

**PE-0932 TRABAJO FINAL DEL GRADO**



**UNIVERSITAT  
JAUME·I**

**MEMORIA**  
**“EL DEPORTE EN LA  
SOCIEDAD 2.0”**

**2014/2015**

**María Francia Marín Aragoza 033859646**

**Sonia Ruiz Melguizo 53725063F**

**Tutor: Sara Ortells Banedes**

# Índice

1. Introducción.....	3
2. Fase de Preproducción.....	5
3. Fase de Producción.....	8
4. Fase de Postproducción.....	11
5. Plan de promoción y emisión.....	13
6. Valoración final.....	14
7. Abstract.....	16
8. Bibliografía.....	18
9. Anexos.....	19
• Plan de preproducción.....	20
• Guión de trabajo final.....	22
• Transcripción guión reportaje.....	31
• Presupuesto.....	39
• Autorización de rodaje.....	41
• Encuesta.....	42

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde el inicio de nuestros tiempos, las sociedades se han caracterizado por sus constantes transformaciones evolutivas, que han afectado directamente a las conductas y actitudes de los ciudadanos. Uno de los principales factores que ha propiciado diversas evoluciones sociológicas es el desarrollo tecnológico.

La sociedad 2.0 es aquella donde las nuevas tecnologías, relacionadas con Internet, ocupan un papel fundamental en el paradigma comunicacional y en la vida de millones de personas. Según el estudio de la Sociedad de la Información realizado por Telefónica, en 2014 existían 26.2 millones de internautas en España, de los cuales un 60% aseguró hacer uso de Internet todos los días. Por tanto, es posible evidenciar la influencia que la web puede tener sobre los individuos, tanto en sus conductas como en la forma de realizar sus rutinas diarias.

Los hábitos de vida saludables son una de las tendencias más marcadas de la sociedad 2.0. Una sociedad en la que las modas se hacen masivas ante el potente poder de expansión de la web, que logra llegar a casi todos los países del mundo. El auge actual de la práctica deportiva puede venir determinado por un conjunto de variables en relación a la psicología del individuo y las conductas sociológicas, todo ello en concordancia con un contexto sobresaturado de dispositivos tecnológicos.

Las prácticas deportivas populares están batiendo récords de audiencias, algo que no se había visto hasta el momento. Según la encuesta publicada por el Consejo Superior de Deportes: un 37% de los españoles hacía deporte en el año 2005, cinco años más tarde, la cifra se eleva hasta el 43% de las personas entre 15 y 75 años de edad.

Con el presente reportaje se pretende dejar al descubierto la influencia que ha ejercido Internet y las Redes Sociales en la potenciación de la práctica deportiva popular. Cuestión que permanece aún desconocida para la sociedad, puesto que no se han encontrado materiales relacionados con la temática.

Uno de los objetivos principales es concienciar a las personas sobre los peligros de la Red, a través de medios de comunicación audiovisuales (TV e Internet), para que hagan un uso responsable de la misma.

Asimismo, mediante testimonios de profesionales, se pretende conocer las verdades sobre las prácticas deportivas de la sociedad 2.0 y desmitificar las creencias colectivas, tal vez erróneas. Con el reportaje se anhela llegar a un gran número de personas y poder prestar un servicio social, puesto que el uso de la web como método de motivación deportiva puede causar problemas de salud físicos, como las lesiones; y psicológicos, asociados a depresiones por la incapacidad de cumplir metas autoimpuestas.

La temática del reportaje será tratada desde el punto de vista sociológico y psicológico para tratar de entender el comportamiento de las masas y poder determinar si la Red ha sido causante del apogeo del deporte popular. Igualmente, se pretende profundizar en la competitividad del ser humano y en el egocentrismo producto de las Redes Sociales.

La idea de la temática surgió porque una de nosotras ha sido deportista de élite, aspecto que la sitúa desde pequeña dentro del mundo deportivo, habiendo observado desde dentro toda la evolución que ha experimentado este campo. Después del debate de cómo se podría abordar el tema, decidimos iniciar “El deporte en la sociedad 2.0”.

Tras realizar las respectivas etapas de preproducción, producción y producción durante tres meses, incluyendo multitud de modificaciones del guión inicial para conseguir los resultados alcanzados, aquí presentamos nuestro Trabajo Final de Grado.

## 2. FASE DE PREPRODUCCIÓN

La fase de preproducción es uno de los elementos más importantes para el correcto desarrollo del reportaje, puesto que en este periodo se deben tomar las decisiones estratégicas para abordar la temática. La realización de esta primera fase del proyecto “El deporte en la sociedad 2.0”, se situó durante los días 20 de marzo y hasta el 30 de abril.

### A. Puesta en marcha de la idea

Como se ha mencionado, la idea surgió porque ambas integrantes del grupo tenemos afición y cierto interés por el deporte, siendo una de nosotras ex atleta de élite, lo cual ha permitido presenciar en primera persona la explosión de las prácticas deportivas. Igualmente, al ser periodistas, tendemos a tener cierta curiosidad sobre el paradigma comunicacional y sus efectos en la sociedad, como el uso abusivo de las Redes Sociales.

Algo inherente a nosotras mismas es nuestra naturaleza como nativas digitales, haciendo uso de las Redes Sociales cada día. En nuestros perfiles sociales seguimos a personas que publican contenidos en relación al deporte y a los hábitos de vida saludables. Este aspecto nos llevó a percatarnos de que personas de nuestro círculo que jamás habían practicado deporte, ahora se habían unido a la cultura deportiva, siempre plagando Facebook o Instagram con abundante información visual sobre sus entrenamientos. A raíz de esta observación surgió la pregunta: ¿Es el deporte actual una moda?

Inicialmente, realizamos una investigación exhaustiva sobre la temática, lo cual nos llevó a percatarnos del vacío mediático y científico que existía respecto a la relación entre este aumento de la práctica deportiva y el uso de las Redes Sociales. Este hecho nos motivó a compartir la teoría con profesionales del sector con el objetivo de determinar si tenía fundamentación. El resultado fue sorprendente, y nos llevó a descubrir todo un universo

que gira en torno al deporte 2.0., cuestión que dotó a nuestro proyecto de viabilidad e interés periodístico.

## B. Desarrollo del reportaje

Aquí delimitamos las pautas de lo que queríamos lograr para nuestro proyecto final de Grado. Realizamos el plan de preproducción, que incluye las entrevistas necesarias para expresar el concepto, así como las fechas y escenarios de las mismas (ver en anexos).

Posteriormente, procedimos a contactar con las fuentes necesarias para darle vida a nuestro reportaje. Una vez conseguidos los recursos humanos y materiales necesarios para el desarrollo del proyecto, comenzamos a desarrollar la idea inicial y a descubrir el deporte en la sociedad 2.0.

