

LLENGUATGE PERIODÍSTIC: TELEVISIÓ I RÀDIO

LLENGUATGE A INTERNET



PRESENTACIÓ

Aquesta guia que teniu a les mans és fruit de l'activitat i inquietuds de molts professionals: de professionals de l'ensenyament, i de professionals del periodisme, la publicitat i la ficció audiovisual. Amb aquest projecte tenim l'ànim de donar força a les activitats que s'estan portant a terme als centres de secundària en ràdio, televisió i Internet, i pensem que ho hem de fer posant l'accent a dos aspectes particulars: d'una banda la tutorització i el seguiment, i, de l'altra, l'aproximació professional.

La guia emmarca els continguts dels tallers de ràdio, televisió i Internet que s'hi ofereixen i dóna pistes de com utilitzar l'equipament tècnic de suport. Així, els professors disposen d'un material pedagògic de referència per desenvolupar millor la tasca educativa i la coordinació dels projectes. Amb tot, aquests continguts volen donar suport al seguiment personal complementari del tutor-tècnic de les ràdios i televisions locals i dels professionals que es desplacen a cadascun dels centres que hi participen.

Per tant, és fàcil deduir que els organitzadors de la Mostra i, en especial, la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull, volem donar un èmfasi especial a la formació conceptual, a la professionalitat en l'ús de les tècniques, però no volem deixar de banda una reflexió prèvia sobre el poder dels mitjans de comunicació i els efectes que tenen en el terreny social, polític i econòmic, i, òbviament, en el terreny més personal.

Coordinació de la Mostra.

Índex

INTRODUCCIÓ	5
--------------------	----------

LLENGUATGE PERIODÍSTIC	6
-------------------------------	----------

LA TELEVISIÓ	7
1. Periodisme a la televisió	8
2. Comunicar a la televisió	9
2.1. Redactar per ser escoltats	9
2.2. A l'abast de tothom	9
2.3. Imatge i veu: unitat discursiva	10
2.4. Fer-nos entendre	11
3. Donem forma a la informació	14
3.1. La notícia amb declaracions	14
3.2. La notícia de presentador	15
3.3. Els directes	17
3.4. Els titulars i el sumari	18
4. La realització	20
4.1. Components audiovisuals d'un programa informatiu	20
4.2. Formats audiovisuals d'un programa informatiu	21
4.3. Esquema bàsic d'un programa informatiu	22
4.4. L'equip professional	22
4.5. Tipus de plans	24
4.6. Enregistrar un informatiu: consells pràctics	25
Activitat didàctica: Preparar i fer una entrevista	26
Activitat didàctica: Vídeo: un artista i la seva obra	27
Activitat didàctica: Fem un tràiler d'un reportatge	29
Bibliografia i recursos	31
Glossari	32

LA RÀDIO	34
1. Periodisme a la ràdio	35
2. Comunicar a la ràdio	36
2.1. Paraula	36
2.2. Música	39
2.3. Efectes sonors	40
2.4. Silenci	40
Activitat didàctica: Redactar una notícia	41
2.5. Locució	42
Activitat didàctica: Notícia amb tall de veu	44
3. Donem forma a la informació	46
3.1. El reportatge	46
Activitat didàctica: Fer un reportatge	48
3.2. L'entrevista	49
Activitat didàctica: Fer una entrevista en profunditat	50

Bibliografia i recursos	51
Glossari	52

LLENGUATGE A INTERNET **53**

WEBLOG	54
1. Periodisme a la xarxa	55
2. Comunicar en un <i>weblog</i>	56
2.1. Què és un <i>weblog</i> ?	56
2.2. Llegir i escriure	57
2.3. Blocs individuals o col·lectius	57
2.4. Notícies i comentaris	57
2.5. Organització de la informació	58
2.6. Temàtiques	58
2.7. Credibilitat	58
Activitat didàctica: Seguiment de blocs	59
3. Donem forma la informació: com crear un <i>weblog</i>	60
3.1. Com començar: creem el bloc	60
3.2. Creem el contingut del bloc	64
3.3. Visitem el nostre bloc	65
3.4. Actualització del bloc	66
3.5. Afegir components al grup	67
Activitat didàctica: Creació d'un bloc sobre actualitat	68
Bibliografia i recursos	70
Glossari	71

INTRODUCCIÓ

Educar en els mitjans de comunicació vol dir anar més enllà d'educar en tecnologia: vol dir conèixer el llenguatge que utilitzen els mitjans de comunicació, les estratègies i els formats amb què es transmet la informació, aprendre a analitzar i a ser crítics amb la informació que rebem i tenir recursos per a poder interpretar allò que ens expliquen els mitjans.

Aquest vol ser un material de suport per conèixer de prop els llenguatges que utilitza la comunicació audiovisual. Està dividit en quatre blocs de contingut: el llenguatge periodístic, el llenguatge a Internet, el llenguatge publicitari i el llenguatge en la ficció.

En aquest document, us presentem el llenguatge periodístic i el llenguatge a Internet.

El *llenguatge periodístic* s'analitza des de dos mitjans de comunicació: televisió i ràdio. Després d'una descripció de les característiques pròpies de cada mitjà, veurem com aquestes determinen l'estructura i la composició del missatge radiofònic i televisiu. A continuació, farem un repàs dels elements bàsics necessaris per crear un programa informatiu a la ràdio i a la televisió i veurem algunes recomanacions pràctiques per comunicar amb eficàcia a través d'aquests mitjans.

El *llenguatge a Internet* ens aproparà a una nova eina multimèdia molt senzilla i potent, el *weblog*, que facilita molt la publicació de continguts a la xarxa. Veurem quines són les possibilitats d'un diari en línia d'aquestes característiques, coneixerem els diferents tipus de *weblog* que existeixen i com organitzar-los i, per últim, aprendrem pas a pas a crear el nostre propi.

Intercalades en aquesta part teòrica de cada llenguatge, trobareu activitats didàctiques per realitzar a l'escola. Esperem que us serveixin com a punt de partida per animar-vos a posar en pràctica, a investigar i a experimentar a l'aula els llenguatges de la comunicació audiovisual.

Al final de cada bloc de continguts, trobareu bibliografia i un glossari amb la definició del vocabulari específic de cada llenguatge.

LLENGUATGE PERIODÍSTIC

LA TELEVISIÓ

Dani Martí (Comunicar a la televisió)
Ramon Millà (La realització)

LA TELEVISIÓ

Periodisme a la televisió

Els mitjans de comunicació informen, formen i entretenen. Amb aquest propòsit, neix aquest material: una aproximació a les eines divulgatives i al llenguatge que utilitzen aquells que ens fan comprensible l'entorn polític, social i econòmic. Però tot això ens genera una colla de dubtes sobre les habilitats i tècniques que han de desenvolupar els professionals que fan possible aquesta activitat: quins són els criteris periodístics que fan que un fet sigui noticiable o, en canvi, ho sigui menys? Com podem entendre la complexitat de l'entorn només a través de la informació que ens arriba dels mitjans? Quins són els codis i les rutines que fan servir per fer-ho possible?

De tots els mitjans, la televisió és i ha estat el mitjà de comunicació que més ha provocat el que en periodisme es diu l'imaginari col·lectiu, o, dit d'una altra manera, l'ideari de l'entorn, els nostres estereotips i les nostres creences o valors. En l'etapa de creixement intel·lectual més important de la persona com és l'adolescència, la televisió ha marcat molts dels referents actitudinals i ha fet que molts cop aquests referents tinguessin plantejaments antagònics, segons l'àmbit o situació geogràfica.

Pensem que aquest material pot ajudar a entendre millor la professió periodística, els seus entramats i trucs més elementals i, alhora fer entendre millor la complexitat de la seva creació que, si bé té establertes unes rutines molt clares de producció, no deixa de ser una activitat professional molt oberta i amb molts camins per explorar.

Comunicar a la televisió

2.1. Redactar per ser escoltats

Quan la veu del periodista acompanya i explica les imatges d'una notícia, però el periodista no apareix a la imatge, diem que es tracta d'una **veu en "off"**.

Com es redacta la veu en "off" d'una notícia?

Quan redactem la veu en "off" que acompanyarà les imatges en una notícia de televisió cal tenir en compte que el telespectador només podrà escoltar aquest "off" una vegada, a no ser que es produeixin dues coses ben improbables: que la mateixa televisió torni a emetre la notícia o bé que el mateix telespectador l'hagi enregistrada i la revisi de nou.

Els periodistes que treballen a les televisions elaboren un text per ser escoltat i no pas per ser llegit. I això comporta certes diferències respecte a una notícia redactada per un diari. A la premsa escrita les notícies tenen un suport material: el paper. El lector té sempre l'opció de rellegir, en cas de dubte, una i altra vegada el text. La televisió, per contra, s'ha de fer entendre a la primera.

Redactar per la televisió vol dir redactar per ser escoltat. El telespectador només podrà sentir la informació una vegada i, per tant, l'ha d'entendre a la primera.

2.2. A l'abast de tothom

D'altra banda, a diferència dels diaris o les revistes, on cadascuna té un tipus específic de lector, la televisió és per a tothom, per a la majoria de la gent. Això vol dir que ens escoltarà un públic molt ampli amb diversos nivells d'educació i de comprensió.

Per aquest motiu, el llenguatge dels periodistes a la televisió ha de tendir a ser planer, senzill i comprensible.

Quan redactem una notícia per televisió ho hem de fer amb l'objectiu de fer-nos entenedors i d'arribar al màxim de telespectadors: els ho hem de posar tot molt fàcil.

Les periodistes i els periodistes de televisió no pretenen mostrar al públic que son posseïdors d'un llenguatge culte i complex. El seu objectiu es un altre: fer arribar amb eficàcia als telespectadors les notícies del dia. Per això, sempre han de pensar en l'audiència quan redacten i preguntar-se contínuament si l'audiència entendreà allò que volen transmetre.

La televisió és un mitjà a l'abast d'un públic molt ampli: l'objectiu del periodista és fer-se entendre a tota l'audiència.

El llenguatge dels periodistes a la televisió ha de tendir a ser planer, senzill i comprensible.

2.3. Imatge i veu: unitat discursiva

La redacció de les notícies ha de ser congruent amb allò que les imatges ensenyen: la veu del periodista i les imatges han de tenir un argument i un discurs únic.

Aquesta lògica, que la veu en "off" i les imatges vagin lligades, no sempre es respectada als informatius de televisió.

Veiem un exemple: a la veu en "off" d'una notícia es fa referència a les dades relatives al nombre d'aturats a Catalunya i a la seva evolució en els darrers anys. Però les imatges de la notícia mostren uns obrers que treballen en una cadena de muntatge de cotxes. L'activitat concreta d'aquests obrers desperta l'interès del telespectador, que ja no posa tanta atenció en l'argument principal de la notícia (que és el nombre d'aturats i la seva evolució, sinó en el robot que dóna un cop de mà a l'obrer en la construcció de l'automòbil). En aquest cas fóra millor ajudar-se de rètols i gràfics que acompanyessin la veu en "off" de manera més adequada i sense trencar la **unitat discursiva** i argumental del conjunt (imatges i vídeo) de la notícia.

La redacció de les notícies ha de ser congruent amb allò que les imatges ensenyen: la veu del periodista i les imatges han de tenir un argument i un discurs únic.

2.4. Fer-nos entendre

La redacció d'una notícia de televisió que, com hem vist, només es podrà escoltar una vegada i que va adreçada a un públic molt divers, cal que sigui força entenedora.

Els periodistes i les periodistes que treballen a les televisions utilitzen, en general, diverses tècniques o trucs a l'hora de redactar els textos que, un cop locutats, esdevindran els "off" de les seves notícies. Aquestes tècniques són molt diverses. En destaquen:

- **Fer les frases senzilles.**

Els periodistes de televisió miren d'utilitzar l'ordre més lògic de la frase a l'hora de redactar i, fins hi tot, a l'hora de fer connexions en directe. Aquest ordre lògic de la frase facilita la comprensió. El més convenient és: expressió de temps + expressió de lloc + subjecte + verb + altres complements.

Al camp nou, el Barça ha guanyat el Deportivo per dos gols a un

França apuja el preu de la benzina

El president de la Generalitat, Jordi Pujol, ha viatjat avui a Nova York

No són recomanables les frases en veu passiva ja que el subjecte o protagonista passa tenir un paper secundari.

És millor dir que *El rei Joan Carles rebrà Rodríguez Zapatero* que *Rodríguez Zapatero serà rebut pel rei Joan Carles*.

No s'ha d'abusar de les frases subordinades.

En lloc de dir:

Juntament amb Yago Lamela, que aquesta vegada participarà en el salt de llargada, la reunió internacional de Sevilla tindrà com a altres atraccions Yelena Isinbayeva en salt amb perxa, i Stefan Holm en salt d'altura, entre altres.

