que s'explicarà més endavant. Sota aquest títol, s'hi pot veure un enllaç directa que dirigeix automàticament a l'usuari a l'apartat de Calendari.



Figura 7: Captura de pantalla de l'enllaç de la plataforma que dirigeix automàticament a l'usuari a la categoria de Calendari.

Font: Edició pròpia.

Per poder accedir-hi cal situar el cursor sobre l'enllaç, i un cop fet això el fons de l'enllaç canviarà ràpidament de color i quedarà acolorit de color vermell com el de la imatge de la figura 7. Això significa que estem al seu damunt i un cop es cliqui ens traslladarà directament a la secció del Calendari.

Posteriorment sota aquest enllaç i apareix amb el títol d'Últimes notícies, també de color vermell i amb l'element irregular groc al darrere per recalcar els colors catalans, les últimes publicacions, per tant les darreres actualitzacions setmanals del web. La data de publicació de les notícies és el diumenge, així es pot abastar tot el contingut durant el llarg de la setmana.



Figura 8: Captura de pantalla de la pàgina d'inici de la plataforma digital esportiva pròpia, de l'apartat d'Últimes notícies. **Font:** Edició pròpia.

Amb aquesta captura de pantalla de la figura 8, vull demostrar que per veure a quina de les últimes publicacions estem, un cop moquem el cursor per sobre el seu titular les lletres canviaran de color, i passaran de ser negres a vermelles. D'aquesta manera si cliquem la notícia que interessa a l'usuari aquesta ens portarà directament a l'interior de la publicació per llegir-la de manera més detallada, amb contingut i material complementari sobre el que explica el titular de l'article o notícia.

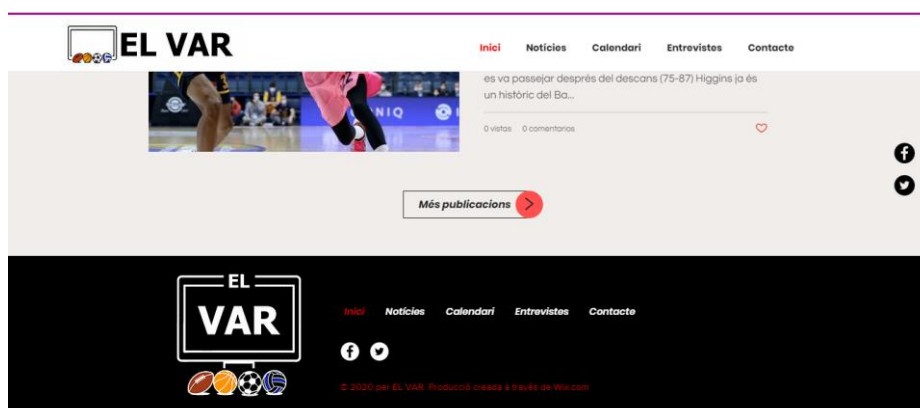


Figura 9: Captura de pantalla de la pàgina d'inici de la plataforma digital esportiva pròpia, de la part del *footer legal*. **Font:** Edició pròpia.

Finalment després de l'apartat d'Últimes notícies, apareix un enllaç amb el nom de Més publicacions, que al clicar-lo dirigeix directament a l'usuari a la resta de publicacions penjades i que no apareixen amb les últimes notícies. Per saber si ens trobem sobre seu es pot veure a través del color vermell, ja que canvia de color al col·locar-li el cursor al damunt. I ja per acabar l'anàlisi de la pàgina d'inici, en una columna de color negre es pot visualitzar el *footer legal*; la part de la plataforma on es fa la declaració de confidencialitat del web, a més de donar informació sobre els drets de la pàgina i mostrar un cop més el menú. Aquesta franja està formada pel logotip corporatiu, el menú, les xarxes socials i els drets oficials del web. Les lletres són de color blanc i vermell puix que el fons és de color negre. I la identitat visual del web, és a dir, el logotip és de color blanc perquè els internautes el puguin visualitzar a simple vista, juntament amb la resta de colors que componen les pilotes dels diferents esports.

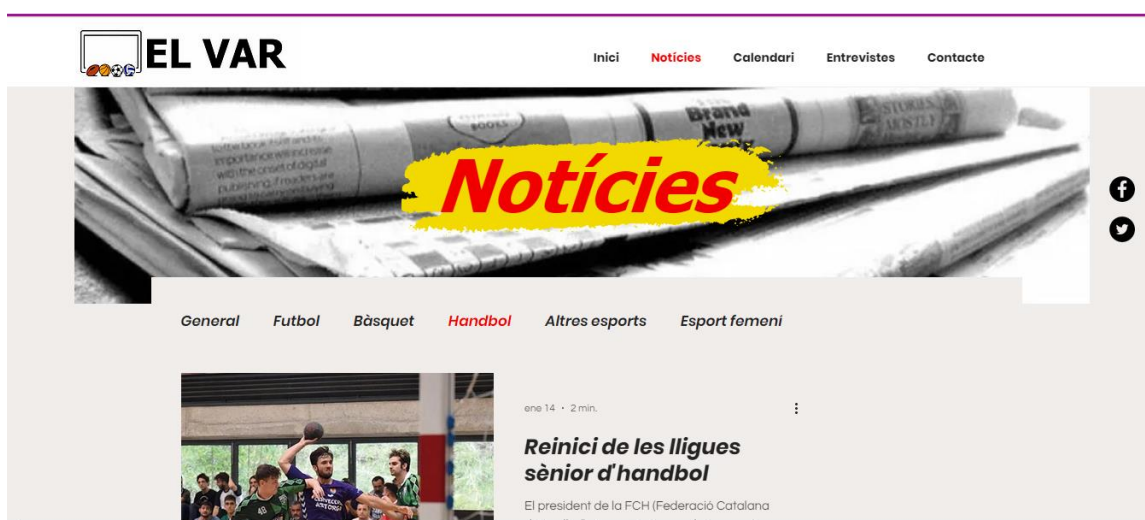


Figura 10: Captura de pantalla de la categoria de Notícies, de la plataforma digital esportiva pròpia. **Font:** Edició pròpia.

Un cop a l'interior de la categoria de notícies, es pot visualitzar a la franja superior, una imatge de diferents diaris i mitjans esportius per representar la funció d'aquesta secció, i de la plataforma en si, mostrar notícies i publicacions sobre l'esport català i sobre l'esport a Catalunya. Aquesta fotografia va acompanyada del títol de la categoria com és el de Notícies, ressaltat de color vermell i amb l'element irregular de color groc a la part posterior, per destacar-ne la seva presència.

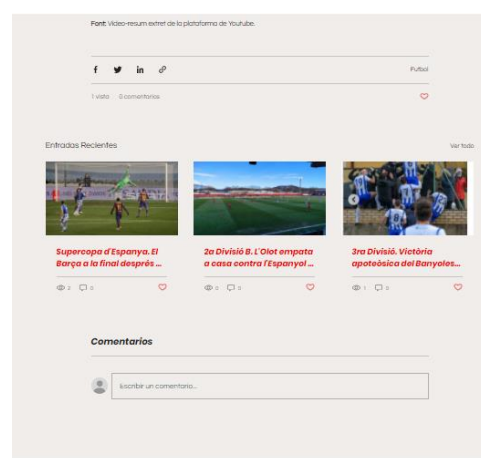
A continuació s'observa el menú de les subcategories que componen aquest apartat com són les cinc que ja vaig comentar: Futbol, Bàsquet, Handbol, Altres Esports i Esport Femení. Juntament amb una subsecció extra que és la de General, que és per si l'usuari no vol veure publicacions d'un esport en concret i està interessat en veure totes les notícies esportives en general com ve diu el títol d'aquesta subcategoria. L'internauta es pot situar ràpidament a la subcategoria a la que està navegant, puix que com es veu en la

Figura 10, el subapartat al que s'està viatjant ressalta de color vermell com és freqüent a l'interior del web.

Dins de cada secció del submenú, es parlarà de l'esport en concret, al que fa referència el seu titular, des de les categories inferiors fins a les professionals, passant per la resta de categories. Ara amb el tema de la pandèmia, és més difícil fer ressò de les categories base, ja que l'esport està aturat en gran part de la seva pràctica. I per tant, moltes de les notícies aniran relacionades amb l'esport professional i semi professional. Cal fer èmfasi en una subsecció determinada, que és la de l'Esport Femení. Aquesta s'ha escollit fer-la a part perquè si s'hagués fet agrupant-la amb les notícies de l'esport masculí, s'hagués camuflat i les seves publicacions no haguessin tingut repercussió. Això hagués influït en el nombre de visualitzacions i el que interessava és que l'esport femení cobrés vida, i tingués el mateix reconeixement que l'esport masculí.

La publicació que es vol llegir amb més atenció, si ens situem al seu damunt amb el cursor, ressalta de color vermell com és comú. I si cliquem per informar-nos amb més atenció i veure contingut extra, ens endinsem a l'article que l'usuari estigui interessat en llegir.

A continuació, s'explicarà l'estructura i la composició de l'interior dels articles o notícies publicades.



Figures 11, 12 i 13: Captures de pantalla de l'interior d'un article de la secció o categoria de Futbol, de la plataforma digital esportiva d'EL VAR, per tal de fer l'anàlisi de l'estructura i veure la composició de les notícies. **Font:** Edició pròpia.

Com es veu reflectit en les figures 11, 12 i 13, la distribució i l'estructura dels articles o notícies és la següent: Primerament es pot veure el creador o la persona que ha escrit l'article, en aquest cas sóc jo en Bru Ortega. Al seu costat es pot observar la data de publicació de la notícia. Que com bé es va explicar, és una plataforma digital esportiva que es publica setmanalment, el dia escollit és el diumenge, per d'aquesta manera abastar tota la informació i totes les notícies del llarg de tota la setmana; i així estic a temps de publicar tot el contingut que m'interessa. I finalment, més a la dreta es veu el temps total de lectura que porta la gent o els usuaris que entren i surten d'aquell article. D'aquesta manera es pot valorar si interessa o no aquella notícia al públic o als lectors.