A continuación, se presenta el plan detallado de la elección de las entrevistas y la importancia para el desarrollo del reportaje:

- **Ramón Feenstra**, doctor en Filosofía Moral y apreciado miembro del profesorado del Grado en Periodismo de la Universitat Jaume I y autor del libro “Democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática”. La entrevista será realizada en su despacho, la importancia de su declaración reside en la contextualización del paradigma comunicacional de la sociedad 2.0. El objetivo es que las personas que no saben de comunicación digital sepan a qué nos referimos cuando hablamos de sociedad 2.0..
- La socióloga **Emma Pivetta**, evaluadora experta externa en la DG Connect- Health & Wellbeing de Horizon 2020, programa para la investigación y la innovación de la Comisión Europea y profesora de la Sant Cugat Escola Superior de Negocis. La entrevista se realizará en un café de la ciudad de Barcelona. Se requiere su punto

de vista como monitorea de tendencias sociológicas para dar respuesta al auge del deporte popular y comprender por qué la personas imitamos conductas.

- **Vicente Cervera Mateu**, profesor del departamento de Matemáticas de la UJI y presidente del Club Deportivo Marató i Mitja, organizador del evento. La entrevista se realizará en su despacho y el objetivo es que nos aporte su enfoque como organizador del evento deportivo de referencia y nos contextualice el estado del deporte actual y cuál ha sido su evolución.
- **Carles Falcó**, presidente y coordinador del Club Triatló Vila-real y director técnico del circuito de carreras populares de Vila-real. La entrevista se realizará en las pistas de atletismo de la Universitat Jaume I, para la que tuvimos que solicitar una autorización para grabar las instalaciones deportivas (ver en anexos). El objetivo de la entrevista es contextualizar el panorama deportivo desde el punto de vista de la organización de carreras.
- **Ausiàs Cebolla**, psicólogo, profesor del departamento de Psicología básica, clínica y psicobiología e investigador de la UJI. La entrevista se realizará en su despacho y el objetivo es lograr que nos explique desde su punto de vista cuál es la razón por la que las personas imitamos conductas.
- **Adrián Sánchez Sobrino**, psicólogo del Centro de Psicología General Sanitaria, especialidad en clínica infanto-juvenil y ex atleta de élite. La entrevista se realizará en su consulta y el objetivo es lograr que nos explique por qué imitamos, la influencia del grupo en los individuos, el ego y los efectos de un uso abusivo de las Redes Sociales.
- **Isabel del Barrio Izquierdo**, creadora y editora del blog *On My Training Shoes*. Licenciada en Derecho, Administración y Dirección de empresas, entrenadora personal y triatleta. La entrevista se realizará vía FaceTime, puesto que consideramos interesante la idea de hacer uso de la tecnología de la comunicación

por su vinculación con el tema. El objetivo es conseguir que la *blogger* aporte su visión como atleta e *influencer* de modas y tendencias deportivas, para lograr entender el comportamiento deportivo en la sociedad actual y el papel que juegan las Redes Sociales en este contexto.

Por otro lado, debido a la desinformación acerca del tema, nos planteamos hacer una encuesta sobre hábitos deportivos, que se realizó entre el día 20 y el 25 de abril de 2015 a través de Facebook, constó de 15 preguntas y llegamos a tomar una muestra de 1036 personas. En ella preguntamos edad, sexo, uso de Redes Sociales, contenido compartido en Redes Sociales, frecuencia de uso, preferencias, si se practica deporte y con qué frecuencia, nivel de especialización deportiva, desde cuándo se practica deporte y motivos, si se comparte contenido deportivo en las Redes Sociales y qué sentimientos provoca al verlo. Igualmente, se pregunta si se usan las Redes como método de motivación para practicar deporte y si piensan que las personas las utilizan para alardear sobre sus hábitos deportivos.

Los resultados fueron más que interesantes, al igual que el éxito de difusión de la encuesta, que nos conmovió (ver en anexos). Esta encuesta también fue respaldada por preguntas a pie de calle a personas jóvenes que estaban haciendo ejercicio, la pregunta que realizamos fue si utilizaban las Redes Sociales como método de motivación para hacer deporte y qué sentimientos les provocaba ver contenidos deportivos en las Redes.

Finalmente, después de haber revisado todo el material recaudado y haber hecho la estimación de las declaraciones de los profesionales recogidas, nos dispusimos a redactar una estructura que nos permitiera demostrar la verdad del deporte en la sociedad 2.0.

### 3. FASE DE PRODUCCIÓN

La fase de producción es una de las cuestiones fundamentales para llevar el proyecto a cabo. Aquí recaudamos toda la información de la fase anterior, redactando el pre-guion y, en base al mismo, procediéndose a grabar todas las imágenes necesarias para darle forma al reportaje, así como la locución que sirve como voz narradora durante el mismo. El desarrollo de esta fase se hizo durante el día 1 de mayo hasta el 5 de junio de 2015.

Después de haber recabado todas la imágenes necesarias, para hacer el esqueleto del reportaje fue necesario hacer un rediseño del guion inicial, con el objetivo de dar una mayor coherencia y organización interna para que facilitase la interpretación de las audiencias y se ajustase a los parámetros de noticiabilidad. Igualmente, tuvimos que hacer una selección del material a utilizar y marcar el minutado para facilitar la fase posterior.

Disponemos tanto de tomas grabadas en las ciudades de Barcelona y Castellón como imágenes recurso, y contamos con unas imágenes cedidas por Vicente Cervera sobre la Marató i Mitja, de las cuales usaremos algunos planos que, por imposibilidad económica y material no podemos obtener, puesto que están realizados con dron. También disponemos de tomas de las instalaciones deportivas de la Universitat Jaume I, cuyo permiso se encuentra adjunto en los anexos.

Tras realizar la respectiva jerarquización de la información, construimos el guion final del reportaje “El deporte en la sociedad 2.0”, que se estructura inicialmente contextualizando a la sociedad actual y explicando la potencialidad de Internet, a través de las declaraciones de Emma Pivetta (socióloga), Isabel del Barrio (*blogger*) y uno de los encuestados a pie de calle, para situar a la audiencia en la temática del reportaje. Posteriormente, se va haciendo una introducción al tema del deporte y se explican las características principales de la sociedad 2.0 mediante las declaraciones de Ramón Feenstra (experto en comunicación) e Isabel del Barrio. Más tarde, se hace referencia a los hábitos de vida

saludables y el incremento de las cifras de prácticas deportivas con los años, hasta llegar a la actualidad deportiva que es explicada por Carles Falcó.

Seguidamente, para evidenciar y contextualizar el auge de la práctica deportiva actual, se toma como ejemplo un evento deportivo de referencia como la Marató i Mitja de Castellón. Su organizador, Vicente Cervera, habla sobre la evolución de la práctica deportiva desde su experiencia. Posteriormente, hacemos referencia a la potencialidad difusora de las Redes Sociales para llegar al punto de inflexión del reportaje, este es, cómo se ha convertido en tendencia el uso de las Redes como método de motivación deportiva, aspecto que se profundiza con la intervención de Emma Pivetta, Isabel de Barrio, Ausiàs Cebolla (psicólogo) y Adrián Sánchez (psicólogo), quienes explican, desde sus diferentes especialidades, por qué las personas imitan conductas. Esta información profesional es respaldada por las respuestas de los encuestados a pie de calle.