És millor fer dues frases separades per un punt:

A més de Yago Lamela, altres atractius de la reunió internacional de Sevilla són Yelena Isinbayeva i Stefan Holm. Lamela participarà en el salt de llargada, Isinbayeva, en el de perxa, i Holm, en el salt d'altura.

- **Fer les frases curtes.**

Les frases molt llargues són menys comprensibles que les frases curtes. No hi ha acord entre els autors dels manuals de redacció per a la televisió sobre quin és el nombre de paraules més adequat per a una frase d'un text televisiu, però es tendeix a no fer frases de més de trenta paraules.

La frase *Els treballadors han acordat de fer vaga indefinida a partir del primer d'octubre*, en un redactat per a televisió la podem canviar per *Els treballadors faran vaga d'aquí a un mes*.

- **Evitar el llenguatge tècnic o recargolat.**

No és bo utilitzar un llenguatge massa tècnic i recargolat. Es tracta de buscar les paraules que la majoria de telespectadors puguin entendre.

És millor utilitzar la paraula *model* que la paraula *paradigma*

És millor dir *els Estats Units compren molt més que no pas venen a l'exterior* que *els Estats Units tenen un gran dèficit a la balança de pagaments*

- **Els textos han de ser directes, concrets i concisos.**

També és recomanable utilitzar un llenguatge directe, sense abusar de les perífrasis i dels jocs de paraules. Quan redactem per a televisió hem d'anar directament al gra.

En lloc de *L'eficàcia de l'helicòpter ha estat provada*

És millor dir *L'helicòpter és eficaç*

És millor dir... que...

callar *guardar silenci*

declarar *prestar declaració*

millora *té tendència a millorar*

Everest *el sostre del món*

Sitges *la blanca subur*

ara *en aquests moments*

aviat *en el futur pròxim*

▪ **Fer entenedores les xifres i les dates.**

Les xifres no encaixen bé en els textos d'un mitjà audiovisual, bé sigui la ràdio o la televisió. Sempre hem de tractar d'arrodonir-les, fer-les comprensibles i tractar d'evitar que el telespectador faci càlculs mentals que el distrauran de la resta de la notícia.

En lloc de *la multa és de 32 euros i 98 cèntims*.

És millor dir *la multa és de vora 33 euros*

Pel que fa a les dates és millor expressar-les de manera referencial: el cap de setmana entrant, ahir, demà, ara fa tres anys, etc., que no citar la data concreta.

En lloc de *L'Espanyol no guanya cap partit des del 6 de desembre*

És millor dir *L'Espanyol no guanya cap partit des de fa tres mesos*

Alguns consells per redactar un text per televisió: fer frases senzilles i curtes, evitar els tecnicismes, ser directe, concret, concís i fer entenedores les xifres i les dates.

Donem forma a la informació

3.1. La notícia amb declaracions

És el format, o manera de presentar les notícies, més utilitzat en els informatius de TV. Es tracta d'una notícia que dura entre 40 segons i 1 minut i mig.

El periodista explica la notícia amb l'off (la seva veu enregistrada) i les imatges. La notícia inclou **declaracions** de persones (*inserts*) que tenen a veure amb la notícia. No és recomanable que una declaració o *insert* superi els 20 segons de durada ja que es faria "pesada" per als telespectadors.

De vegades, sobretot en el cas de corresponsals o de periodistes desplaçats a l'indret de la notícia, aquest format inclou una declaració en imatges del periodista: és el que se'n diu "**entradeta**" que habitualment, però no sempre, se situa al final de la notícia.

Aquest és l'esquema bàsic de la notícia amb *insert*, esquema que es pot adaptar i modificar segons les particularitats informatives de cada notícia i del nombre d'inserts o declaracions que s'hi vulguin incloure. Els temps que aconsellem en aquest esquema son aproximats.

Dóna pas a la notícia del presentador de l'informatiu a l'estudi.	Entre 10" i 25"
Vídeo amb la notícia enregistrada	
Primer bloc: imatges més veu en "off"	Entre 15 i 30"
Segon bloc: declaració (imatges i veu) d'una persona que té a veure amb la notícia	Entre 5" i 20"
Tercer bloc: imatges més veu en "off"	Entre 15 i 30"
Quart bloc: declaració (imatges i veu) d'una persona que té a veure amb la notícia	Entre 5" i 20"
Darrer bloc o tancament: imatges més veu en "off"	Entre 15 i 30"

La notícia amb declaracions és el format més utilitzat als informatius de televisió.

Aquest format de notícia dura entre 40 segons i 1 minut i mig. Inclou declaracions de persones vinculades a la informació que es dona o de corresponsals (*inserts*).

3.2. La notícia de presentador

Hi ha dues menes de notícies de presentador.

- **Sense imatges.**

De vegades les televisions no tenen imatges d'una notícia que consideren prou important. Aleshores és el presentador qui les explica. No convé que aquestes notícies durin més de 30 segons. Les televisions miren d'evitar difondre notícies de les quals no tenen imatges.

- **Amb imatges.**

A la notícia del presentador amb imatges, també és el presentador qui llegeix el text de la notícia, però durant una estona no es veu el presentador sinó les imatges del **fet noticiable**, acompanyades de la locució del presentador. No hauria de durar més de 40 segons.

El presentador

El presentador de l'informatiu és l'encarregat de donar pas a les informacions. Ho fa davant de la càmera amb un text de presentació que no ha durar més de 30 segons.

L'objectiu del "**dóna pas**" és captar l'interès del telespectador i la primera frase és essencial.

Avui Ripollet és d'enhorabona. Els ciutadans ja poden utilitzar les noves instal·lacions del mercat municipal. Ens n'informa Carme Ciurana.

Aquest cap de setmana la biblioteca municipal traurà fum. Dilluns comencen els exàmens de la selectivitat i l'ajuntament ha ampliat l'horari de la biblioteca a tot el cap de setmana.

El presentador també pot fer entrevistes en directe i al plató al llarg d'un informatiu. Aquestes entrevistes, amb preguntes directes i concretes, han de ser curtes i no superar els 2 minuts.

És amb nosaltres l'alcalde de Sant Quirze, el senyor Pérez.

Alcalde, quan s'acabaran les obres del poliesportiu que s'han iniciat?

Quines alternatives tindran els veïns per utilitzar-lo?

Gràcies per la seva presència a l'informatiu. Passem a un altre tema.

Les qualitats del presentador ideal

El presentador ideal d'un informatiu de televisió, hauria de tenir les següents qualitats:

- Autoritat
- Credibilitat
- Claredat
- Entusiasme
- Concentració
- Tranquil·litat
- Professionalitat
- Experiència
- Bona veu
- Bona imatge
- Personalitat

El presentador de l'informatiu és l'encarregat de donar pas a les informacions. El seu objectiu és captar l'interès de l'espectador.

El presentador també es pot encarregar de narrar la notícia: si no hi ha imatges, el presentador les explica; si hi ha imatges, la veu en off del presentador les acompanya.

3.3. Els directes

Las periodistes i els periodistes de televisió distribueixen els seus “directes” en tres parts essencials:

- **Introducció-resum**

El plantejament inicial tracta de despertar l'interès del telespectador. Es tracta de fer en poques frases, una o dues, una síntesis de la informació .

- **Desenvolupament**

El cos informatiu: el text s'endreça de més a menys important i cal mantenir l'interès del telespectador.

- **Tancament.**

Les conclusions o anotacions sobre el futur d'aquesta notícia.

A través dels exercicis de simulació de **directes** per a un informatiu de televisió, és possible iniciar-se en la tasca sempre difícil de parlar bé en públic.

Per aconseguir-ho és bo evitar dues coses:

- En primer lloc, s'hauria de descartar llegir un text fil pel randa. La impressió que s'acostuma a donar quan es llegeix és poc natural i massa encartonada.
- En segon lloc, no s'ha de memoritzar el text del directe, ja que és fàcil que ens traeixi la memòria i ens quedem en blanc o ens entrebanquem.

El més recomanable és aprendre a improvisar a partir d'una estructura discursiva dissenyada amb anterioritat i basada amb paraules o frases clau distribuïdes en forma d'esquema. Els apunts es poden mirar de manera natural i a partir d'aquest esquema anar elaborant el discurs oral.

En un directe per a un informatiu de televisió, evitarem llegir un text (no semblaria natural) o memoritzar-lo (la memòria ens pot fallar). El més recomanable és improvisar a partir d'una estructura de discurs que hem preparat abans a partir de paraules o frases clau.

Els periodistes estructuraven els directes en tres parts: una introducció, un desenvolupament i un tancament de la informació.

3.4. Els titulars i el sumari

Habitualment els informatius de televisió inclouen **titulars i sumari**.

El titular és un breu resum de la notícia que es presenta a l'informatiu. Cada titular ha de durar com a molt 20 segons i ha de tenir una o bé dues frases.

És millor que els titulars es locutin a dues veus, la qual cosa ajuda a captar l'interès del telespectador.

Primera veu- El president dels Estats Units, George Bush, i el demòcrata John Kerry s'han enfrontat aquesta matinada al segon debat electoral televisat celebrat a Missouri.

Segona veu- L'Iraq i la seguretat nacional han estat el temes més destacats.

Primera veu- El Barça guanya per dos gols a un el Deportivo al Camp Nou.

Segona veu- Fran pel Depor i Xavi i Eto'o pel Barça, autors dels gols.

Els sumaris són un resum de les notícies de l'informatiu. Bàsicament, existeixen tres tipus de sumari: d'inici, d'avanç i de tancament.

Per una banda, trobem els sumaris d'inici, que avancen les informacions principals que s'ampliaran tot seguit en l'edició de l'informatiu. Aquests sumaris tenen un ritme àgil i donen molta informació visual (amb plans molt breus de les notícies) en poc temps. Es mostren imatges de cada notícia, amb un text sobreimprès que resumeix el tema que tracten, mentre la veu en off del presentador introdueix la informació amb els titulars. Duren al voltant de dos minuts i tenen com a objectiu captar l'atenció de l'espectador perquè aquest continuï mirant l'informatiu.

Per una altra banda, just abans de la publicitat, trobem el sumari d'avanç que resumeix molt breument (en menys d'un minut) les notícies de la segona part de l'informatiu. El seu objectiu és evitar que el telespectador canviï de canal i deixi de mirar l'informatiu. Com a estratègia, és freqüent que plantegin un cert interrogant que pugui despertar l'interès de l'espectador i assegurar-se que torni a ser allà després de la pausa.

Per últim, abans d'acabar l'informatiu, trobem el sumari de tancament, que repassa les notícies més destacades de l'edició. La seva estructura és molt similar a la del sumari d'inici: imatges de cada notícia amb un text sobreimprès i la veu en off del presentador que resumeix l'essència de la informació.

El titular és un breu resum de la notícia que es presenta a l'informatiu. Cada titular ha de durar com a molt 20 segons i ha de tenir una, o bé, dues frases.

El sumari és un resum de les notícies de l'informatiu. Bàsicament, existeixen tres tipus de sumari: d'inici, d'avanç i de tancament.

La realització

Els programes informatius a la televisió responen als interessos de la societat a la qual van adreçats. Les seves informacions, en format audiovisual, compleixen un servei de caràcter social i mostren les relacions de la comunitat de persones que els és més propera. De l'àrea geogràfica que cobreix l'emissió de l'informatiu se'n diu **cobertura**. L'**audiència** és el nombre total d'espectadors que, regularment, veuen el programa.

Un programa informatiu compleix un servei de caràcter social i ha de respondre als interessos de la societat a la qual va adreçat.

4.1. Components audiovisuals d'un programa informatiu

En la realització d'un programa informatiu a la televisió, el realitzador compta amb una sèrie d'elements audiovisuals bàsics que donaran forma al producte final. Són els següents:

- **Capçalera:** és la seqüència d'imatges animades que dona inici al programa i que, per tant, l'identifica. Les seves característiques gràfiques i el moviment de les seves imatges hauran de transmetre a l'espectador alguns dels principis d'identitat del programa.

El tractament de les imatges i dels elements gràfics (color i forma del text, elements geomètrics que conformen el logotip, etc.), transmeten unes determinades sensacions a l'espectador. No és el mateix tenir una capçalera amb lletres o imatges de color vermell com a dominant, que amb color negre.

- **Vídeos:** en format audiovisual. Contenen les informacions preparades per a l'informatiu.
- **Aparicions del presentador:** el presentador estableix una comunicació amb l'espectador i dona pas a les informacions (vídeos o entrevistes) que s'han preparat abans de l'emissió o gravació del programa.