A partir d'aquí, s'inicia d'aquesta manera l'article mitjançant el titular de la notícia, de color vermell, com sol ser freqüent en el web. Després, abans del subtítol apareix la data de l'última actualització, en cas que se n'hagi fet alguna per corregir o rectificar algun detall de la publicació. Seguidament si que s'observa ja el subtítol de l'article remarcat en negreta, amb informació rellevant de la notícia. Posteriorment, trobem una imatge representativa de la notícia que s'explicarà després, amb un peu de foto, amb la respectiva descripció de la imatge i la font d'on s'ha extret.

Aquesta composició és la mateixa en tots els posts, un cop arribat a aquest punt tot això pot variar, com es veurà en l'anàlisi. En l'article de les figures 11, 12 i 13, tot seguit del peu de foto, apareix una declaració d'un protagonista de la notícia. Però, no en totes les notícies n'apareixeran. Declaracions que es troben entre cometes, evidenciant que ho ha dit una persona transcendent de la notícia i llavors concretant o especificant entre guions qui és l'autor d'aquesta citació. Un cop això, habitualment s'afegeix un comentari fent referència a la notícia de la que es parlarà. Continuadament, torna a aparèixer un titular en negreta de la notícia de la que s'informarà, i llavors si que ja apareix la notícia explicada al peu de la lletra. Un article que sol ser explicat explícitament en tercera persona puix que les publicacions es fan al diumenge i per tant, són totes en passat. Les notícies estan escrites en català únicament, ja que la plataforma esportiva és concretament de la regió de Catalunya, i la majoria d'internautes que hi navegaran seran d'aquesta comunitat autònoma. Els articles estan redactats amb un llenguatge estàndard perquè ho pugui entendre tothom qui hi estigui interessat. I la informació de les notícies és veraç i autèntica, puix que prové de fonts fiables i la informació extreta és en directe de partits visualitzats en primera persona o de mitjans de comunicació importants de la regió. En cas que les informacions s'hagin extret de diferents mitjans de comunicació de la regió catalana, per algun motiu o altre, es fa una recopilació de totes les informacions més rellevants i transcendents de les que se'n fa referència a la major part dels mitjans, i a partir d'aquí es fa la corresponent redacció de l'article o de la notícia.

L'estructura de l'article sol ser sempre el mateix, amb una introducció presentant la notícia, un cos o nus en format crònica explicant el que va succeir detalladament o el que és el punt d'interès en si del fet o l'acció informativa, i el desenllaç acomiadant la notícia i presentant el que està per venir o el que se li presenta ara al protagonista de l'article si es tracta d'un equip o d'un representant de l'esport català.

Un cop ja s'ha redactat la notícia, sol aparèixer contingut audiovisual que ajuda a complementar la informació de l'article; per així, si l'usuari no té ganes de llegir la informació que conté l'article, d'aquesta manera pugui veure un vídeo que representi la informació que s'ha explicat prèviament. Però com ja he dit anteriorment, tot això pot variar en funció de la notícia que es tracti, i potser no a totes les notícies apareixerà contingut audiovisual o citacions, sinó que únicament s'explicarà la notícia i prou, o la notícia es complementarà amb alguna imatge més de l'article explicat, o una classificació, ... D'aquesta manera això pot canviar. Després del contingut audiovisual, la imatge, la classificació, ... o el que hi hagi posteriorment de l'article sempre apareixerà un peu amb una breu descripció del que es presenta i la font d'on prové el material publicat.

Finalment per acabar l'anàlisi de l'estructura o composició de les publicacions, apareixen les icones de les xarxes socials a les que s'informaria als usuaris de la publicació de l'article en el cas que la plataforma disposés de xarxes socials si s'acabés viralitzant aquesta i interessés fer diners amb aquest web. També sorgeix la icona de LinkedIn per si es volgués informar de la plataforma en aquesta xarxa social com un projecte, i la d'un enllaç per si s'ha adjuntat o enllaçat algun *link* en concret transportar-nos directe cap al lloc al que fa referència. Al seu costat s'aclareix la subcategoria a la que està publicat l'article i al que es troba en el moment l'usuari. Més avall s'observa el nombre de visites o visualitzacions que ha tingut aquell article o notícia específicament, el nombre de comentaris que han fet els internautes, si és que aquests n'han fet algun; i el nombre de *likes* o de "M'agrada" dels que disposa aquell post, si els usuaris consideren que està bé i els convenç la informació de la que disposa al seu interior.

A baix apareixen tres articles més que podrien ser d'interès per a l'internauta, puix que són publicacions fetes recentment i són actualitzacions que van vinculades amb la que s'està llegint en aquell precís moment. També disposen del nombre de visualitzacions i de comentaris, al seu costat. I ja per últim, la pàgina demostra la seva interactivitat oferint la possibilitat de comentar els articles i les publicacions als usuaris, donant així l'opció d'aportar el que creguin convenient.

La següent categoria és la de Calendari que prové de l'apartat de la pàgina d'Inici amb el nom de Des de la història, i es pot accedir-hi a través de l'enllaç directe de la pàgina principal, el mostrat en la figura 7:



Figura 14: Captura de pantalla de la categoria de Calendari, de la plataforma digital esportiva d'EL VAR. **Font:** Edició pròpia.

Aquest apartat només obrir-lo també disposa d'una imatge de fons en blanc-i-negre, on s'observa un calendari representant el que tracta aquesta categoria i evidenciant-ho encara més. Això, juntament amb el freqüent i habitual títol de la secció, amb lletres vermelles i l'element irregular de color groc a la seva part posterior expressant els colors de la bandera catalana.

Aquesta categoria amb el nom de Calendari, i la secció a la qual pertany que és la de Des de la història, prové de la secció d'una de les plataformes digitals esportives analitzades com és la d'el *Faro Deportivo*. Una plataforma que compte amb la secció de "Desde la historia"; aquesta explica cada dia que passa alguna dada històrica del món de l'esport tal dia com avui, segons el dia que sigui. Així doncs, cada dia van actualitzant la informació, i per tant, cada dia posen una dada històrica esportiva diferent segons el dia que es visqui. D'aquí es va heretar aquesta idea, de fer-ho de manera semblant de cares a la meua plataforma digital esportiva d'EL VAR.

En el cas d'el meu web, em va semblar una idea molt original el que feia la plataforma d'El *Faro Deportivo*, però trobava convenient fer alguns canvis i aplicar algunes modificacions a la secció s'hi volia captivar a la gent amb aquest apartat concretament. Per aquest motiu, s'ha decidit fer aquest apartat molt més atractiu a simple vista, i dedicar-li tota una categoria únicament a ell. Amb la creació d'un calendari, amb les dates marcades en color vermell, de diverses dades històriques de l'esport a Catalunya, de l'esport català o de representants de l'esport català. Per així, quan la gent cliqui a sobre d'alguna d'aquestes dates seleccionades/marcades aparegui una breu descripció explicant les raons i els motius de la commemoració i el record d'aquell o aquells dies de la setmana en concret. Mínim a la setmana hi apareix una dada històrica marcada, tot i que això no significa que no n'hi pugui haver més setmanalment. Mínim una a la setmana ja que és una pàgina actualitzada en aquest període de temps, i d'aquesta manera els internautes puguin assabentar-se en el molt petits dels casos, setmanalment d'una dada històrica de l'esport a Catalunya, de l'esport català o dels representants de l'esport català. I puguin sortir setmanalment de la plataforma satisfets i contents d'haver descobert una dada o un fet desconegut o inèdit fins aquell moment.

| | | | | | | |
|------------------|----|----|--------------------|--------------------|----|----|
| 11 | 12 | 13 | 14 ANIVERSARI V | 15 | 16 | 17 |
| 18 RECORDADOR | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 ANIVERSARI M | 30 | 31 |

Sin categorizar [Aniversari Victor Valdés](#)

Figura 15: Captura de pantalla d'una part del calendari d'aquesta mateixa categoria de la plataforma d'EL VAR. Captura feta per mostrar les dates marcades amb color vermell, a l'interior del calendari. **Font:** Edició pròpia.

© martes, febrero 02



RECORDATORI PRIMER PARTIT DE LA SELECCIÓ CATALANA DE FUTBOL EN LA HISTÒRIA

El 2 de febrer de l'any 1912, la Selecció Catalana de futbol va disputar el seu primer partit oficial en la seva història. Va ser contra França i els catalans van acabar perdent per 7-0.

Una fita històrica pel futbol i l'esport català. Enhorabona, avui fa 109 anys!

Figura 16: Captura de pantalla de la breu descripció que apareix un cop es clica una de les dades marcades en el calendari de la secció amb aquest mateix nom en la plataforma d'EL VAR.

Font: Edició pròpia

La breu descripció que apareix sobre la dada històrica esportiva que s'està commemorant en una data marcada, està formada per: la data en la que ens trobem, per tant, el dia a al que s'està fent memòria; el titular del fet històric transcendent al que es fa l'homenatge amb lletra majúscula i en negreta, una breu descripció explicant els motius del record d'aquell fet, i finalment una foto que vol representar d'una manera o altre el record, i ajuda a complementar la informació que s'explica posteriorment. Això es pot veure reflectit en la figura 16.

El problema que hi ha però amb aquest apartat i aquesta secció del Calendari, és que degut al fet que no s'utilitza cap pla de pagament, només deixa veure al llarg del calendari, tot i que n'hi hagin moltes marcades, únicament set dates. Que són les set primeres que es van penjar i actualitzar en el calendari. Això influeix als internautes puix que si van setmana a setmana no podran veure-les totes senyalades; i únicament les set primeres publicades. Aquest és l'inconvenient d'aquesta secció, ja que els usuaris o internautes no poden veure tota la feina que hi ha al darrere d'aquest bloc. Això es podria canviar si s'apliqués un pla de pagament i no s'utilitzés la versió gratuïta de Wix. Aquest és l'obstacle més gran que ha sorgit un cop ja establert l'apartat/secció. Així doncs, hi ha un total de 41 dates marcades en el calendari, amb mínim una data setmanal, des de la setmana del 14 de gener, que va ser quan es va començar a anotar-ne fins al juny. I un total de 50 dates marcades fins el mes de setembre (això es pot veure reflectit en l'Annex 2, que és on es pot demostrar tota la feina que hi ha al darrere d'aquest apartat).