Por último, se invita a las personas a reflexionar sobre los efectos de un uso abusivo de Internet como método de motivación deportiva, a través de las declaraciones de Emma Pivetta, Adrián Sánchez e Isabel de Barrio. Finalmente, se deja abierta una pregunta para los espectadores: ¿realmente somos tan deportistas como pretendemos mostrar, o tan solo se trata de una moda pasajera surgida en este mundo 2.0?

Para la redacción del texto del off final fue de vital importancia el trabajo de documentación y análisis de las distintas fuentes, con el objetivo de hacer uso del material más importante que sirviera para expresar nuestra idea de la forma más clara y coherente posible. Asimismo, en cuanto a la voz narradora del reportaje, decidimos utilizar a Santiago Pablo por su evidente calidad como locutor y comunicador. El trabajo visual era demasiado bueno como para menospreciarlo utilizando una de nuestras voces. No nos malinterpreten, confiamos en poder realizar una locución decente, pero nunca al nivel de Santiago, aspecto que determinó que, finalmente, decidiésemos utilizar su voz.

Finalmente, la memoria presupuestaria se ha hecho en base a todos los recursos económicos de los que se habría tenido que disponer para la realización del presente

reportaje. En el presupuesto, adjunto en los anexos, se puede ver un desglose de gastos presupuestarios que hacen referencia al equipo técnico, recursos humanos, mantenimiento, desplazamiento y montaje necesarios para llevar a cabo el proyecto. Por tanto, el presupuesto se sitúa en 18.178, 84 euros en un par de meses de trabajo.

#### 4. FASE DE POSTPRODUCCIÓN

La fase de postproducción es el último eslabón de la cadena de realización de cualquier proyecto audiovisual. En este caso, la etapa se ha comprendido entre el día 1 y 15 de junio de 2015. Durante este proceso, se ha llevado a cabo el montaje del bruto, teniendo en cuenta las respectivas modificaciones de color, escala y exposición, así como la complementación entre las imágenes, el off y la música. En cuanto a este último elemento, se han elegido estas dos canciones por dos motivos. En primer lugar, son canciones con ritmo y con cierta alegría musical, muy acorde a la temática del reportaje. En segundo lugar, se trata de temas que pueden ser reconocidos por algún público, pero sin llegar a ser hits comerciales que pudieran estar manidos. La banda sonora elegida se sitúa, por tanto, en una esfera musical más independiente o indie, elemento generalmente asociado a estándares de calidad mayores.

Aún así, siendo el objetivo inicial llegar a producir un reportaje tan profesional como los que podemos consumir nosotras mismas como telespectadoras, hay que tener en cuenta las limitaciones técnicas que nos caracterizan. Quizás lo más entristecedor de esta parte ha sido el audio, que creemos no acompaña a la calidad visual de las imágenes producidas, y que ha puesto en evidencia nuestra, todavía, falta de experiencia y recorrido profesional.

Asimismo, podrán observarse cortes en algunas declaraciones que no han podido solventarse de ningún modo. El bruto de entrevistas era muy extenso, las fuentes eran claras pero con unas declaraciones demasiado extensas, por lo que tuvimos que optar por realizar esta técnica, siempre manteniendo el sentido de lo que la fuente ha declarado.

Pero, dejando a un lado esta parte más negativa, se puede observar que el resultado final es profesional, sobre todo la parte que más nos corresponde como periodistas: la coherencia entre la locución y las declaraciones seleccionadas de las fuentes, así como la coherencia global del reportaje. Además, se ha tratado de ir más allá de la mera organización del off y las fuentes, tratando de plasmar todo el trabajo de producción que se había hecho, mostrando la gran cantidad de planos recurso recabados. La idea creativa inicial, así como los créditos finales de producción propia a través de Photoshop, son otra muestra del esfuerzo llevado a cabo en esta fase. Por último, algunos efectos visuales que pueden observarse en el reportaje son fruto de esta ambición por mostrar un producto no solo periodístico, sino también creativo y entretenido.

En cuanto a problemas técnicos encontrados, como no podía ser de otra forma, han sido varios. El primero, tras haber decidido realizar el montaje en ordenador propio, pues el horario laboral hacía muy complicado acudir a las cabinas de edición, se empezaron a experimentar problemas con el Final Cut Pro 7. La dificultad de avanzar con la edición iba en aumento y, finalmente, se decidió empezar de cero consiguiendo la versión de Final Cut X, respecto a la que solo podemos mencionar comentarios positivos.

En segundo lugar, la acumulación de bruto progresiva hizo que el equipo funcionase cada vez más lento, dificultando la eficacia del trabajo de edición y alargándola en el tiempo. Este aspecto nos hizo darnos cuenta de la importancia de disponer de un buen equipo no solo a la hora de producir el material, sino también a la hora de editarlo.

Por último, a la hora de exportar el producto final encontramos problemas técnicos que, de nuevo, alargaron este proceso.

Para finalizar, en la fase de postproducción se barajó la posibilidad de descartar una entrevista (Carles Falcó) debido a la baja calidad del audio. Finalmente, se decidió mantenerla debido a su importancia como fuente. No podíamos quedarnos únicamente con una fuente en cuanto a las carreras, pues se trataba de una carrera muy potente que podía no estar asociada a las Redes Sociales, sino a su importancia en sí misma. La entrevista a Carles Falcó evidenció que, también a nivel local y popular, los atletas ya no se dedican exclusivamente a entrenar, sino también a compartirlo en sus respectivas Redes Sociales.

## 5. PLAN DE PROMOCIÓN Y EMISIÓN

El reportaje “El deporte en la sociedad 2.0” enlaza un tema tan ancestral como es el deporte con otro de pura actualidad, esto es, la era de Internet y, más concretamente, las Redes Sociales. Por este motivo, se cree conveniente su emisión dentro del programa de televisión Informe Robinson de Canal +. Este espacio emite mensualmente reportajes deportivos de 25 minutos de duración, siendo reconocido por su alta calidad visual e informativa. En 2009 recibió el Premio Ondas a “mejor programa de entretenimiento o de cobertura especial”; y en los años 2012 y 2013 fue nominado en los Premios Iris (antiguos Premios de la Academia de la Televisión o ATV) a “mejor programa documental”. Los reportajes de este programa no tienen una temática cerrada, sino que utilizan el deporte como nexo de unión en todas sus producciones, lo cual le aporta un carácter muy flexible y hace que la inclusión del presente reportaje sea factible.

Aunque Informe Robinson parece la opción más indicada para “El deporte en la sociedad 2.0”, se ha barajado otro programa como posible plataforma de emisión. En este caso, hablamos de Documentos TV, un programa con casi treinta años de historia que, cada lunes a las 00:00 h retrata tanto temas de actualidad como históricos. Su temática es de carácter variado, Documentos TV ha informado sobre aspectos como el crimen organizado, la transexualidad, la sociedad digital, la alimentación, el consumismo o el suicidio, entre muchos otros. Este gran bagaje y elasticidad hacen de él otra plataforma que, perfectamente, podría acoger el reportaje audiovisual “el deporte en la sociedad 2.0”.