Aquestes presentacions poden enregistrar-se prèviament en una localització exterior o interior. Si es disposa d'un decorat dissenyat específicament per fer

l'informatiu el programa, tindrà més personalitat. En aquest últim cas, la necessitat d'il·luminar el decorat i el presentador pot complicar la realització del programa.

- **Crèdits:** contenen els elements gràfics que identifiquen el programa i recull els noms de les persones que l'han elaborat.

Un informatiu compta amb una sèrie d'elements audiovisuals bàsics (capçalera, crèdits...) que donaran forma al producte final.

4.2. Formats audiovisuals d'un programa informatiu

Segons la seva elaboració tècnica (càmera, muntatge, etc.), la informació que conté un programa informatiu pot tenir diferents formats audiovisuals:

- **Vídeo sense text:** conté imatges i so ambient. Serveix per mostrar un fet que, per la seva importància i perquè és de fàcil comprensió, no necessita cap comentari addicional (per exemple, el final d'una cursa i la posterior emoció del guanyador).
- **Vídeo amb text:** conté imatges, so ambient i la lectura d'un text enregistrat. És el format més clàssic de programa informatiu. A nivell pràctic, és molt habitual registrar primer el text i després muntar-hi les imatges corresponents a la informació. El procés d'afegir imatges a un text ja enregistrat en una cinta de vídeo s'anomena "inserir" (prové del vocable anglès *insert*, utilitzat internacionalment).
- **Vídeo amb text i entrevista/es:** és igual que el format anterior però inclou fragments d'entrevistes enregistrades durant el procés de rodatge. Els fragments de les entrevistes seleccionades aporten informació que, en el cas anterior, el periodista hauria d'incloure en el seu text (per exemple, si no tenim enregistrades les declaracions d'una determinada persona, podem utilitzar imatges de l'activitat diària o professional d'aquest personatge i, al nostre text, citar les seves declaracions).
- **Entrevista:** normalment conté fragments d'una entrevista/es realitzades a un o diversos personatges. Es pot acompanyar amb imatges en relació amb el tema o personatge/es tractats.

4.3. Esquema bàsic d'un programa informatiu

El ritme d'aparició de les diferents notícies, així com també la densitat o fluïdesa en què es dona la informació són factors a tenir en compte per tal de facilitar la capacitat d'atenció dels espectadors del nostre informatiu.

L'aplicació dels diferents formats audiovisuals a les informacions dona un ritme concret al programa. La durada de cada ítem, en relació amb la quantitat d'informació que conté, també contribueix al ritme general.

CONCEPTE (ítem)	FORMAT AUDIOV.	DURADA¹
<i>Capçalera</i>	VÍDEO (imatge + àudio)	15 “
<i>Introducció (Intro) presentador</i>	CÀMERA PLATÓ	20 “
<i>Informació</i>	VIDEO (imatge + àudio)	2 00 “
<i>Comiat presentador</i>	CÀMERA PLATÓ	10”
<i>Crèdits</i>	VÍDEO (imatge + àudio)	15”
	TEMPS TOTAL	3' 00

Segons l'equip tècnic de l'informatiu (càmera, muntatge, etc.), el programa pot comptar amb diferents formats audiovisuals.

L'aparició de diferents formats audiovisuals dona ritme al programa.

4.4. L'equip professional

Les tasques es repartiran en funció de les informacions a cobrir, tenint en compte les diferents especialitzacions audiovisuals i periodístiques que requereix fer un programa informatiu a la televisió:

¹ les durades són a títol d'exemple.

- **Director:** coordina i avalua els continguts periodístics del programa (guió).
- **Realitzador:** dóna les pautes audiovisuals i coordina els equips de treball, per a l'enregistrament i posterior muntatge de les informacions. També és responsable del disseny audiovisual del programa informatiu.
- **Productor:** coordina la planificació de rodatge i muntatge (equip humà, equipaments tècnics, dies, horaris, pressupost); estableix contactes amb possibles personatges per entrevistar i estableix horaris d'enregistrament.
- **Redactor:** recerca de possibles temes, documentació, entrevistes. Escriu i llegeix (ho fa ell o un altre component de l'equip, segons la seva habilitat lectora) els textos que acompanyaran les imatges.
- **Operador de càmera:** enregistrament de les imatges.
- **Operador de so:** controla la qualitat del so durant els enregistraments.
- **Muntador de vídeo:** munta els vídeos i el programa final, sota la supervisió del realitzador i del director.
- **Dissenyador gràfic:** compona els elements gràfics que donaran identitat al programa (capçalera, logo, subtítols...) i que, a la part inferior de la pantalla, es superposen a la imatge del presentador i dels entrevistats per identificar-los amb el seu nom.
- **Dissenyador d'espai:** compona els elements del decorat (taula, fons, ...). El decorat es pot realitzar en qualsevol espai de mínimes dimensions. Hem de pensar que en l'enquadrament en pla mig d'un presentador no necessitem gaire espai de fons del decorat per cobrir l'àrea de pantalla. La situació és diferent, i més complexa, si pensem a fer algun pla general del decorat.
- **Muntador musical:** selecciona la sintonia del programa i les músiques que s'utilitzen com a fons de determinades seqüències d'imatges.

Es pot donar el cas que una mateixa persona desenvolupi dues o més d'aquestes tasques. El realitzador coordina la feina, tant de les àrees de disseny com de l'àrea tècnica, per donar un estil visual concret a tot el programa. La col·laboració entre el director i el realitzador dóna coherència a la relació entre el contingut informatiu del programa i el seu estil audiovisual (relació forma – contingut).

Un cop s'han recollit les diferents propostes (informacions) que s'han de realitzar, es du a terme la reunió de redacció. En aquesta reunió s'avalua l'interès dels continguts i les possibilitats d'execució practica. També es tenen en compte les necessitats

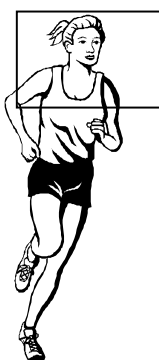
d'infraestructura tècnica i humana per dur a terme el projecte (equips, desplaçaments, localitzacions físiques, pressupost, etc.).

4.5. Tipus de plans

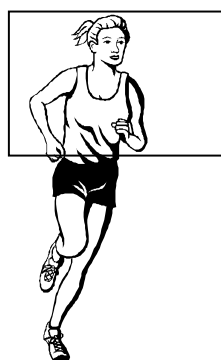
A la següent figura d'un atleta es delimiten els diferents tipus de plans utilitzats en la nomenclatura audiovisual en relació amb l'enquadrament de la figura humana.



Primer pla (PP)



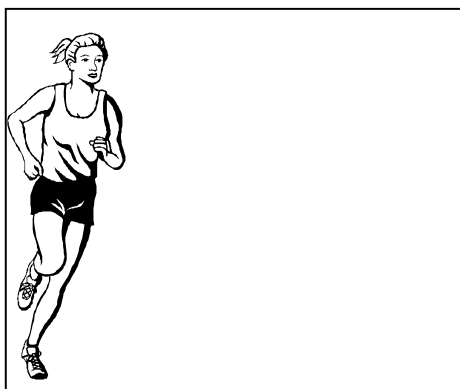
Primer pla llarg (PPL)



Pla mitjà (PM)



Pla americà (sobre el genoll) (PA)



Pla general (PG) (tot el cos)



Pla conjunt (PC) (diversos personatges)

El pla mitjà i el primer pla són els més utilitzats a les entrevistes i als enquadraments del presentador d'un informatiu.

En el pla general s'aprecia l'entorn del personatge: estableix la relació del personatge i el seu entorn.

4.6. Enregistrar un informatiu: consells pràctics

Algunes consideracions importants que s'han de tenir en compte a l'hora d'enregistrar són:

- Abans de sortir a enregistrar és molt útil pensar i fer una llista del tipus d'imatges que volem enregistrar, d'acord amb allò que volem explicar.
- Evitar moure la càmera mentre estem enregistrent imatges. Amb aquest efecte només aconseguim marejar l'espectador. Els nostres enquadraments han de ser estàtics, com si es tractés d'una fotografia, i han de deixar que les accions comencin i finalitzin mentre enregistrem.
- No pararem l'enregistrament fins cinc segons després de finalitzada l'acció que estem enregistrent. Aquesta mesura ens permetrà muntar les imatges amb més comoditat, ja que podrem mostrar les accions en tota la seva extensió.
- El moviment del zoom endavant i endarrera també pot causar un efecte de mareig a l'espectador. El **zoom** tan sols serveix per canviar el nostre enquadrament (per exemple: per passar d'un enquadrament en primer pla (PP) a pla mitjà (PM), de PM a PG, de PP a PG, etc.).
- Les **panoràmiques** les realitzarem amb la càmera muntada sobre el trípod. A l'inici i final de la panoràmica s'ha de mantenir l'enquadrament estàtic, com a mínim tres segons.
- Durant les entrevistes, l'entrevistador ha de situar-se el més a prop de la càmera possible. L'entrevistat sempre ha de mirar l'entrevistador, mai no ha de fer declaracions directament a la càmera.

Una bona planificació prèvia a enregistrar, ens estalviarà molta feina.

Segons la informació que estiguem presentant, utilitzarem un o altre tipus de pla.

El pla mitjà i el primer pla són els més utilitzats a les entrevistes i als enquadraments de presentador propis d'un informatiu.

Activitat didàctica: **Preparar i fer una entrevista**

Activitat individual i en grup

Objectiu

Que els alumnes puguin transitar pel terreny del gènere entrevista, des de la documentació i la preproducció per, finalment, arribar a la producció audiovisual.

El muntatge definitiu no pot incloure cap text periodístic (off), per tant, els continguts informatius han d'haver quedat resolts en l'entrevista. Per la mateixa raó, el muntatge final tampoc podrà incloure més imatges que les corresponents a les entrevistes.

Metodologia

A partir d'un qüestionari exhaustiu, preparat a l'aula i en relació amb un tema prèviament seleccionat entre els alumnes, es realitzaran un seguit d'entrevistes audiovisuals (entre 3 i 5) a diferents personatges que cobreixin l'espectre informatiu del tema escollit a classe.

Procés

Proposta i selecció de diferents temes. Cada tema es treballarà en grups d'un màxim de cinc alumnes.

Cadascun dels grups de treball, en una primera fase, confeccionarà un petit dossier informatiu en relació amb el tema escollit.

El següent pas és decidir quins personatges s'han d'entrevistar i definir un preguió.

Els alumnes, en un primer estadi, elaboren individualment el qüestionari i, després, exposen i defensen les preguntes en grup. El nombre de preguntes finalment seleccionades dependrà del nivell d'aprofundiment en el tema, disponibilitat de temps...

Producció de les entrevistes. Localització dels entrevistats. Concretar dia, hora i lloc per a l'enregistrament.

Realització. Enregistrament amb càmera vídeo.

Visionat posterior i transcripció per escrit de les entrevistes.

En funció de l'interès informatiu, seleccionar, en grup, els principals fragments de les entrevistes. Prèviament al muntatge final, estructurar el guió definitiu. Normalment aquest guió pot variar durant el procés de muntatge.

Els càrrecs operatius, que es poden establir de manera rotativa, són: productor, entrevistador, operador de càmera, tècnic de so, muntador de vídeo. Si es realitzen cinc entrevistes es podran repartir equitativament les tasques entre tots els membres del grup.

Valoració.

Els principals conceptes a valorar, entre d'altres, són:

- Iniciativa personal.
- Treball en grup i capacitat de defensar les pròpies idees.
- Tractament del tema (criteri periodístic).
- Evolució del guió en les diferents etapes del procés.
- Relació entre primers objectius i resultat final.
- Claredat argumental. Relació contingut-forma.

Activitat didàctica: **Vídeo: un artista i la seva obra**

Activitat en individual i en grup

Objectiu

Treballar més específicament la forma i no tant el contingut. Aquesta pràctica ofereix possibilitats creatives en relació amb la presa d'imatges, guió i posterior muntatge.

Metodologia

Localització d'un artista (fotografia, escultura, pintura). Descripció del personatge, del seu entorn (influències) i de la seva obra.

La selecció del personatge es pot realitzar entre tots els alumnes.

En cas de seleccionar artistes de diferents disciplines (música, pintura, fotografia...), es poden proposar diferents treballs i, després de la seva realització, dedicar una sessió a comentar-los amb tots els alumnes (presentació del treball i posterior debat).

Procés

Escollir i localitzar, via telefònica, l'artista.

Conversa prèvia, a micròfon tancat, amb l'artista per conèixer més a fons el personatge i la seva obra.

Documentació sobre el personatge i preparació d'un qüestionari/entrevista.

Selecció de la localització/localitzacions on es desenvoluparà l'entrevista. (Tenir molt en compte la relació forma-contingut.)