La següent categoria és la d'Entrevistes:

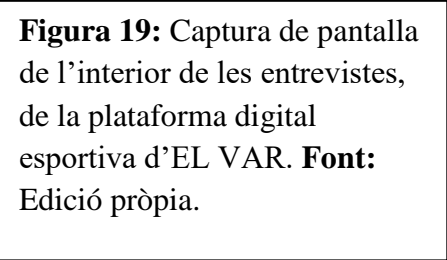
Figura 17: Captura de pantalla de la categoria d'Entrevistes, de la plataforma digital esportiva d'EL VAR. **Font:** Edició pròpia.



Aquesta secció tracta de fer diferents entrevistes a diversos representants de l'esport català. Els entrevistats són esportistes, amb més o menys èxit, dins el paradigma de l'esport professional català. L'apartat consta com és ja habitual, a l'inici de la pàgina d'una imatge en blanc-i-negre de fons que representa el que es fa a l'interior de la secció, amb el titular d'aquesta de color vermell i amb un element irregular de color groc a la part posterior. Seguidament trobem les imatges amb la respectiva fotografia de cada entrevistat en blanc-i-negre, i clicant al seu damunt l'usuari podrà accedir de manera directa a l'entrevista del representat en aquesta fotografia, a través de l'enllaç que aquesta té adjuntat. Sota la imatge apareix en una franja vermella amb lletres blanques, el nom de l'esportista i una breu descripció d'aquest, perquè l'internauta pugui tenir una idea de qui és la persona a la que se li fa l'entrevista, i el que significa aquesta per a l'esport català. Quan l'usuari es situa al damunt de la franja vermella, aquesta ascendeix conforme ens trobem al seu damunt, com es veu representat en la figura 18.



L'interior de les entrevistes es distribueix de la següent manera:



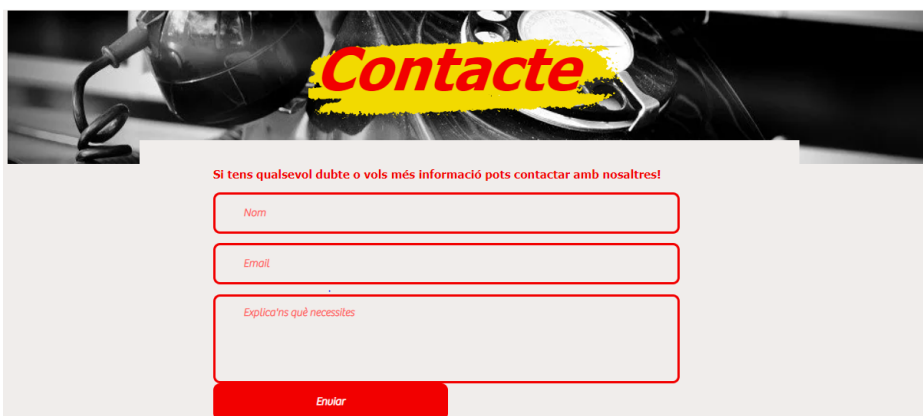
Amb la imatge de l'esportista català entrevistat a la part esquerra de la pàgina aquest cop sí en color, i l'entrevista a la part dreta de la fotografia fins el final d'aquesta; un cop s'arriba al fi de la il·lustració llavors l'entrevista passa a ocupar tota l'extensió del paper. L'entrevista està organitzada amb una estructura concreta: primerament amb un titular de lletres amb un tamany important de color vermell com és habitual, una petita presentació/introducció amb negreta de la persona que s'entrevista per fer-li una idea als internautes en cas que desconeguin l'esportista, i a partir d'aquí ja l'intercanvi de preguntes i respostes amb l'entrevistat diferenciant unes de les altres amb l'ús de la negreta i finalment una frase memorable del que ha sigut l'entrevista, juntament amb un missatge d'agraïment cap a l'entrevistat per acomiadar-la.

Les entrevistes s'han hagut de fer de manera telemàtica degut a la pandèmia i a les restriccions vigents a dia d'avui a Catalunya. Unes restriccions que han obligat a fer les entrevistes de manera virtual, i han impossibilitat el fet de poder fer-les de manera presencial. Un detall important però, no treu l'interès i la facilitat que han mostrat tots els esportistes entrevistats en el moment de contactar amb ells per informar-los del que se'ls hi proposava.

Els esportistes entrevistats són contactes extrets al llarg de la meua vida, o a través del contacte d'altres coneguts. Alguns contactes dels que coneixia la seva professió, però mai s'havien obert de la manera que ho han fet amb aquesta entrevista. Tot un honor per a mi!

He incorporat aquesta categoria, puix que els continguts que ofereix la meua plataforma són d'actualitat, però és cert que es poden trobar en altres mitjans. Per aquest motiu s'ha considerat oportú crear aquesta secció, per donar veu i nom a joves promeses del món de l'esport català dels que poques vegades s'havia sentit parlar, donant així també un valor afegit al meu web.

Finalment, la cinquena i última secció de la pàgina és la de Contacte:



Si tens qualsevol dubte o vols més informació pots contactar amb nosaltres!

Nom

Email

Explica'ns què necessites

Enviar

Figura 20:
Captura de pantalla de la categoria de Contacte, de la plataforma digital esportiva d'EL VAR. **Font:** Edició pròpia.

Una secció formada com la resta de categories per una imatge en blanc-i-negre de fons que representa el que tracta o el que fa l'apartat. En aquest cas, com que la categoria porta el nom de Contacte, doncs la fotografia és un telèfon. Evidenciant d'aquesta manera el títol de la categoria de color vermell, amb l'element irregular de color groc i fent-ho així més amè.

Llavors ja apareix el formulari de contacte de color vermell, format per: un missatge informatiu cap als usuaris per tal que contactin per aquí en cas de tenir algun dubte, i llavors l'acompanyen tres quadres de text amb dades dels internautes a emplenar que són: el nom, el correu electrònic i el problema o dubte que es tingui. I per últim, hi ha el botó també vermellós per enviar les dades. Un cop emplenat i enviat aquest formulari, en cas de dubtes, el correu m'arribaria directe al meu compte personal, ja que jo tinc vinculada la plataforma al meu correu, i d'aquí jo podria resoldre el dubte que aquests tinguessin. Una vegada s'ha enviat el formulari de contacte per explicar el dubte que es necessiti, l'usuari rep un missatge d'agraïment i amabilitat per comentar-ho al web. Així doncs, en cas d'haver-hi algun error o dubte és fàcil solucionar-ho, i pot ser una millora pel web, ja que d'aquesta manera els internautes tenen la seva paraula, o el seu granet de sorra a aportar per retocar o corregir i millorar encara més la pàgina.

Aquesta seria la plataforma digital esportiva d'EL VAR complerta. Alguns aspectes com: la categoria de Calendari sota la secció de Des de la història ja explicada, el disseny del web entre *scroll down* i diferents pestanyes, ... estan inspirats en algunes de les pàgines i plataformes ja analitzades en el Marc Teòric.

4.3 Anàlisi de la plataforma digital esportiva d'EL VAR

En aquest tercer apartat de la part pràctica, tal com es va fer ja amb les deu plataformes digitals esportives analitzades en el marc teòric, es farà un anàlisi profund d'el web dissenyat pròpiament EL VAR. D'aquesta manera en tots els webs s'haurà fet el mateix treball, i se'n podran extreure conclusions molt més generals, es podran veure relacions entre elles i es podran destacar semblances i diferències no comentades anteriorment. Aquest anàlisi es dividirà igual que s'ha fet en el marc teòric amb la resta de webs, amb els següents factors: l'enfocament de les notícies, el format i estètica, les imatges, els audiovisuals, les seccions i els esports.

4.3.1 Enfocament de les notícies d'EL VAR

La plataforma dissenyada va dirigida cap a un target objectiu bastant extens com són tots els interessats en llegir el web, les notícies esportives i tot el que conté la pàgina. Però si cal especificar, seria cap a tota la gent vinculada amb l'esport a Catalunya, és a dir, amb l'esport català. Des de les categories inferiors passant per l'esport base fins a les categories superiors arribant a l'esport professional. Tot i que degut a la pandèmia la

major part de les notícies i articles publicats són en relació a l'esport professional, i l'esport base queda una mica de banda ja que aquest porta parat des del mes de novembre.

No només això, sinó que també va enfocat en gran part cap a un públic jove, puix que una de les categories com és la d'Entrevistes, cedeix l'oportunitat a joves promeses esportives amb menys o més èxit dins el paradigma de l'esport professional català a parlar i explicar les seves aventures viscudes fins el moment.

La pàgina sol ser bastant subjectiva i no es posiciona a favor de cap esportista, club, equip o categoria catalana en concret, sinó que tots els equips, categories, clubs, ... són tractats de la mateixa manera sense cap tipus de diferència. Per tant, tots els esports practicats arreu de Catalunya cobren la mateixa rellevància i transcendència a l'interior del web.

La categoria d'Entrevistes, tractada de diferent manera però ha estat inspirada en algunes idees sorgides a partir de l'anàlisi de la resta de webs. El web no inclou cap tipus de promoció ni publicitat, cap a pàgines d'apostes esportives, productes esportius, ... Definitivament tampoc conté rutines esportives, puix que és una plataforma digital esportiva més semblant a la d'un diari, que a la d'una revista. I el seu valor afegit ja són les entrevistes a joves promeses.