Con cualquiera de las dos propuestas de emisión se estarían cumpliendo los objetivos del trabajo que nos concierne. Por un lado, mostrando una imagen global del nuevo paradigma social 2.0 e informando sobre el potencial de las Redes Sociales y, por otro lado, sobre su posible influencia en el aumento de la práctica deportiva. Precisamente estos objetivos han sido el motivo de elección de los programas, pues invitan al telespectador a reflexionar sobre temas de actualidad sobre los que cabe hacerse preguntas, tal y como lo hace el reportaje el reportaje.

## 6. VALORACIÓN FINAL

“El deporte en la sociedad 2.0” es un trabajo de meses de duración en el que se ha tratado de plasmar todo aquel conocimiento obtenido durante estos cuatro caños de carrera universitaria. El periodismo debe estar preparado para, no solo presentar temas ya existentes, sino también para crearlos. Este ha sido el caso del presente reportaje, que aborda una teoría hasta ahora inexistente, hecho que le otorga un posible reconocimiento a nivel de investigación, cohesión del producto final y relevancia informativa.

A la hora de abordar el tema, nos dimos cuenta de que nadie había ahondado en esta relación, o posiblemente no habían pensado en la posible causa-efecto entre ambos aspectos: Redes Sociales y aumento de la práctica deportiva. Esta interrelación resulta ser un tema de gran actualidad, por lo que, relacionado con su novedad, el interés informativo es todavía mayor.

Durante quince minutos, “El deporte en la sociedad 2.0” introduce al espectador en un mundo conocido o no hasta el momento, pues, a pesar de ser partícipes, no todos conocen exactamente el significado del “2.0” y sus características. Lo que sí va a suceder de forma inevitable es la inmersión en un mundo, esta vez sí, totalmente nuevo, cuando se aborde el tema de las Redes Sociales y el deporte.

Puede que el telespectador haya sido protagonista, observador u ambas cosas de la teoría expuesta, pero sin darse cuenta de la potente relación existente. El reportaje, pues, supone un trabajo de iluminación hacia el espectador, proponiéndole un tema acorde a sus rutinas diarias pero, quizás, del que no se había planteado tales causalidades. Además, el trabajo no solo muestra la influencia que han tenido las Redes Sociales en nuestras vidas y en nuestra forma de practicar deporte, sino que también trata de advertir sobre el uso abusivo de las mismas. Estas características hacen de “El deporte en la sociedad 2.0” un trabajo periodístico puro: propone un tema inexistente, lo investiga, lo analiza y, finalmente, lo respalda, sirviendo además de estímulo para el espectador, así como de advertencia social, otra de las bases de la profesión periodística.

A nivel personal y profesional, este Trabajo Final de Grado ha supuesto todo un reto, precisamente, por lo mencionado anteriormente. Tener que investigar acerca de un tema no abordado hasta el momento hacía temer que la teoría se desmontase, pero la aprobación inicial de la propuesta y el primer contacto con algunos expertos nos hizo darnos cuenta de que no solo era un reto, sino también una oportunidad. De aprender, de equivocarnos, y de crecer como periodistas.

Para finalizar, solo queda decir que, para el futuro, se desprende la necesidad de mejorar en los aspectos técnicos que, aun no siendo elemento clave del trabajo periodístico, son necesarios para complementarlo y todo periodista debería ser capaz de alcanzar unos estándares de calidad mínimo.

Esperamos haber estado a la altura de las expectativas y haber mostrado en estos quince minutos de reportaje que el trabajo realizado durante cuatro años ha valido la pena. El esfuerzo y la ilusión, al menos, sí lo han merecido.

Muchas gracias por su atención.

## 7. ABSTRACT

More and more people play sports regularly. It is not only supported with data, just look around us. There is no day that runners do not fill the streets, and Sunday in which a popular race is not launched. The sport has taken an increasingly central role in our lives and it seems that this will continue.

Meanwhile, our environment has been heavily modified in just a decade, a fact that has its roots in the emergence of the Internet. From paper to screen and screen to screen; Computer and Smartphone to Smartphone to the tablet, the information is shared at an exponential rate.

We are immersed in a constant flow of information in which personal relationships, lifestyle and even our thought processes have been modified. Our way of doing sports has not been an exception.

"Sport in Society 2.0" is an audio-visual reportage that last approximately fifteen minutes and seeks to interlace the two lines above. There are several branches, such as sociology and psychology, who have begun to study the effects of this new media age in our lives and even more specifically the impact that cause social networks in our lives. This report focuses particularly on the sports field, trying to support the theory that social networks have led to an increase of sport in our society.

As to the methodology followed, first a research phase was conducted through contact with professional sources from different fields: psychology, sociology, communication and sport. After examining generally the theory presented in the report, it began to collect information about the different aspects mentioned: sport and communication. Beyond the bibliographical sources, it conducted a survey to see if the theory really was feasible. Thanks to the answers of 1,036 respondents it was found that indeed, the theory was not far from reality. The data backed him, the use of social networks as a method of sports motivation is a reality. Hence the important role played by opinion leaders, becoming reference for thousands of people who use its contents as motivation or even training routine.

Once settled the theoretical bases, began to shape all the information at the audio-visual level. The team travelled to Barcelona to interview one of the most important sources of the report, Emma

Pivetta, a sociologist whose specific job is to detect social trends. Once there, there was also recording most of the material used, considering the nature of this city that provided greater accessibility to imagines with lots of people.

Everything was done with own material, both production and postproduction. This recording work was finally edited and shaped in a count of fifteen minutes of story. In it, the subject explaining what society 2.0 and what are its main features is initially introduced. The basis of this story is taking shape theory through interviews with experts in communication, sociology, psychology and sport, whose statements confirm the initial hypothesis. Also at street statements on the use of social networks related to sports they were also collected.

Finally, the report sheds conclusions drawn from research, confirming the theory put forward at first. We conclude that the key to the relationship between the increase in sport and social networks are aspects inherent in human personality. Fashion imitation, sense of belonging to a group or fear of being excluded socially generated a need in our minds "to live" than send Networks. Peer pressure has always been a fundamental element in our behaviour but now, because of this new media galaxy is even greater. Whereas, in some cases, it becomes unbearable or cause psychological problems. This result is reflected in sport by increasing injuries due to over demand to pursue a social fashion for many are unprepared.

As for the journalists involved in this work, although both have participated in all phases of realization, the textual part (selection of cuts, script structure, off) corresponds more to Maria Francia Marin, while the visual part, editing and production (original idea, audio-visual resources, editing and production of crude) have corresponded more to Sonia Ruiz.