Preparació del material tècnic: càmera, microfon, il·luminació (opcional per simplificar el procés).

Realització de l'entrevista. Enregistrament de l'artista en el seu estudi i/o en els seus espais més quotidians. Enregistrament de la seva obra (en el mateix estudi o en una exposició). Possibilitats artístiques en l'enquadrament, il·luminació de l'entrevista.

Rodatge, càmera a l'espatlla, camera trípode, enquadrament, llum.

Visionat i indexat del material audiovisual enregistrat. Buidat textual de l'entrevista.

Realització del guió i posterior muntatge (les preguntes realitzades i enregistrades

durant l'entrevista no podran ser incloses en el muntatge final; això donarà més realisme i proximitat al personatge entrevistat).

El muntatge pot incloure un text explicatiu redactat pels alumnes i un muntatge musical adient al contingut temàtic de l'obra de l'autor escollit.

Valoració.

Els principals conceptes a valorar, entre d'altres, són:

- Iniciativa personal.
- Treball en grup i defensa de les pròpies idees.
- Treball tècnic i artístic (càmera, muntatge, muntatge musical...).
- Relació entre primers objectius i resultat final (evolució individual i en grup).
- Treball final. Contingut. Forma.
- Valoració de la resta dels alumnes (espectadors).

Activitat didàctica: **Fem un tràiler d'un reportatge**

Activitat individual i en grup

Objectiu

Potenciar la capacitat d'anàlisi i síntesi dels productes audiovisuals.

Metodologia

Després del visionat d'un documental o d'un reportatge (informatiu) els alumnes realitzaran un **tràiler** d'uns dos minuts de durada. El treball audiovisual final ha de reflectir els principals conflictes i coordinades del guió sense donar pistes que portin a les conclusions finals.

Visionat d'un reportatge o documental (també es pot donar el cas que sigui un film de ficció) i exercici de valoració i interpretació. Selecció de les imatges i seqüències.

Descobriments del nus argumental. Sinopsi.

Possibilitat de practicar un muntatge dinàmic que presenti personatges, moments i contrastos del reportatge / documental o pel·lícula.

Treball còmode, de material fàcilment accessible i resultats immediats.

Muntatge, possible aplicació de grafisme, redacció d'un text captivador.

Procés

Diferents grups, formats per tres o quatre estudiants, poden fer el treball a partir del mateix producte audiovisual.

Visionat del film seleccionat.

De manera individual, i considerant els principals aspectes narratius i formals del document, cadascun dels alumnes pren apunts en un full personal.

Esriptura, en poques línies, d'una sinopsi. També escriure, individualment, frases per a la realització del tràiler, que es complementaran amb les imatges i/o fragments escollits.

Reunió dels grups prèviament determinats i, per cada grup, realització d'un preguió escrit del tràiler.

Digitalització (PC o Mac) dels fragments escollits i muntatge audiovisual del tràiler final. El tràiler pot incloure elements gràfics, músiques i/o un text llegit (off) prèviament preparats pels alumnes.

Exposició i visionat dels treballs.

Debat final, moderat pel professor, per valorar objectius inicials i resultats finals i

establir una crítica comparativa dels diferents treballs presentats.

Valoració.

Els principals conceptes que s'han de valorar, entre d'altres, són:

- Capacitat analítica i sintètica dels alumnes. Iniciativa personal.
- Treball en grup i defensa de les pròpies idees.
- Relació entre primers objectius i resultat final (evolució individual i en grup).
- Treball final. Contingut. Forma. Possible reacció de l'espectador segons grup social (empatia).
- Valoració de la resta dels alumnes.

BIBLIOGRAFIA I RECURSOS

Una imatge val més. La feina de l'ENG – videoperiodisme.

Blanca de la Torre, Esther Llauredó. Ed. Pòrtic / Col. Eines de periodista. Barcelona, 1999.

La realitat en "directe" . Realització d'informatius a televisió.

Ramon Millà. Ed. Pòrtic / Col. Eines de periodista. Barcelona, 2000.

Les notícies a la televisió.

OLIVA, LL; SITJÀ, X. IORTV. Madrid, 1990.

Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenidos.

Martínez, J.; Vila, P; Milla R. Ed. Paidós / Col. Papeles de comunicación. Barcelona, 2004.

Redacción y locución en medios audiovisuales.

Huerta, A. i Perona, J.J. Bosch. Barcelona, 1999.

Las claves del documental.

Escudero, N. IORT. Madrid, 2000.

La violència en la mirada. L'anàlisi de la violència a la televisió.

Aran, S. Barata, F. Busquet, J. Medina, P. Barcelona: FCCB-Trípodos, 2001.

El periodista entre la indefinició i la ambigüitat.

Huertas Claveria, J.M. Dèria Editors / Blanquerna Comunicació, 1998.

Construir les notícies. Una teoria de la redacció periodística.

Burguet, F. Dèria Editors / Blanquerna Comunicació, 1998.

De la representació a la realitat. Proposta d'anàlisi del discurs mediàtic.

Saez, A. Dèria Editors / Blanquerna Comunicació, 1999.

GLOSSARI

- **“Dóna pas”**: text amb el qual el presentador de l’informatiu dóna pas a les informacions. No dura més de 30 segons i té com a objectiu captar l’interès de l’espectador.
- **Audiència**: conjunt d’individus que atenen un mitjà de comunicació, especialment la televisió o la ràdio.
- **Cobertura**: capacitat que té un receptor de captar senyals radioelèctrics en una zona geogràfica dotada de la infraestructura necessària per a aquest fi.
- **Declaració**: comunicació feta per transmetre una informació o establir la veritat sobre un fet o un esdeveniment concret. Les notícies de televisió inclouen sovint declaracions de persones relacionades amb els fets que s’expliquen.
- **Directes**: emissió televisiva que transmet un esdeveniment en el mateix instant en què es produeix.
- **Entradeta**: breu declaració d’un periodista que introdueix una notícia.
- **Fet noticable**: fet (que per la seva proximitat, conflictivitat, ressonància, curiositat, etc.) és susceptible d’esdevenir una notícia.
- **Insert**: fragment de detall (per exemple, de declaracions de persones relacionades amb la informació) que vol reforçar el valor expressiu d’una acció o dirigir l’atenció de l’espectador a un punt concret.
- **Panoràmiques**: moviment de càmera en què aquesta gira sobre els eixos del seu suport i sense desplaçar-se. Segons el sentit del moviment, pot ser horitzontal (la càmera gira d’esquerra a dreta o a l’inrevés), vertical (la càmera gira de baix a dalt o a l’inrevés) o una combinació de les panoràmiques anteriors.
- **Sumari**: resum de les notícies de l’informatiu. Els més habituals són el sumari d’inici (al principi de l’informatiu, que resumeix les notícies més importants del dia), el sumari d’avanç (just abans de la pausa per publicitat, que resumeix el contingut de la segona part de l’informatiu), i el sumari de tancament (abans d’acabar l’informatiu, que repassa les notícies més importants de l’edició).
- **Titular**: breu resum de la notícia que es presenta a l’informatiu. Cada titular ha de durar com a molt 20 segons i ha de tenir una, o bé, dues frases.

- **Tràiler:** successió d'algunes escenes d'una pel·lícula triades especialment per a contribuir a la seva promoció.
- **Unitat discursiva:** les imatges, la veu dels periodistes i els rètols i gràfics que apareguin en una informació han de tenir un argument i un discurs únic. El que veu l'espectador ha de ser congruent amb el que sent.
- **Veu en "off":** discurs emès per una persona no visible en la pantalla.
- **Zoom:** objectiu de focal variable que permet allunyar o acostar la imatge, manualment o automàtica, sense canviar l'emplaçament de la càmera i mantenint l'enfocament.

LA RÀDIO

Pere Franch

LA RÀDIO

Periodisme a la ràdio

El periodisme a la ràdio, com tot allò que s'emet des de les emissores, està determinat per aquestes dues característiques: la **immediatesa** i la **fugacitat**.

L'oient percep el missatge radiofònic en el mateix moment que s'està produint; la percepció és simultània a l'emissió. Això fa que sigui un missatge molt fugaç. Si no el captem a la primera, no podem tornar a escoltar-lo, ni tampoc esperar un moment més propici per revisar-lo quan hi hagi menys soroll o menys interferències.

Els missatges televisius també tenen aquestes mateixes característiques, amb la diferència que mentre mirem la televisió hem de tenir-hi la vista fixada i no podem fer cap altra cosa que ens reclami l'atenció. En canvi, mentre escoltem la ràdio, podem fer, i normalment fem, moltes altres activitats.

Per tant, la immediatesa i la fugacitat pròpies del missatge radiofònic determinen la seva estructura i la seva composició, ja que l'oient no pot guardar-se el producte radiofònic i escoltar-lo quan les condicions siguin idònies, ni pot escoltar-lo repetidament (com rellegim les vegades que calgui un text fins que l'entendem).

Tot això determinarà l'ús que hem de fer dels elements que intervenen en la comunicació radiofònica. Hem de tenir clar que el principal objectiu de la comunicació radiofònica ha de ser provocar imatges en la ment dels oients de manera que *vegin* allò que els volem explicar.

Recapitulant, doncs, quan fem ràdio hem d'elaborar missatges que creïn imatges visuals en la ment dels oients, tenint en compte que aquests missatges els rep l'oient de manera simultània a l'emissió i que per aquest motiu són molt fugaços. Per fer-ho hem de recórrer als quatre elements del llenguatge radiofònic, que són:

La paraula - La música - Els efectes sonors - El silenci

Del bon ús que fem d'aquests quatre elements dependrà la qualitat dels nostres productes radiofònics i l'èxit a l'hora d'explicar allò que volem transmetre als oients.

El periodisme a la ràdio està determinat per dues característiques: la immediatesa i la fugacitat.

Els quatre elements bàsics del llenguatge radiofònic són: paraula, música, efectes sonors i silenci. Del bon ús que en fem, dependrà la qualitat del nostre producte radiofònic.

Comunicar a la ràdio

La ràdio estrictament informativa està centrada actualment en un ús gairebé exclusiu de la paraula. La música, els efectes sonors i els silencis hi són gairebé inexistents, si bé algunes emissores emeten reportatges, que no notícies, on s'exploten de manera ben eficaç aquests recursos.

2.1. Paraula

Hem vist que la comunicació radiofònica és immediata i fugaç. Per tant, el **llenguatge radiofònic** ha d'adaptar-se a aquestes dues característiques; hem de procurar que els textos siguin molt fàcils d'entendre per als oients i que al llarg de la notícia se'ls vagi reiterant les idees principals perquè els quedi ben clar el que volem explicar.

Un bon text informatiu radiofònic ha de ser clar, **concís** (concís vol dir ser breu i precís: la brevetat consisteix a fer servir com menys paraules millor; la precisió consisteix a fer servir a cada moment la paraula adequada i que significa allò que volem dir), concret i complet. Això vol dir que ho hem de donar *mastegat*, perquè el que diem sigui fàcilment retingut pels oients.

Consells bàsics a l'hora de redactar per a la ràdio

- **Cal entendre bé allò que volem comunicar.** No copiar mai. No transcriure frases textuais de les fonts sinó agafar-ne les idees i explicar-les amb els nostres propis recursos.
- **Lèxic senzill, planer, a l'abast de tothom.** Evitar neologismes, estrangerismes, tecnicismes, cultismes, sigles poc conegudes, noms propis poc habituals (de lloc o de persona).

no	sí
“hiperglucèmia”	“Excés de sucre a la sang”
“S’hi ha apropiat”	“S’hi ha acostat”
“Segons l’EPA”	“Segons l’EPA, l’enquesta de població activa...”
“el <i>feed back</i> ”	“la resposta, la reacció”

- **Cal evitar eufemismes, expressions vagues, ambigües i abstractes.**

no	sí
“han realitzat obres”	“han fet obres”
“L’equip ha assolit el primer lloc”	“ha obtingut / ha aconseguit”
“té un grau de dificultat elevat”	“és molt difícil”

- **S’ha de traduir allò que calgui a l’audiència.** Per exemple, les xifres i les quantitats o les mesures. Recórrer a comparacions o a imatges gràfiques, arrodonir les quantitats i evitar percentatges si es pot.

no	sí
“Un 53%”	“més de la meitat”
“Un 42 per cent”	“més del 40 per cent... “
“S’han cremat 300 hectàrees”	“... com 300 camps de futbol...”
	“... com mitja comarca del Vallès...”
	“... com la meitat de la província de Barcelona”

- **Frases curtes, però no telegràfiques.** Com menys frases compostes, millor. Ara bé, les frases han d’estar ben lligades cadascuna amb l’anterior i amb la següent.
- **Utilitzar l’ordre gramatical lògic: subjecte + verb + complements,** sempre que es pugui, i evitar els verbs en veu passiva.