Com que el contingut és actualitzat i publicat setmanalment, concretament els diumenges per així poder afegir tot el contingut que interessa al llarg de la setmana, la informació és recent però pot ser que sigui del principi de la setmana i per tant, durant l'article ja queda especificat dels dies que fa que ha succeït o ha transcorregut l'esdeveniment o el fet. Tot i això, l'enfocament continua essent el mateix i no varia. Per aquest motiu, les notícies més llunyanes de la setmana són més a baix que les notícies més properes a la següent. Així doncs, les actualitzacions més recents automàticament apareixen a dalt de tot, i d'aquesta manera la informació que arriba a l'usuari és l'actual; les últimes publicacions setmanals. Quan més amunt, actualitzacions més noves, i quan més avall publicacions amb més antiguitat.

Finalment, el llenguatge que s'utilitza en la plataforma d'EL VAR és un ús de la llengua catalana completament estàndard perquè tots els habitants de la regió el puguin entendre sense cap complicació. Amb una evidència clara del que se'ns vol mostrar o l'article o notícia ens vol explicar, a través d'un titular i subtítular molt informatius.

4.3.2 Format i estètica d'EL VAR

Pel que fa al disseny, el web té una estructura entre *scroll down* i diferents pestanyes; vaig pensar que era la forma ideal per oferir una mica de modernitat sense perdre la facilitat de navegació que comporta la divisió per seccions.

Els colors predominants de la plataforma digital esportiva són el vermell i el groc per representar d'aquesta manera la regió a la que van enfocades les publicacions i el contingut del web, com és la regió de Catalunya, l'esport català i els representants de l'esport català, i d'aquesta manera fer constància d'els colors de la seva bandera. Els colors blanc i negre serveixen únicament per ajudar a la combinació dels colors principals com són el groc i el vermell.

El logotip corporatiu visible és present a totes les pestanyes de la pàgina per d'aquesta manera fer reaccionar a l'usuari i involuntàriament introduir-li la identitat visual del web a la seva ment, i així fer que se'n recordi i vulgui tornar-hi. Una imatge la del logotip que és fonamental per facilitar el reconeixement públic de la plataforma. Sempre es troba situada a la part esquerra de la part superior del web i també al mateix lloc però de diferent color, a la part inferior del *footer legal*. Una presència constant però sense ser intrusiva i excessiva la del logotip.

La plataforma estèticament està distribuïda a partir de la pàgina d'Inici, que és la pàgina principal. Formada per un menú a través del qual es pot accedir a tot el que conforme el web digital esportiu d'EL VAR. El menú dividit en les cinc categories que hi ha en la pàgina com són: Inici, Notícies, Calendari, Entrevistes i Contacte. Aquest menú permet accedir a tot el que l'usuari busqui o cerqui a l'interior de la plataforma per això té una estructura *scroll-down* i diferents pestanyes. En aquesta pàgina principal es disposa també d'una imatge representativa del que vol aconseguir la plataforma com és informar de les notícies esportives a Catalunya i de tot el que ve a ser l'esport català. I d'una breu descripció explicant que és realment això d'EL VAR i d'on ha sorgit aquest nom, acompanyat d'els motius de l'elecció. Això juntament amb la secció de "Des de la història", que amb l'enllaç que té adjuntat trasllada directament a l'internauta a la categoria de Calendari. I ja per últim, la pàgina principal disposa de les últimes notícies publicades o actualitzades a la plataforma, amb la possibilitat d'accedir a elles i llegir-les amb atenció, gràcies a l'ajuda de material complementari. Els articles o notícies estan organitzats de manera vertical en una columna, una darrera l'altre amb les actualitzacions més recents a la part superior d'aquest. Cada post està format per una imatge expressiva de la notícia i amb un titular informatiu d'aquesta. Quan l'usuari col·loca el cursor al damunt d'una publicació les lletres del titular canvien de color i passen a ser vermelles, clicant-hi aquest accedirà de manera immediata a l'interior de la notícia. A la pàgina principal no apareixen totes les publicacions, sinó que únicament les més freqüents. Per accedir a la resta de notícies, cal anar a l'enllaç de la part inferior on posa més publicacions. Aquest transportarà a l'espectador directament a la categoria de Notícies, on podrà llegir les que aquest decideixi o prefereixi. Ja al final de la pàgina trobem el *footer legal*, la part de la plataforma on es fa la declaració de confidencialitat del web, a més de donar informació sobre els drets de la pàgina i mostrar un cop més el menú. Aquesta franja està formada pel logotip corporatiu, el menú, les xarxes socials i els drets oficials del web.

Unes xarxes socials que no estan habilitades puix que com que la plataforma únicament està creada per la presentació del TFG no s'han creat perfils exclusius per a representar la plataforma d'EL VAR. I clicant a les icones d'aquestes, traslladen a l'usuari de manera automàtica als perfils de Wix de les respectives xarxes socials. Que són només Twitter i Facebook. Si es volgués patentar la pàgina i tirar el projecte endavant, i habilitar les xarxes d'aquest mitjà només disposaria d'aquestes dues, per decisió pròpia.

L'organització de les notícies en columnes s'ha basat en els webs ja treballats en el Marc Teòric. Una distribució cridanera i atractiva a simple vista, fet que va provocar que s'acabés aplicant a la plataforma d'EL VAR. La resta de categories són completament diferents a la de la pàgina d'Inici, però la distribució, l'organització i l'estructura d'aquestes és bàsicament la mateixa a la de la pàgina general o principal; amb el menú i el *footer legal* que apareixen sempre, es mogui on es mogui l'internauta. Això acompanyat amb una imatge i el respectiu titular de la categoria a la part superior de cadascuna d'elles de color vermell i amb un element de color groc a la part posterior del títol representant els colors catalans, i després amb el contingut de la respectiva secció. Pràcticament sempre amb el mateix guió, una distribució en columnes, formades per imatges i titulars per fer-ho molt més amè.

Dir també que durant el transcurs de les notícies a la pàgina, no hi ha cap tipus d'alteració amb notícies d'opinió i actualitat esportiva; puix que s'ha creat la plataforma de manera que estigui tot ben ordenat i en cap cas puguin haver-hi sobre-posició de publicacions entre elles. Totes els posts segueixen l'ordre preestablert a l'editor del web.

Finalment el web podríem dir que és interactiu perquè permet la participació dels internautes, amb l'opció de poder comentar les publicacions i aportar la seva valoració, donant *like*, al final d'aquests. No únicament això, sinó que també s'ofereix als navegants la possibilitat de contactar amb la plataforma a partir d'una categoria que és la de Contacte, i que inclou un formulari de contacte per poder facilitar el fet de trobar-nos i de dir-nos el que necessitin; l'ús de les xarxes socials és també un acte d'interacció amb ells, el problema és que no estan habilitades perquè no s'ha creat cap perfil exclusiu de la pàgina, i les icones d'aquestes transporten a l'usuari als perfils de les xarxes de la plataforma Wix. Pel que fa al tema de la credibilitat i la solvència, pel fet de tenir la informació general actualitzada setmanalment, de tenir el logotip corporatiu visible arreu del web i de la bona funcionalitat dels vídeos i materials publicats, es demostren clarament la presència d'aquests dos aspectes. Ja per acabar, pel que fa al tema de la trobabilitat, dir que la plataforma presenta una clara i senzilla usabilitat puix que està ben indexada i és de senzilla de navegació al seu interior. I l'única contra que presenta, és el fet que com que no s'utilitza cap pla de pagament no es pot crear un domini o URL propi, i tot i que es pot editar i personalitzar, sempre ha de contenir entre el domini el nom de *Wixsite*, i això dificulta una mica la facilitat de ser trobada la plataforma. Així doncs, el domini oficial de la plataforma d'EL VAR és el següent: <https://elvaresports.wixsite.com/elvar> .

4.3.3 Imatges d'EL VAR

Les imatges de la plataforma d'EL VAR destaquen pels seus colors vius i llampants, una tonalitat que sol ser potent per tal que l'usuari les percebi i les localitzi a simple vista. Una important virtut a destacar, puix que aquestes fotografies ajuden i complementen als articles i a les notícies. D'aquesta manera, si els internautes veuen les imatges ràpidament també veuran el titular de l'article que els acompanya i així s'aconseguirà que els usuaris possiblement s'interessin més per llegir les notícies, si la imatge del post els agrada i els atrau.

No simplement això, sinó que les fotografies de les publicacions són molt representatives i expressives, i el que es mostra en elles sol anar vinculat i relacionat amb el que posteriorment s'explicarà a l'interior dels articles o les notícies. En l'interior de les notícies també solen aparèixer imatges que complementen el que s'explica, d'aquesta manera si queda algun possible dubte a l'usuari, aquestes juntament amb els vídeos les podran ajudar a veure-ho i/o a resoldre aquest dubte. Com bé es diu, “una imatge val més que mil paraules” i “una foto ha de voler dir alguna cosa (ha de tenir un missatge darrere), no només mostrar una imatge” (Soriano, 2015).

En la categoria d'Entrevistes també apareixen fotografies, primer les de la portada de cada entrevistat en primer pla, en i blanc-i-negre perquè els lectors puguin veure la persona a la que se l'hi fa l'entrevista i després a l'interior de cada entrevista també apareix una imatge ara ja si en color, i molt més cridanera i persuasiva, altre cop de l'esportista.

Bàsicament en totes les categories del web apareixen imatges, des de la fotografia de la portada de cada secció per ajudar a complementar el títol, fins a la descripció de cada data marcada en la secció del Calendari per acompanyar a la informació donada. És a dir, les imatges tenen un paper essencial en la pàgina web d'EL VAR i són fonamentals per donar vida a aquest projecte i aconseguir així donar joc a totes les categories.

Totes les fotografies de la plataforma estan extretes de fonts externes, citades sempre a la part inferior d'aquestes. Les fonts solen ser: mitjans de comunicació esportius i catalans en el cas de les imatges de les publicacions, els esportistes entrevistats en la categoria d'Entrevistes, mitjançant gent especialitzada en aquest àmbit en certs casos i a través d'imatges d'algunes pàgines web en l'apartat del Calendari.