Finally, it is worth noting that "Sport in Society 2.0" offers a completely new theory, since there is still no study that has linked the two concepts. The research work carried out has been costly and vast, yet the end result has been more than rewarding.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Fundación Telefónica (2015) “La Sociedad de la Información en España 2014”. Editorial Ariel (Barcelona) y Fundación Telefónica (Madrid) <<http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/internacional/siE2014.pdf>> [Consultado el 28 de marzo de 2015].
- GARCÍA, M y LLOPIS, R. (2011) “IDEAL DEMOCRATICO Y BIENESTAR PERSONAL: Encuesta sobre los hábitos deportivos en España 2010”. Centro de Investigaciones Sociológicas. Universidad de Valencia. <<http://www.csd.gob.es/csd/estaticos/dep-soc/encuesta-habitos-deportivos2010.pdf>> [Consultado el 23 de marzo de 2015].
- GARCÍA, M y LLOPIS, R. (2006) “POSMODERNIDAD Y DEPORTE: ENTRE LA INDIVIDUALIZACIÓN Y LA MASIFICACIÓN: Encuesta hábitos deportivos de los españoles en 2005”. Universidad de Valencia. <<http://www.csd.gob.es/csd/sociedad/encuesta-de-habitos-deportivos/encuesta-de-habitos-deportivos-2005/encuesta-de-habitos-deportivos/>> [Consultado el 23 de marzo de 2015]

## 9. ANEXOS

- Plan de preproducción

Plan de preproducción								
Fecha estimada	Localización	Fuentes/entrevistas concertadas	Grabación recursos	Equipo de trabajo	Materia I técnico necesario	Permisos necesario	Observaciones	Horas de trabajo necesarias
<b>Sábado 02/05/2015</b>	Barcelona	Emma Pavetta, Socióloga y analista de tendencias. Encuestas a pie de calle	Grabación de imágenes recursos	María Francia Marín Sonia Ruiz	Sony Cyber-shot DSC-HX200V Trípode Grabadora Zoom z1	No	Entrevista + Grabación de imágenes recurso	5-6 horas aprox.
<b>Viernes 08/05/2015</b>	Castellón, conexión desde Madrid.	Isabel de Barrio, blogger y triatleta.	No	María Francia Marín Sonia Ruiz	Sony Cyber-shot DSC-HX200V Trípode Grabadora Zoom z1	No	Entrevista + Grabación de imágenes recurso	1 hora aprox.
<b>Lunes 18/05/2015</b>	Castellón. Despacho UJI	Vicente Cervera Mateu, organizador de la Marató y Mitja.	No	María Francia Marín Sonia Ruiz	Sony Cyber-shot DSC-HX200V Trípode Grabadora Zoom z1	No	Entrevista	1 hora aprox.
<b>Lunes 18/05/2015</b>	Castellón. Despacho UJI	Ausias Josep Cebolla, Psicólogo.	No	María Francia Marín Sonia Ruiz	Sony Cyber-shot DSC-HX200V	No	Entrevista	2 horas aprox.

							Trípode Grabadora Zoom z1	
<b>Viernes 29/05/2015</b>	Castellón, Universitat Jaume I	Carles Falcó, presidente del Club de triatló de Vila-real y director técnico del circuito de carreras populares en Vila-real.	Grabación de imágenes recurso deporte urbano y zonas recintos deportivos.	María Francia Marín Sonia Ruiz	Sony Cyber-shot DSC-HX200V Trípode Grabadora Zoom z1	Si	Entrevistas + Grabación de imágenes recurso	5 horas aprox.
<b>Viernes 29/05/2015</b>	Castellón	Adrián Sánchez, Psicólogo y ex atleta de élite.	No	María Francia Marín Sonia Ruiz	Sony Cyber-shot DSC-HX200V Trípode Grabadora Zoom z1	No	Entrevista	2 horas aprox.
<b>Martes 02/06/2015</b>	Castellón. Despacho UJI	Ramón Feenstra, doctor en Filosofía Moral y autor del libro "Democracia monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática".	No	María Francia Marín Sonia Ruiz	Sony Cyber-shot DSC-HX200V Trípode Grabadora Zoom z1	No	Entrevista	2 horas aprox.

- Guión de trabajo final

SECUENCIA	CONTENIDO	MINUTADO	OBSERVACIONES	FECHA MONTAJE
1	<p>Cabecera: imágenes recurso + título reportaje + locución</p> <p><b>Imagen:</b> timelapse amanecer, anilla olímpica Barcelona, fuente Plaza España Barcelona, reloj Plaza España Barcelona, carril bici a cámara rápida, travelling ciudad.</p> <p>Imagen techo, imagen alarma, persiana, calcetines, zapatillas, foto a las zapatillas y compartida en Instagram, título “El deporte en la sociedad 2.0” a través de imágenes subidas a Instagram, plano en primera persona corriendo</p> <p><b>Sonido:</b> ruido del despertador, ruido persona despertando, música y off.</p>	1’12”	Imágenes recurso en compañía de off y música	Del 13/06/2015 al 18/06/2015
2	Corte de	20”	Rótulo: Emma	Del

	Voz Emma Pivetta	Pivetta, carril bici a cámara rápida, seguimiento runners, plano detalle zapatillas a cámara rápida, superposición imagen Redes Sociales.  <b>Sonido:</b> declaración + ambiente + off		Pivetta. Socióloga experta en tendencias  Imágenes recurso en compañía de off.	13/06/2015 al 18/06/2015
3	Corte de voz Jordi Barberà, entrevistados a pie de calle.	<b>Imagen:</b> Jordi Barberà,, carril bici, imágenes con frases motivacionales  <b>Sonido:</b> declaración + ambiente +	22"	Rótulo: Jordi Barberà, más de diez años corriendo.	Del 13/06/2015 al 18/06/2015
4	Corte de voz Isabel del Barrio	<b>Imagen:</b> Isabel del Barrio, imágenes blog e Instagram, plano en primera persona corriendo.  <b>Sonido:</b> declaración + música de fondo	24"	Rótulo: Isabel de Barrio. Entrenadora personal y blogger.	Del 13/06/2015 al 18/06/2015
5	Explicación "la sociedad 2.0"	<b>Imagen:</b> google "en directo".  <b>Sonido:</b> música de fondo	10"		Del 13/06/2015 al 18/06/2015
6	Tren de voces Ramón	<b>Imagen:</b> Ramón Feenstra,	53"	Rótulo: Ramón Feenstra. Autor "democracia	Del 13/06/2015 al

	Feenstra + Isabel del Barrio	Isabel del Barrio, imágenes Facebook sobre carreras, Ramón Feenstra  <b>Sonido:</b> música de fondo y cortes de voz		monitorizada en la era de la nueva galaxia mediática”	18/06/2015
7	Auge práctica deportiva	<b>Imagen:</b> plano secuencia carril bici Barceloneta, nadadores, seguimiento ruedas bici  <b>Audio:</b> música de fondo, off	20”		Del 13/06/2015 al 18/06/2015
8	Corte de voz Carles Falcó	<b>Imagen:</b> plano detalle “esport”, carril bici, Carles Falcó, folletos carreras, runners, señal bici con disolución logo Facebook  <b>Audio:</b> fondo musical, corte de voz y off	32”	Rótulo: Carles Falcó, Máster en dirección de actividades deportivas y director “Circuito Carreras Populares Vila-real”	Del 13/06/2015 al 18/06/2015
8	El sector del deporte en España	<b>Imagen:</b> zoom in Hotel W Barcelona, semáforo rojo-verde, plano estatua Colón. 3 imágenes de fondo con datos sobre deporte, imágenes carreras	26”	.	Del 13/06/2015 al 18/06/2015