En lloc de “El cadàver **ha estat retirat** per la policia al cap de tres hores.”

És millor “La policia **ha retirat** el cadàver al cap de tres hores.”

- **Cal evitar rimes, cacofonies i rodolins.**

- **És important repetir, redundar, reiterar.** Però conceptes i idees, no paraules, perquè queda cacofònic i denota pobresa de llenguatge.

- **Utilitzar temps present o pretèrit indefinit.**

Mai “El president **digué** que no es presentaria a la reelecció”,
sinó “El president **ha dit** que no es presentaria a la reelecció”

Acostar tant com es pugui les referències temporals al moment present.

En comptes de “ahir”, “el dia 13 de desembre...”

És millor “avui”, “aquesta setmana”, “fa poca estona”, “aquesta tarda mateix...”

- **Evitar els pronoms.**

En lloc de

“L’amo de l’edifici i els habitants d’**aquest** han passat la nit al ras.”

“Hi havia dos consellers: Joan Carretero i Joan Saura. L’**últim** ha dit que...”

És millor:

“L’amo de l’edifici i els **seus** habitants han decidit passar la nit al ras.”

“Hi havia dos consellers: Joan Carretero i Joan **Saura**. Saura ha dit que...”

Talls de veu

A part de la paraula llegida per un locutor o el mateix redactor, en ràdio informativa la paraula apareix en els talls de veu.

El **tall de veu** d’una notícia o d’un reportatge ha de ser substancial, cal que allò que digui tingui contingut, que expressi una idea clara, completa i comprensible. El tall sol, sense el **“dóna pas”** (la frase que dona pas al tall, que el presenta), s’ha de poder entendre.

No hi ha una norma *estàndard* sobre la durada dels talls de veu. Si se sent bé i el que diu forma part de la idea completa que es vol expressar, no té per què tallar-se necessàriament a una determinada durada. Ara bé, els criteris canònics estipulen que la durada òptima és entre 15 i 25 segons.

A l'hora de presentar-lo, cal deixar molt clar el nom i el càrrec o la condició de la persona a qui pertany el tall de veu que sentirem. L'oient ha de saber qui és i perquè ens explica el que ens explica. Cal que en el "dóna pas" no es repeteixi textualment el que diu el principi del tall; queda cacofònic.

És recomanable no acabar una notícia amb un tall de veu sinó amb una frase del locutor que tanqui la informació.

Un text informatiu radiofònic ha de ser clar, concís (breu i precís), concret i complet: el nostre objectiu és que l'oient retengui fàcilment el que estem explicant.

El tall de veu ha de ser substancial, és a dir, ha d'expressar una idea clara i completa, que té sentit encara que l'escoltem sense el "dóna pas".

2.2. Música

En ràdio informativa, l'ús de la música se sol circumscriure als reportatges (vegeu l'apartat 3.1. *El reportatge*).

Ha de ser pertinent, això vol dir, que ha de tenir una finalitat concreta. Hem de poder justificar per què posem aquella música i no una altra. Per tant, ha de servir per a alguna cosa, que pot ser:

- Per situar l'oient:
 - en el temps (un charleston ens situa als anys 20 als EUA)
 - en l'espai (un tango ens situa a Buenos Aires)
 - en un ambient determinat (una música cibernètica ens situa en un ambient urbà o futurista)
- Per evocar o provocar una sensació determinada.
- Per informar directament l'oient. En aquest cas, la música esdevé no un recurs, un acompanyament, sinó el principal objecte de comunicació. Allò que es vol fer escoltar a l'oient i allò de què se'l vol informar és de la música que està sentint.

Aquests tres efectes es poden donar simultàniament.

A la ràdio informativa, la música ha de tenir una finalitat concreta: hem de poder justificar per què hem escollit aquesta i no una altra.

La música servirà per situar l'oient (en el temps, l'espai o l'ambient), per evocar una sensació determinada o per informar directament (quan no és un acompanyament, sinó directament l'objecte que es vol comunicar).

2.3. Efectes sonors

Els efectes sonors a què podem recórrer en el llenguatge radiofònic són molts i molt variats. És en l'ús dels efectes sonors on més possibilitats tenim per crear imatges visuals en la ment dels oients.

El principal objectiu de la comunicació radiofònica és provocar imatges en la ment dels oients, de manera que *vegin* allò que els volem explicar.

Els efectes sonors són un element molt útil per crear imatges a la ment dels oients.

2.4. Silenci

És l'absència de qualsevol dels recursos anteriors (paraula, música o efecte sonor).

El silenci només té un sentit i un valor comunicatiu en funció del missatge anterior o posterior. Un silenci en ràdio és *no missatge, no comunicació*. Només es converteix en un element comunicador quan ve precedit o va seguit d'algun missatge que ens fa entendre aquest silenci (per exemple, el silenci eloqüent d'un entrevistat després d'una pregunta compromesa o el de després d'una explosió o d'un tret...).

El silenci és converteix en un element comunicador quan és precedit o seguit d'un missatge que li dona sentit.

Activitat didàctica: **Redactar una notícia**

activitat individual

Descripció

Els alumnes confeccionaran una notícia de ràdio a partir d'un text de premsa escrita o d'un **teletip** d'agència, seguint la rutina pròpia d'un mitjà de comunicació radiofònica.

Objectiu

Exercitar la redacció de textos informatius radiofònics i comparar-los amb els textos informatius de premsa escrita.

Metodologia

Lectura d'un text informatiu de premsa escrita i reconversió d'aquest text en una notícia que haurà de ser llegida per ràdio. Cal vigilar que el redactat respecti les característiques pròpies del llenguatge radiofònic que hem vist més amunt.

Procés de l'activitat

Es reparteix a cada alumne un retall de diari amb una notícia.

Els alumnes han d'observar que la informació es dona a través de diversos elements: el titular i el cos de text (elements mínims de la notícia) que poden ser complementats per l'avantítol i/o subtítol, destacats, títols i potser una fotografia.

Han de llegir la notícia i entendre bé el seu contingut.

Un cop seleccionats els elements que volen destacar, l'han d'explicar, oralment, a la resta del grup, sense apunts ni notes de cap mena.

Cal insistir que aquest pas de l'activitat sintetitza l'essència, la substància de la comunicació radiofònica: explicar un fet utilitzant el llenguatge oral.

El següent pas consisteix a redactar la notícia i després llegir-la en veu alta a la resta del grup. A l'hora de llegir-la, cal tenir en compte els aspectes relacionats amb la locució exposats més amunt.

Valoració

Cal valorar:

- la capacitat de sintetitzar la informació.
- la capacitat d'explicar-la davant el grup.
- la capacitat de redactar un text clar, concís, fluid, àgil i que contingui els elements essencials de la notícia.
- la capacitat de lectura d'un text segons els paràmetres de la locució radiofònica.

2.5. Locució

En ràdio informativa fem lectura comunicativa: això és, llegim en veu alta un text perquè sigui escoltat. Per això, la lectura ha de ser clara, entenedora, fluida, natural, atractiva i amena.

Per aconseguir això, podem seguir aquestes pautes bàsiques:

- **Posició del cos**

Hem d'estar ben asseguts, amb l'esquena dreta, fent respiració abdominal i projectant la veu cap a fora, en direcció al micròfon.

- **Actitud**

Hem d'adoptar una actitud de fermesa, de convicció, amb la finalitat de transmetre a l'oient credibilitat i seguretat en allò que estem explicant.

- **Articulació i vocalització**

Hem d'**articular** (pronunciar les consonants) i **vocalitzar** (pronunciar les vocals) amb tota claredat i correcció. Tot allò que diem ha de ser perfectament perceptible, hem de pronunciar clarament tots els sons dels sintagmes fònics que llegim, i fer-ho amb la màxima correcció, d'acord amb les normes de pronúncia de la llengua que emprem.

Cal evitar, doncs, *Genàitat* per Generalitat, *Esquerrepublicana* per Esquerra Republicana o *un eífici* per un edifici.

- **Control dels elements paralingüístics**

El volum ha de ser l'adequat a la circumstància.

El to no ha de ser forçat, cadascú ha de parlar d'acord amb el seu to, sense complexos. En ràdio informativa, el to ha de ser neutre.

Pel que fa a l'entonació, es recomana començar les frases a mig to, variar-lo al llarg de la frase (sense fer cantarella) i baixar d'entonació quan s'acaba la frase.

El ritme no ha de ser ni massa ràpid ni massa lent. En ràdio informativa està bé que sigui ràpid, sempre que la velocitat no dificulti la comprensió. Ha de ser fluid i variat, dinàmic i àgil. Ni monòton ni rítmic.

A l'hora d'aplicar les pautes d'articulació i vocalització i de control del volum, el to, l'entonació i el ritme, el que convé, per damunt de tot, és aconseguir una **locució** natural, no forçada ni postissa.

A la ràdio informativa fem lectura comunicativa, és a dir, per ser escoltada. Per això ha de ser clara, entenedora, fluida, natural, atractiva i amena.

Per a una bona locució, tindrem en compte la posició el cos, l'actitud, l'articulació, la vocalització i el control dels elements paralingüístics (volum, to, entonació i ritme).

Activitat didàctica: **Notícia amb tall de veu**

activitat individual

Descripció

Es tracta de confeccionar una notícia de ràdio a partir de les declaracions d'una persona. Cal redactar un text explicatiu i incloure-hi un tall de veu de la persona de qui prèviament s'han enregistrat les declaracions.

Objectiu

Exercitar la redacció de textos informatius a partir de les declaracions d'una persona.

Aprendre a valorar el contingut d'unes declaracions i saber-ne apreciar els aspectes més substancials.

Practicar la mecànica de treure els talls de veu.

Metodologia

El primer que cal fer és una breu entrevista informal a una persona i enregistrar les seves declaracions. Es redacta després una notícia explicant el contingut d'aquestes declaracions i s'il·lustra el text amb un fragment de veu extret de les declaracions gravades.

Procés de l'activitat

Cal buscar el personatge a qui prendrem les declaracions. No cal fer una entrevista en profunditat a un personatge d'interès, sinó que es pot agafar un personatge secundari perquè ens expliqui alguna inquietud seva relacionada amb el seu entorn més immediat (per exemple, les queixes dels veïns d'un barri per algun problema que puguin tenir, o les declaracions d'un testimoni d'un fet noticiós, com un accident o alguna altra mena d'incident).

S'escolten les declaracions i es decideix quin fragment és més destacable (la durada ideal és entre 15 i 25 segons).

Es redacta un text explicant el contingut de les declaracions i s'hi inclou el tall de veu.

Cal parar atenció en el "dóna pas", la frase que dona pas al tall de veu. Després del tall de veu cal redactar una altra frase que tanqui la notícia.

A l'hora de llegir-la, també cal tenir en compte els aspectes relacionats amb la locució, exposats a l'apartat 2.5. *Locució*.

Aspectes tècnics

Pel que fa als aspectes tècnics, seria ideal comptar amb la col·laboració d'uns estudis de ràdio professionals. Sinó, es pot fer de forma més rudimentària amb una gravadora de casset, on gravarem les declaracions. Buscarem el fragment que volem destacar (el tall de veu) i deixarem la gravadora en posició de *play*, però en pausa al punt a partir del qual comença el tall de veu.

A l'hora de llegir la notícia, es pot fer en veu alta davant el grup i *llançar* el tall de veu manualment, traient la pausa de la gravadora i deixant reproduir el so fins que acabi el

fragment seleccionat. Després es continua llegint la notícia.

Valoració

Cal valorar:

- La capacitat de sintetitzar la informació continguda a les declaracions i de trobar-ne el fragment més significatiu.
- La capacitat de redactar un text clar, concís, fluid, àgil i que contingui els elements essencials de la notícia i un bon “dóna pas” per al tall.
- La capacitat de lectura d’un text segons els paràmetres de la locució radiofònica.

Donem forma a la informació

3.1. El reportatge

El reportatge és un gènere molt més creatiu que la notícia, i permet un ús molt més discrecional dels recursos del llenguatge radiofònic. D'una correcta combinació de la paraula, la música, els efectes sonors i (eventualment) dels silencis, en sortirà un producte radiofònic que considerarem reeixit si aconseguim provocar en l'oient l'efecte buscat. Per tant, no es poden fixar uns criteris únics sobre com es fa un bon reportatge. Ara bé, sí que podem presentar unes pautes mínimes.

A l'hora de fer el guió, cal distingir-ne dues parts ben diferenciades: la tècnica i la literària.