En les imatges, el tema predominant és l'esport i sent més concís esportistes catalans practicant la seva professió (el seu esport/dedicació). Aquesta és l'acció principal que se succeeix en les fotografies que apareixen en l'interior del web. Una acció que queda clara en gran part de les fotografies i un tema que és bàsicament el que vol representar la pàgina d'EL VAR (la pràctica de l'esport a Catalunya).

Finalment en cadascuna de les fotografies de la plataforma d'EL VAR, com ja s'ha comentat prèviament, posteriorment després de cada imatge present en l'interior de les

publicacions, hi ha una breu descripció explicant el que es veu en el seu interior juntament amb la font d'on prové la fotografia.

4.3.4 Audiovisuals d'EL VAR

Els audiovisuals de la plataforma digital esportiva d'EL VAR també són tots extrets de fonts externes, i això està especificat a la part posterior de cadascun d'ells. Juntament amb una breu descripció del que contenen al seu interior a la part superior. Majoritàriament la font d'on s'extreuen aquests audiovisuals és la plataforma de Youtube, llavors la gent que normalment els publica són perfils diferents segons el tipus d'audiovisual que es cerqui.

El tema principal d'aquests audiovisuals igual que en les imatges és la pràctica de l'esport a Catalunya. Però aquest tema es representa a través de vídeo-resums de partits, *highlights* d'alguns duels o d'algun jugador en concret, vídeos informatius d'algun missatge que és transcendent escoltar i pot ser d'interès per als usuaris, ...

Aquests audiovisuals únicament es troben presents en l'interior de la secció de Notícies, en alguns articles i notícies en concret per així ajudar a complementar la informació que contenen i les imatges que també els acompanyen. Uns audiovisuals que tenen una rellevància transcendental per resumir el que sol explicar l'article i per representar la informació que es dona. Aquest audiovisual cobra una importància més alta de la que pot semblar, puix que en el cas que algun internauta entri a l'interior de la notícia per la que està interessat i llavors no tingui ganes de llegir-la, a través d'aquest vídeo pugui entendre o veure el que buscava. Que els vídeos no adoptin el nom de cap secció en concret com és el cas d'alguns webs ja vistos i treballats, no significa que la importància d'aquests en la plataforma d'EL VAR sigui menor ni molt menys. Únicament s'ha cregut convenient introduir-los a l'interior d'una categoria, ja que d'aquesta manera la seva repercussió i funció serà molt més gran i útil.

Els vídeos del web pot ser que continguin publicitat, ja que provenen com ja s'ha comentat anteriorment de fonts externes i si aquestes decideixen i creuen convenient posar-ne doncs caldrà adaptar-se. Aquests però, no disposen de la possibilitat de ser comentats a diferència d'alguns webs analitzats i treballats en el Marc Teòric. Els comentaris dels usuaris únicament són al final de cada article i si hi ha algo que els internautes trobin fora de lloc i necessitin debatre sobre els vídeos, ho hauran de fer al final de les publicacions.

Els vídeos són de bona qualitat i bona resolució, i cap dels audiovisuals penjats presenta problemes alhora de ser reproduït. Tampoc cal acceptar cap missatge respecte a les *cookies*, i finalment tots són aptes per a tot tipus de gent. I no hi ha cap tipus de restricció d'edat per a la seva reproducció/visualització. Hi ha audiovisuals des de curta fins a mitja durada, en cap cas superen els deu minuts. Amb aquest tipus de vídeos s'aconsegueix que els navegants els vegin, ja que quan són molt llargs es cansen i surten

o deixen de mirar-los. Així doncs, ens assegurem que se'n faci ús d'ells i siguin profitosos.

4.3.5 Seccions d'EL VAR

El web s'organitza a partir de cinc categories i seccions concretament com ja s'ha comentat anteriorment, que són: Inici, Notícies, Calendari, Entrevistes i Contacte. La única secció que està formada per subcategories és la de Notícies. Aquesta està composta per cinc subapartats que són: Futbol, Bàsquet, Handbol, Altres Esports i Esport Femení. Cinc subapartats, tres dels quals hereten noms d'esports com són els tres primers. Els motius pels quals s'han acabat seleccionant aquests tres esports com a subseccions i no d'altres, és perquè són els que tenen més ressò i més repercussió a Catalunya.

La primera categoria és la d'Inici que és bàsicament la pàgina principal amb una breu presentació del que és EL VAR, amb l'apartat de "Des de la història" que va enllaçada amb el Calendari i les últimes publicacions i actualitzacions. A partir de la pàgina d'Inici es pot accedir a tot el contingut que ofereix la plataforma en general, per això té un disseny *scroll down*. La segona categoria és la de Notícies, que ofereix contingut sobre publicacions esportives setmanals de tots els esports a Catalunya, cadascuna amb la seva corresponent subsecció. Les tres primeres: Futbol, Bàsquet i Handbol únicament dels seus esports, la d'Altres Esports sobre tot tipus d'esports que es duguin a terme a Catalunya i no siguin relacionats amb les tres subseccions primeres. I la d'Esport Femení és un subapartat creat únicament sobre tot tipus de notícies esportives femenines a Catalunya. Una subcategoria que s'ha fet a part de l'esport masculí perquè si s'hagués barrejat amb l'esport de l'oposat gènere, aquest apartat no hagués tingut repercussió i s'hagués camuflat. D'aquesta manera s'aconsegueix que no passi desapercebut i pugui tenir així més reconeixement amb els internautes i es llegeixi. Representant aquesta subcategoria es pretén assolir bastanta audiència. Cada vegada més ha de cobrar importància l'esport femení arreu, incloent la regió catalana que és la que tracta el web.

El tercer apartat és el de Calendari, una categoria a la que es pot accedir mitjançant l'enllaç directa que hi ha a la pàgina d'Inici sota el nom de "Des de la història". Una secció que com ve diu ja el propi nom, tracta d'un calendari al que hi ha marcades unes dates concretes durant dies específics de la setmana (mínim una a la setmana), en color vermell que són dates històriques per a l'esport a Catalunya, per a l'esport català o per a representants de l'esport català. Una secció que permet als usuaris rebre informació desconeguda i assabentar-se mínimament d'una data memorable per a l'esport català setmanalment. Un cop s'accedeix a l'interior d'una de les dates seleccionades en el calendari, aquesta ofereix una breu descripció del que s'està commemorant tal dia com el que hi ha remarcat acompanyat d'una imatge representativa del fet.

La quarta categoria, és la que proporciona un valor afegit a la plataforma d'EL VAR, i és la que apareix sota el nom d'Entrevistes. Una secció que aporta el que faltava a la pàgina, i ofereix la possibilitat d'expressar i donar la seva paraula a les joves promeses de l'esport a Catalunya. Joves promeses, amb més o menys èxit però sempre dins el paradigma professional de l'esport català. Una categoria molt interessant que ajuda a l'espectador a escoltar a esportistes que mai han tingut l'oportunitat d'expressar-se davant cap mitjà de comunicació i que el seu testimoni pot ajudar a esportistes principiants. Les entrevistes estan formades per una breu presentació de l'entrevistat, la corresponent pregunta-resposta de l'entrevista i un missatge vital de cares a la gent que pugui llegir l'entrevista per seguir els seus passos, juntament amb un missatge d'agraïment cap a l'esportista per la seva participació i assistència en la secció.

I la cinquena i última secció és la de Contacte. Una categoria molt senzilla formada per un formulari de contacte que l'internauta haurà d'emplenar per tal de posar-se en contacte amb mi perquè els hi pugui resoldre qualsevol tipus de dubte o problema que aquests tinguin o se'ls hi presenti.

Només la secció de Notícies permet a l'usuari comentar el web i les publicacions que aquesta conté al seu interior. La resta de categories o seccions no disposen de la possibilitat de ser comentades puix que el pla gratuït no disposa d'aquesta opció. Si es volgués canviar s'hauria de fer mitjançant un pla de pagament.

Una peculiaritat que se l'hi ha donat a la plataforma d'EL VAR és que totes les seccions o categories tenen el mateix pes, i no se li dona a cap més importància per sobre de la resta. I el mateix passa amb les subseccions de l'apartat de Notícies. A cap esport se li atribueix més rellevància que a un altre; puix que aquest web opta i defensa la pràctica de l'esport a Catalunya i no creu que hi hagi cap diferència en l'àmbit esportiu. És cert però, que probablement no tots els esports aporten el mateix a la regió pel que fa al tema econòmic, social o cultural però això no significa que no tots puguin ser representats de la mateixa manera i se'ls hi pugui donar el mateix pes. El que sí que és veritat és que la gent sol entrar a la plataforma pel contingut que aquesta conté i per informar-se del que aquest desitja, i la secció o categoria que aporta això en EL VAR principalment és l'apartat de Notícies, ja que en aquesta secció és on es trasllada la informació setmanal esportiva de Catalunya als internautes. Però aquest motiu no canvia la manera de fer i de treballar de la pàgina. D'aquesta manera, cada categoria o secció representa el mateix a l'interior del web pel que fa a la importància. Així doncs, com també els esports o subseccions en la categoria de Notícies.

Dir que el fet de crear una subsecció amb el nom d'Esport Femení, prové i es va extreure d'una de les plataformes treballades al Marc Teòric. Es va considerar oportú dedicar un espai a aquest gènere que mereix el mateix reconeixement que el que també té l'esport masculí. La plataforma d'on es va extreure és *Once* i la secció en aquest web es deia "Femenil" ja que el seu origen és sud-americà.

4.3.6 Esports d'EL VAR

Els esports que representen la plataforma d'EL VAR es troben immersos en la secció de Notícies. És a dir, cap secció ha agafat el nom d'un esport en concret. Els esports representen les subseccions que hi ha a la pròpia categoria de Notícies. A l'interior d'aquest apartat és on han heretat el nom de les subseccions.