		<b>Audio:</b> fondo musical y off			
9	Carreras populares + Marató i Mitja	<b>Imagen:</b> imágenes salida Marató i Mitja + imágenes en carrera  <b>Audio:</b> música de fondo, y off	14''	Planos cedidos por la organización de la Marató i Mitja	
10	Corte de voz Vicente Cervera	<b>Imagen:</b> Vicente Cervera, imágenes Marató i Mitja  <b>Audio:</b> música de fondo, corte de voz	30''	Rótulo: Vicente Cervera. Organizador Marató i Mitja	Del 13/06/2015 al 18/06/2015
11	Redes Sociales en la Marató i Mitja	<b>Imagen:</b> imágenes Marató, imágenes de posts sobre la carrera en Facebook, imágenes carrera  <b>Sonido:</b> música de fondo y off	22''		Del 13/06/2015 al 18/06/2015
11	Corte de voz Vicente Cervera	<b>Imagen:</b> Vicente Cervera, imágenes Facebook Marató y Mitja  <b>Sonido:</b> música de fondo y corte de voz	25''	Rótulo: Vicente Cervera. Organizador Marató i Mitja	Del 13/06/2015 al 18/06/2015
12	Redes Sociales	<b>Imagen:</b> patinador con móvil,	16''		Del 13/06/2015 al

		<p>corredor con móvil, encuesta, resultados encuesta</p> <p><b>Sonido:</b> música de fondo y off</p>			18/06/2015
13	Corte de voz Andreu Moya + Vicente Porcar	<p><b>Imagen:</b> Andreu Moya, Vicente Porcar</p> <p><b>Sonido:</b> sonido ambiente, música de fondo y cortes de voz</p>	20''	<p>Rótulo: Andreu Moya, corredor</p> <p>Rótulo: Vicente Porcar, corredor</p>	Del 13/06/2015 al 18/06/2015
14	Corte de voz Emma Pivetta	<p><b>Imagen:</b> Emma Pivetta, carril bici a cámara rápida, slow motion runner,, carril bici velocidad normal</p> <p><b>Sonido:</b> sonido ambiente, música de fondo, corte de voz</p>	46''		Del 13/06/2015 al 18/06/2015
15	Encuesta + líderes de opinión	<p><b>Imagen:</b> resultados encuesta, imágenes Instagram Bloggers deportivas famosas</p> <p><b>Sonido:</b> música de fondo, off, música vídeos Instagram Isabel del</p>	60''		Del 13/06/2015 al 18/06/2015

		Barrio			
16	Cortes de voz Adriana Núñez + Paula Roig	<p><b>Imagen:</b> plano detalle zapatilla con efecto rebote, Adriana Núñez, imágenes Instagram sobre comida sana, carreras y ropa de deporte, Paula Roig</p> <p><b>Sonido:</b> sonido ambiente, música de fondo, cortes de voz y off.</p>	50''	<p>Rótulo: Adriana Núñez, Corredora amateur</p> <p>Rótulo: Paula Roig, empezó a correr hace un año</p>	Del 13/06/2015 al 18/06/2015
17	Corte de voz Isabel de Barrio	<p><b>Imagen:</b> Isabel del Barrio, comentarios en Instagram Isabel del Barrio</p> <p><b>Sonido:</b> música de fondo y corte de voz</p>	18''	Rótulo: Isabel de Barrio. Entrenadora personal y blogger.	Del 13/06/2015 al 18/06/2015
18	Conclusión1	<p><b>Imagen:</b> planos de seguimiento de personas corriendo</p> <p><b>Sonido:</b> música de fondo y off</p>	13''		Del 13/06/2015 al 18/06/2015

19	Corte de voz Ausiàs Cebolla + Adrián Sánchez	<b>Imagen:</b> Ausiàs Cebolla, Adrián Sánchez  <b>Sonido:</b> cortes de voz y música de fondo	45''	Rótulo: Ausiàs Cebolla, psicólogo  Rótulo: Adrián Sánchez, psicólogo y ex atleta de élite	Del 13/06/2015 al 18/06/2015
20	Conclusión 2	<b>Imagen:</b> resultados encuesta, persona fotografiando zapatilla, chicas haciéndose un selfie al llegar a la meta de una carrera  <b>Sonido:</b> música de fondo, off	15''		
21	Corte de voz Emma Pivetta	<b>Imagen:</b> Emma Pivetta  <b>Sonido:</b> ambiente, corte de voz y música de fondo	20''	Rótulo: Emma Pivetta, socióloga experta en tendencias	

22	Conclusión 2, continuación	<b>Imagen:</b> zoom in + zoom out chica corriendo  <b>Sonido:</b> música de fondo, off	13''		
23	Corte de voz Adrián Sánchez + Isabel del Barrio	<b>Imagen:</b> Adrián Sánchez, Isabel del Barrio  <b>Sonido:</b> cortes de voz, música de fondo	62''	Rótulo: Adrián Sánchez, psicólogo y ex atleta de élite  Rótulo: Isabel del Barrio, entrenadora personal y blogger	
24	Corte de voz Emma Pivetta + Adrián Sánchez	<b>Imagen:</b> Emma Pivetta, Adrián Sánchez  <b>Sonido:</b> ambiente, música de fondo, corte de voz	32''		
25	Conclusión final	<b>Imagen:</b> timelapse atardecer Montjuic, plano detalle reloj y zapatillas, plano haciendo yoga, plano rebobinado	30''		

		selfie  <b>Sonido:</b> off, música de fondo			
26	Créditos	<b>Imagen:</b> créditos  <b>Sonido:</b> música de fondo	43''		

- **Transcripción gui3n reportaje:**

**Cabecera:**

**OFF:** Internet ha irrumpido en la vida de millones de personas para cambiarla para siempre.

**OFF:** Nunca ha sido tan f3cil estar interconectado. Es otra etapa m3s de la evoluci3n. Los seres humanos hemos aprendido a adaptarnos a este nuevo entorno digital, a esta nueva era en constante conexi3n y a la que los expertos denominan “La sociedad 2.0”. Hemos adaptado nuestras rutinas diarias, nuestra forma de consumir televisi3n e, incluso, nuestra forma de hacer deporte.

**“El deporte en la sociedad 2.0”**

(TÍTULO)

**OFF:** La Red se ha convertido en la herramienta m3s popular del momento. No solo por su funci3n informativa, sino por su potente capacidad perpetuadoras de modas y tendencias. Ahora, el deporte est3 en la palma de la mano.

**EMMA PIVETTA, soci3loga experta en tendencias:** Es un difusor bestial. O sea, lo mismo que antes pod3as difundirse digamos del boca a boca o “mira que mi amigo hace esto, vente, tal”. Esto se traslada al mundo de Internet que es mucho m3s amplio y ah3 pues tienes un caldo de cultivo muy muy muy muy grande para que, la gente, ese comportamiento, lo repita de una manera mucho m3s masiva.