La part tècnica és aquella en la qual s'anoten les indicacions per al tècnic: quan entren i quan duren les músiques, els talls de veu, els efectes sonors, i si han d'estar en primer pla (s'indica PP) o en segon pla (s'indica 2P) o es fonen (s'indica amb una F, de "fos" o *fade*). Que una música o un efecte estigui en segon pla vol dir que se sent "per sota" d'allò que està en primer pla. Que un so es fongui vol dir que deixa de sentir-se.

La part literària és on escrivim el text que han de llegir els locutors.

En el paper, la manera més clara de plasmar el guió és la de l'anomenat **model europeu**: dividim verticalment el full en dues columnes i a la de l'esquerra hi posem la part tècnica i a la dreta hi posem la part literària (a continuació en trobareu un exemple).

En un reportatge cal que no hi hagi repeticions innecessàries d'idees i convé que la trama del que s'explica estigui ben lligada, amb un començament i un final clars. Com en les notícies, cal fer servir un llenguatge clar i entenedor i presentar de manera inequívoca els talls de veu dels personatges entrevistats.

El guió d'un reportatge té dues parts: una tècnica i una literària.

El model de guió europeu, que divideix el full verticalment en dues columnes per distribuir les pautes tècniques i literàries, és una eina molt recomanable.

Model de guió europeu:

Part tècnica	Part literària
<i>Indicacions per al tècnic: música, talls de veu, recursos sonors; efectes especials. etc.</i>	<i>Text que han de llegir els locutors.</i>
-----	-----
--	----
Música PP. CD 1 <i>track</i> 1 10 seg.	Loc1: Bona tarda. Benvinguts un dia més al programa que us acompanya des dels estudis de l'avinguda Diagonal de Barcelona. Avui és dimecres...
Música 2P (Passa a segon pla, per sota, al fons)	Loc2: Avui tindrem amb nosaltres un dels artistes més emblemàtics de Barcelona...
Música PP. CD 2 <i>track</i> 2 10 seg.	... un cop feta la presentació, comencem.
Música passa a 2P i es fon	Loc1: Hem parlat amb X i ens ha dit això:
Insert / Tall / <i>track</i> X núm. 1 "Jo crec que... ... és necessari" 20 seg.	Loc1: També hem parlat amb Y i ens ha dit això:
Insert / Tall / <i>track</i> Y núm. 2 "Els immigrants volem... ... és impossible" 18 seg.	Loc2: Ara us volem presentar una persona que...
Música PP. CD 3 <i>track</i> 3 10 seg.	
Música 2P (Passa a segon pla, per sota, al fons)	

Activitat didàctica: **Fer un reportatge**

activitat en grup

Descripció

Es tracta de confeccionar un producte radiofònic d'uns cinc minuts, com a màxim, que combini la lectura d'un text per part d'un locutor, alguns talls de veu de persones de qui hem pres declaracions, fragments de música, i, si s'escau, efectes sonors per augmentar l'efectivitat comunicativa del missatge.

Objectius

Enfrontar-se al repte d'elaborar un producte radiofònic complet, combinant els quatre elements propis del llenguatge radiofònic: paraula, música, efectes sonors i silencis.

Metodologia

Cal aproximar-se a un tema, conèixer-lo en profunditat i explicar-lo aplicant les rutines pròpies dels professionals de la ràdio.

Procés de l'activitat

És imprescindible comptar amb la col·laboració d'una emissora local o d'uns estudis de ràdio professionals.

Cal fer grups de quatre o cinc persones. Primer cal triar el tema del qual es vol parlar. Cal que entre els membres del grup debatin què volen explicar i com ho volen fer.

Un cop es té clar el tema, cal documentar-se i obtenir-ne el màxim d'informació. Cal triar els personatges que s'han d'entrevistar per obtenir-ne declaracions. Cal concertar les entrevistes, fer-les (es poden fer amb gravadora de casset) i decidir quins talls de veu se'n treuen.

S'han de buscar les músiques amb què es vol acompanyar el reportatge. Cal que siguin pertinents i adequades a allò que volem explicar. En el cas que vulguem recrear una dramatització, caldrà buscar efectes sonors. En qualsevol cas, sempre és enriquidor nodrir el reportatge d'aquells sons relacionats amb allò de què volem parlar (per exemple, si parlem de la falta de llars d'infants d'un barri i entrevistem una mare, pot ser bo gravar les seves declaracions en un parc infantil perquè hi hagi de fons els sons de les veus infantils; o si parlem de l'activitat d'un taller artesanal de fusteria, podem aportar al reportatge els sons de les màquines).

Un cop tinguem tot el material, s'ha d'elaborar el guió, combinant tots els elements que hàgim decidit incloure en el reportatge.

Després cal gravar-ho en un estudi de ràdio.

Valoració

Aquesta activitat inclou totes les exercitades en les anteriors. Per tant, a part de valorar la capacitat de sintetitzar la informació, treure talls de veu i redactar textos en llenguatge verbal radiofònic, cal valorar la capacitat de combinar tots els elements que concorren en el relat radiofònic de manera original i que doni com a resultat un producte àgil, amè, fluid, atractiu, convincent i creïble.

3.2. L'entrevista

A les entrevistes convé, sobretot, tenir molt clar què volem preguntar a l'entrevistat, i fer-ho de manera clara i concisa. Les preguntes breus són molt més àgils que les preguntes amb rodejos o circumloquis.

És molt important, per obvi que pugui semblar, escoltar les respostes de l'entrevistat de manera que puguem relacionar cada pregunta amb la resposta a la pregunta anterior. Si no, semblarà que fem un qüestionari impersonal.

Sobretot, cal naturalitat i fluïdesa, i l'objectiu últim seria transmetre a l'oient la impressió que estem tenint una conversa amb un convidat, més que no pas que el sotmetem a un interrogatori.

Cal documentar-se bé abans de fer qualsevol entrevista. Cal conèixer bé el personatge i saber per què l'entrevistem: què volem saber d'ell o què volem que ens expliqui.

Cal preparar un guió o una bateria de preguntes que serveixin com a guia per conduir l'entrevista, però no ens hem de sentir esclaus del guió. A vegades ens trobarem que en una sola resposta l'entrevistat contesta a unes quantes preguntes de les que teníem preparades. Per això el que cal és conèixer bé el personatge i el tema del qual parlarem amb ell, i tenir ben clars els aspectes que volem tractar. Cal evitar fer una bateria de preguntes una darrera de l'altra sense cap ordre lògic, ja que això ens trencarà el sentit natural i fluid de la conversa.

Una bona entrevista és més semblant a una conversa que a un qüestionari.

És important estar ben documentats, preparar una bateria de preguntes (preferiblement breus), escoltar molt atentament les respostes de l'entrevistat i a partir d'aquestes adaptar les qüestions que volem tocar sense trencar el sentit natural de la conversa.

Activitat didàctica: **Fer una entrevista en profunditat**

activitat individual

Descripció

Es tracta de gravar una entrevista, d'entre 10 i 15 minuts de durada, a un personatge d'interès.

Objectius

Trobar un personatge que tingui alguna cosa interessant per explicar i gravar una entrevista amb ell.

Metodologia

Primer cal trobar el personatge, contactar-hi, convèncer-lo perquè es deixi entrevistar, preparar el guió per a l'entrevista i gravar l'entrevista.

Procés de l'activitat

- Trobar un personatge. Documentar-se molt bé sobre la història que tingui per explicar.
- Contactar-hi i saber explicar-li bé l'objectiu de l'activitat per convèncer-lo perquè es deixi entrevistar. Concertar dia, hora i lloc de l'entrevista.
- Fer l'entrevista i gravar-la. Si no es disposa de mitjans més sofisticats, es pot fer amb una gravadora de cassette.
- És recomanable redactar una entradeta que serà llegida per l'entrevistador on es presenti el personatge a entrevistar (qui és i què fa) i on es deixi clar a l'oient per què se l'entrevista, què és el que té d'interessant per explicar.

Valoració

- La capacitat de trobar un personatge que tingui una història interessant per explicar.
- La capacitat de documentar-se a fons sobre el personatge.
- La capacitat d'elaborar un guió de l'entrevista amb preguntes clares i que despertin l'interès de l'oient.
- La capacitat per saber conduir l'entrevista al personatge de manera àgil i fluida.

BIBLIOGRAFIA I RECURSOS

Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónico.

Merayo, A. Salamanca: Universidad Pontificia, 1992.

El lenguaje radiofónico.

Balsebre, A. Madrid: Cátedra, 1996.

Estructura de la información radiofónica.

Prado, E. ATE. Barcelona, 1981.

El periodista entre la indefinició i la ambigüitat.

Huertas Claveria, J.M. Dèria Editors / Blanquerna Comunicació, 1998.

Construir les notícies. Una teoria de la redacció periodística.

Burguet, F. Dèria Editors / Blanquerna Comunicació, 1998.

De la representació a la realitat. Proposta d'anàlisi del discurs mediàtic.

Saez, A. Dèria Editors / Blanquerna Comunicació, 1999.

GLOSSARI

- **“Dóna pas”**: text amb què el presentador de l’informatiu dóna pas a un tall de veu. Té com a objectiu captar l’interès dels oients.
- **Articular**: pronunciar els mots clarament.
- **Concís**: expressat amb les paraules imprescindibles
- **Elements paralingüístics**: efectes vocals que acompanyen o modifiquen el significat del que estem comunicant: canvi en el *tempo* de l’exposició, el to i el volum de la veu, el ritme de respiració, l’entonació, etc.
- **Fugacitat**: de durada molt breu.
- **Immediatesa**: no distant o separat en el temps o en l’espai.
- **Llenguatge radiofònic**: conjunt d’elements (paraula, música, efectes sonors i silenci) combinats amb l’objectiu de transmetre la informació i crear imatges a la ment dels oients.
- **Locutar**: combinar els mots de forma entenedora, amb un bon domini de dicció i d’expressió verbal.
- **Model de guió europeu**: model de guió que es presenta en dues columnes: la de l’esquerra serveix per anotar-hi les indicacions tècniques, i la de la dreta, per al text que llegiran els locutors.
- **Tall de veu**: fragment de la declaració d’algú, que complementa la informació que dóna el presentador de l’informatiu. Tot i ser un fragment, ha d’expressar una idea clara, completa i comprensible.
- **Teletip**: aparell de telegrafia que, mitjançant un teclat, permet enviar missatges. És utilitzat per les agències de notícies per transmetre informacions.
- **Vocalitzar**: pronunciar les vocals clarament.

LLENGUATGE A INTERNET

EL WEBLOG

Jorge Coderch

WEBLOG

Periodisme a la xarxa

Els professionals del periodisme que treballen *amb i a la xarxa* **Internet** reben el nom de **periodistes digitals**.

Les primeres publicacions periodístiques digitals es limitaven a reproduir els mateixos continguts que els mitjans publicaven a les edicions en paper. Actualment això ha canviat molt. El periodista digital és ara un escriptor **hipertextual**, que utilitza el ciberespai per investigar, produir i donar difusió a continguts informatius.

Hi ha dues característiques que diferencien amb claredat els continguts publicats en paper d'aquells que trobem publicats a la xarxa:

- La primera és la **interactivitat**: el lector és més actiu, pot decidir el seu propi camí de lectura, seguir o no els enllaços proposats per l'autor.
- La segona característica és la **multimedialitat**. Al text i a les imatges de les publicacions en paper es poden afegir altres continguts digitals, com per exemple, les animacions, els vídeos, els documents sonors...

Gairebé tots els grans mitjans de comunicació incorporen en els seus espais web seccions amb continguts multimèdia. D'altra banda, per accedir als continguts de les seccions es poden emprar enllaços, menús, hemeroteques, cercadors de continguts..., és a dir, són hipertextuals i, per tant, interactius.

En ocasions, els periodistes digitals utilitzen noves eines per publicar els continguts. Aquest seria el cas dels *weblogs* que, tal com s'explica més endavant, són eines de publicació molt senzilles i potents. Aquestes eines possibiliten el treball periodístic, la publicació individual i, en altres ocasions, col·lectiva, de continguts informatius. També és important tenir present que els *weblogs* poden recollir els comentaris dels lectors. Com a anècdota podem dir que a les darreres eleccions americanes més de la meitat

dels periodistes acreditats eren bloggers, amb els seus diversos estils i tendències polítiques que es podien detectar obertament.

El periodista digital aprofita la interactivitat i la multimedialitat de la xarxa a l'hora de crear nous continguts informatius.

Han aparegut noves eines multimèdia que faciliten molt la publicació de continguts a la xarxa. Per exemple, els *weblogs*.

Comunicar en un *weblog*

2.1. Què és un *weblog*?

Un *weblog* és un diari en línia publicat a Internet, que permet a qualsevol persona compartir les seves opinions i/o els seus coneixements.