Aquests esports són Futbol, Bàsquet i Handbol en concret, les altres dues subseccions són més generals i parteixen d'una base més complexa i extensa. Els esports de Futbol, Bàsquet i Handbol bàsicament com diu el seu nom són notícies basades en cada corresponent esport. Les altres dues subseccions són Altres Esports i Esport Femení. La subsecció d'Altres Esports, també com diu explícitament el seu nom són notícies relacionades amb la resta d'esports de Catalunya exceptuant els esports que ja tenen la subsecció pròpia. I finalment la cinquena i última subsecció és la d'Esport Femení que recull tota la informació de tots els esports femenins que es desenvolupen i es duen a terme a Catalunya, no és de cap esport femení en concret. Sinó de l'esport femení en general arreu de la regió catalana.

Com també s'ha explicat abans, tant les seccions com els esports en la plataforma representen el mateix pes i no hi ha cap tipus de diferència entre les publicacions, contingut o notícies entre uns i altres. Per tant, la importància entre uns esports i altres sempre serà la mateixa i l'espai que aquests ocupen també. Cadascun amb la seva corresponent subsecció determinada.

Principalment tots els esports tractaran des de les categories base fins a les professionals, passant per a totes les que hi ha entremig. És a dir, l'esport base també agafarà un pes rellevant en les publicacions del web. D'aquesta manera s'informarà de tot l'esport d'arreu de Catalunya, sense excloure uns esportistes que també representen aquest àmbit. Degut a la pandèmia però, les publicacions d'aquests esportistes i d'aquestes categories seran molt menors, ja que el virus ha obligat a parar i aturar la pràctica d'aquests nivells. Així doncs, l'esport professional agafarà fins que tot torni a la normalitat un pes major.

Finalment, les publicacions d'aquests esports no parlaran i informaran únicament de notícies dels clubs, equips o categories dels esports en si, sinó que també proporcionaran notícies de representants d'aquests esports. I si aquests han assolit o han aconseguit algun propòsit o algun èxit transcendent se'n farà memòria com és degut. Per tant, es farà constància de notícies esportives tant individuals com col·lectives dels corresponents esports. Notícies esportives de tot tipus d'esports a Catalunya, des dels menys convencionals fins als més tradicionals. La combinació dels esports que solen oferir les plataformes digitals esportives centrades en revistes i les més enfocades en diaris esportius.

5.CONCLUSIONS

Dir que la interrelació entre l'activitat esportiva i el sistema mediàtic presenta bastantes similituds o semblances a Catalunya respecte al conjunt d'Europa occidental, preferentment amb els països llatins. Existeix doncs una premsa esportiva bastant consolidada, a més d'un número creixent de programes i transmissions esportives en emissores de radiofusió i televisió. Així doncs, en la última dècada la informació i l'espectacle esportiu ha adquirit major protagonisme en el conjunt del sistema social i comunicatiu català com s'ha pogut veure reflectit també en les plataformes digitals esportives.

Com s'ha vist al llarg del treball, han esdevingut i s'han convertit en fonamentals, ja que els serveis esportius i el món de l'esport ha entrat en una transformació digital sense precedents. Una digitalització que ajuda a millorar l'experiència de l'usuari, a optimitzar l'oferta i la gestió dels productes i serveis i a automatitzar i optimitzar l'ús de les instal·lacions en el cas d'algun negoci.

Així doncs, en resum dir que cada dia més els serveis esportius o mitjans esportius s'estan digitalitzant, la tecnologia està ajudant a facilitar la creació de noves formes de donar visibilitat a aquests mitjans o serveis, a interactuar amb els esportistes, agilitzar processos, recollir dades, visualitzar la informació dels entrenaments, visualitzar la informació de les competicions, així com l'oportunitat de posar en marxa nous models de negoci. Per tant, conèixer com penetra la tecnologia en l'esport m'ha facilitat tant a mi en aquest projecte, com als agents esportius durant el dia a dia a utilitzar-la com a aliada i no com a competidora; tot això treballant-hi amb la creació de la meua pròpia plataforma.

La creació de la meua pròpia plataforma digital esportiva d'EL VAR m'ha ajudat a adquirir uns coneixements de domini de cares a l'edició d'un web, concretament en la pàgina de *Wix*, totalment inèdits i incomprensibles abans de l'inici del projecte. Uns coneixements que m'han ajudat a millorar molt en tema eficàcia i productivitat alhora de dissenyar un web digital, i que he anat adquirint a mesura d'anar avançant amb la seva creació. Aquests coneixements els he assolit a través de l'ajuda de la meua parella que té un alt nivell de consciència d'aquest tema i a mesura de mirar vídeo-tutorials de Youtube. No simplement això, sinó que a mida d'anar progressant amb el que aquests coneixements m'han aportat, això m'ha facilitat moltíssim la feina.

També el treball m'ha ajudat a veure l'evolució de l'esport català fins a dia d'avui, informar-me constantment de les notícies que envolten la regió, a conèixer representants de l'esport a Catalunya i a descobrir dates que han marcat la seva història. Finalment a veure que la pràctica esportiva és essencial per a una societat com la catalana des de la vessant de la cohesió social, l'increment dels nivells de salut i benestar, la creació d'oportunitats laborals, generació de riquesa econòmica i de promoció del territori.

D'aquesta manera valoro molt positivament el transcurs del projecte i del treball, que és cert que m'ha portat moltes hores i una feinada molt gran al darrere però he gaudit moltíssim fent-lo i veient com mica en mica la plataforma digital esportiva pròpia anava agafant color i anava agafant l'estructura que buscava des del principi. Una idea inicial la que tenia en ment, que ha anat canviant i variant durant el projecte, puix que no tenia clar el web que volia fer, i l'ho únic que tenia pensat des de l'inici era el títol de la pàgina, ja que la tecnologia d'EL VAR està de moda en el món de l'esport actualment i era per aquí cap a on la volia enfocar. Però a mesura d'anar avançant amb la part teòrica i veure diferents tipus de plataformes em van començar a sorgir idees molt més clares de com encaminar-la. I va ser així com definitivament la vaig acabar duent a terme, tot i en algun moment està dubitatiu en segons quines parts del web, i haver d'improvisar decantant-me pel que més em tirava o motivava en aquell precís instant.

Sincerament penso i crec que el resultat final ha estat molt bo i està publicada a Internet la plataforma d'EL VAR a través del seu *link* o URL <https://elvaresports.wixsite.com/elvar>, de manera que la pugui veure tothom i quelcom vulgui, pugui aportar la seva opinió/valoració del que els hi sembla, ja que els usuaris són els que realment han de dir la seva i considerar-la juntament amb el tutor del TFG i la resta de professors del treball que l'hauran d'avaluar; puix que el meu punt de vista no seria objectiu perquè sinó m'agradés a mi no l'hagués fet tal com ha quedat.

Així doncs, espero que agradi la plataforma i que en el cas que la gent jove o no tan jove estigués disposada a informar-se setmanalment sobre l'esport català o sobre l'esport a Catalunya, ho fes a través del meu web de manera gratuïta i interactiva. Per tant, com es bé es diu: "Jutja'm com vulguis; la opinió és teva, però la realitat és meva".

6. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

6.1 Bibliografia

- Alcoba López, Antonio (1993). *Cómo hacer periodismo deportivo*. Madrid: Ediciones Paraninfo
- Alcoba López, Antonio (2005). *Periodismo deportivo*. Madrid: Síntesis
- Artiaga Morales, Nil. (2017). *El tractament de la informació esportiva als serveis informatius de televisió de les cadenes públiques a l'Estat espanyol: el cas de TVE i TV3*. https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2017/180963/TFG_Artiaga_Morales_Nil.pdf . Treball de fi de grau. Facultat de Ciències de la Comunicació UAB.
- Berasategui Dolcet, Maria Lluïsa. (2008). *Temps d'Educació: Fonts bibliogràfiques per a l'estudi de l'educació física i l'esport a Catalunya (1856-1975)*. <https://www.raco.cat/index.php/TempsEducacio/article/view/126524/183269>
- Berasategui, María Luisa. (2000). *Revista General de Información y Documentación: Datos para la historia de la prensa deportiva en Cataluña*. Vol, 10, nY 1 – 2000. Pàgs. 153-169. Barcelona.
- Bernabeu Mira, Juan Carlos. (s.d.). *L'esport de masses i els mitjans de comunicació*. http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:80PyTKrjc34J:iesenricvalor.es/web/ca/DescargarArchivo.ashx%3Farchivo%3D3116_esport_i_mitjans_de_comunicaci%25C3%25B3_reduit.pdf+&cd=1&hl=ca&ct=clnk&gl=es . IES Castalla. 2n de Batxillerat.
- Borja i Sanz, Joan. (2018). *El valor simbòlic dels colors en l'imaginari popular: anàlisi contrastiva del sentit idiomàtic en català i espanyol*. http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/179996/Borja_Valor.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabezas de Alcalà, Sílvia. (2005). *El periodisme i la fotografia esportiva: El periodisme esportiu al llarg del segle XX a Sabadell*. <https://www.raco.cat/index.php/Arraona/article/view/204630/280878>
- Cassany, Daniel. (2013). *La premsa (digital) a classe*. https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/24602/cassany_art60_premsa.pdf?sequence=1
- Durban Roca, Glòria. (2005). *La cerca i recuperació d'informació a Internet*. <http://www.bibliotecaescolar.info/documentos/cercainternet.pdf>
- Figueres, Josep M. (1992). *Annals del periodisme català: Notes sobre un segle de revistes i diaris esportius*. <https://www.raco.cat/index.php/annalsperiodismecatala/article/view/266419/354045>