**OFF:** Las Redes Sociales, las reinas.

**JORDI BARBER3, a pie de calle:** Las Redes Sociales son un complemento para la motivaci3n a la hora de practicar deporte, te ayuda a ver... Bueno, sigo a otros atletas y entonces veo sus marcas, veo su motivaci3n. Tambi3n hay muchos tipos de post de gente que conozco con frases motivacionales, etc. Entonces es una cosa que tambi3n me gusta ver.

**ISABEL DEL BARRIO, blogger:** Alguna marca que me ha llamado para hacer algún entrenamiento, la última hace dos semanas. Por ejemplo Nivea, en La Plaza Mayor, pude dirigir una sesión. Entonces, eso sale gracias a las Redes Sociales, de las Redes Sociales la rentabilidad ahora mismo económica es 0, pero sí que es verdad que muchas cosas paralelas salen gracias a eso.

**OFF:** Todos ellos forman parte de la sociedad 2.0. La información instantánea, constante y global, así como la capacidad de creación de nuevos productos son sus señas de identidad. Ahora es más fácil conocer qué pasa de forma inmediata.

**RAMÓN FEENSTRA, autor de “La nueva galaxia mediática”:** Las características de la nueva galaxia mediática son bastantes, son numerosas. Una es la instantaneidad con la que recibimos la información, podemos estar trabajando en un despacho y a su vez podemos estar siguiendo lo que pasa en el Roland Garrós.

**ISABEL DEL BARRIO, blogger:** Y a día de hoy que estamos todos conectados a través del teléfono, a través del iPad... Lo primero que hacemos es mirar las noticias en Twitter. Pues es una manera fácil de que la gente empiece a tener más información sobre deporte, más información sobre quedadas, sobre entrenamientos, sobre carreras... Entonces, cuando tenemos mucha información, tenemos más capacidad para elegir.

**RAMÓN FEENSTRA, autor de “La nueva galaxia mediática”:** También tenemos una abundancia comunicativa muy elevada, recibimos muchísima información cada día. Unas cantidades que no son absorbibles por nuestra capacidad cognitiva y mental para digerir toda esa información. Luego también la capacidad de comunicación e intercomunicación.

**OFF:** El auge de la práctica deportiva y los hábitos de vida saludables han supuesto una revolución a escala nacional. Según una encuesta publicada por el Consejo Superior de Deportes: un 37% de los españoles hacía deporte en el año 2005, cinco años más tarde la cifra se sitúa en el 43%. Y, ¿cómo está el deporte actualmente?

**CARLES FALCÓ, organizador de carreras:** Ahora la gente ya no es practicar deporte sino que también tiene otro objetivo u otro reto que es compartir con las otras personas de que vean de lo que está haciendo esa persona. Ya no se fijan tanto en el entrenamiento o en su mejora física, sino en demostrar o aparentar que lo que están haciendo, bueno, que lo que hace para él es un reto y los “me gustas” que puede conseguir en Facebook para él es un aliciente más.

**OFF:** El sector del deporte en España ha experimentado un incremento considerable en los últimos años. Incluso en época de crisis, el crecimiento ha sido notable. Los datos son reveladores: (Imagen estática donde aparecen los siguientes datos: Empleo vinculado al deporte: 2011=150.000 // 2014=189.000 ; Empresas vinculadas al deporte: 2011=24.600// 2014=28.700; Enseñanzas vinculadas al deporte: 2011=6.500 // 2014=9.500) **VUELTA AL**

**OFF:** Los acontecimientos deportivos también se han visto beneficiados por este aumento. Cada vez son más las carreras que llenan las ciudades de ese espíritu deportivo tan en boga. Una carrera que ha experimentado notablemente esta evolución es la Marató i Mitja de Castellón, cita de referencia nacional en las carreras de montaña.

**VICENTE CERVERA, organizador MiM:** La historia de la Marató i Mitja empezó hace más de 17 años y las cifras iniciales que cada año se iban incrementando, en nuestro tope inicial hace unos años era 1000 corredores, pasaron a 1500 corredores, lo cual, a nivel nacional, no hay carreras de esta distancia y en un día, en una etapa con esa participación. Y en los últimos años ya nos sorprendió cuando hace dos años las inscripciones se agotaron en 24 horas y eso nos obligó este año a algo que era impensable que era tener que hacer un sorteo.

**OFF:** Las Redes Sociales son un difusor de información exponencial, algo que han sabido aprovechar muy bien desde la Marató i Mitja. Los corredores que se preparan para esta carrera también participan de este crecimiento, pues generan un flujo de información constante sobre la Maratón. Todo ello ha influido para que esta carrera de 17 años de existencia haya tenido que dejar, en esta edición, a 1.000 personas sin poder participar.

**VICENTE CERVERA:** En una prueba de estas características, pues prácticamente desde enero muchos corredores están ya preparándose, hacen sus salidas por distintas zonas del recorrido, se lo cuentan en sus Redes Sociales... Entonces ahí hay un movimiento que también lo hemos aprovechado desde la organización y hemos visto que tiene mucho más impacto y mucha más difusión cualquier noticia a través de las Redes Sociales que incluso la propia web que tenemos de la carrera.

**OFF:** Pero las Redes Sociales no son meras difusoras de información, también afectan a nuestra forma de actuar y de entender nuestros hábitos. Según una encuesta realizada a 1000 personas en Facebook durante el mes de junio de 2015, un 64% de los encuestados aseguró hacer uso de las Redes Sociales como método de motivación en sus prácticas deportivas.

**ANDREU MOYA, a pie de calle:** Cada vez que me conecto y veo alguna imagen de alguna cursa, deporte o cualquier cosa vinculada al deporte pues me genera una motivación bestial.

**VICENT PORCAR, a pie de calle:** Yo creo que motiva a todo el mundo, ¿no? O por lo menos te dan ganas de participar, ya no sé si de practicarlo, pero por lo menos sí que de meterte en ese mundo.

**EMMA PIVETTA, socióloga experta en tendencias:** En general somos competitivos y nos gusta chincharnos los unos a los otros, si a esto le pones tecnología por el medio, a

este comportamiento, y puedes ir publicando en cuánto tiempo has hecho equis kilómetros, entonces vendrá tu amigo que hará lo mismo, lo mismo, y esto se va a retroalimentar. Yo veo la tecnología como un impulsor potente, que un comportamiento que quizás antes quedaba reducido a un grupo, ayuda a que se expanda a toda la sociedad.

**OFF:** El 63% de los encuestados afirma compartir contenidos relacionados con sus prácticas deportivas en las Redes Sociales. Asimismo, casi un 80% (en lugar de 78%) asegura tener sentimientos positivos al ver contenidos relacionados con el deporte.

**OFF:** Estos sentimientos positivos confluyen de forma muy intensa a través de los denominados líderes de opinión o *influencers*. Son personas que cuentan con miles de seguidores en las diferentes Redes Sociales que utilizan sus contenidos como referencia deportiva o método de motivación. Así lo respalda también la encuesta en la que, un 45% asegura seguir a estos líderes para estimular sus prácticas deportivas y hábitos de vida saludables.