Una definició més completa fa referència als *weblogs* com un conjunt jeràrquic de textos, imatges i, en ocasions, altres objectes multimèdia com vídeos o documents sonors que es troben a la xarxa i poden ser visualitzats amb un navegador.

Altres formes de referir-se a un *weblog* són: bloc, quadern de bitàcola, diaris interactius, diaris electrònics...

D'ara en endavant farem servir el terme **bloc** per referir-nos als *weblogs*.

Blogging és l'acte d'escriure un bloc, mentre que el **blogger** o blocaire és la persona que escriu el bloc.

La **blogosphere** o **blogosfera** és l'espai de la xarxa ocupat pels *bloggers* o blocaires i els seus blocs.

Un *weblog* o bloc és un diari en línia publicat a Internet, que permet qualsevol persona compartir les seves opinions i/o els seus coneixements.

2.2. Llegir i escriure

L'inventor de la **World Wide Web**, Tim Berners-Lee, la va concebre com un lloc per a l'escriptura i la lectura però, fins a l'aparició dels blocs, era molt més senzill, des d'un punt de vista tècnic, navegar per la xarxa, que no pas convertir-se en creador de continguts.

Tothom pot aprendre ràpidament a utilitzar un **navegador** per visitar pàgines web i seguir els enllaços. Publicar, en canvi, implicava saber crear pàgines web.

Amb els blocs el procés de publicació s'ha simplificat molt, de tal manera que qualsevol persona amb uns coneixements bàsics d'ús de l'ordinador pot expressar a la xarxa les seves idees i opinions. Es pot convertir en autor.

Gràcies als blocs, publicar una pàgina web a Internet és molt senzill: qualsevol persona amb coneixements bàsics d'informàtica pot crear un bloc a la xarxa per expressar les seves opinions.

2.3. Blocs individuals o col·lectius

Tot i que habitualment els blocs són creats per una sola persona, també és possible trobar **blocs col·lectius** en els quals diversos autors poden escriure articles. D'aquesta manera es poden sumar esforços i fer del bloc un espai de comunicació amb diverses veus.

2.4. Notícies i comentaris

Amb una certa freqüència (a diari, setmanalment, un cop al mes) el *blogger* actualitza el seu bloc escrivint "*posts*" o notícies.

És molt freqüent que l'autor permeti que els visitants del bloc puguin fer comentaris. És així com el bloc pot esdevenir un espai públic de comunicació per a l'intercanvi d'idees. En tot moment queda ben clar qui és l'autor de la notícia i/o del comentari.

El bloc pot ser un espai de comunicació amb diverses veus, ja sigui perquè està creat per diversos autors (bloc col·lectiu), o perquè el seu autor permet els visitants del bloc deixar-hi els seus comentaris.

2.5. Organització de la informació

Les notícies publicades al bloc s'organitzen en ordre cronològic invers. Les més noves se situen a la part superior del bloc.

Alguns blocs permeten assignar una categoria a cada notícia, de manera que el lector pot seleccionar la categoria per veure'n només les notícies.

Una altra possibilitat és triar un període (mes, setmana o dia) per filtrar les notícies i veure només les del període triat.

2.6. Temàtiques

Els blocs es poden centrar en qualsevol temàtica: política, música, esports, medi ambient, tecnologia...

En d'altres ocasions l'autor narra la seva vida quotidiana fent del seu bloc un diari personal públic.

També és freqüent que en determinats esdeveniments, com ara guerres o catàstrofes naturals, moltes persones facin servir els blocs per fer arribar al món la situació en què es troben.

2.7. Credibilitat

Els lectors hem de tenir present que un bloc és una font d'informació més, una interpretació de la realitat.

Des d'aquest punt de vista és necessari fer un esforç de contrastació amb altres fonts alternatives.

A la xarxa trobarem publicats blocs de qualsevol temàtica.

Sempre hem de tenir present que un bloc és una interpretació de la realitat, que caldrà contrastar amb fonts d'informació alternatives.

Activitat didàctica: **Seguiment de blocs**

activitat en grup

Descripció

Quins són els millors blocs? Per respondre a aquesta qüestió farem el seguiment d'alguns blocs i mirarem d'establir alguns criteris de qualitat.

Objectius

- Veure utilitzacions diverses dels blocs.
- Identificar bones pràctiques en l'elaboració de blocs.

Metodologia

En un procés de cerca i selecció fet en grup s'establiran les característiques que haurien de tenir els bons blocs i s'elaborarà una graella de valoració.

Procés de l'activitat

En una primera trobada el grup elaborarà un llistat de 10 blocs.

Farem una fitxa per a cada bloc, en la qual anotarem el nom del bloc, la seva adreça, algunes característiques que el facin interessant i, si s'escau, algunes mancances.

En una posada en comú posterior farem una única llista amb totes les característiques o aspectes positius detectats als diversos blocs i mirarem d'ordenar-los de més a menys rellevants.

Amb aquesta llista ordenada farem una graella de valoració de blocs que ens serà d'utilitat per a:

- valorar qualsevol bloc que trobem a la xarxa,
- escollir el millor bloc de la nostra llista inicial,
- orientar el procés de creació del nostre propi bloc.

Només a tall d'exemple es poden citar algunes característiques que podrien ser interessants en un bloc: la claredat en el redactat de les notícies, l'originalitat, les fonts d'informació citades, l'ús d'enllaços, la incorporació d'elements multimèdia...

Valoració

Cal valorar la capacitat del grup per a:

- detectar els aspectes positius i les mancances d'un bloc,
- ordenar les dades recollides i elaborar la graella de valoració,
- aplicar la graella obtinguda per a la valoració de nous blocs.

Donem forma a la informació: Com crear un *weblog*

El procés de creació d'un bloc pot ser gratuït o de pagament, però sempre és extremadament senzill.

El primer pas serà triar un dels diversos serveis de creació i publicació de blocs. Un dels més emprats és **Blogger** (www.blogger.com). El primer pas serà registrar-nos i, tot seguit, ja podrem crear el bloc (o blocs) i elaborar-ne el seu contingut.

En aquest apartat veurem de manera detallada com es crea un bloc i com es poden escriure nous articles o modificar articles ja publicats amb anterioritat.

També trobareu la descripció del procediment que s'ha de seguir per permetre a diversos companys l'accés al bloc com a autors. D'aquesta manera, el bloc passarà a ser un espai col·lectiu.

Cal tenir present que és recomanable permetre els visitants del nostre bloc fer comentaris. Pot ser molt enriquidor convertir el bloc en quelcom més que una potent eina d'expressió (que ja ho és) per tal que sigui una eina de comunicació amb els altres on podrem intercanviar idees i coneixements.

3.1. Com començar: creem el bloc

El primer pas serà accedir a la pàgina <http://www.blogger.com>

En aquesta pàgina podrem crear un bloc. Ens fixarem en el requadre:

¿Qué es un **blog**? VISITA RÁPIDA



Publicar
opiniones



Obtener
comentarios



Enviar
fotografías



Vuélvase
móvil

Un **blog** es un sitio Web fácil de usar en el cual puede, entre otras muchas cosas, expresar rápidamente sus opiniones e interactuar con otros usuarios. Todo ello **GRATIS**.

Cree un blog en tan sólo **3 pasos**:

- 1 Crear una cuenta
- 2 Asignar un nombre a su blog
- 3 Elegir una plantilla

CREE SU BLOG AHORA

Tal com s'indica, el primer que cal fer és crear un compte. Fem clic sobre la fletxa:



A la pantalla següent haurem d'omplir un petit qüestionari:

1 Crear una **cuenta**

Elegir un nombre de usuario	<input style="width: 90%;" type="text"/>	Utilícelo para tener acceso en futuras vistas.
Introducir una contraseña	<input style="width: 90%;" type="password"/>	Debe contener como mínimo 6 caracteres.
Volver a escribir la contraseña	<input style="width: 90%;" type="password"/>	Vuelva a introducirla para confirmarla.
Nombre mostrado	<input style="width: 90%;" type="text"/>	Nombre utilizado para firmar sus entradas del blog.
Dirección de correo electrónico	<input style="width: 90%;" type="text"/>	Nunca compartiremos su dirección con terceros sin su autorización.
Aprobación de las condiciones	<input type="checkbox"/> Acepto las condiciones de servicio .	Indique que ha leído y conoce las condiciones de servicio de Blogger.

CONTINUAR

A continuació, posarem un nom al bloc.

2 Asigne un nombre a su blog


Titulo del blog	<input type="text"/>	Escriba un título para su blog.
Dirección del blog (URL)	http:// <input type="text"/> ,blogspot.com	Tanto usted como los demás usuarios pueden utilizar esta herramienta para leer su blog y enlazar con él.
Verificación de la palabra	 <input type="text"/>	Escriba los caracteres que vea en la imagen.
Configuración avanzada	¿Desea cambiar la ubicación de su blog? Pruebe la Configuración avanzada del blog , que le permitirá ubicar su blog en un lugar distinto de Blogspot.	

CONTINUAR 

Compte: si el nom ja ha estat triat per un altre usuari l'hauem de canviar.

El Blogger ens permet escollir la plantilla que ens vagi millor d'una llista de plantilles ja dissenyades. Farem servir la pantalla següent, on marcarem la plantilla desitjada:

3 Elegir una plantilla



TicTac
Creada por: Dan Cederholm
[vista preliminar de la plantilla](#)



Thisaway Rose
Creada por: Dan Rubin
[vista preliminar de la plantilla](#)



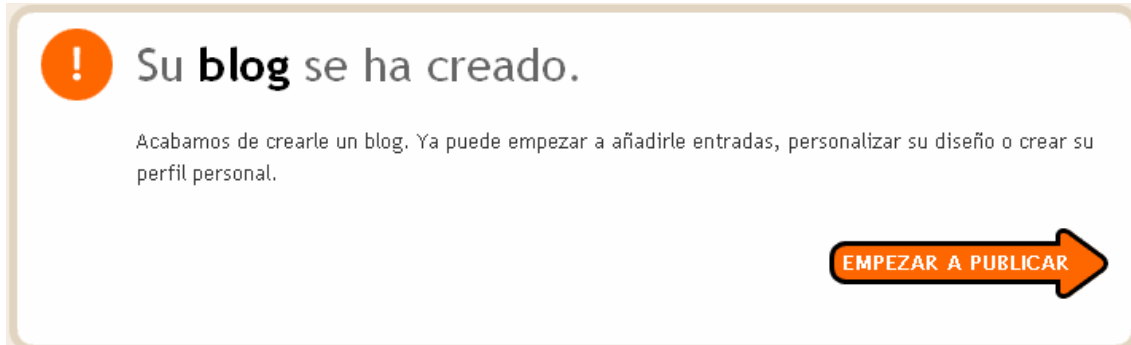
Sample Blog



Sample Blog

CONTINUAR 

Passats uns segons, Blogger crearà el nostre bloc i ja podrem començar a publicar:

A screenshot of a Blogger success message. It features a light beige background with a thin border. On the left, there is an orange circle containing a white exclamation mark. To its right, the text "Su **blog** se ha creado." is displayed in a bold, black font. Below this, a smaller line of text reads "Acabamos de crearle un blog. Ya puede empezar a añadirle entradas, personalizar su diseño o crear su perfil personal." In the bottom right corner, there is an orange arrow pointing to the right, with the text "EMPEZAR A PUBLICAR" written inside it in white, uppercase letters.