- Figueres, Josep Maria. (s.d.). *Notes sobre un segle de revistes i diaris esportius*. <https://core.ac.uk/download/pdf/39151555.pdf>
- Frideres, Jillian Elizabeth i Palao Andrés, José Manuel. (2006). Anàlisi de les notícies esportives de dos periòdics digitals d'Espanya i els Estats Units: promoció de l'activitat física i l'esport? <https://www.raco.cat/index.php/ApuntsEFE/article/view/300520/389970>
- Ginesta, Xavier. (2009). *Les tecnologies de la informació i la comunicació i l'esport: una anàlisi de la Primera Divisió espanyola de futbol (2006-2008)*. Tesis doctoral. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2009/tdx-0511110-140123/xgp1de1.pdf>
- Gómez Colell, Eva. (2012). "La producció de la informació esportiva en femení: limitacions i frens de les periodistes d'esports a la ràdio i televisió públiques catalanes". <https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/22993/TFM-EvaGomez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Departament de Comunicació. Universitat Pompeu Fabra.
- González-Gorosarri, Maria. (2018). *Qualitat de les notícies i paritat informativa de protagonistes i fonts*. <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/n58-gonzalez-gorosarri/428930>
- Herrero Gutiérrez, Francisco Javier. (2019). Ciències Humanes i Socials-Fòrum: Les xarxes socials com a mediadores d'audiències de la premsa esportiva espanyola. <https://www.raco.cat/index.php/ApuntsEFE/article/view/347987/439164>
- Horky, Thomas. (2009). L'esport, entre el local i el global: Continguts i models d'elaboració de la informació esportiva a la premsa escrita. Resultats d'un estudi comparatiu internacional. <https://www.raco.cat/index.php/ApuntsEFE/article/view/299995/389460>
- Ibáñez, Eugenia. (2001). Informació sobre esport femení: el gran oblit. <https://www.raco.cat/index.php/ApuntsEFE/article/view/301591/391206>
- Juncà Pujol, Albert. (2010). Esport i identitat nacional a Catalunya: Anàlisi de sis esdeveniments esportius a la premsa d'informació general de Catalunya (2006-2009). <https://www.tdx.cat/handle/10803/2957#page=1>
- Montaña Blasco, Mireia. (2012). *Els joves adults com a consumidors i target dels mitjans publicitaris*. Tesis doctoral UPF. <https://www.tdx.cat/handle/10803/108038#page=28>
- Ortiz, Sònia. (2005). Premsa esportiva: informació o espectacle? <https://www.raco.cat/index.php/Capcalera/article/view/324316/414927>

- Puig, Arnau. (2015). *La filosofia de la immediatesa. 1714 Bressol sagnant del pensament català*. Barcelona: Editorial Comanegra S.I.
- Pujadas, Xavier/ Santacana i Torres, Carles, 1961. (2012). *Prensa, deporte y cultura de masas: El papel del periodismo especializado en la expansión social del deporte en Cataluña hasta la guerra civil (1890-1936)*. <https://recercat.cat/bitstream/handle/2072/336465/40603-53565-3-PB.pdf?sequence=1>
- Puntí Brun, Mònica. (2016). *Els mitjans digitals de proximitat. El cas del grup Nació Digital*. Tesi doctoral UDG. <https://www.tdx.cat/handle/10803/365576#page=4>
- Raquel Jiménez, Joana M. Mateu, Catalina Barceló, Catalina Pont, Miquela Roig. (s.d.). *Llenguatge per la igualtat als mitjans de comunicació*. https://oficinaigualtat.uib.cat/digitalAssets/297/297561_llenguatge-per-la-igualtat-als-mitjans-de-comunicacio.pdf
- Sainz de Baranda Andújar, C. (2014). *Prensa deportiva nacional y regional en España. Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Febrero. Págs. 107-118.
- Tahull Baldomà, Judit. (2015). *Selecció i tractament de la informació*. https://ioc.xtec.cat/materials/FP/Materials/0201_GAD/GAD_0201_M08/web/html/medi_a/fp_gad_m08_u1_pdfindex.pdf

6.2 Webgrafia

- ALBAVIS SPORT S.L. (2020). *Sport Aragón*. [Consulta: 28 d'octubre de 2020]. <https://www.sportaragon.com/>
- Antorcha Deportiva. (2020). *Antorcha Deportiva*. [Consulta: 31 d'octubre de 2020]. <https://www.antorchadeportiva.com/>
- ARA (Berta Vilanova). (2015). *ARA: 10 consells experts per fer millors fotografies*. [Consulta: 8 de desembre de 2020]. https://www.ara.cat/premium/Consells-experts-millors-fotografies_0_1415858441.html
- ARA (Georgina Ferri). (2019). *El futur de la premsa en cinc claus*. [Consulta: 5 de desembre de 2020]. https://www.ara.cat/suplements/diumenge/Renovar-se-morir-premsa-Model-negoci_0_2349964981.html
- Consultorias y asesorias de los colombianos SAS. (2020). *El Periódico Deportivo*. [Consulta: 30 d'octubre de 2020]. <https://elperiodicodeportivo.com.co/>
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. (2018). *CCMA: Política de privacitat i cookies*. [Consulta: 8 de desembre de 2020]. <https://www.ccma.cat/avis-legal/privacitat-i-cookies/>

- Creatiburón. (2016). *Creatiburón: La importancia del logotipo*. [Consulta: 15 de gener de 2021]. <https://www.creatiburon.com/la-importancia-del-logotipo/>
- DIARIO AS, S.L. (2020). *AS*. [Consulta: 26 d'octubre de 2020]. <https://as.com/>
- Diario Deportivo. (2020). *Diario Deportivo*. [Consulta: 31 d'octubre de 2020]. <https://www.diariodeportivocr.com/>
- Diez. (2020). *Diez*. [Consulta: 31 d'octubre de 2020]. <https://www.diez.hn/>
- Diseño GO. (2020). *Tera Deportes*. [Consulta: 31 d'octubre de 2020]. <http://www.teradeportes.com/>
- Dutriz Hermanos S.A. de C.V. (2020). *El Gráfico*. [Consulta: 31 d'octubre de 2020]. <https://www.elgrafico.com/>
- DXT Campeón. (2020). *DXT Campeón*. [Consulta: 28 d'octubre de 2020]. <https://www.dxtcampeon.com/>
- Ediciones Deportivas Catalanas, S.A.U. (2020). *Sport*. [Consulta: 27 d'octubre de 2020]. <https://www.sport.es/es/>
- Ediciones Digitales del Deporte. (2020). *Diariogol*. [Consulta: 25 d'octubre de 2020]. <https://www.diariogol.com/>
- EIKONOS. (s.d.). *EIKONOS: Aprofitar els audiovisuals en esdeveniments esportius per mostrar la teva marca*. [Consulta: 9 de desembre de 2020]. <https://eikonos.com/ca/blog/aprofitar-els-audiovisuals-en-esdeveniments-esportius-per-mostrar-la-teva-marca/>
- El Faro Deportivo. (2020). *El Faro Deportivo*. [Consulta: 31 d'octubre de 2020]. <https://farodeportivo.cl/>
- EL PAIS S.A. (2020). *Ovación*. [Consulta: 31 d'octubre de 2020]. <https://www.ovaciondigital.com.uy/>
- EN FORMA Esport i Comunicació. (2020). *Girona esports*. [Consulta: 23 d'octubre de 2020]. <https://gironaesports.com/>
- Estadio Deportivo. (2020). *Estadio Deportivo*. [Consulta: 28 d'octubre de 2020]. <https://www.estadiodeportivo.com/>
- FCRI.cat (Jordi Pericot). (2014). *Recerca en acció: Com analitzem el significat d'una imatge*. [Consulta: 6 de desembre de 2020]. <http://www.recercaenaccio.cat/basic/missatge-3-com-analitzem-el-significat-duna-imatge/>

- Fundació Enciclopèdia. (s.d.). *Gran enciclopèdia catalana. Periodisme*. [Consulta: 12 de novembre de 2020]. <https://www.enciclopedia.cat/ec-gec-0200597.xml>
- Generalitat de Catalunya, Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. (2020). *Llibre d'Estil de la CCMA. Manual d'ús: Enfocament de les notícies*. [Consulta: 1 de desembre de 2020]. <https://www.ccma.cat/llibredestil/manual-dus/enfocament-noticies>
- GRANOLLERS. (2011). *Els mitjans de comunicació: L'esport i els mitjans de comunicació*. [Consulta: 9 de desembre de 2020]. http://www.granollers.cat/sites/default/files/importades_d6/pagina/2011/11/Continguts.pdf
- Grup de Periodistes Ramon Barnils. (2020). *Mèdia.cat: La pandèmia qüestiona el manteniment de les seccions d'esports*. [Consulta: 11 de desembre de 2020]. <https://www.media.cat/2020/04/15/coronavirus-manteniment-seccions-esports/>
- Grupo Editorial Notmusa. (2020). *Récord*. [Consulta: 29 d'octubre de 2020]. <https://www.record.com.mx/>
- Hernández-Díaz, Alfredo. (2019). *Huri: ¿Qué ha cambiado en la Comunicación Audiovisual?* [Consulta: 8 de desembre de 2020]. <http://huribroadcast.com/cambios-comunicacion-audiovisual/>
- ICONO Educación. (2020). *ICONO: La importància del contingut audiovisual a l'aula*. [Consulta: 9 de desembre de 2020]. <http://www.icono.cat/edu/blog/265-la-importancia-del-contingut-audiovisual-a-l-aula>
- Interactiva de la Universitat de Vic- Universitat de Catalunya. (2017). *Comunicació Interactiva, Del paper al digital: la evolució de la premsa escrita*. [Consulta: 11 de novembre de 2020]. <http://interactiva.uvic.cat/bloc/2017/02/27/del-papel-al-digital-la-evolucion-de-la-premsa-escrita/>
- JIMDO. (2020). *Rebollengua: La premsa. Els gèneres literaris. La notícia*. [Consulta: 26 de novembre de 2020]. <https://rebollengua.jimdofree.com/3r-eso/tema-1/tipus-de-text/>
- L'Esportiu de Catalunya. (2020). *L'Esportiu*. [Consulta: 27 d'octubre de 2020]. <https://www.lesportiudecatalunya.cat/>
- LaReserva.com (Paco Casal). (2017). *LaReserva.com: ¿Cuáles son las partes de una noticia?* [Consulta: 6 de desembre de 2020]. https://www.lareserva.com/cuales_son_las_partes_de_una_noticia
- Late. (2020). *Late!*. [Consulta: 31 d'octubre de 2020]. <http://www.late.com.bo/>
- Líbero. (2020). *Líbero*. [Consulta: 30 d'octubre de 2020]. <https://libero.pe/>