**ADRIANA NÚÑEZ, a pie de calle:** Soy fan de todas las *healthys*, y tomo pues zumos de estos verdes e intento, pues si veo que quiero comerme una hamburguesa, pues me miro el Instagram y veo como se están comiendo un pollo y como pollo en vez de hamburguesa. Y si han ido a correr pues me animo a ponerme en cursas y a comprarme ropa, claro, los complementos son muy importantes.

**PAULA ROIG, a pie de calle:** Las uso para seguir a gente que, pues hace el deporte que me gusta como el running o el fitness y sigo pues, Miriam Albero, Bikika Fitness, y me sirven pues más que nada como toque de motivación.

**ISABEL DE BARRIO, blogger:** es verdad que muchas chicas y también muchos chicos me lo han dicho, lo cual para mí es un auténtico regalo. Eso es lo mejor, así que bueno, la

idea es seguir motivando a la gente, que la gente se mueva y sobretodo que sigan aprendiendo, y que entrenen con cabeza.

**OFF:** Parece evidente que la Red influye en nuestra forma de practicar y entender el deporte. La generación de modas, la imitación, y el miedo inconsciente de exclusión social son algunas de las claves de su potente influencia.

**AUSIAS CEBOLLA, psicólogo:** Hay un psicólogo que se llamaba Bandura que propuso la idea del aprendizaje por modelado. Es decir, que yo aprendo viendo a otros hacer cosas. Pero es esencial que la figura sobre la cual yo estoy observando sea lo más similar posible a mí. O sea, si yo veo a otras personas con mis mismas características actuar de una determinada manera, es más fácil que yo incorpore esa conducta.

**ADRIÁN SÁNCHEZ, psicólogo y ex atleta de élite:** Ahí es donde entra en juego el sentimiento de pertenencia a un grupo. Cuando nosotros queremos sentirnos aceptados por un grupo socialmente, lo que nos vemos es como obligados a hacer cosas que de otra forma no haríamos, o a decir cosas, para que ese grupo nos vea bien y nos acepte y poder integrarnos en él pues de una manera positiva.

**OFF:** En este caso, un 80% de los encuestados considera que las personas hacen uso de las Redes para alardear sobre sus rutinas deportivas, tratando de dar una imagen distorsionada de sus prácticas. ¿Está la sociedad más preocupada por seguir una moda o por su salud física?

**EMMA PIVETTA, socióloga experta en tendencias:** Más que una tendencia es un comportamiento de un determinado grupo de personas. Este comportamiento se ve sobre todo marcado por una serie de tendencias grandes que hacen que adopten este tipo de prácticas deportivas. Una es sobre todo el culto al cuerpo, que esa sí que es una tendencia de las grandes.

**OFF:** Parece ser que no es oro todo lo que reluce. Como hemos visto, las Redes Sociales funcionan como potenciador de hábitos saludables, pero también pueden llegar a convertirse en un arma de doble filo.

**ADRIÁN SÁNCHEZ, psicólogo y ex atleta de élite:** Es bastante importante en nosotros mismos tener un buen ego. Me explico, una persona que no tiene ego, que no se quiere a sí misma, pues suele ser una persona con una autoestima baja, unos déficits de habilidades sociales. El problema de las Redes Sociales viene cuando nosotros, en cualquier momento, podemos acceder a ellas, que otra persona publique o nos etiquete en otra foto haciendo más que nosotros. Entonces empieza la rivalidad y empieza a ser peligroso porque la gente empieza a pasar unos límites para los que mucha gente no están preparados.

**ISABEL DE BARRIO, blogger:** Cualquier cosa que empecemos, sea deporte o cualquier otra disciplina, requiere su tiempo y mucha paciencia. Entonces hay que empezar poco a poco, siempre lo digo, el menos es más, entrenar con cabeza... Porque es verdad, hay mucha gente que se pone por ejemplo a correr, que es lo más fácil o más práctico por decirlo de alguna manera, y el índice de lesiones cada vez va en aumento.

**EMMA PIVETTA, socióloga experta en tendencias:** Tienen un doble peligro, que te pueden motivar por un lado, pero imagínate que nadie te dice que le gusta, no hay *like*, no hay tal, te puede hundir también.

**ADRIÁN SÁNCHEZ, psicólogo y ex atleta de élite:** A raíz de esto también pues han aparecido muchas lesiones por gente que hace cosas que no puede porque no está preparado para ello, o lo que decíamos, problemas del estado de ánimo en ciertas personas porque tienen una personalidad más débil, por así decirlo, más inestable y le afecta más el no poder conseguir metas o la frustración.

**OFF:** Los expertos han hablado. A la vista de los resultados, parece quedar claro que existe una relación directa entre la utilización de las Redes Sociales y el auge del deporte popular. Pero ¿realmente somos tan deportistas como pretendemos mostrar, o tan solo se trata de una moda pasajera surgida en este mundo 2.0?

- Presupuesto

## PRESUPUESTO

	HERRAMIENTAS	PRECIO	DURACION	COSTES
<b>Equipo técnico</b>	Sony Cyber-shot DSC-HX200V	125 euros/diarios	10 días	1250 euros
	Trípode	20 euros/diarios	10 día	200 euros
	Grabadora Zoom z1	20 euros/diarios	10 día	200 euros
<b>Recursos humanos</b>	Director de producción	1.290,93 euros/semana	2 semanas	2581,86 euros
	Redactor	150 euros/minuto de producción	15 minutos	2250 euros
	Operador de cámara de vídeo	773,17 euros/semana	2 semanas	1546,32 euros
	Jefe de sonido	759,37 euros/semana	2 semanas	1518,74 euros
	Editor de vídeo	1.224,23 euros/semana	2 semanas	2448,46 euros
	Editor de audio	1224,23 euros/semana	2 semanas	2448,46 euros
	Traslados	315 euros/semana	2 semanas	630 euros
	Estadía	180 euros/mes	1 mes	180 euros
<b>Mantenimiento y desplazamiento</b>	Dietas (comida/cena)	12 euros/día	50 días	600 euros
	Locución(jornada 8horas/día)Técnico	350 euros/día	2 días	700 euros

incluido			
Sala de postproducción	325euros/día	5 días	1625 euros
		<b>TOTAL</b>	<b>18.178,84 euros</b>

• Autorización de rodaje



Sol·licitud

Nom i cognoms: JORDI RUIZ MARQUÉS / DANIA FRANCIA VILLARIN MARGOÑA  
Document d'identitat: 32723063-F Domicili: C/ANTON BOSCÀ Nº 4 1A  
Localitat: CASTELLÓ DE LA PLANA Codi postal: 12540 Telèfon: 623477549

EXPOSE: Que en el marc de gestió de nostre treball  
Tinc de gaudir de triatló

SOL·LICITE: Que me permeten utilitzar les pistes de atletisme  
de la universitat Jaume I com a equipament  
per realitzar una entrena

(Signatura)

Castelló de la Plana, 21 d MAIG de 2015

DESTINACIÓ: SERVEI DESPORTS

- Encuesta