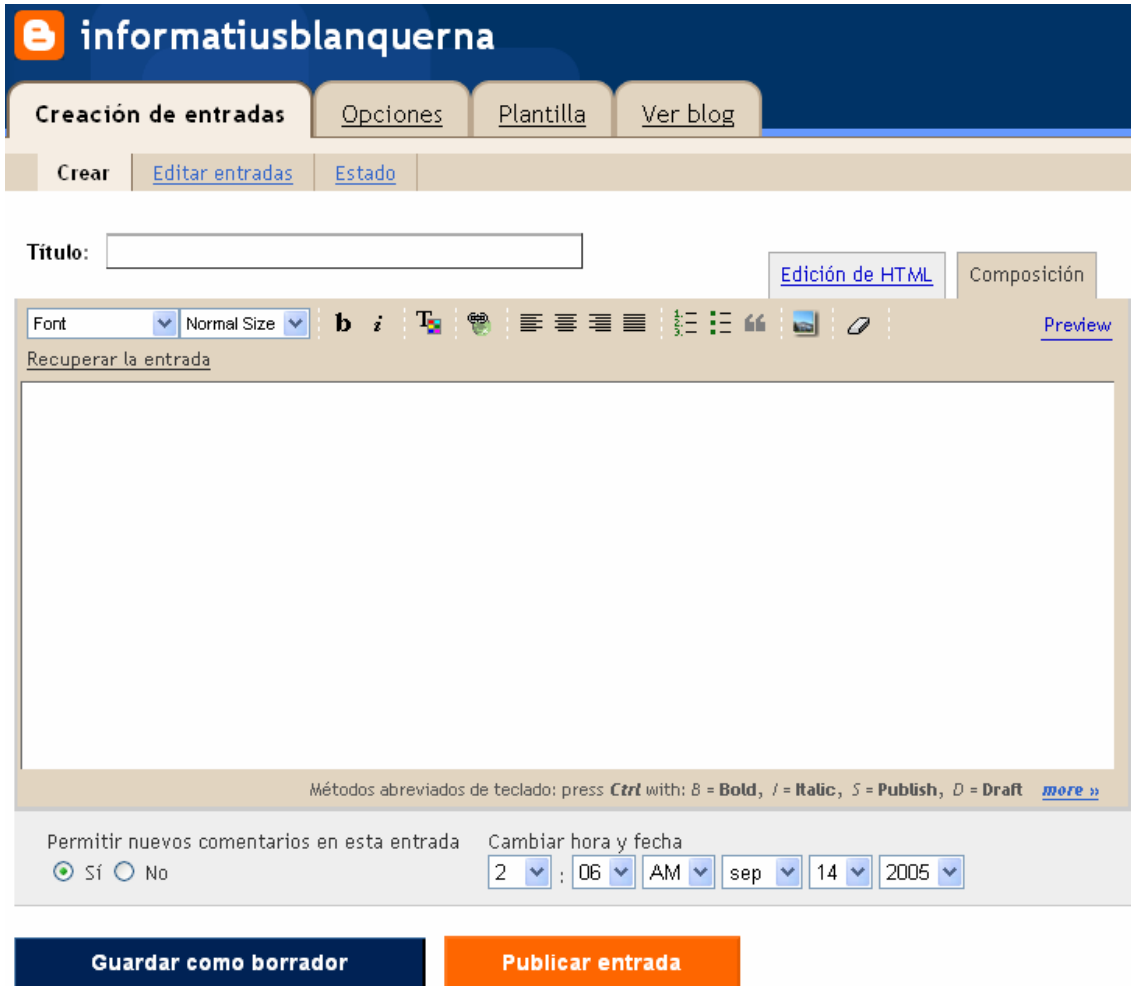
! Su **blog** se ha creado.

Acabamos de crearle un blog. Ya puede empezar a añadirle entradas, personalizar su diseño o crear su perfil personal.

EMPEZAR A PUBLICAR

3.2. Creem el contingut del bloc

La publicació es fa a una pantalla on escriurem un títol de l'entrada i el contingut:



En aquesta pantalla tindrem seleccionada la pestanya *Composició*.

A més de text, s'hi poden afegir imatges:



O bé, crear hipervincles:



En aquest cas, caldrà haver seleccionat prèviament una paraula, una frase o una imatge. També podem crear un hipervincle escrivint directament l'adreça.

Un cop hem redactat el text podem publicar l'article:

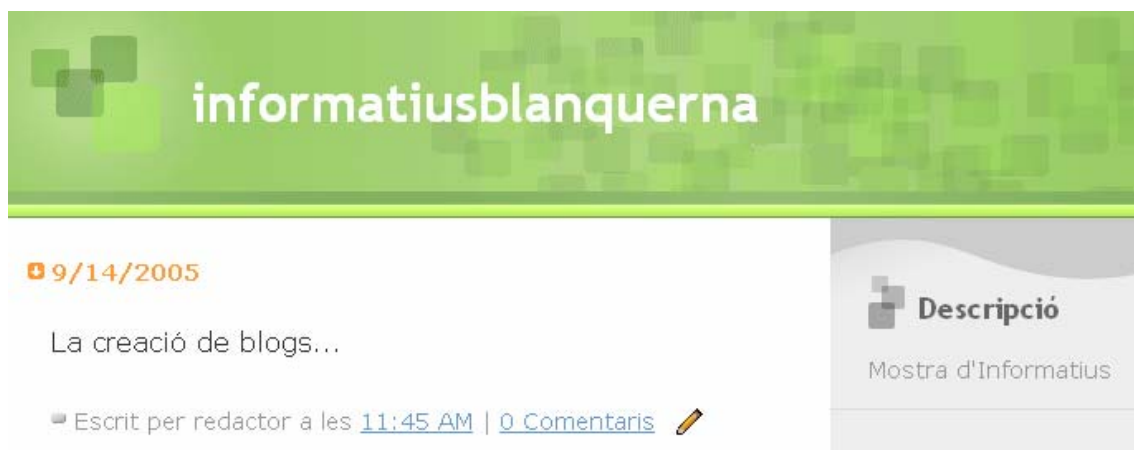
Publicar entrada

I veure com ha quedat:



3.3. Visitem el nostre bloc

Fent clic a *Ver blog (en una ventana nueva)* podrem veure el bloc, tal com el veuran els internautes que el visitin:



Cada bloc té una adreça específica de visualització:

Per exemple, <http://informatiusblanquerna.blogspot.com>.

Fixeu-vos que l'adreça és blogspot i no pas blogger.

3.4. Actualització del bloc

Actualitzarem el nostre bloc amb una certa freqüència i per fer-ho no caldrà repetir el procés anterior. El que cal fer per crear noves entrades si ja disposem d'un bloc és el següent:

Accedirem a Blogger (recordeu l'adreça: <http://www.blogger.com>) i ens identificarem:



Des de l'apartat *Escritorio* podrem accedir al nostre bloc (de fet podríem accedir a diversos blocs si n'haguéssim creat més d'un):



Tal com es pot veure a la gràfica següent podem *Crear* noves entrades (articles), o bé, *Editar* les entrades ja creades:



3.5. Afegir components al grup

Triarem “Opciones” i l’opció “Miembros”. Veurem la pantalla següent:



The screenshot shows the 'Miembros actuales del equipo' (Current team members) page. At the top, there's a navigation bar with 'Opciones' selected. Below it, a sub-menu has 'Miembros' selected. The main content area shows a table with one member:

Nombre	Nombre de usuario	Correo electrónico	Administrador ?	Eliminar
	informatius	jcoderch@hotmail.com	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Below the table is an orange button labeled 'Añadir miembros al equipo'.

Triarem “Añadir miembros al equipo” i anirem afegint tots els components del grup:



The screenshot shows the 'Añadir miembros al equipo' (Add team members) form. It has the same navigation as the previous screenshot. The form contains:

- A section labeled 'Usuario nuevo' with three empty input fields for name, username, and email.
- Instructions: 'Introduzca las direcciones de correo electrónico de los miembros a los que desea invitar. No introduzca la dirección de una lista de distribución de correo; invite a cada miembro personalmente.'
- A section labeled 'Mensaje (opcional)' with a large text area for an optional message.
- Instructions: 'Introduzca los comentarios que desee en el [correo electrónico de invitación](#).'
- An orange button labeled 'Guardar valores'.
- Final instructions: 'Recibirá una notificación de correo electrónico cuando su invitación sea aceptada o rechazada, por lo que deberá asegurarse de que la dirección en [su perfil](#) esté actualizada.'

Nota: és molt important que fem servir adreces de correu (poden ser de Hotmail, Gmail...) operatives ja que els nous components del grup hauran d'acceptar des del seu gestor de correu la invitació que els fem.

Activitat didàctica: **Creació d'un bloc sobre actualitat**

activitat en grup

Descripció

Si l'activitat anterior ens ha ajudat a identificar els blocs de qualitat, en aquesta ens proposarem crear un bon bloc relacionat amb l'actualitat (des de la més propera fins a la que ens resulta més llunyana).

Objectius

- Emprar un bloc com una eina per a la publicació de continguts informatius.
- Valorar el propi procés de creació i ser capaç de millorar-lo aplicant certs criteris de qualitat.

Metodologia

Després de crear el bloc caldrà que el grup planifiqui amb detall tot el procés de publicació i revisió crítica de les notícies cercant l'obtenció d'un producte de qualitat ajustat al mitjà emprat.

Procés de l'activitat

Es crearà un bloc col·lectiu amb un total de 4-6 autors que seran els encarregats de redactar (individualment i/o en grup) i publicar les notícies amb una periodicitat mínima setmanal.

En aquest bloc s'informarà sobre l'actualitat començant per l'àmbit més proper: el propi centre educatiu, el barri, el districte, el poble... Aquesta proximitat ens donarà la possibilitat d'accedir als protagonistes de les notícies, tot i que també es poden citar mitjans de comunicació locals.

Pel que fa a les notícies referides al propi centre es recomana anar fent un relat, setmana a setmana, de les activitats relacionades amb la participació del centre a la Mostra d'Informatius.

Anirem alternant les notícies locals amb d'altres més allunyades geogràficament: la nostra ciutat, Catalunya, Espanya i, finalment, notícies internacionals. Si disposem de contactes en aquests altres àmbits, amics d'altres barris, d'altres ciutats o països, farem servir el correu electrònic o la missatgeria instantània per posar-nos en contacte amb ells i demanar-los informació. Crearem la nostra xarxa de contactes. També en aquest àmbit podrem citar diversos mitjans de comunicació incloent-hi alguns blocs.

El bloc serà públic i es configurarà per admetre comentaris dels visitants de manera que qualsevol persona que hi accedeixi podrà donar la seva opinió. Es recomana especialment que siguin els mateixos companys del grup-classe els que realitzin aquests comentaris però també els poden fer els professors i professores del centre, els pares i mares...

El bloc hauria de ser multimèdia i hipertextual. Les notícies podran incloure fotografies (serà molt millor que les facin els mateixos alumnes o els contactes localitzats). També es recomana que a les notícies s'inclogui, si s'escau, enllaços a altres notícies publicades anteriorment al bloc o bé a adreces web on el lector pugui ampliar i/o contrastar les informacions donades.

Valoració

Cal valorar la capacitat del grup i dels seus components per a:

- Acostar-se a la realitat en els diversos àmbits citats.
- Crear un bloc ajustat als criteris de qualitat que s'hagin decidit en l'activitat anterior.
- Establir punts de contacte entre l'actualitat i els continguts curriculars.
- La creació d'una xarxa de contactes.

BIBLIOGRAFIA I RECURSOS

Comunicació i argumentació.

Saez, M. Barcelona: FCCB-Trípodos, 2003.

Sobre l'escriptura.

Toutain, F. Barcelona: FCCB-Trípodos, 2001.

Els fonaments del disseny gràfic. Procés projectual i metodologia.

Rom, J. Barcelona: FCCB-Trípodos, 2002.

Weblogs:

<http://blocs.mesvilaweb.com/>

<http://e-periodistas.blogspot.com/>

<http://www.guardian.co.uk/weblog>

Continguts multimèdia als mitjans:

<http://www.elpais.com/multimedia.html>

<http://www.lavanguardia.es/mmfotos/index.html>

<http://www.elperiodico.com/info/servicios/videoteca/>

GLOSSARI

- **Bloc / weblog:** pàgina web, generalment de caràcter personal i poc institucional, amb una estructura cronològica que s'actualitza regularment i que presenta informació o opinions sobre temes diversos.
- **Blocs col·lectius:** tot i que habitualment són creats per una sola persona, també hi ha blocs col·lectiu, en els quals diversos autors poden escriure articles i sumar esforços per crear un espai de comunicació amb diverses veus.
- **blogger** (en minúscules) / **bloqueaire:** persona que escriu el bloc.
- **Blogger:** servei per crear i publicar un bloc de manera molt fàcil. L'usuari no ha d'escriure cap codi ni instal·lar programes de servidor.
- **Blogging:** acte d'escriure un bloc.
- **Blogosphere / blogosfera:** espai de la xarxa ocupat per bloqueaires i els seus blocs.
- **Enllaç:** element en un document, generalment d'hipertext, que permet connectar amb altres documents o parts de documents.
- **Hipertext:** sistema d'organització i de consulta simultània de la informació per ordinador, que es basa en l'associació de fragments de text o gràfics.
- **Interactivitat:** propietat que permet, al receptor d'una comunicació, incidir-hi en temps real i modificar-la.
- **Internet:** xarxa de xarxes a escala mundial, de milions d'ordinadors interconnectats de manera que poden transmetre i compartir informació.
- **Multimedialitat:** propietat que permet combinar diferents mitjans tècnics per comunicar una informació, tant simultàniament com seqüencialment.
- **Navegador:** programa informàtic que serveix per a navegar per la xarxa Internet.
- **Periodista digitals:** persona que es dedica a la recerca i l'elaboració d'informació per ser difosa a través d'algun mitjà de comunicació digital.
- **World Wide Web:** sistema d'informació que utilitza la xarxa Internet com a mitjà de transmissió. És un dels molts serveis que ofereix Internet.