- Macià, Miquel (director del Nació Digital). (2018). *Nació Digital: Ramon Ferrandís “La majoria de fotografies necessiten ser explicades; les altres parlen per si soles”*. [Consulta: 7 de desembre de 2020]. <https://www.naciodigital.cat/naciogranollers/noticia/27757/ramon-ferrandis-majoria-fotografies-necessiten-ser-explicades-altres-parlen-si-soles>
- MEDIA PRO DYNAMIC. (2020). *Esports d’hivern*. [Consulta: 24 d’octubre de 2020]. <https://www.esportsdhivern.cat/>
- Meridiano. (2020). *Meridiano*. [Consulta: 30 d’octubre de 2020]. <https://www.meridiano.net/>
- Motorpress Ibérica. (2020). *Sport Life*. [Consulta: 22 d’octubre de 2020]. <https://www.sportlife.es/>
- Moya Cànovas, Berta (autora del web). (2013). *La nova publicitat: La publicitat als mitjans*. [Consulta: 3 de desembre de 2020]. <https://bertamoyacanvas.wixsite.com/la-nova-publicitat/la-publicitat-als-mitjans>
- Mundo Deportivo. (2020). *Mundo Deportivo*. [Consulta: 27 d’octubre de 2020]. <https://www.mundodeportivo.com/>
- Once. (2020). *Once*. [Consulta: 30 d’octubre de 2020]. <https://www.oncediario.com/>
- Premsa Comarcal. (s.d.). *Compromís per impulsar l’esport femení als mitjans de comunicació*. [Consulta: 10 de desembre de 2020]. https://www.prensacomarcal.cat/documents/compromis_esport_dones_mitjans.pdf
- Propietario Arte Gráfico Editorial Argentino S.A. (2020). *Olé*. [Consulta: 30 d’octubre de 2020]. <https://www.ole.com.ar/>
- SERRA, J. (2019). *Introducció: Web i MKT digital*. [Apunts acadèmics]. UdGMoodle.
- Softcatalà. (2020). *Softcatalà*. [Consulta: 23 de novembre de 2020]. <https://www.softcatala.org/diccionari-de-sinonims/>
- Sport Training. (octubre 2020). *Sport Training*. [Consulta: 20 d’octubre de 2020]. <https://www.sporttraining.es/>
- Superdeporte Empresa Editorial, S.A. (2020). *Superdeporte*. [Consulta: 27 d’octubre de 2020]. <https://www.superdeporte.es/>
- TD (WP), Report.cat. (2015). *L’evolució del periodisme, entre quatre parets*. [Consulta: 12 de novembre de 2020]. <https://www.report.cat/evolucio-periodisme-libreria-medios/>
- TecnoIntra. (2019). *El digital de Canarias: La evolución del mundo audiovisual*. [Consulta: 8 de desembre de 2020].

<http://www.eldigitaldecanarias.net/index.php/tecnologia/44666-la-evolucion-del-mundo-audiovisual#>

- Think Big Empresas (Pablo Rodríguez Canfranc). (2013). *Blogthinkbig.com: ¿Queda un papel para la prensa en la sociedad digital?* [Consulta: 6 de diciembre de 2020]. <https://blogthinkbig.com/prensa-escrita-y-prensa-digital>
- ToolTester Network. (2020). *Website ToolTester: Wix.com opiniones y análisis- Creación de páginas web para creativos*. [Consulta: 23 de diciembre de 2020]. <https://www.websitetooltester.com/es/opiniones/wix/>
- Tots els diaris/ Todos los periódicos diarios. (2020). *Prensa Escrita*. [Consulta: 31 d'octubre de 2020]. <https://www.prensaescrita.com/deportes.php>
- Unidad Editorial Información Deportiva, S.L.U. (2020). *Marca*. [Consulta: 26 d'octubre de 2020]. <https://www.marca.com/>
- Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). (2014). *Ciències de la Comunicació, El naixement de la premsa esportiva a Espanya*. [Consulta: 11 de novembre de 2020]. <https://www.uab.cat/web?cid=1096481464166&pagename=UABDivulga%2FPage%2FTemplatePageDetallArticleInvestigar¶m1=1345668337078>
- UOC (Universitat Oberta de Catalunya). (2013). *Estètica, comunicació interactiva i cultura digital*. [Consulta: 30 de novembre de 2020]. http://cv.uoc.edu/annotation/bf70c41436b061064e3f9568125d5ef6/484844/PID_00193722/modul_2.html
- XTEC. (s.d.). *Una mica d'història de l'evolució de la reproducció de les imatges*. [Consulta: 7 de diciembre de 2020]. <http://www.xtec.cat/~mplanel4/tegp/repro/doc2.pdf>
- XTECBlocs. (s.d.). *Espai. Els mitjans de comunicació a l'aula*. [Consulta: 10 de novembre de 2020]. <https://blocs.xtec.cat/elteuespai/els-mitjans-de-comunicacio/la-noticia-definicio-i-estructura/>
- XTECBlocs. (s.d.). *Espai. Els mitjans de comunicació a l'aula. L'entrevista. Definició i estructura*. [Consulta: 1 de diciembre de 2020]. <https://blocs.xtec.cat/elteuespai/els-mitjans-de-comunicacio/lentrevista-3/>
- Zinio LLC. (2020). *ZINIO*. [Consulta: 20 d'octubre de 2020]. <https://www.zinio.com/es-ca/esports-c122>

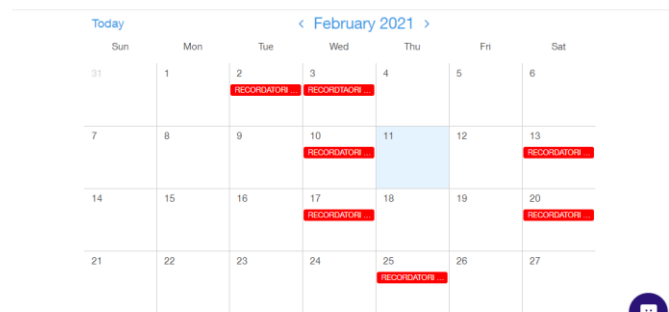
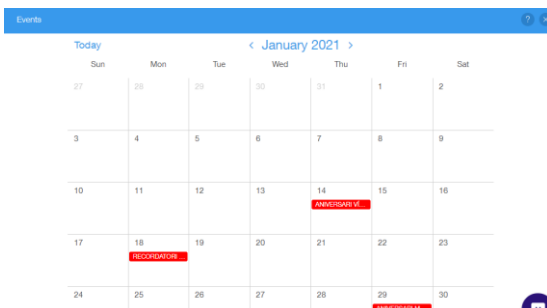
7. ANNEXES

7.1 Annex 1

Esbossos de diferents propostes de logotips dissenyats per representar la plataforma digital esportiva d'EL VAR:



7.2 Annex 2



Today < March 2021 >

| Sun | Mon | Tue | Wed | Thu | Fri | Sat |
|------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|-----|------------------|
| 28 | 1 RECORDATOR | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | 8 | 9 RECORDATOR | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 14 RECORDATOR | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 21 | 22 | 23 | 24 RECORDATOR | 25 RECORDATOR | 26 | 27 RECORDATOR |

Today < April 2021 >

| Sun | Mon | Tue | Wed | Thu | Fri | Sat |
|-----|------------------|------------------|-----|------------------|------------------|-----|
| 28 | 29 | 30 RECORDATOR | 31 | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 RECORDATOR | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 RECORDATOR | 13 | 14 | 15 RECORDATOR | 16 | 17 |
| 18 | 19 RECORDATOR | 20 | 21 | 22 | 23 RECORDATOR | 24 |

Today < May 2021 >

| Sun | Mon | Tue | Wed | Thu | Fri | Sat |
|------------------|------------------|------------------|-----|------------------|------------------|-----------------|
| 25 RECORDATOR | 26 | 27 RECORDATOR | 28 | 29 | 30 RECORDATOR | 1 RECORDATOR |
| 2 | 3 | 4 RECORDATOR | 5 | 6 RECORDATOR | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 RECORDATOR | 14 | 15 |
| 16 | 17 RECORDATOR | 18 | 19 | 20 RECORDATOR | 21 RECORDATOR | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 RECORDATOR | 28 | 29 |

Today < June 2021 >

| Sun | Mon | Tue | Wed | Thu | Fri | Sat |
|-----|------------------|------------------|-----|------------------|-----------------|------------------|
| 30 | 31 RECORDATOR | 1 RECORDATOR | 2 | 3 | 4 RECORDATOR | 5 RECORDATOR |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 RECORDATOR |
| 13 | 14 | 15 RECORDATOR | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 RECORDATOR | 25 | 26 |

Today < July 2021 >

| Sun | Mon | Tue | Wed | Thu | Fri | Sat |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|------------------|
| 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 3 RECORDATOR |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 RECORDATOR |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 RECORDATOR |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 RECORDATOR | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

Today < August 2021 >

| Sun | Mon | Tue | Wed | Thu | Fri | Sat |
|-----------------|-----|------------------|-----|-----|------------------|-----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8 RECORDATOR | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 RECORDATOR | 21 |
| 22 | 23 | 24 RECORDATOR | 25 | 26 | 27 | 28 |

Today < September 2021 >

| Sun | Mon | Tue | Wed | Thu | Fri | Sat |
|-----|------------------|-----|-----|-----------------|-----|-----|
| 29 | 30 RECORDATOR | 31 | 1 | 2 RECORDATOR | 3 | 4 |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 |